



2015年7月第4期 （总第4期）



铭天知识产权周刊

MeanCare Intellectual Property



（封面—“铭天知产”百里峡户外拓展活动完美收官）

《铭天知识产权周刊》编辑部



2015年7月第4期 （总第4期）

2015年7月22日（周刊）

主 办：《铭天知识产权周刊》编辑部

顾 问：郑剑军

主 编：罗丽娅 李颖

副主编：杨冬霞 赵姗

编 委：杨冬霞 赵姗 高宏丽 钟磊

王春雨 苑丁

地 址：北京市西城区马连道路 19 号

茶马大厦 15层（100055）

电 话：400-865-0075 / 010-83204505

传 真：010-63326276

邮 箱：mcip@meancare.com

网 址：www.ming-tian.com

微 信：MeanCare

《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。



目 录

铭天动态	4
“铭天知产”百里峡户外拓展活动完美收官.....	4
铭天商标观点：商标被提出“撤三申请”后怎么办?	5
观正影视公司聘请铭天知识产权律师为常年法律顾问.....	8
行业咨询	9
央视在线播《甄嬛传》 乐视诉其侵权.....	10
上半年我国发明专利申请受理量同比增长20.9%.....	11
典型案例	12
“五谷丰登”商标侵权案尘埃落定.....	12
欧莱雅状告“洗脸神器”.....	13
“大白兔”雪糕悄然走红被指侵权.....	14
客户风采	17
铭天客户之中视云投文化产业投资有限公司.....	17



铭天动态

“铭天知产”百里峡户外拓展活动完美收官

【作者：铭天知识产权】

2015年7月26日，北京铭天知识产权代理有限公司（以下简称“铭天知产”或“铭天”）“2015年夏季户外拓展团建活动”在“野三坡百里峡”顺利结束。此次为期两天的拓展团建活动中，全体成员出色地完成了百里峡登山、野三坡漂流等活动任务，达到了公司预期的活动目的，以“完美”画上了句号。



2015年7月24日17时45分，“铭天知产”团队顺利搭上了6437次列车，踏上了去往拓展团建活动目的地——野三坡百里峡的征程。伴随着列车与铁轨合奏的乐音以及窗外令人流连的山水画，团队顺利抵达百里峡。那里的夜，静谧而安逸，充满了宁静夏天的气息，不时还有从河床边传来哗啦啦流水声，所有这一切冲淡了大家旅途的疲惫感，舒适的进入了梦乡。全

体队员只待第二天清晨太阳缓缓升起，开始拓展项目中的重头戏——登山与漂流。

天静静的亮了，全体队员八点整装待发，在活动策划人的带领下向着“百里峡”进发。在欣赏过“百里峡”清澈的湖水，自然的“水帘洞”，天然的瀑布，“一线天”的峡谷奇景后，我们来到了山峰脚下，在这里，2947级台阶的爬行任务摆在了全体队员的面前，是完成还是放弃，我们必须做出选择。最终，全体队员坚定的选择了“攻克2947”，因为铭天知产团队是“不轻言放弃”的，这也是团队一直不变信念。



虽然烈日当头，阳光直射，团队仍然在核心人员的鼓励、带动、帮助下，全部完成了爬行任务，其间，有过大汗淋漓，有过腿脚酸疼，有过气喘吁吁，但最终无一掉队，无一受伤，安全的从山脚爬上了山顶，又从山顶下到山脚，完美的诠释了我们的口号“不轻言放



弃”，同时，“一个也不能少”也是我们团队坚守的原则。

在经过一个中午的休整后，我们又奔向了另一项重要任务——漂流的地方。到达目的地后，大家整齐划一，各自快速地穿上了救生服，两人一组，登上了漂流筏。在这个任务中，活动策划人还安排了“打水仗”游戏，即大家根据各组的实力选择水战或备战工具，最终谁先到达目的地，又没有被打湿，就算胜利。漂流在大家激烈的互相“厮杀”中展开，和着欢声笑语结束了任务，回到岸边，有的队员被浇的全身湿透，有的干净无水，“洋洋自得”。漂流任务让大家开心之余，也体会颇深，团队成员之间需要默契配合并且方法得到，才能打赢对手，取得胜利。



