

2015年6月(总第一期)



铭天知识产权周刊

Intellectual Property Consultant

北京铭天知识产权代理有限公司 铭天知识产权顾问部 主办



北京铭天知识产权代理有限公司

地址：北京市西城区马连道路 19 号茶马大厦 15 层（100055）

网址：www.ming-tian.com

微信公众号：MeanCare

电话：400-8650075；010-83204505

邮箱：mcip@meancare.com

传真：010-63326276

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★

2015 年 6 月（总第 1 期）

2015 年 6 月 1 日（周刊）

主 办：北京铭天知识产权代理有限公司
北京铭天知识产权顾问部

《铭天知识产权》编辑部

顾 问：钟磊 王春雨 苑丁

主 编：高宏丽 副主编：

赵 珊

编 委：李颖 杨东霞

地 址：北京市西城区马连道路 19 号茶马大厦 15 层（100055）

电 话：400-8650075

传 真：010-63326276

邮 箱：mcip@meancare.com

网 址：www.ming-tian.com

《铭天知识产权》简介

北京铭天知识产权代理有限公司（以下合称为“公司”），系经国家工商行政管理总局商标局备案登记，以及国家知识产权局、版权局认可的综合性专业法律服务机构。公司总部位于北京，毗邻国家商标局，具有良好的地理优势。并且通过多年的努力，公司在行业内建立了广泛、长期、紧密的合作关系，能够为客户提供包括但不限于商标、专利、版权等全方位的知识产权法律服务，尤其在驰/著名商标认定、商标风险代理方面取得了显著成就。

同时铭天公司通过多年的努力，在司法、行政等政务主管和职能部门中树立了良好的工作形象，并在与各行各业客户的知识产权业务合作中，亦建立起了良好的职业信誉。依托良好的社会关系网络，以及与国家商标局、国家知识产权局专利局等政府主管部门顺畅的工作沟通，公司在中国驰名商标认定、著名商标认定、商标风险处理、商标行政诉讼、知识产权战略制定等业务上，具备得天独厚的优势。

自成立以来，铭天公司一直致力于知识产权领域或法律的研究与实践，始终坚持“专业、高效、细致、热情”的服务宗旨，根据客户的需要提供个性化、系统化、全方面的纵深法律服务，协助客户将知识产权管理工作深入到企业的每一个环节中。凭借高水平的专业团队与高标准的服务方式，铭天正成为行业中的佼佼者。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

铭天动态 | 行业资讯 | 典型案例 | 客户风采

目录

铭天动态

铭天团队的十渡行	4
新网站改版上线	5

行业资讯

王老吉“玩火”品牌授权?品牌存价值稀释隐患	6
苹果手表遭遇专利问题 至少年底前不能在瑞士上市	8
公证服务对于知识产权保护为何如此重要?	9

典型案例

从“ZARA”商标异议案看异议程序修改的成功与不足	10
雅培诉英氏9款米粉罐侵权获赔百万	14

客户风采

铭天客户之全聚德	16
--------------------------------	----



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

铭天动态

铭天团队的十渡行

【作者：铭天知识产权】



明媚的阳光，总是让人不忍辜负，这次公司组织大家来到了著名的避暑胜地，位于北京市房山区的十渡风景区。我们走出都市，享受大自然营造的美丽氛围，这是公司为“犒劳”大家在这一段时间的辛勤付出，也是丰富我们的生活，增强大家之间的团结协作能力。

这次我们选择的是自驾游，早上迎着朝阳出发，一路上大家欢声笑语，其乐融融。第一天：真人cs大战，酣畅淋漓、游览著名景点孤山寨，挑战高空吊桥、水上竹筏戏水打闹、烤全羊宴举杯畅饮，共享美食。

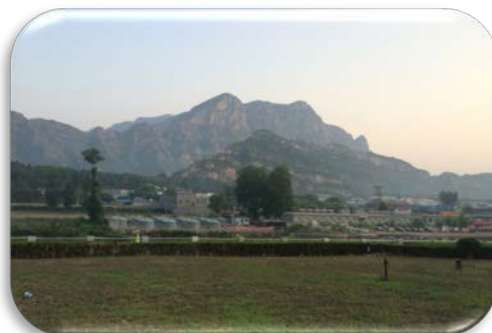
晚上枕着青山，闻着流水入眠，轻松惬意。
第二天：水上漂流，刺激痛快，全身湿透也无惧。



