



# 铭天知识产权周刊

MeanCare Intellectual Property



(封面—铭天客户之湖北九州通中药产业发展有限公司)

《铭天知识产权周刊》编辑部



**2015年8月第8期 （总第8期）**

2015年8月19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

<b>铭天动态 .....</b>	<b>4</b>
铭天商标观点:商标使用许可的法律风险 .....	4
我与你的一场马拉松.....	7
<b>行业咨询 .....</b>	<b>8</b>
商标被盗用对簿公堂.....	8
商标转让受哪些保护? .....	10
商标起名时你必须参考的法规! .....	11
<b>典型案例 .....</b>	<b>13</b>
青啤商标保卫战 台啤赢了.....	13
晋江金鸡诉法国公鸡商标侵权.....	14
<b>客户风采 .....</b>	<b>15</b>
铭天知识产权为中国惟一中药现代物流示范企业提供商标法律服务.....	15



## 铭天动态

### 铭天商标观点:商标使用许可的法律风险

【作者：铭天知识产权】



商标作为知识产权的重要组成部分，越来越受到企业和经营者的重视，这从我国逐年增加的商标申请注册量便可以看出。同时，在越来越激烈的市场竞争中，商标也已经远不止是区别商品来源的标志，而是成为了企业进行抢占市场的利器，甚至，某些商标已成为一些企业“点石成金”的“宝贝”，并为此拉开了马拉松式的商标争夺战。

当然，也并不是所有的商标都具有较高价值，如果商标申请注册后不使用，不但不能产生价值，连续三年停止使用的情况下，还有可能被商标局撤销或被他人提出撤销申请，最终“灰飞烟灭”。所以，很多商标注册人为了不断提高商标的价值

或避免商标被撤销，想到了一个办法——商标使用许可。

商标使用许可确实有很多好处，对权利人来说，第一，商标许可给他人使用，可以使商标真正发挥作用，避免因长期不使用被撤销的法律后果，同时还可以取得一定的商标许可使用费；第二，在商标没有名气的时候，被许可人的努力经营可能会增加其商标的价值，甚至会使商标价值连城，最典型的例子即“王老吉”商标；第三，对于暂时无力开发更大市场的商标权利人来说，将商标许可他人使用，可以扩大自己产品的市场地域范围，使更多的消费者知晓其商标，有助于权利人下一步的市场开拓。对被许可人来说，在其产品急于投入市场而无商标时，商标使用许可解决燃眉之急；同时，被许可人可借助有影响力的商标进入市场，积累资本和实力，赚取第一桶金。

由此看来，商标使用许可很完美，没有什么问题，这是真的吗？我们的回答当然是“否”。今天，铭天知识产权律师就商标使用许可中可能存在的风险进行分析，与大家共同进一步认识商标使用许可制度。

商标使用许可潜在的法律风险主要有以下三方面：

一、可能对许可使用商标造成价值贬损。



《商标法》第七条第二款规定“商标使用人应当对其使用商标的商品质量负责。各级工商行政管理部门应当通过商标管理，制止欺骗消费者的行为。”

《商标法》第四十三条第一、二款“商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。许可人应当监督被许可人使用其注册商标的商品质量。被许可人应当保证使用该注册商标的商品质量。”

经许可使用他人注册商标的，必须在使用该注册商标的商品上标明被许可人的名称和商品产地。”

从以上可以看出，我国法律明确规定了被许可人保证使用注册商标的商品质量的义务，同时规定了许可人监督被许可人使用注册商标商品质量的权利和义务。

但就产品质量的标准即“度”的把握，未做明确的规定，这就导致了使用注册商标的商品的品质控制宽和严由被许可人自行掌握，没有统一标准。如此情况下，被许可人在利益的驱使下，就有可能降低产品的质量，甚至以次充好，以假充真，欺骗消费者。被许可人的如此做法，会直接导致消费者对该注册商标下的商品全盘否定，即使商标许可人将商标使用在自身生产高品质的商品上，消费者也不一