晚间，团队在紧张的任务完成之后，放松的观看了“印象野三坡”，华美炫丽、真实生动的节目让团队成员了解了百里峡的历史，体会到了它的人杰地灵。



本次拓展团建活动增强了团队成员的凝聚力，磨砺了团队成员的意志，坚定了团队成员的信念，为铭天知产更好、更快的发展增强了信心。

铭天知产，团结一致，相信铭天会更好。

您如有何问题需要咨询，敬请随时拨打北京铭天官方热线电话：400-865-0075或010-83204505，或者直接联系与您对接工作的知识产权律师和顾问，铭天知产团队会为您提供更好、更优质的服务。

铭天商标观点：商标被提出“撤三申请”后怎么办？

【作者：铭天知识产权】



您的商标是否被他人提出了“撤三申请”



呢？您的商标是否存在被他人提“撤三申请”的风险呢？被提出“撤三申请”后又该做些什么呢？您是否为商标的这些事而惴惴不安？今天由铭天知识产权律师来为您支支招。

所谓“撤三申请”，是撤销连续三年不使用注册商标申请的简称，是指已经注册的商标没有正当理由连续三年不使用，被他人依法提出撤销注册商标的一种申请程序。

《商标法》第四十九条第二款规定“注册商标成为其核定使用的商品的通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。商标局应当自收到申请之日起九个月内做出决定。有特殊情况需要延长的，经国务院工商行政管理部门批准，可以延长三个月。”

依据上述法律规定可以看出，“撤三申请”是任何人或任何单位都可以提出的，申请的主体不受任何限制。因此，在实践中，被提出“撤三申请”的注册商标比比皆是。而如果您的商标已被核准注册达三年以上，又从未实际使用过，同样面临着被他人提出“撤三申请”的风险，应该加以重视。

当然，如果您的商标已经被提出“撤三申请”了，也不要紧张，因为，商标被提出“撤三申请”，并不意味着就一定被撤销，如果您

能在被提出撤三申请后，及时做好证据收集整理工作，您的商标还会继续有效，并能正常使用。

那具体应该怎么做呢？下面铭天知识产权给您支招。

首先，您的商标被提出“撤三申请”后，您会收到商标局下发的《提供注册商标使用证据通知书》，在收到该通知后的两个月内，您必须提供被申请商标的使用证据，如果未在规定的两个月期限内提供证据，又不说明未商标使用的理由，您的商标就会被撤销。

其次，那是不是提供了证据就意味着商标不被撤销呢，那可不一定，您所提供的证据要足以证明商标进行了使用，未连续三年停止使用，才能保证商标不会被撤销。

商标法上的商标使用，是指商标的商业使用，根据《商标法》第四十八条的规定，是指“将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用来识别商品来源的行为”。

下面铭天知识产权律师为您介绍下商品商标及服务商标使用的具体表现形式：

1、商品商标使用的具体表现形式：



(1) 采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将商标附着在商品、商品包装、容器、标签等上，或者使用在商品附加标牌、产品说明书、介绍手册、价目表等上；

(2) 商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括使用在商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据等上；

(3) 商标使用在广播、电视等媒体上，或者在公开发行的出版物中发布，以及以广告牌、邮寄广告或者其他广告方式为商标或者使用商标的商品进行的广告宣传；

(4) 商标在展览会、博览会上使用，包括在展览会、博览会上提供的使用该商标的印刷品以及其他资料；

(5) 其他符合法律规定的商标使用形式。

2、服务商标使用的具体表现形式：

(1) 商标直接用于服务场所，包括用于服务的介绍手册、服务场所招牌、店堂装饰、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、奖券、办公文具、信笺以及其他与指定服务相关的用品上；