终于到达目的地-十渡风景区



cs 大战前，先来个大合影



青山层峦叠嶂好不美丽



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

新网站改版上线

【作者：铭天知识产权】



尊敬的客户您好：

感谢大家一直对北京铭天知识产权代理有限公司的支持，公司为了进一步服务广大客户，增进用户体验，我们针对性对网站进行了改版，并于2015年5月份正式推出新版网站。网站网址不变，主域名仍然为 www.ming-tian.com，新版网站，内容更为美观、直接，更有利于广大用户体验，希望新老用户一如既往的支持我们。

新版网站特点：

新版网站首页进行全方位改版，功能更为直观，使用更为便捷。

网站首页导航栏目清晰，公司业务一目了然，更有利于客户对网站的了解与使用，同时，增加了网站最新公告的实时播报。如下图：

🔊 最新动态：铭天知识产权为龙图教育提供知识产权法律服务 (05-29)

新增加了商标查询栏目，客户可以把自己的商标按照要求填写，我们查询好后会立即回复。

🔍 商标查询

确定

为了更好服务客户我们一直在努力，欢迎您通过以下联系方式给我们留下宝贵意见，我们竭诚为您服务！

咨询热线：400-8650075

感谢您对北京铭天知识产权代理有限公司工作的支持和关注！

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★

行业资讯

王老吉“玩火”品牌授权 品牌存价值稀释隐患

【来源：网络整理】



一、被授权企业市场认可度低

从加多宝手中夺回“王老吉”品牌三年后，广州医药集团有限公司(以下简称“广药”)选择将该品牌授权给他人。近日市面上出现多款“王老吉荣誉产品”。有知情人士透露，这些产品系广药授权而来，并非王老吉品牌产品。业内人士表示，广药品牌授权的目无非是想通过授权扩张品牌，赚取收入。但对于仍与加多宝进行凉茶决战的王老吉而言，过早的延伸品牌、过度消耗品牌基因和联想度，等同于自杀。

二、多款“王老吉”产品面市

细心的消费者会发现，最近北京的一些便利店、超市货架上多了一款写有“王老吉荣誉产品”的自然畅牌麦芽糖饮料，猛一看该产品的金色包装与加多宝新装有些“撞衫”，而“王老吉”三个大字更容易让人产生疑惑：难道广药除了王老吉红罐凉茶之外，又做其他饮料了？该产品在北京完成铺货的同时，网络上则出现了多款同样写有“王老吉”三个

大字的新品。它们分别是功能饮料吉动力和吉悠品牌下的乳酸菌饮料和谷物饮料。

同上述自然畅一样，这三款产品瓶体上明显标注“王老吉大健康荣誉产品”字样，一时间，做凉茶起步的广药走上多元化产品路线的猜测四起。

不过，上述猜测则遭遇到了王老吉红罐凉茶出品方王老吉大健康相关人士的否认。“王老吉还是凉茶品牌，并没有生产其他饮料。”但该人士又承认，上述三款产品确实与王老吉有关系。“上述吉悠和吉动力产品都是去年8月上市的，是广药将王老吉品牌授权给湖南吉智食品有限公司生产的。”该人士进一步补充。

此外，北京商报记者还发现，上述自然畅的瓶体上标注，该产品的出品方是广州白云山星群(药业)股份有限公司。自然畅官方网站也介绍，自然畅是广药继王老吉红罐凉茶后，新推出的一款益生元系列产品。而广州白云山星群(药业)股份有限公司又是广药旗下制药企业。

自然畅是兄弟公司出品的产品，吉悠和吉动力是广药授权品牌给第三方企业生产的新品，一位长期观察广药动向的业内人士向北京商报记者总结道：“看来，这三款产品都不是王老吉这个商标下的产品，只是借助王老吉的品牌在做宣传。”

三、品牌授权的双重目的

所谓品牌授权，指的是授权者将自己所拥有或者代理的商标或品牌以合同的形式授予被授权者使用。被授权者可以按照合同内容从事经营



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

活动，并向授权者支付相应的权利金。食品饮料行业战略定位专家徐雄俊指出，品牌授权通常情况下需要企业在行业内有足够的背书能力，换句话说就是拥有强大的品牌市场基础。“被授权者之所以花钱买品牌的使用权，也是想借助品牌影响力提升产品的影响力，而王老吉品牌是有足够的满足这一条件的。”徐雄俊坦言。

实际上，不论是打开自然畅的官方网站，还是登录湖南吉智食品有限公司的网页，除了产品本身介绍外，关于“王老吉”品牌的介绍是其最重要的内容之一，可见其对王老吉的重视。自然畅官网称，王老吉创始于清道光年间，距今已有180多年历史，2010年“王老吉”品牌评估为1080亿元，成为中国第一品牌；而湖南吉智食品有限公司则介绍称，广药是国家非物质文化遗产凉茶配方中国驰名商标“王老吉”商标持有人。

