



知识产权纠纷案件法官点评丛书

# 商标权纠纷案件



程永顺 主编

 知识产权出版社

· 知识产权纠纷案件法官点评丛书 ·

# 商标权纠纷案件法官点评

主 编 程永顺

知识产权出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

商标权纠纷案件法官点评/程永顺主编. —北京: 知识产权出版社, 2004.1

(知识产权纠纷案件法官点评丛书)

ISBN 7-80011-931-9

I. 商… II. 程… III. 商标法—案例—分析—中国  
IV. D923.435

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 102160 号

本书的所有版权受到保护, 未经出版者书面许可, 任何人不得以任何方式和方法复制抄袭本书的任何部分, 违者皆须承担全部民事责任及刑事责任。

---

知识产权纠纷案件法官点评丛书

商标权纠纷案件法官点评

程永顺主编

责任编辑: 王润贵 石红华 责任校对: 韩秀天

文字编辑: 唐学贵 责任出版: 杨宝林

装帧设计: 段维东

知识产权出版社出版、发行

地址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

通信地址: 北京市海淀区蓟门桥西土城路 6 号 邮编 100088

http: //www.cnipr.com

(010) 82000893 (010) 82000860 转 8101

北京白帆印务有限公司印刷

新华书店经销

2004 年 1 月第一版 2004 年 1 月第一次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 12.125 字数: 300 千字

印数: 1~5 000 册

ISBN 7-80011-931-9/D·206

定 价: 21.00 元

如有印装质量问题, 本社负责调换

## 内容提要

本书由人民法院资深知识产权法官共同撰写而成。全书共选取典型案例 30 个，分为商标侵权纠纷案件、商标转让合同纠纷案件、商标使用许可合同纠纷案件及其他商标纠纷案件四类。每一案件均设有【案情摘要】、【当事人争议的焦点】、【一审法院审理结果】、【二审法院审理结果】、【法官点评】。其中的法官点评部分论述精辟，观点鲜明，既有对原判例的法理、法律分析，又有对其所引发问题的思考。作者在运用修改前、修改后的商标法、实施细则、实施条例以及其他法律、法规、司法解释剖析案例的同时，也指出了现行立法中存在的不足，并提出了相应的立法建议，使本书具有较强的可读性、实用性和参考价值。

本书读者对象：知识产权审判人员、律师、知识产权行政执法人员、知识产权代理人、高等院校知识产权专业师生、知识产权纠纷当事人、企事业单位知识产权工作者。

**主 编：**程永顺

**副主编：**刘晓军

**撰稿人（按姓氏笔画排列）：**

|     |     |     |
|-----|-----|-----|
| 孙爱民 | 吕 江 | 刘 辉 |
| 刘晓军 | 杜跃林 | 岑宏宇 |
| 张 勤 | 张 坤 | 张 冰 |
| 张婷婷 | 宋 菁 | 吴美强 |
| 吴海星 | 沈 兵 | 陈 红 |
| 姚建军 | 徐清霜 | 程永顺 |
| 程晓东 | 程建玲 | 焦 彦 |
| 谢甄柯 | 颜桂芝 |     |

## 出版说明

自我国实施知识产权保护制度以来，人民法院开展知识产权审判工作已近 20 年，各级各地法院审理了大量知识产权案件。为从理论上和实践上系统总结人民法院知识产权审判工作的经验，为今后的知识产权审判工作提供借鉴，迎接“入世”给人民法院知识产权审判工作带来的挑战，我社决定编写出版《知识产权纠纷案件法官点评丛书》。该丛书由北京市高级人民法院从事知识产权审判工作多年的资深法官程永顺担任主编并组织实施。

本丛书包括以下 6 个分册：

1. 《专利权纠纷案件法官点评》；
2. 《著作权纠纷案件法官点评》；
3. 《商标权纠纷案件法官点评》；
4. 《反不正当竞争纠纷案件法官点评》；
5. 《技术合同纠纷案件法官点评》；
6. 《计算机软件、网络纠纷案件法官点评》。