(2) 商标用于和服务有联系的文件资料上，如发票、汇款单据、提供服务协议、维修

维护证明等；

(3) 商标使用在广播、电视等媒体上，或者在公开发行的出版物中发布，以及以广告牌、邮寄广告或者其他广告方式为商标或者使用商标的服务进行的广告宣传；

(4) 商标在展览会、博览会上使用，包括在展览会、博览会上提供的使用该商标的印刷品及其他资料；

(5) 其他符合法律规定的商标使用形式。

您在收集注册商标的使用证据时，铭天知识产权律师还得再提醒您应该注意的几点：

第一，证据中所体现的商标要与注册商标保持一致；

第二，证据中要能体现出注册商标标识；

第三，要注意证据的形成时间

以上提供的证据，尽量能够相互映证，形成证据链，这样才能保证您的商标有可能不被撤销。

铭天认为，总的来说，提供商标使用证据，具有专业性和技术性而这项工作又关于您的商标的得失，我们建议您尽量把证据工作做的细致，或者找商标领域专业人士进行咨询。

希望铭天知识产权律师给您支的招能帮到



您，请您继续关注铭天知识产权商标观点。

观正影视公司聘请铭天知识产权律师为常年法律顾问

【作者：铭天知识产权】

2015年7月10日起，北京铭天知识产权代理有限公司（“北京铭天”）郑剑军律师正式受聘担任北京观正影视文化传播有限公司（“观正影视公司”）的常年法律顾问，将为公司提供为期一年的法律顾问服务。

观正影视公司，是一家致力于影视娱乐集电影、电视剧、唱片、娱乐、电视栏目、节目以及艺人经纪培训等领域为一体的专业综合性影视娱乐传媒投资制作企业，目前正与某卫视合作，摄制大型季播真人秀节目。公司虽属初创，但因创始人有着较强的法律意识及先进、科学的管理意识，而使其表现出了强劲的发展趋势和动力。

为了使公司稳步快速的发展，打造公司自身的品牌，避免或减少公司在成立发展初期因法律纠纷或争议带来的损失，维护公司的合法权益，北京观正影视公司特聘请了郑剑军律师担任常年法律顾问，并于2015年7月10日与郑剑军律师签订了正式的《常年法律顾问协议》（“协议”）。

根据协议约定，法律顾问的范围包括但不

限于：解答日常法律咨询；协助草拟、修改、审查合同和有关的法律事务文书；协助公司建立并完善包括商标、专利、版权、商业秘密等在内的知识产权管理制度；协助公司建立科学、规范的现代企业法律档案管理制度；协助公司建立健全有关的经营管理制度，根据甲方经营方针的变化，对规章制度进行必要的修改、补充；对公司治理结构或企业运营当中出现的法律问题提供解决意见或建议等，所提供的服务涉及面广，纵贯公司的上层管理及基层业务。

目前，北京观正影视公司与郑剑军律师签订的协议已正式履行。

北京铭天郑剑军律师及其知识产权团队在为影视、文化传媒企业的服务方面具有丰富的经验，曾为包括但不限于如下客户提供过常年或者单项法律服务：湖南芒果娱乐有限公司（专项法律保护）、华夏视听传媒（陈希妍版《神雕侠侣》等金庸剧制作人）、北京紫金长天传媒（专项法律保护）、京楚盛世（北京）文化传媒有限公司（商标法律保护专项）、今古传奇杂志社/湖北今古传奇传媒集团（中国驰名商标认定项目及专项法律保护）、知音杂志社/湖北知音传媒集团（中国驰名商标认定项目）等等。

北京铭天团队还为中国全聚德集团、亚洲



蕉叶集团、井中集团、九州通医药集团、人福医药集团、德国TIPTOP公司、台湾硕天科技、天风证券、红人服饰集团、汉口精武鸭脖等客户提供过常年或单项知识产权法律服务，客户广泛分布于餐饮、食品、家电、商业、特许经营、广告传媒、文化、医药化工、通讯、软件、电信、互联网等不同行业和领域，专业的服务赢得了新老客户的信赖。