然而对于授权方而言，品牌授权也有着两大好处：一为迅速扩张品牌影响力；二为依靠权利金获取商业利益。

一位接近广药的不具名人士向北京商报记者透露，广药其实早在2011年、2012年就已开始大量授权其品牌，当时的做法是直接“用王老吉”的品牌，一时间市面上出现了王老吉品牌的固体凉茶、龟苓膏、固元粥等多款产品。“王老吉通过品牌授权，做到了短期内扩大该品牌的影响力，市面上随处可见各类王老吉品牌的产品。

除此之外，广药还能够赚取不菲的收益。”该人士进而称。就以他所了解的一家被授权公司为例，其与广药签订的品牌授权期为2013-2028年，每年的权利金为500万元。“现如今，广药

与被授权公司的合作方式也有所转变，现在的产品不能用王老吉的品牌，而只能以该品牌作为背书。广药方面会向被授权单位提供产品设计、采购、生产、营销等多项服务。”



四、品牌价值透支的风险

在徐雄俊看来，品牌授权不仅需要品牌强大的背书能力，更需要授权单位拥有严谨的品牌管理原则和体系作为支撑。而在广药的被授权单位看来，这一点又是其致命弱点。王国华(化名)所在的企业于2013年与广药签订了品牌授权合同，此后广药为其设计了两款饮料新品，2014年末开始向市场铺货。虽然起步不久，但王先生已萌生退意。

“新品市场反响极其不理想。首先，新品在口味、配方、包装的设计上都很落后；其次，在市场推广上也没有做大。而我们公司与广药之间的沟通又很不顺利，这也导致我们并没有背靠王老吉品牌得到跨越式的发展，相反已大不如前。”王国华称，首先广药内部的审批复杂程度远远超过了他们的想象，大大降低了企业的效率；其次，广药与被授权企业间的双重标准也让双方产生了很多摩擦。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

“例如，我们更愿意选择知名度较高的代工厂，广药却不同意，而按照合同内容，在这些环节上广药占据了绝对的话语权，我们只能服从。”

王国华称，王老吉品牌龟苓膏、固体凉茶等众多产品的销声匿迹也从侧面反映了广药品牌授权的失败之处。“我们企业可谓深受其害，如果照此继续，我们只能提前结束合约。”

一方面被授权公司叫苦连天，另一方面王老吉的品牌价值也在被授权的路上不断稀释。王国华直言：“依托王老吉打市场的产品越多，王老吉的品牌力就会走弱。在消费者的眼里，王老吉等同于凉茶，而现在王老吉品牌随处可见，其聚焦力也就大打折扣了。”

徐雄俊进而指出，知名食品企业做品牌授权是极少见的，他们更加愿意追求品牌的聚焦。然而广药却反其道而行之，将代表凉茶的王老吉品牌不断嫁接到其他产品上，“这也就意味着王老吉品牌在消费者心中的认知在不断被稀释，这对于品牌而言是绝对的伤害。然而从凉茶市场而言，王老吉或许不再能代表凉茶，而这恰恰又给广药老对手加多宝提供了可乘之机”。

针对广药品牌授权中存在的问题，北京商报记者向广药予以求证，但截至记者发稿，并未收到对方回复。

苹果手表遭遇专利问题 至少年底前不能在瑞士上市

【来源：网络整理】



据英国路透社 4 月 6 日消息，瑞士广播业者 RTS 在其网站上称，受知识产权因素影响，美国消费电子公司苹果至少今年年底前不能在瑞士推出其最新智能手表。

根据瑞士知识产权联邦机构的文件，受 1985 年一项专利权影响，苹果公司不能在瑞士使用苹果形象，或“苹果”字眼推出其智能手表。

RTS 称，重新贴在 RTS 网站上的这一文件是由行业杂志 Business Montres & Joaillerie 发布的。该专利权将于今年 12 月 5 日到期，其目前属于 William Longe，他拥有第一个申请该专利的手表品牌 Leonard。

苹果没有立即回应路透要其置评的要求，另外由于不在常规工作时间，路透没有立即联系到苹果手表将于 4 月 24 日在九个国家上市。

全球最大手表生产企业瑞士斯沃琪 3 月对苹果的智能手表作出还击，宣布计划在手表内装上廉价的可编程芯片，以使从中国到芝加哥的佩戴者可以通过手腕上的刷卡功能进行支付。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