各分册依据本领域相关法律、法规、司法解释选取典型判例展开写作。每个判例均包括【案情摘要】、【当事人争议的焦点】、【审理结果】、【法官点评】。其中的法官点评是各册的点睛之笔，既有对判例的理论依据、法律依据的分析，又指出了现行立法的不足，并就判例所引发的问题进行了有意义的法律、法理探讨，展示了法官们对知识产权审判实践的现状、存在的问题及其解决途径的思考。

本丛书可供知识产权立法工作者、法官、律师、行政执法人员、知识产权代理人、知识产权研究工作者和相关专业师生参考

使用。

由于我国的知识产权事业刚刚起步，知识产权司法保护的实践和理论研究工作历史不长，因此，本丛书在结构设计、案例取舍、法理研究、法律分析等方面肯定还有诸多不尽如人意之处，敬祈知识产权界同行批评、指正，以期推动我国知识产权事业的蓬勃发展。

知识产权出版社

2004 年 1 月

# 目 录

## 商标侵权纠纷案件

|                                                                |       |
|----------------------------------------------------------------|-------|
| 北京市糖业烟酒公司诉北京美厨食品有限公司侵犯商标权纠纷案 .....                             | ( 3 ) |
| 北京恒升远东电子计算机集团诉北京市恒生科技发展公司及北京市金恒生科技发展有限公司侵犯商标专用权及不正当竞争纠纷案 ..... | (15)  |
| 香港隆泰医药化工有限公司诉北京新特药品公司及东鑫制药(珠海)有限公司侵犯商标权纠纷案评析 .....             | (61)  |
| 胡云辉诉王玉堂侵犯注册商标专用权案 .....                                        | (85)  |
| 广东省烧鹅仔集团有限公司诉成都红沙石健身休闲俱乐部有限公司商标侵权、不正当竞争案 .....                 | (93)  |
| 北京葡萄酒厂、四川省泸州东方酒厂诉四川泸州荣成华酒业有限公司、内江市鸿达糖酒批发部商标侵权纠纷案 .....         | (103) |
| 重庆市家乐福连锁超市有限公司诉绵阳市家乐福电器有限公司商标侵权纠纷案 .....                       | (121) |
| 北京顺天府货仓式商业有限责任公司诉北京市广达社会服务公司侵犯商标权纠纷案 .....                     | (127) |
| 上海倍福来(集团)有限公司等诉上海大伟力鞋业有限公司等商标侵权纠纷案 .....                       | (132) |
| 昆明红方舟信息产业有限公司诉昆明四〇三厂社区服务                                       |       |

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 中心商标侵权案·····               | (144) |
| 报喜鸟集团有限公司诉白焕伦侵犯商标权案·····   | (150) |
| 江苏省丹徒县工具厂、镇江三和工具集团公司诉重庆市   |       |
| 华丰工量具有限公司商标侵权、不正当竞争案·····  | (164) |
| 南京利源物业发展有限公司诉南京金兰湾房地产开发有   |       |
| 限公司商标侵权纠纷案·····            | (170) |
| 中粮山东粮油进出口公司诉烟台金华粉丝有限公司、烟   |       |
| 台市招远龙口粉丝加工总厂商标侵权纠纷案·····   | (179) |
| 成都皇城老妈酒店有限公司诉陕西皇城老妈酒店有限公   |       |
| 司侵犯注册商标专用权纠纷案·····         | (187) |
| 高万喜诉北京市七色光鼓乐技术开发有限责任公司商标   |       |
| 侵权及不正当竞争纠纷案·····           | (198) |
| 天津狗不理包子饮食(集团)公司诉哈尔滨市天龙阁饭   |       |
| 店、高渊“狗不理”商标侵权纠纷案·····      | (204) |
| 萧宏范诉信远斋饮料公司侵犯注册商标专用权案····· | (209) |
| 杭州民生药业集团有限公司诉江西南昌桑海制药厂侵犯   |       |
| 注册商标专用权纠纷案·····            | (220) |
| 北京市东城区景山炉灶曹维修服务部诉北京育德建筑安   |       |
| 装工程公司侵犯商标专用权案·····         | (230) |
| 成都皇城老妈酒店有限公司诉北京皇蓉老妈火锅店侵犯   |       |
| 商标权案·····                  | (248) |
| 欧某及深圳金盾服装有限公司诉无锡明星服装有限公司   |       |
| 及张建国侵犯注册商标专用权案·····        | (255) |
| 北新建材(集团)有限公司诉晋州市泰龙新型建材厂侵   |       |
| 犯商标权案·····                 | (270) |