您法律服务方面的需求，敬请随时拨打北京铭天官方热线电话：400-865-0075或010-83204505，或者直接联系与您对接工作的商标律师和顾问。

“您的明天，铭天的视野”，放眼未来，选择铭天。

行业咨询

法官告诉你，为什么专利有效但无用？

【来源：科技日报】



目前我国每年涉及专利权的案件有9000多件，如果在专利申请中存在漏洞，权利将很难受到司法保护。今天法官就来告诉你，为什么专利有效但无用？

“专利是保护发明创造的。但为什么我的专利老被模仿，打官司还总是打不赢？”北京市高级人民法院知识产权庭原副庭长、高级法官程永顺经常面对这样的提问。在近日召开的第八届中国发明家论坛创新与知识产权保护论坛上，他用自己接触的众多案例告诉台下的发明人：不要上来就埋怨，要先看看自己的专利是否“靠得住”。

在这位长期从事知识产权案件审理的老法官看来，“靠得住”的好专利有这样的标准：不仅是符合专利性条件取得了专利权，更重要的是权利保护范围清楚、适当，权利稳定。

“如果保护范围不适当，比如范围过小，专利权可能就会有效但无用。”程永顺说。他曾参与过上世纪90年代末，五笔字型专利权纠纷案的审理。计算机在中国刚刚普及时，要想处理中文必须加上一块带中文字库和五笔字型的板卡——“汉卡”，当时售价不菲。国内多家厂家生产这种“汉卡”。如果此专利权纠纷五笔字型权利人王永民胜诉，所有制造“汉卡”的厂商，都要向其支付大笔专利使用费。但1997年，北京市高级人民法院判决，王永民败诉。



程永顺将其败诉的原因归结为专利保护范围过小。“他的专利中说200多个编码多一个不行，少一个不行，变换位置都不行。”王永民耗费7年不断修改的专利将自己的专利保护范围不断缩小，最终描述的“针尖一样小”，如此一来，稍作改动的版本便不在保护范围内。这让他的权利最终没有得到司法的保护。

另一个真实案例更加浅显，一家企业申请了“广式陈皮月饼”的专利，即在月饼中加入陈皮，减少广式月饼的油膩感。被侵权后，权利人迅速起诉，但在庭审中，对方提出专利中提到的保护范围是：月饼中加入“新会陈皮”，但其从未使用来自新会地区的陈皮，不属侵权。最终专利所有人败诉。

专业的事还是要有专业的人去做，程永顺建议“申请专利时要有好的代理人，避免专利保护范围不当”。目前我国每年涉及专利权的案件有9000多件，如果在专利申请中存在漏洞，权利将很难受到司法保护。

央视在线播《甄嬛传》 乐视诉其侵权

【来源：北京晨报】

因认为央视国际和华录公司擅播《甄嬛传》侵犯了自己的著作权，乐视以侵害作品信息网络传播权将央视国际和华录公司诉至法院，要求判令立即停止侵权并赔偿经济损

失6万元。北京晨报记者昨天从海淀法院获悉，该院已受理了此案。



原告乐视诉称，《甄嬛传》（又名《后宫甄嬛传》）由北京电视艺术中心有限公司、上海尚世影业有限公司、北京星格拉影视文化传播有限公司、东阳市花儿影视文化有限公司联合出品，该片片尾标注：“本作品所有版权归属单位东阳市花儿影视文化有限公司”。2012年3月12日，花儿公司出具授权书将《甄嬛传》的独占专有信息网络传播权授权给乐视。

2012年6月25日，乐视在网上购买了华录公司生产的蓝光播放机一台，华录公司官网和天猫“迪美视电器专营店”网店上均宣称华录播放机是“唯一一家支持CNTV的蓝光播放机”，内置有央视国际运营的CNTV（中国网络电视台），并有标识“CNTV中国网络电视台 www.cntv.cn”，称用户连接互联网后，可以通过CNTV中国网络电视台观看45万小时的影视内容。



2013年1月17日，乐视委托代理人将华录播放机连接电视机和互联网，打开“中国互联网电视”页面，在“高清剧场”频道可在线播放《甄嬛传》。

乐视认为，二被告通过合作方式，未经授权而向用户提供《甄嬛传》的在线播放服务，侵害了乐视的信息网络传播权，应当共同承担侵权责任。故此，乐视诉至法院，要求二被告立即停止侵权，并赔偿经济损失6万元。