定买账。这时，商标使用许可用来提升商标价值的目的不但达不到，还物极必反，造成商标贬值。

而被许可人进行的其他违法行为，同样对商品商标价值造成贬损，如娃哈哈偷水事件折射出的问题便是此种情形的典型案例。据悉，前不久，涉事偷水的企业—北京娃哈哈京城桶装水有限公司，是娃哈哈的商标授权使用企业，即通过商标使用许可方式使用娃哈哈商标使用权的，该企业在桶装水产品上使用娃哈哈商标时，通过回拨水表、少报用水量，偷逃百成水费，东窗事发后，顺义区税务局张镇税务所相关负责人也因此向法院受审。虽然娃哈哈在事发第二天便发表声明称，涉事企业系娃哈哈许可的商标使用企业，娃哈哈已经与该公司终止了合作，但此事还是对“娃哈哈”商标造成的较坏的影响。由此事不难看出，被许可人的违法行为会对许可使用的商标造成了极为不利的影响，是对商标价值的直接贬损。

## 二、容易导致发生不正当竞争行为。

商标权利人将商标许可给被许可人使用后，被许可人享有商标的使用权利。

在这个过程中，许多被许可人积累了一定的资本和财富，有了自身开拓市场的实力，便不再想为他人做嫁衣裳，转而想启用自己的品牌，脱离受制于人的状态，这本无



可厚非。然而，有的被许可人却走向了另一个极端，他们申请注册与许可人商标近似的商标，并将打上新商标的产品投入市场。有的许可人还对许可人的商标进行诋毁、贬损，损害许可人的合法权益。有的被许可人公开声明其新的商标才是真正的品牌，其他品牌均为侵犯其商标权的行为，从而误导消费者，以不正当的手段抢占市场。总之，商标使用许可给被许可人利用不正当竞争手段进行市场竞争提供了机会，扰乱了市场秩序。

### 三、许可的商标价值提升后被许可人“收回”，对被许可人造成损失。

上面两方面均从商标许可人角度分析了商标使用许可的风险，而对一些守法经营、遵守市场竞争秩序的被许可人来说，商标使用许可同样也存在法律风险。

被许可人在依合同享有使用商标的权利后，便在自身的产品上使用许可人的商标，在使用过程中，多数被许可人会努力经营并不遗余力的对宣传推广品牌，从而获得消费者的认可。当许可人的商标不断被公众所熟知，成为知名品牌时，商标许可人便会想尽一切办法“收回”商标，利用商标已有的知名度推销自身的产品，再如“王老吉”商标之争。加多宝集团以商标使用许可的方式取得“王老吉”商标

的使用权后，一直在凉茶产品上使用，并通过“怕上火，就喝王老吉”的广告策划迅速打开市场，一度使消费者想到凉茶便想到“王老吉”，但就在“王老吉”凉茶卖的如火如荼的时候，广药集团要求加多宝集团停止使用“王老吉”商标，并为此展开了旷日已久的商标争夺战，最终，法院判决加多宝集团停止使用“王老吉”商标，这对加多宝集团来说，不能不说是极大的损失。

由上可以看出，商标使用许可制度并不是完美的，而是存在着法律风险的，对许可人或被许可人而言，均是不可忽视的问题。但我们的分析也并非要表达商标使用许可制度不可用之意，而是希望通过此文给企业一些提示，正视商标使用许可制度的利与弊，尽量做到放大利而规避弊，有效的利用商标使用许可制度。

当然，商标使用许可的法律风险规避需要法律的不断完善，同时，也需要商标使用许可人及被许可人格尽职守，诚实守信，才能营造一个良好的市场竞争秩序，促进经济的发展。

如您或您身边的朋友有知识产权法律方面的需求，欢迎随时拨打北京铭天官方热线电话：400-865-0075或010-83204505，同时还可以搜索铭天的微信公众号：**Meancare**，扫描二维码关注铭天知识产权。铭天知识产权也



非常欢迎您向我们提供意见或建议，您的要求就是铭天不断努力的方向和动力。

## 我与你的一场马拉松

【作者：铭天知识产权】



从达成合意的那一刻起，你我便来到了一场马拉松的起跑线上。为了顺利到达终点——领取注册证书，你需要提供我真实、准确、完整的申请资料，我则为你提供最为专业的商标意见与细致入微的监控服务。