## 商标转让合同纠纷案件

- 北京世都百货有限责任公司诉北京世都同盟商业管理有  
限公司及第三人胡镇江商标转让合同纠纷案…………… (277)

## 商标许可使用合同纠纷案件

- 北京智圆饮料食品有限公司诉青岛恒大啤酒公司商标许  
可使用合同纠纷案…………… (299)
- 张家口市宝通建筑配套制品厂诉张家口市桥西区鑫昕建  
材厂商标使用合同纠纷案…………… (319)
- 中国国际体育旅游公司诉北京市十佳运动衣厂侵犯商标  
专用权纠纷案…………… (325)

## 其他商标权纠纷案件

- 四川省射洪县沱牌曲酒厂等 11 家企业诉宜宾杞酒厂恶  
意注册商标索赔案…………… (333)
- 香港电视企业国际有限公司诉人民邮电出版社侵犯注册  
商标专用权案…………… (351)
- 郭甲、郭乙诉国家工商行政管理局商标局商标评审委员  
会商标行政纠纷案…………… (367)

# 商标侵权纠纷案件



## 北京市糖业烟酒公司诉北京美厨食品 有限公司侵犯商标权纠纷案

### 【案情摘要】

原告（被上诉人）：北京市糖业烟酒公司

被告（上诉人）：北京美厨食品有限公司

北京市糖业烟酒公司向法院起诉称：1999年10月，美厨公司从批发市场购入大量使用假冒原告注册商标的绵白糖，以赠品名义放入方便面包装箱中搞促销活动。工商部门已对美厨公司的违法行为进行了处罚。美厨公司的上述侵权行为侵犯了原告的商标权和商业信誉，给原告造成了严重的经济损失。请求法院判令被告立即停止侵权行为并公开赔礼道歉，赔偿原告的经济损失62.1万元。

美厨公司答辩称：1999年10月20日至11月12日，我公司分别从北京太阳宫批发市场、北京京西批发市场购进绵白糖24300袋，以赠品形式放入整箱方便面中并分期装箱投入市场。后被工商部门告知所购进的绵白糖是假冒商品，并受到处罚。对工商部门的处罚，我公司表示服从。我公司并没有直接销售绵白糖，而是销售自己商品时将绵白糖作为礼品赠送，属于有奖销售行为。对购进的绵白糖根本不知也无从知道是侵犯原告注册商标的商品，因此不够成侵权，故不同意原告的诉讼请求。

经审理查明：1996年12月，北京市糖业烟酒公司向国家工商行政管理局商标局申请注册的“JING TANG”商标获得批准。该公司成为“JING TANG”的注册商标权人，其核定使用的商品为第30类，其中包括糖。该公司生产的系列绵白糖先后被有

关部门评定为知名商品，在同类商品中享有一定的声誉，其知名度亦被新闻媒体披露报道。为防止商品被假冒，北京市糖业烟酒公司在商品的包装材料及包装设计方面采取了措施，使其外观更具美感，并加贴了防伪标志。北京市糖业烟酒公司除自销绵白糖外，亦将 500 克包装的“JING TANG”牌精致绵白糖批售给包括北京市丰台区糖业烟酒公司在内的其他糖业烟酒公司经销。