目前，此案正在进一步审理中。

上半年我国发明专利申请受理量同比增长20.9%

【来源：知识产权报】



日前，从国家知识产权局获悉，今年上半年，国家知识产权局共受理三种专利申请112.4万件，同比增长20.5%。其中，发明专利申请受理量达42.4万件，同比增长20.9%，占三种专利申请受理总量的37.7%；实用新型和外观设计专利申请受理量分别为47.1万件和22.9万件，同

比分别增长28.5%和6.4%。

据了解，在我国上半年受理的发明专利申请中，来国内的申请量达36.1万件，同比增长24.6%，占总量的85.1%；国外来华申请量达6.3万件，同比增长3.6%，占总量的14.9%。而在国内发明专利申请中，职务申请达29.1万件，占比达80.6%；非职务申请7.0万件，占比19.4%。

此外，今年上半年，我国共授权三种专利74.9万件，同比增长26.4%。其中，发明、实用新型和外观设计专利授权量分别为16.1万件、37.6万件和21.2万件，同比分别增长49.2%、17.3%和29.3%。在授权的发明专利中，国内授权11.7万件，同比增长52.7%，占比达72.7%；国外授权4.4万件，同比增长40.7%，占比达27.3%。国内发明专利授权中，职务发明授权10.6万件，占90.6%；非职务发明授权1.1万件，占9.4%。

据国家知识产权局有关负责人介绍，今年上半年我国专利申请与授权主要表现出三大特点：一是专利申请受理量同比增长较快，其中，发明专利同比增速较上年同期提高10.1个百分点，实用新型专利增长率居三种专利之首；二是三种专利授权同比均实现快速增长，发明专利授权量同比增长最为迅猛；三是职务发明所占比重保持稳定，国内发明专利申请受



理量中职务发明所占比重稳定在8成以上，国内发明专利授权量中职务发明所占比重达到9成。

典型案例

“五谷丰登”商标侵权案尘埃落定

【来源：中国知识产权报】



7月15日，广东省高级人民法院对珠海格力电器股份有限公司（下称格力公司）诉广东美的制冷设备有限公司（下称美的公司）、珠海市泰锋电业有限公司侵犯注册商标专用权上诉案作出终审判决，认定美的公司侵犯了格力公司涉案注册商标“五谷丰登”专用权，并判令美的公司停止侵权、赔偿格力公司合理的维权费用。

据了解，2010年2月，格力公司提出第8059133号“五谷丰登”商标的注册申请。2011年4月，该商标被核准注册，核定使用在第11类电热水器、电饭煲、电扇等家用电器商品上。

2011年11月和2013年1月，格力公司在珠海

市泰锋有限公司、苏宁公司公证购买了贴有“五谷丰登”标识的美的公司生产的“五谷丰登”系列家用空调。

2013年11月，格力公司以美的公司在同一种商品上侵犯涉案“五谷丰登”注册商标专用权为由向珠海市中级人民法院提起诉讼，并索赔500万元。

后珠海市中级人民法院对该案作出一审判决，认定美的公司侵犯了格力公司的“五谷丰登”注册商标专用权，并赔偿格力公司经济损失380万元。美的公司不服提出上诉。

美的公司上诉称，该公司系作为产品系列名称使用“五谷丰登”标识的，属于正当、善意的使用，并非作为商标使用；其使用的“五谷丰登”图案与格力公司“五谷丰登”注册商标并不相同，两者存在明显差异，因此不会造成相关公众混淆误认，美的公司未构成商标侵权。

对此，格力公司则表示，美的公司使用“五谷丰登”标识在格力公司“五谷丰登”商标的申请注册日之后；美的公司将“五谷丰登”标识贴在家用电器类商品上，起到了标识商品来源的作用，在法律上即为商标性使用。

另外，格力公司在法庭上表示，美的公司侵权产品多达19款，生产、销售持续时间较



长，并且以商业秘密为由拒绝向法庭提供被诉侵权产品的相关数据，生产销售侵权产品的利润应高于一审所确定的380万元赔偿额。

广东省高级人民法院经审理认为，一审判决认定美的公司侵犯了格力公司涉案注册商标专用权，并判令美的公司停止侵权、赔偿格力公司合理的维权费用，认定事实清楚，适用法律正确，二审予以维持，但一审判决对格力公司涉案注册商标在美的公司实施被诉侵权行为之前是否已经实际使用，以及判决美的公司需要赔偿格力公司经济损失380万元，属认定事实不清，适用法律错误。