在我将精心准备的申请材料上报商标局之时，就是这场短则9个月的马拉松发令枪响之际。如果一切进展顺利，枪响后的3至4个月便能到达第一个积分点——领取商标申请受理通知书；枪响后的9个月内到达第二个积分点——无论如何我们将

知晓我们这场马拉松的成绩；在这之后的4-5个月后，如果顺利这场马拉松才划上圆满的句点——领取商标注册证书。

诚然，这场马拉松不是一帆风顺的，各种客观事由与不可控因素会减缓，会中止，甚至会终止我们的比赛。

尽管存在这样那样的困难，但请你相信，我们——铭天知识产权团队会用他们的智慧为你破除种种阻碍，直到云开见日。

2015年8月17日，铭天知识产权流程部领取商标局下发官方文件，其中商标受理通知书1000余件，商标注册证书500余件。商标受理通知书中最早商标申请日为2015年4月，商标注册证书的商标申请时间间隔较大，早晚不一，最早为2011年申请。接下来，铭天知识产权顾问们可要辛苦了，要与下发受理通知书及注册证书的商标申请人取得联系，做好及时通知和回访工作，争取第一时间让客户知晓商标申请信息。



得益于铭天知识产权系统的商标查询、评估、监测、跟踪、沟通、回访的工作流程，以及团队成员一贯坚守的专业、严谨、



诚信的服务理念，铭天知识产权团队商标申请的成功率始终维持一个较高的水平。

未来，北京铭天将继续秉承专业、严谨、诚信的服务理念及各行业广泛的法律服务实践经验为新老客户提供知识产权法律服务，如您或身边的朋友有知识产权相关问题需要咨询，敬请随时电话联系北京铭天，北京铭天官方热线电话为：400-865-0075或010-83204505，或关注铭天微信公众号，与我们进行交流。

## 行业咨询

### 商标被盗用对簿公堂

【来源：南方都市报】



南都讯 记者李京 实习生彭颖琪 珠海一食品企业突遭全面检查，原因是市民投诉其销售不合格产品，但事后证实系另外一家公司假冒其名义在天猫销售牛肉制产品。南都记者近日获悉，经过近两年的诉讼，此事最终以涉事公司赔偿6万元暂告一段落。

### 食品企业突遭检查

2013年“光棍节”后，市质量技术监督局突然来到珠海市鸿锐食品有限公司，对其生产车间开展全面检查。事后，该公司相关负责人才得知，原是一佛山市民投诉其生产不合格的牛肉制产品，并通过天猫商城平台进行销售。

据了解，被该市民投诉的这款“浩甜牌秘制咖喱牛肉干”的产品，是其通过天猫商城在一家名为“浩云食品专营店”的商家处网购的，随后发现该产品存在质量问题。该产品包装袋上的生产商写着“珠海鸿锐食品有限公司”，大陆总经销商则写着“珠海浩亿达贸易有限公司”，于是该市民向珠海市质监局投诉该生产商。

但让鸿锐公司感到纳闷的是，自己并未生产过，也未委托其它企业生产过该产品，而且在自家企业生产的产品当中也无咖喱牛肉片这款产品。该款被投诉存在质量问题的产品到底从哪冒出来的呢？鸿锐公司也开展了调查。

### 五款食品包装疑被冒用

公司称，当时他们调查发现这家名为“浩云食品专营店”的商家，是由珠海浩亿达贸易有限公司开设。该商家在天猫商城销售的食品中，除了被投诉的“浩甜牌秘制咖喱牛肉干”外，还有其它4款牛猪肉制食品的外包装



也都使用了鸿锐公司的厂名、厂址及其食品生产许可证号等信息。

根据鸿锐公司提供的资料，南都记者看到这5款产品分别为“台湾X O酱鲜烤牛肉片”、“浩甜香辣手撕猪肉条”、“秘制咖喱牛肉粒”、“浩甜香辣牛肉粒”、“秘制咖喱牛肉片”，外包装明示生产商为鸿锐公司，并使用了鸿锐公司食品生产许可证号及厂址。