1999 年 10 月以来，北京美厨食品有限公司多次从北京市丰台区糖业烟酒公司购进 500 克装的“JING TANG”牌精致绵白糖，每袋价格约为 2.68 元。

1999 年 10 月 20 日至 11 月 12 日，北京美厨食品有限公司分别从北京太阳宫批发市场和北京京西批发市场购进 500 克装的“JING TANG”牌精致绵白糖 24 300 袋。其中包装为红色的绵白糖 4 300 袋，每袋进价 1.55 元；包装为绿色的绵白糖 20 000 袋，每袋进价 1.7 元。总计价款为 40 465 元，尚未付款。自 1999 年 10 月 20 日开始，北京美厨食品有限公司将购买的上述部分绵白糖作为搭赠品放入自己公司生产的方便面包装箱中，每箱内放一袋，并在方便面的包装箱上注有“箱内附有精美赠品”字样。据查，已有 8 743 袋“JING TANG”牌绵白糖作为赠品随方便面流入市场。

1999 年 11 月 16 日，北京市工商行政管理局门头沟分局（简称市工商局门头沟分局）对北京美厨食品有限公司购买的上述绵白糖进行了检查，最终认定为假冒北京市糖业烟酒公司生产的商品。市工商局门头沟分局认为，北京美厨食品有限公司将假冒的绵白糖放入方便面中搞促销活动，属虚假宣传、误导消费者的行为，遂对北京美厨食品有限公司作出处罚决定。没收了该公司购买的尚未装箱投入市场的假冒“JING TANG”牌绵白糖 15 557 袋，并处以罚款人民币 10 000 元。北京美厨食品有限公司对该处罚决定未提出异议。

根据北京市糖业烟酒公司提供的证据，1999年11月22日和25日市场上仍有北京美厨食品有限公司生产的附有假冒“JING TANG”牌绵白糖赠品的方便面在销售。

在工商部门查处过程中，经北京市糖业烟酒公司鉴别，北京美厨食品有限公司购进的这批绵白糖系假冒该公司的商品，印有“JING TANG”商标的包装袋系他人擅自制造。北京美厨食品有限公司对此不持异议。

### **【当事人争议的焦点】**

1. 对工商管理机关已经作过处罚的行为，法院是否还可以审理？
2. 如何认定“明知”和“应知”？
3. 被告北京美厨食品公司实施的行为是搭售还是赠送？

### **【一审法院审理结果】**

一审法院经审理认为，北京市糖业烟酒公司是“JING TANG”商标的注册人，其依法享有的注册商标专用权应当受到法律保护。诉讼中北京美厨食品有限公司对其购买的绵白糖是侵犯北京市糖业烟酒公司注册商标专用权的商品这一客观事实不持异议。

北京美厨食品有限公司曾多次从正规渠道购买北京市糖业烟酒公司生产的“JING TANG”牌绵白糖，对该商品的外观包装、产品质量和价格均应有所了解。现工商部门查处北京美厨食品有限公司购买的这批绵白糖在外观包装、产品质量和价格等方面与正常商品均有显著差异，因此，北京美厨食品有限公司在主观上应当知道其购买的这批绵白糖是侵犯北京市糖业烟酒公司注册商标专用权的商品。

随着商品经济的发展，销售商品的方式灵活多样，搭赠其他商品是经营者促销自己商品的经营策略之一。虽然从购买者的角度看，购买附有搭赠品的商品，可以在等量付出的前提下，获得

额外的收益，但其实质仍是通过特殊的经营手段以实现商业利润。由于搭赠名目的设立，使经营者达到了促销的目的，获得了超额的经济利润，该利益的取得有一部分是靠搭赠品的付出而取得的，它是经营者一种潜在的销售行为，其性质不受商品售价是否提高、搭赠品是否摊入成本的影响。因此，对北京美厨食品有限公司所持的搭赠商品的行为性质不属于销售的观点本院不予采信。