欧莱雅状告“洗脸神器”

【来源：解放日报】



淘宝、京东上热卖的一款“洗脸神器”引起欧莱雅（法国）公司的注意。欧莱雅公司认为，相关产品抄袭了自己的核心技术，于是以侵害发明专利权为由提起诉讼。近日，上海一中院一审判决三家被告公司停止侵权行为，连

带赔偿经济损失100万元，并支付合理费用23万元。

公证人员见证下保全证据

欧莱雅公司早前通过收购方式，从美国一家机构受让了“个人护理工具的震动刷头连接系统”发明专利。察觉到这项专利疑似被网上热卖的洗脸机侵权后，欧莱雅公司在公证人员见证下，进行了证据保全，并核实生产、销售这款洗脸机的主要是注册地址分别为香港、上海的两个母子公司以及杭州某经销商。

之后，将这三家公司告上法庭，要求对方停止制造、销售和许诺销售侵权产品，销毁侵权产品及设备、图纸等相关实物和资料，赔偿经济损失600万元，支付律师费、调查费等50万元。

被告之一的香港公司辩称，欧莱雅公司通过受让方式获得发明专利，不符合专利法关于创造性的要求，应属无效。杭州的经销商则辩称，自己通过香港公司书面授权对这款洗脸机进行运营和销售，相应法律责任应由香港公司承担。同时指出，接到诉讼后已停止产品运营，遣散人员及闲置办公设备，故不存在侵权故意，不应承担赔偿责任。被告之一的上海公司未到庭应诉。

庭审比对确认与专利技术特征相同



经庭审比对，法院认为被控侵权产品的相应技术特征与欧莱雅公司此款专利的技术特征相同，构成侵权。

对于杭州经销商坚称自己“并不知情侵权行为”的陈述，法院查明：香港公司的现任董事长兼法人代表，同时也是上海公司的股东，又是杭州经销商的出资人和董事，故无法认定杭州经销商对于侵权行为不知情。

此外，公证证据表明，杭州经销商在欧莱雅公司提起诉讼后仍在销售被控侵权产品。据此，可认定杭州经销商应承担民事赔偿责任。

根据淘宝等购物网站页面显示，截至2014年5月，三家侵权公司至少销售这款洗脸机7万余件，获利超过1500余万元。法院认为，因销售网站存在刷单行为以抬高销售记录的情况，故相关数据仅可作为参考因素。

综合涉案专利权类型、专利保护范围、被控侵权产品的实际销售情况等，法院最终确定欧莱雅公司遭受的实际经济损失为100万元。据此，市一中院作出一审判决。

“大白兔”雪糕悄然走红被指侵权

【来源：北京青年报】



“大白兔竟然出雪糕了！”最近，不少北京市民都买到了一种名为“经典大白兔冰棍”的雪糕，外观看起来和流行的大白兔奶糖几乎一样。这个消息被发到网上后，很多人四处寻找想尝尝这种雪糕到底是什么口味。但大白兔奶糖生产商上海冠生园昨日表示，带有“大白兔”字样的冰棍并非冠生园生产，打假办目前正在对此事进行调查。律师表示，“大白兔雪糕”和大白兔奶糖尽管有着相似的名字和外包装，但是否侵权不好界定。

流行

“大白兔”雪糕形似奶糖

最近，北京青年报记者在南锣鼓巷附近的几家小商店里看到一种雪糕，名为“经典大白兔冰棍”，外观看起来几乎和大白兔奶糖一样，白色的小兔子，蓝色的花边。打开后，是一种奶白色的冰棍，吃起来和普通奶油雪糕味道差不多。大白兔雪糕就摆在小商店门口的冰柜里，冰柜上贴着宣传标语“大白兔雪糕小时