事后经市质监局现场证实，鸿锐公司确实未生产上述不合格产品，鸿锐公司立即将此事反映至市工商部门，并将对方告上了法庭。

### 起诉对方反败诉

原本以为证据确凿的鸿锐公司，没想到这一次的官司竟然败诉了。根据南都记者获取的一审资料显示，浩亿达否认存在冒用、盗用原告名称、地址和生产许可证等行为，因为其与鸿锐公司一直有生意往来，而其网上销售的“秘制咖喱牛肉粒”是代其销售。此外，浩亿达还称，另外的4款涉事食品外包装标签，并未张贴鸿锐公司厂名和厂址等信息，怀疑是鸿锐公司通过网上购买后，将原标签撕下再贴上写有自己厂名和厂址的标签，以伪造证据。

根据一审判决书，法院认为由于上述4款涉事食品上写有鸿锐公司厂名、厂址

及生产批号等内容并非直接印在外包装上，而是以白色标签粘贴，因此存在更换的可能。同时，工商部门在对浩亿达公司现场检查时，并未发现上述使用了鸿锐公司资料的商品，再加上鸿锐公司提交证据不足，因此无法证实浩亿达公司使用了自己公司的信息。

而另外一款“秘制咖喱牛肉粒”，法院认为浩亿达称该商品从鸿锐公司购进并提供证明，而鸿锐公司对于浩亿达公司的说法未能做出合理解释或者提交反驳的证据，所以确认其向浩亿达公司销售过该商品。

法院据此驳回了鸿锐公司包括索赔等在内的所有诉讼请求。据鸿锐公司相关负责人称，这样的判决令大家“大跌眼镜”，“明明就是他们假冒我们的产品，我们怎么还败诉了。”其称，为此鸿锐公司提起上诉。

### 二审胜诉获赔6万

二审法院认为一审判决认定事实部分不清，适用法律不当，并撤销了一审的判决结果，认定浩亿达公司构成不正当竞争，赔偿鸿锐公司经济损失6万元。

南都记者从二审材料中了解到，此前浩亿达在一审中声称与鸿锐公司一直有生意往来，但结合浩亿达公司在同时期与其它厂家之间的经营交易习惯，如果双方存在生意往来，应有相关书面合同或者公司之间账户往



来记录，而浩亿达公司未能提交证据。此外，二审法院还认为浩亿达公司未经许可，擅自在其销售的“秘制咖喱牛肉粒”上，使用鸿锐公司的名称、地址和生产许可证号，其行为容易给消费者造成误导，构成了不正当竞争。

不过，对于另外4款商品的冒用行为，二审法院也没有支持。其原因是鸿锐公司未能提交有效证据予以证明，且鸿锐公司通过浩亿达公司的网店购买的商品实物一直由鸿锐公司控制，且鸿锐公司证人作证时又表示不确定这些商品实物是其购买的，因此未能得到法院支持。

“其实这6万元，就是针对浩亿达销售‘秘制咖喱牛肉粒’时假冒我们公司而获得的赔偿。”鸿锐公司相关负责人表示，虽然二审胜诉，但对判决结果仍不满意，但表示“只能接受”，“一场官司打了快两年，真的有点耗不起。”

## 商标转让受哪些保护？

【来源：搜狐媒体平台】

商标本身是受商标法的保护的，那怕商标没注册。tm的也有保护，只是力度不一样，那么，转让中的商标是否受保护呢？

在商标法中，注册了的商标受保护力度比较大，这个时候，如果商标是A的，

但是A要转让给B，如果没有完成这个转让过程，商标权还是在A手中，这时保护的是A。

如果商标转让过程完成了的话，那么商标权就是B的了，这个时候，保护的就是B的权益了，至于商标转让中，是否有授权，也就是说，如果A在转让给B的过程中，同时把商标授权给C用了，那么在转让过程中，是需要通知C的。