根据商标法实施细则的规定，经销应知是侵犯他人注册商标专用权的商品，是侵犯他人注册商标专用权的行为。将侵犯北京市糖业烟酒公司“JING TANG”注册商标专用权的绵白糖以赠品形式放入其销售的方便面中，该行为已构成对北京市糖业烟酒公司商标权的侵犯，北京美厨食品有限公司理应承担赔礼道歉和赔偿损失的民事责任。鉴于侵权行为仍在继续，北京美厨食品有限公司应立即停止侵害。法院对北京市糖业烟酒公司因北京美厨食品有限公司的侵权行为而遭受经济损失和商标信誉损失的客观结果予以认可。根据北京美厨食品有限公司侵权行为的具体情节，从采纳权利人受损失的原则出发，并综合考虑商标知名度、侵权人主观恶意程度、危害结果的严重性、工商部门已作出行政处罚的事实以及权利人经济利益的减少与案外其他侵权人有关联性等多方面因素，对具体赔偿数额予以酌定。对北京市糖业烟酒公司提出赔偿其他损失请求的合理部分，法院予以支持。综上，依照《中华人民共和国商标法》第3条、第37条、第38条第(4)项之规定，一审法院判决：一、北京美厨食品有限公司在其销售的商品中不得搭赠侵犯北京市糖业烟酒公司“JING TANG”注册商标专用权的商品；二、北京美厨食品有限公司就其侵犯北京市糖业烟酒公司的“JING TANG”注册商标专用权一事向北京市糖业烟酒公司书面致歉；三、北京美厨食品有限公司赔偿北京市糖业烟酒公司经济损失10 000元；四、北京美厨食品有限公

司赔偿北京市糖业烟酒公司商业信誉损失40 000元；五、北京美厨食品有限公司赔偿北京市糖业烟酒公司因诉讼而支出的其他合理费用2 000元。

北京美厨食品有限公司不服原审判决，提起上诉。理由是：上诉人没有销售假冒北京市糖业烟酒公司注册商标的商品——绵白糖，也不知道其通过正当渠道购进的绵白糖是假冒商品。因此，不应承担法律责任。根据我国《商标法》及其《实施细则》的规定，侵犯注册商标专用权的行为在客观上表现为销售或者经销侵权商品。上诉人并没有销售或经销购进的绵白糖，只是将其作为礼品赠与消费者。上诉人并不否认赠送绵白糖的目的是促进自有产品的销售，但促销本身并不是销售，且促销也是国家法律、法规所允许的行为。原审判决自行解释法律，将上诉人的赠与行为认定为销售行为，实属不当。上诉人在购糖时，并不知悉所购进的绵白糖是侵权商品。上诉人与北京市糖业烟酒公司从未有过业务往来，而是通过合法的购物场所和渠道购买绵白糖，其主观上无过错。即使上诉人的行为构成侵权，侵权赔偿额应为上诉人所获得的利润或北京市糖业烟酒公司因此所受到的损失。而事实上，上诉人并未因此获得利润，北京市糖业烟酒公司也没有证据证明其因此受到了损失。请求二审法院维护上诉人的合法权益，维护法律的尊严。

北京市糖业烟酒公司服从一审判决。

### **【二审法院审理结果】**

二审法院经审理认为，根据我国商标法的规定，经销明知或者应知是侵犯他人注册商标专用权商品的，是侵犯他人注册商标专用权的行为。北京美厨食品有限公司曾多次从北京市丰台糖业烟酒公司购买北京市糖业烟酒公司生产的“JING TANG”牌绵白糖，对该商品的外包装、产品质量及价格均应有所了解，经市工商局门头沟分局查处的北京美厨食品有限公司作为赠品放入其