公证服务对于知识产权保护为何如此重要？

【来源：IPRdaily】

公证服务对于知识产权保护为何如此重要？我们可以这样分析，在民事司法审判中“谁主张，谁举证”的一般原则下，如当事人举证不能，将承担败诉的风险，而当事人的利害相关性又使得仅依靠其自身所取得的证据证明效力较弱，较容易为对方所质疑，但是公证书在证据效力上具有优势地位，便于解决知识产权侵权行为隐蔽性强和权利人举证难问题，越来越多的人希望通过公证机构收集、固定和保存证据，这样，知识产权权利人提供的证据将更加真实、准确、全面和充分，有利于当事人在纠纷解决中维护自身合法权益，也有利于人民法院公正高效地审理知识产权民事纠纷案件。

与知识产权相关的公证业务有很多种，几乎覆盖知识产权各领域，比如：1、主体资格公证，如营业执照公证等；2、声明书、（委托书）公证，如商标转让声明，授权办理相关申请手续、登记手续等；3、合同、协议公证，如商标权转让协议；4、保全证据公证，如侵权证据的固定；5、保管业务，如文学作品保管；6、与知识产权保护相关的涉外涉港澳台公证等。

根据司法部律师公证工作指导司、中国公证协会联合发布的数据显示，2006年至2013年办理的知识产权相关的公证中，保全证据类公证占比过半，总量第一。

基于保全证据公证的重要性，下面我们就来讲一讲保全证据公证。



首先，我们来介绍申请人主体资格的要求。

一本公证书打开，正文第一句就是申请人，冒号。那么什么人可以申请保全证据公证呢？什么是适格的申请主体？

最重要的有两点，一是申请人与申请公证的事项有利害关系（“公证程序规则”第十九条第一款第一项规定：申请人与申请公证的事项有利害关系），二是要符合管辖的要求。（《办理保全证据公证的指导意见》第四条：保全证据公证管辖：由当事人住所地、行为或者事实发生地的公证机构受理。）

举一个例子：一个人发现市场上有仿造迪斯尼卡通图案的毛绒玩具，觉得侵犯迪斯尼的著作权、商标权，认为这是个商机，兴高采烈的来公证处申请保全他购买侵权产品的行为，这种情况是不可以受理的，因为没有迪斯尼公司的授权，与保全事项没有利害关系。

再举一个例子，权利人是河北省一个小县城的公司，他在当地发现有销售侵犯他专利权的侵权产品，这个公司作为申请人是适格的。但是他考虑到县城里人口很少，基本是熟人社会，如果找当



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

地公证处，担心打草惊蛇，致使保全行为失败，希望让异地的公证处来保全证据。可是根据《办理保全证据公证的指导意见》第四条：保全证据类公证应当由当事人住所地、行为或者事实发生地的公证机构受理。当事人住所地、行为或者事实发生地都是河北省，外省市的公证处不能受理。怎么办？

为了解决这个问题，我们先要了解什么是“利害关系人”。

利害关系人分为两类，一类是拥有实体法上请求权的主体，比如商标权人、专利权人、著作权人等，他本人就是适格的申请人。一类是对法律关系主体权利或法律关系有管理权、处分权的主体，比如权利人的代理人，代理的律师事务所，代理的知识产权代理公司等等。

对于这类人成为申请人是有比较严格的限制的。实践中，要在授权委托书上明确注明：代理人有权以自己的名义调查取证、申请办理公证。还有一种做法，权利人不采取委托代理的方式，而是要求权利人通过签订协议的方式，将其调查取证的权利让渡给他人，约定他人享有对涉嫌侵权行为调查取证的权利，将他人变成调查取证权利人，并有权以自己的名义申请保全证据公证。这样可以很好的解决外地的权利人通过公证机构所在地的当事人申请证据保全公证的问题。

针对上面这个案例，这家公司后来找了一个北京的律师事务所代理，按照上面的要求签订明确的授权书或者协议书，以律师事务所为申请

人，律师事务所在北京，这样北京的公证处就拥有了保全证据公证的管辖权，可以受理该保全证据的公证了。

典型案例

从“ZARA”商标异议案看异议程序修改的成功与不足

【来源：知产力】

ZARA

近日，有媒体报道称，福州一位开美发店的老板周先生“傍大牌”成功抢注“ZARA 中英文商标”（“ZARA”和“飒拉”），允许在“美容、美发”等行业使用。文章还指出，针对该事件有律师提醒，“如果 ZARA 公司准备穷尽救济程序，周先生有可能还会吃官司”。①据了解，此案系一起商标异议及复审案，商标局和商标评审委员会对异议人蒂则诺纺织工业公司

（“ZARA”服装商标所有人）的异议理由均未支持，商标评审委员会的异议复审裁定系在 2013 年《商标法》生效之后做出，②因《商标法》限制了异议人的救济途径，此案异议人没有权利提起行政诉讼，被异议商标由此获准注册。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