候的味道”。在这几家商店里，大白兔雪糕有的被卖到5元，有的卖4元。在北青报记者在这几家商店前逗留的几分钟时间里，每个商店都有七八个顾客来买。“大白兔竟然出雪糕了！”好几名顾客看到雪糕后不由自主地发出感慨，还有的顾客直接说“这就是大白兔雪糕啊”，早已听说过。几名顾客在买到雪糕后还拍照留影，想要在朋友圈秀一秀。

其实在几天前，微博上就有网友上传“大白兔雪糕”的照片，说口味介于双棒儿和雀巢牛奶棒之间，很有童年记忆。这条微博迅速得到了很多人的关注，数以万计的转发量和评论量。大家都在询问这种雪糕到底在哪里能买到，想尝尝到底是什么口味。不过也有网友问，大白兔奶糖是上海的，为什么“大白兔雪糕”上海没有卖。

寻找

“大白兔”雪糕东北造

据商店店主介绍，这种“大白兔雪糕”是最近一个星期刚上的产品，比较受游客的欢迎。雪糕并不是北京当地产的，都是从外地进来的，从北京批发雪糕的厂商处买不到这种雪糕。这种雪糕的供货商每隔三四天直接送货到店铺里来，是跟“东北大板”等雪糕一起，不需要商家上门进货，就连店铺用的冰柜都是厂家直接提供。

北青报记者按照雪糕包装纸上提供的电话联系到生产厂家和经销商。这种雪糕的制造商是辽宁省鞍山市台安县黄沙坨镇四季冷饮店。电话拨过去，有东北口音的女子接的电话。女子表示雪糕是这里生产，销售是代理商负责。

而北京地区的总代理是一名姓赵的先生，他介绍，“大白兔雪糕”有国家出具的产品检测报告，在大包装袋上成分也写得很清楚，安全问题不用担心。目前在北京多个地方都有经销商，大量购买可以送货上门，售价是2元一根，一箱大概有40根。赵先生表示，“大白兔雪糕”是新产品，最近在北京卖得很好。

否认

“大白兔雪糕”与奶糖无关

就在公众对“大白兔雪糕”充满期待时，大白兔奶糖的生产商上海冠生园表示，大白兔是国家驰名商标，只有奶糖、硬糖和花生牛轧糖三个大类，从未生产过冷饮。带有“大白兔”字样的雪糕并非冠生园生产，冠生园也没有授权任何个人和厂家生产。目前，冠生园打假办工作人员正在对此事进行调查。

而“大白兔雪糕”的北京代理商赵先生对此表示，大白兔并没有冷饮，是东北的生产厂家首创了大白兔的冷饮，最近这种雪糕特别火，很多“吃货”慕名寻找和购买。这名代理商称，



消费者可以放心买，“大白兔雪糕”没有侵权，如果大白兔奶糖认为侵权可以到法院去告，告赢了库存自会被查封。但没有侵权，“大白兔雪糕”就会继续生产售卖。

对比

外包装的图案有很大区别

奶糖和雪糕外包装乍一看大体一致，但又有所不同。首先，“大白兔雪糕”名字是“经典大白兔冰棍”，带有“大白兔”字样，但并不完全一样。再从外包装上看，虽然大体相似，但也有很多不同。最直接的是雪糕的包装纸要比大白兔大一倍以上，名字的字体也不一样。

再比如包装纸上印的小白兔图案，奶糖是小白兔头部的侧面照，而雪糕是头部正面照。奶糖的小白兔是蹲坐式，雪糕是跳跃式。奶糖英文名叫“WHITE RABBIT”，雪糕叫“DA BAI TU”。包装纸上的黑色背景中有一蓝一红两块标记，这两处在奶糖和雪糕上的位置又不一样。

探讨

来看，“经典大白兔冰棍”中“经典”二字只是修饰语，主体仍然是大白兔，外观又与奶糖大体一致，这是种有意的模仿。生产厂家也是看中了“大白兔”的知名度高，积累了这

“大白兔雪糕”是否侵权很难界定

两种东西看起来很像，但又不太一样，这种相似度较高的商品是否涉及侵权。对此，北青报记者咨询了知识产权领域的律师王剑冰。王剑冰认为，“大白兔雪糕”有不正当竞争的嫌疑，但是否侵权不好界定。从商标上来说，大白兔是国家驰名商标，国家出于对驰名商标的保护会把商标的保护范围扩大，但大白兔没有生产过冷饮，所以对大白兔奶糖的保护范围能否扩大到冷饮范围还不确定。