至于商标转让过程中，是否可以授权，这个就很难说了，因为在转让过程中，你不知道这个具体时间，就是到底是A还是B授权，不好说，如果转让完成了，就是B去做，但是没完成的话，还得A做授权，这就是商标转让中的一些保护。



更多具体的商标转让问题，还是咨询一下专家比较好！商标转让，以商标注册证为依据，上面的就是商标注册证，大家看看无





或者不易误导公众的除外

(四) 与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外

(五) 同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的

(六) 带有民族歧视性的

(七) 夸大宣传并带有欺骗性的

(八) 有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。

县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标。但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。

第十一条 下列标志不得作为商标注册：

(一) 仅有本商品的通用名称、图形、型号的

(二) 仅仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的

(三) 缺乏显著特征的。

前款所列标志经过使用取得显著特征，并便于识别的，可以作为商标注册。

第十三条 就相同或者类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混淆的，不予注册并禁止使用。

就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。

这几条法规在商标起名的时候，必须要避开。如果觉得这些这些法规很难理解的话，可以直接找大易开运起名公司专业策划命名。

目前商标起名不能通过商标注册查询的主要原因，在于名称与其它已注册名称有近似，造成商标注册申请过程中失败。近似度的判断一般是由商标局来人为判断的，可能3个人就有3种不同的判断。正因为此，大家一时难以通过审核，请不要着急。

### 三、下面为大家提出几个小技巧。

在商标起名无从下手、不知道自己喜欢什么样名称的情况下，可以找一些现有的商标转让网站、商标注册网站等，先看已经注册通过的本行业商标有哪些，自己喜欢什么样的风格，再往这个风格来起名。(北京铭天知产建议：若非急用商标，我们建议不要进行商标转让买卖，一是漫天要价，二是交接



程序不安全。)

不论是起中文商标、英文商标、还是中文加英文的商标，很主要的一点是避开本行业商标名称中一些常用的字。比如服装行业注册25类商标，这个类别的商标注册得最多，所以常见字有很多。比如“坊”、“阁”这些没有显著性的字最好不要用，“美”、“爱”这些字尽量不能用。比如茶叶商标含有“茗”这个字的商标，基本很难注册了。

至于英文名称，一些简单常见的单词基本不能注册了。

当你起商标名称的时候，首先要做好定位。定位好自己的风格，是要“洋商标”类型的还是要“中国风”类型的。中文加英文的商标名称是以英文商标为主还是以中文商标为主，这个都要先考虑好。

## 典型案例

### 青啤商标保卫战 台啤赢了

【来源：工商时报】

台湾菸酒公司以「上青」为代言口号，登记「台湾青啤及图案」商标，遭代理青岛啤酒的台湾青啤公司反对，认为台湾青啤及图案商标「不具识别性」，易与其青岛啤酒混淆，提告要求撤销该商标。

最高行政法院认为「青」是指新鲜，该商标具有识别性，判决无须撤销，台湾青啤败诉定讞。

代理青岛啤酒的台湾青啤公司指出，台湾菸酒公司在2004年以「台湾青啤」及图案向经济部智慧财产局登记为商标，违反商标法「商标应有识别性、独特性」的规定，因为图案中的麦穗、台湾地图、FRESH等都是—般的符号，没独特性。

台湾青啤举例，麦穗是啤酒原料，许多啤酒商有类似设计，FRESH是指产品新鲜，没有识别性。台湾青啤于2010年提告请求智财局撤销该商标被驳回，提诉愿和行政诉讼都被驳回，再上诉最高行政法院。

法院审理时，智财局反驳，麦穗是啤酒原料，既然被许多啤酒商当成设计重点，台啤也可以拿来当标志之一，其麦穗设计与其他厂牌不同，且一大一小「台湾青啤」设计具有独特性。台湾菸酒指出，商标已注册十余年，由艺人伍佰代言以「上青」为口号，早已为台湾消费者熟悉，不会与青岛啤酒混淆。

最高行政法院指出，就文字字义，台湾青啤寓意台湾的生啤酒，「青」为台语的生、新鲜之意，非指地名的青，FRESH也代表新鲜，加上台湾地图，整个图案给人的印象是指「新鲜的台湾生啤酒」，认定此商标具