本文拟从此案考察商标异议程序修改的成功与不足。

2013年《商标法》对异议当事人救济方式的修改

2001年《商标法》对商标异议案件实行“行政两审、司法两审”的“四审终审制”，行政两审是指异议案件由商标局异议裁定，当事人不服可以申请复审，由商标评审委员会做出异议复审裁定。

司法两审是指当事人对商标评审委员会异议复审裁定不服可以起诉，从而进入行政诉讼程序，实行两审终审。商标法修改过程中，考虑到“提出商标异议的主体和理由过于宽泛、程序过于复杂，影响了申请人及时获得商标注册”^③，同时，因实践中异议成立的比例很低，据统计，2009年至2011年商标异议案件，经商标局裁定异议成立的，分别只占异议案件总数的15.76%、17.93%和17.10%，^④这在一定程度上说明多数异议理由欠充分，使得异议程序可能成为一方妨碍、拖延对方商标注册的不正当竞争的手段。

因此，商标法修改对异议程序进行了简化，即“删除了商标局对商标异议进行审查作出裁定的环节，规定商标局对商标注册异议进行审查后直接作出准予或者不予注册的决定。对商标局认为异议不成立、准予注册的，异议人可以请求宣告该注册商标无效；对商标局认为异议成立、不予注册的，被异议人可以申请复审。对无效宣告决定或者复审决定，当事人不服的，还可以依法提起诉讼。

这样，既省略了对商标局异议裁定的复审、诉讼程序，又保障了异议人、被异议人获得救济的权利。”^⑤经过此次修改，《商标法》第35条第三款的规定，被异议人不服商标局做出不予注册决定的，可以向商标评审委员会申请复审，被异议人对商标评审委员会的复审决定不服的，可以向人民法院提起诉讼。

《商标法》第35条第二款的规定，异议人不服商标局做出的准予注册决定，异议人不得向商标评审委员会申请复审，也不得向人民法院起诉，只能等到该商标注册后，依法向商标评审委员会请求宣告该注册商标无效

而且，根据《商标法》第35条第三款的规定，只有被异议人对商标评审委员会复审决定不服可以起诉，这就意味着在商标局做出不予注册决定但被异议人提出复审，而商标评审委员会做出准予注册复审决定，原异议人也不得起诉，但可以依法向商标评审委员会请求宣告该注册商标无效。

成功：权利取得及时性

本次商标法修改限制异议人提起复审和诉讼，杜绝了异议人利用商标异议程序拖延被异议人（商标注册申请人）的商标注册，最大程度地方便了被异议人及时获得商标注册，取得商标权。

本案中，商标局依据2001年《商标法》做出异议裁定（2013年《商标法》生效之前），异议人不服商标局裁定提出复审。商标评审委员会在2013年《商标法》生效之后做出裁定，准予被异议商标注册。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

依据《商标法》第 35 条第三款的规定，异议人（复审申请人）蒂则诺纺织工业公司无权提起行政诉讼，被异议人（复审被申请人）顺利获得商标注册。

如果依据 2001 年《商标法》，异议人仍可提起行政诉讼（一审、二审），即使最终法院维持商标评审委员会裁定，被异议人获得商标注册的时间亦会拖延 1-2 年。因此，与 2001 年《商标法》相比较，被异议人取得商标权的及时性得到了大大增强。

不足 1：权利稳定性减弱

我国自 1958 年对商标注册采用一次公告注册制度，即“对申请注册的商标，经审查核准，即予注册，并刊登《商标公告》。但是，此种制度由于商标注册前未经公布征询意见，容易在商标注册后产生商标争议”。

1982 年《商标法》对此作了必要的调整和改变，“采用了两次公告注册的办法，即对申请注册的商标，经初步审定同意后，先予刊登《商标公告》征询意见，在规定期限内无人提出异议，或者提出的异议经裁定不能成立，始予注册，并再次予以公告。

这种办法与改变全面注册是相适应的，有利于完备商标注册程序，减少商标注册后的争议，更好地保护商标专用权”。⑥由此可见，商标异议程序的设置系以“征询意见”为手段，以“完备程序、减少争议”，维持“权利稳定性，更好地保护商标专用权”为目的。



2013 年《商标法》一方面限制异议人提起复审和行政诉讼，另一方面允许其在被异议商标注册之后提出无效宣告请求，由此可能带来商标注册后的无效宣告增加，同时使商标专用权的稳定性有所减损。

诚如上述报道中的律师所言“如果 ZARA 公司（蒂则诺纺织工业公司）准备穷尽救济程序，周先生有可能还会吃官司，虽然已经打了四年官司，但这仅是商标注册前的异议程序。