另外，从外包装上说，判断是否侵权一般是以消费者和普通人的标准，看消费者是否会出现误认和混淆产品的可能。但这一标准也并不是非常明确。所以界定是否侵权有些困难。

王剑冰介绍，一般情况下涉及侵权的是同类产品，相对好界定，但产品不一样，跨行业就很难说。如果厂家认为涉嫌侵权可以向工商部门举报，或者起诉。

王剑冰也表示，如果从不正当竞争的角度么多年的声誉，利于自己的商品开拓市场。因此，可以说“大白兔雪糕”有不正当的嫌疑。



客户风采

铭天客户之中视云投文化产业投资有限公司

【作者：铭天知识产权】



中视云投文化产业投资有限公司（“中视云投公司”）于2011年8月成立，由国有企业云南省投资控股集团有限公司与云南江佑实业有限公司和中央电视台旗下的国有企业中央新闻纪录电影制片厂（集团）共同出资组建，注册资金10000万元，公司总部位于北京市北三环中路中央新闻纪录电影制片厂，拥有4万平米的动漫大厦。

中视云投公司在专注于动漫产业、影视集团（成功代理驰名商标项目）、今古传奇传媒集团（成功代理驰名商标项目）等期刊杂志行业中的知名企业提供过综合或单项的知识产权法律服务。

产业、文化创意产业的同时，也十分重视商标等知识产权的保护。通过对多家知识产权法律服务机构筛选比对，中视云投公司最终确定铭天知识产权一家，作为其2015年度商标法律服务供应商。

作为中视云投的商标法律顾问，铭天知识产权将对该公司所有已申请注册的商标进行密切跟踪监测，第一时间向公司反馈商标注册申请的流程、商标状态，为中视云投提供全方位的知识产权服务。

中视云投以动漫产业投资、影视剧投资、院线投资、院线运营管理及文化综合体、文化产业引导基金为主要经营目标，紧紧围绕“一个窗口”、“三个平台”的战略定位，致力于打造成为文化产业全链产业资本运作平台。

铭天知识产权服务的影视传媒企业除中视云投公司，还包括华夏视听环球传媒（《天龙八部》、《神雕侠侣》影视剧的出品人）、北京紫金传媒文化有限公司、湖南芒果娱乐有限公司、第七印象影视传媒有限公司（《老炮儿》电影）等，并为湖北知音

除上述客户外，铭天知识产权现有客户包括但不限于九州通医药集团、人福医药集团、井中集团、黎昌集团、亚洲蕉叶集团、三环集团、华佗国药公司、德国TIPTOP公司、神州数



码、台湾硕天科技、天风证券、红人服饰集团、汉口精武鸭脖、互联网金融团贷网、互联网金融恒昌利通公司等，广泛分布于食品、家电、商业、特许经营、广告传媒、文化、医药化工、通讯、软件、电信、互联网、互联网金融（P2P）等各行业和领域。

在与铭天知识产权合作过程中，铭天知识产权团队的专业、严谨的法律服务获得了客户的高度肯定与认可。未来，铭天知识产权在秉承专业、严谨、诚信的服务理念基础上，将不断创新，与时俱进，以多元化的内容服务客户，满足高端、科技创新型企业在知识产权方面的更多需求，同时，我们也会一如既往的为老客户提供优质的知识产权法律服务。

北京铭天知识产权律师团队，专注于商标专利版权领域的法律问题，为客户提供法律保护的整体解决方案，包括但不限于基础申请、复审、异议、备案、监测、无效宣告、注册登记、行政诉讼、民事诉讼，以及中国驰名商标认定、商标/知识产权战略规划、商标/知识产权常年法律顾问、商标/专利程序加急/疑难案件，等等。如有问题，欢迎您致电400-865-0075或010-83204505，或者登陆我们的官方网站：www.ming-tian.com，关注官方微信平台：MeanCare，或者直接联系与您对接工作的商

标律师或顾问。

您的明天，铭天的视野！



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