根据《商标法》，ZARA 公司作为驰名商标所有人，仍可以在五年内请求商标评审委员会宣告该注册商标无效，对恶意注册的驰名商标所有人不受五年的时间限制”。⑦就本案而言，如果周先生实际使用该商标并有所投入，也存在因蒂则诺纺织工业公司对该商标向商标评审委员会提起无效宣告请求而最终被裁定宣告无效的风险。

不足 2：程序之“简”与“繁”

本次商标法修改简化的异议程序，方便了商标注册申请人（被异议人）及时获得商标注册，但其取得商标权的稳定性有所减损。

如果异议人穷尽法律程序，在异议不成功之后提起无效宣告请求，则商标注册申请人获得较高稳定性所要经历的程序并未减少，甚至可能有所增加。

就本案而言，（异议人）蒂则诺纺织工业公司若针对周先生商标提起无效宣告请求，则该商标的可注册性最多需经过无效宣告的行政一审（商评委裁定）和司法两审程序，加上之前的异议案件行政两审，共五审程序才会有最终结果。



但是，依据 2001 年《商标法》，本案异议人可以提起诉讼，则经过司法两审有关于该商标的可注册性即会有生效判决。

而且，依据 2001 年《商标法》第四十二条的规定，异议人对该商标不得再以相同的事实和理由申请商标评审委员会（商标争议）裁定。⑧自理论而言，因限制异议人复审及诉讼而引发的程序繁琐，可能存在如下几种情形：

1、商标局准予被异议商标注册——异议人向商标评审委员会申请无效宣告——商评委做出裁定——双方当事人不服均可提起诉讼可进入司法两审程序。此种情形为“四审”：异议一审、无效宣告三审（行政一审、司法两审）。

2、商标局不予被异议商标注册——被异议人不服申请复审——商评委准予注册——异议人向商评委申请无效宣告——后续程序同 1。此种情形为“五审”：异议两审（行政两审）、无效宣告三审（行政一审、司法两审）。

3、商标局不予被异议商标注册——被异议人不服申请复审——商评委不予注册——被异议人提起诉讼——一审判决撤销商评委裁定（准予注册）——异议人向商评委申请无效宣告——后续程序同 1。此种情形为六审：异议三审（行政两审、司法一审）、无效宣告三审。

4、商标局不予被异议商标注册——被异议人不服申请复审——商评委不予注册——被异议人提起诉讼——一审判决维持商评委裁定，不予注册——被异议人不服提起上诉——二审判决撤销一审判决（准予注册）——异议人向商评委申请无效宣告——后续程序同 1。此种情形为七审：异议四审（行政两审、司法两审）、无效宣告三审。

5、商标局不予被异议商标注册——被异议人不服申请复审——商评委不予注册——被异议人提起诉讼——一审判决维持商评委裁定，不予注册——被异议人不服提起上诉——二审判决撤销一审判决（不予注册）——被异议人申请再审——再审判决撤销二审判决（准予注册）——异议人向商评委申请无效宣告——后续程序同 1。此种情形为八审：异议五审（行政两审、司法两审、司法再审）、无效宣告三审。

不足 3：异议人权利救济缺失

TRIPS 第 62 条之 5 规定“经本条第 4 款所指的任何程序作出的终局行政决定，均应接受司法或者准司法当局的审查。但异议不成立或者行政撤销不成立的，只要该程序的依据能够在无效诉讼中得到处理，即应无义务对该决定提供司法审查”。由此可见，对于异议不成立或者撤销不成复审，异议人只能在被异议商标注册后提出无效宣告，完全符合上述规定的要求，故无所谓权利缺失。

立的行政裁决，成员国没有义务提供司法审查。2013 年《商标法》限制异议人提出复审，异议人只能在被异议商标注册后提出无效宣告，完全符合上述规定的要求，故无所谓权利缺失。

但是，在被异议商标注册后，异议人对该商标提起无效宣告请求；商标注册人（原被异议人）实际使用该商标，异议人对其商标使用行为提起侵权之诉，该如何处理？《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》第一条第二款规定“原告以他人使用在核定商品上的注



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★

院应当根据民事诉讼法第一百一十一条第

（三）项的规定，告知原告向有关行政主管部门申请解决”。

如果固守这一规定，对上述情形下原异议人提起的侵权之诉不予受理，则对其在先权利保护殊为不利，一定程度上构成权利救济缺失。

以本案为例，若如报道所称，周先生实际使用“飒拉 ZARA”商标开美发店，⑨而（异议人）蒂则诺纺织工业公司对该商标提起无效宣告请求的同时，对其实际使用行为以侵犯驰名商标为由提起侵权或者不正当竞争之诉，若严格适用上述司法解释规定，对（异议人）蒂则诺纺织工业公司的起诉应不予受理，对（异议人）蒂则诺纺织工业公司而言，就是一种权利救济缺失。

结语

本文对异议程序修正的成功与不足的分析属于理论分析，尤其是关于因限制异议人复审及诉讼而引发的程序繁琐的推演更是如此。

但愿上述理论推演仅停留在理论层面，实践中绝无仅有。

而且，本理论推演尚不包括商标局异议决定或者后续程序中对被异议商标“部分准予注册、部分不准予注册”的情形，因为此种情形将会使上述理论推演的程序更加复杂。此外，对因限制异议人提出复审或者诉讼，被异议商标获得注册后投入实际使用，而在先权利人（异议人）提起侵权之诉的，应当给予其必要的权利救济，否则有失公平。



关爱未来 享受生活

雅培诉英氏 9 款米粉罐侵权获赔百万

【新闻来源：中国质量新闻网】

因认为 9 款“英氏”婴儿营养米粉罐侵犯了公司享有的外观设计专利，雅培贸易（上海）有限公司（以下简称雅培公司）将生产、制造、销售商湖南英氏营养食品有限公司（以下简称英氏食品公司）、江西枫树生态科技食品有限公司（以下简称枫树食品公司）、湖南英氏乳业有限公司（以下简称英氏乳业公司）、北京乐友达康科技有限公司（简称乐友公司）、邵阳市兴华塑胶有限公司（简称兴华塑胶公司）诉至法院。

近日，北京市朝阳区法院作出一审判决，认定侵权成立，判决除乐友公司以外的其余 4 被告共同赔偿经济损失 100 万元、合理费用 31395 元，同时判令 5 被告停止制造、销售或许诺销售侵权米粉、销毁库存米粉罐成品、半成品、模具。法院经审理查明，雅培制药公司享有名称为“容器”及外观设计专利，该专利至今有效。

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★

而“英氏-首尝亲衡加铁营养米粉”等9种的罐装米粉产品，其外观设计与雅培公司享有专利权的外观设计相比，除主视图中雅培公司涉案外观设计开口处有3个圆点而被控侵权外观设计无该3个圆点、俯视图中被控侵权外观设计有两条波浪线条而雅培公司涉案外观设计无该波浪线外，其余设计均基本相同。

诉讼中，英氏食品公司、枫树食品公司、英氏乳业公司、兴华塑胶公司亦认可涉案被控侵权的米粉罐与雅培公司享有专利权的外观设计相同或近似。

涉案9款米粉分别在乐友公司各门店、乐友网站、英氏官方网站、天猫商城英氏旗舰店销售、当当网等均有销售，且销量可观。法院经审理认为，涉案米粉罐与雅培公司涉案外观设计相比，仅有两处细微不同，其余设计均基本相同。对一般消费者而言，两者整体视觉效果基本相同，故两者构成近似的外观设计。

根据米粉罐上标注的生产者信息，以及英氏食品公司与枫树食品公司签订的协议，可以确认英氏食品公司和枫树食品公司是涉案罐装米粉的生产者。在涉案米粉罐上标注有英氏乳业公司的电话、网址、商标；英氏乳业公司网站上介绍其建有米粉生产基地，并展示有涉案被控侵权的米粉产品；英氏乳业公司还将涉案米粉罐申请了外观设计专利权。

从这些事实可以看出，尽管涉案罐装米粉上未标注英氏乳业公司的生产者身份，但其实际上也是生产者之一。

故涉案米粉产品实际上是由英氏食品公司、枫树食品公司、英氏乳业公司共同生产的。

鉴于使用何种米粉罐需由英氏食品公司和枫树食品公司决定，枫树食品公司需对兴华塑胶公司设计的米粉罐样品签字确认后再行制造，加之英氏乳业公司将涉案侵权米粉罐申请外观设计专利，故应当认定涉案侵权米粉罐由英氏食品公司、枫树食品公司、英氏乳业公司共同委托兴华塑胶公司设计、制造。

英氏官方网站、天猫商城“英氏旗舰店”均由英氏乳业公司、英氏食品公司共同经营。在英氏官方网站、“英氏旗舰店”上均有使用涉案侵权米粉罐的米粉产品展示和销售，故英氏食品公司、英氏乳业公司共同实施了许诺销售侵权产品的行为。

根据乐友公司提供的销售出库单，可以确认英氏食品公司向乐友公司提供了使用有涉案侵权米粉罐的米粉产品，故英氏食品公司实施了销售侵权产品的行为。乐友公司的网站上展示有涉案米粉产品并实际销售，故其实施了许诺销售、销售侵权产品的行为。

综上，上述4被告的行为均以生产经营为目的，均未经雅培公司的许可，构成了对雅培公司涉案专利权的侵害，应当承担相应的侵权责任。最后，法院认定雅培公司100万元的赔偿请求于法有据，应予支持。

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★

客户风采

铭天客户之全聚德

【作者：铭天知产】



中华著名老字号——“全聚德”，创建于1864年（清朝同治三年），历经几代全聚德人的创业拼搏获得了长足发展。

“不到万里长城非好汉，不吃全聚德烤鸭真遗憾！”在百余年里，全聚德菜品经过不断创新，形成了以独具特色的全聚德烤鸭为龙头，集“全鸭席”和400多道特色菜品于一体的全聚德菜系，备受各国元首、政府官员、社会各界人士及国内外游客喜爱，被誉为“中华第一吃”。敬爱的周恩来总理曾多次把全聚德“全鸭席”选为国宴。

1993年，中国北京全聚德集团（以下简称“集团”或“全聚德集团”）成立；2003年，集团与北京华天饮食集团共同组建聚德华天控股有限公司；2004年，与首旅集团、新燕莎集团实现战略重组，仿膳饭庄、丰泽园

饭店、四川饭店进入全聚德集团，股份公司更名为中国全聚德（集团）股份有限公司；2007年，“全聚德”在深交所挂牌上市。

全聚德集团成立以来，秉承周恩来总理对全聚德“全而无缺，聚而不散，仁德至上”的精辟诠释，发扬“想事干事干成事，创业创新创一流”的企业精神，扎扎实实地开展体制、机制、管理、营销、科技、连锁经营、企业文化、精神文明建设八大创新活动，确立了充分发挥“全聚德”的品牌优势，走规模化、现代化和连锁化经营道路的发展战略。

现已成为汇聚全聚德、仿膳、丰泽园、四川饭店等众多京城老字号品牌，涵盖烧、烤、涮、川、鲁、宫廷、京味等多口味，拥有100余家成员企业，年销售烤鸭600余万只，接待宾客近2000万人次，品牌价值百亿元的餐饮集团。“全聚德挂炉烤鸭技艺”和“仿膳（清廷御膳）制作技艺”分别被列入国家级非物质文化遗产项目；前门全聚德烤鸭店门面被公布为“北京市文物保护单位”。

在取得良好经济效益的同时，全聚德集团还先后被中央文明办、全国总工会、国家商务部、国家质检总局、中国商业联合会等单位授予“全国文明行业示范点”、“全国五一劳动奖状”、“全国质量管理先进企业”、“国际餐饮名店”、“国际质量金星奖、白金奖和钻石奖”、“国际美食质量金奖”、“全国商业质量管理奖”、“中国十大文化品牌”、“中国餐饮十佳企业”、“中国最具竞争力的大企业集团”、“北京十大影响力企业”和“北京城市名片”等荣誉。

★ 您的明天，铭天的视野



放眼未来，选择铭天 ★



“全聚德”在享有极高声誉的同时，也不免遭遇被侵权的命运，或利用“全聚德”及旗下品牌的知名度打擦边球行为，在打击侵权、“反傍”的过程中，“全聚德”态度坚决、力度非常大

2014年7月，全聚德集团因“仿膳”商标行政纠纷案被张某作为第三人诉至法院。在接到北京市第一中级人民法院的传票后，全聚德集团迅速委托北京铭天知识产权代理有限公司代理其参与案件的诉讼程序。

作为该案的代理人，北京铭天知识产权公司的郑剑军律师对该案进行了详尽的分析，在规定期限内就两个引证商标的实际使用及享有较高知名度事实的证据进行了补强，并提交了陈述书及相关情况说明，为该案做了大量的诉讼准备工作。

庭审中，也就案件要争议焦点即诉争商标是否与引证商标构成类似商品上的近似商标进行了充分的陈述、辩论。最终，法院驳回了张某的诉讼请求，维持商标评审委员会的请求，全聚德集团因“仿膳”商标的行政纠纷案全面胜诉。

全聚德集团“反傍”行动再一次取得胜利。



★ 您的明天，铭天的视野

放眼未来，选择铭天 ★



北京铭天知识产权代理有限公司

地址：北京市西城区马连道路 19 号茶马大厦 15 层 邮编：
100055

电话：400-8650075

网址：www.ming-tian.com 微信：

MeanCare 新浪微博：铭天知识产权团队