有识别性，昨天判决台湾青啤败诉，确定，不能再上诉。台湾青啤商标保卫战确定成功。

## 晋江金鸡诉法国公鸡商标侵权

【来源：时尚头疼网】



因认为注册商标遭到侵权，福建省晋江市莫日克鞋服有限公司将“法国公鸡”的制造商宁波乐卡克服饰有限公司诉至法院，要求赔偿经济损失50万元并停止使用侵权商标、发表道歉声明。日前，海淀法院受理了此案。

莫日克鞋服公司诉称，其公司是第216783号商标的商标专用权人。该商标在国内的最早注册人市上海第一皮鞋厂，申请注册的时间是1984年4月23日，该商标由一只昂首挺立的公鸡图形和“金鸡”文字组成，核准注册类别是国际分类第25类商品上的健身鞋、塑料鞋、皮鞋等。2006年5月26日，莫日克鞋服公司经国家工商

行政管理总局商标局核准，受让取得对该金鸡商标完整的商标专用权，并经多次续展。

自2015年5月开始，莫日克鞋服公司发现，宁波乐卡克服饰有限公司擅自将一枚“整体为大红色，并由上部三角框内站立的一只象形公鸡图形和下部le coq sportif字母组成”的商标印制、贴附、悬挂于其在某购物中心的乐卡克专卖店的墙壁、灯箱等显著位置使用。莫日克鞋服公司认为，侵权商标从外形、构成要素、含义、整体效果等方面，均与在先的金鸡商标构成近似。同时，宁波乐卡克服饰有限公司对外销售的主要产品，就是在先金鸡商标注册核准的同类商品。经查，侵权商标还与第9337836号注册商标构成商标相似（该商标申请人是株式会社迪桑特，首次申请日比在先金鸡商标首次申请日晚27年）。

莫日克鞋服公司认为，宁波乐卡克服饰有限公司的侵权商标与在先金鸡商标不但构成商标构成相似，而且在销售的主要商品上也与在先金鸡商标核准注册的商品类别相同，已经构成莫日克鞋服公司对在先金鸡商标专用权的侵害。

退一步讲，即使法院最终认定宁波乐卡克服饰有限公司使用的侵权商标就是第9337836号注册商标，其也没有得到第9337836号注册商标专用权人株式会社迪桑特的授权使用并备案，或商标转让并核准



登记，不享有对第9337836号注册商标的商标使用权或商标专用权，属于缺乏权力基础的违法使用，同样侵害了莫日克鞋服公司对在先金鸡商标的商标专用权。

综上，莫日克鞋服公司认为，根据上述事实，宁波乐卡克服饰有限公司对侵权商标的使用，给原告造成了巨额经济损失。

目前，此案还在进一步审理中。

## 客户风采

铭天知识产权为中国惟一中药现代物流示范企业提供商标法律服务

【作者：铭天知识产权】



九州通中药公司全称为湖北九州通中药产业发展有限公司，成立于2011年3月，是由中国最大的民营医药企业“九州通医药集团股份有限公司”（简称“九州通”，股票代码 600998）与中国最大的保健酒企业“劲牌有限公司”合资成立，注册资本3亿元。

公司经营范围涵盖中药行业全产业链：种植、生产、加工、中药研发、经营、销售、投资；经营产品包含中药材、普通饮片、精制饮片、贵细中药、现代中药、健康产品等六大类共1000多个品种。现拥有 1 家国家级药用植物工程研究中心，9个国家GAP中药材种植基地，5 家中药饮片生产企业，3 家中药材经营企业，60个国家GSP中药营销机构，以及 70 余家区域公司中药部。

九州通中药公司拥有完善的品种结构和丰富的上下游客户资源，与全国2700多家中药材、中成药企业，以及56000多家医院、药店客户建立了合作关系，业务网络覆盖全国90%的行政区域。2013年实现营业收入13.2亿元，同比增长40%。

近年来，九州通中药公司获得工信部“中药材供应保障平台”、商务部“中药现代物流示范企业”、发改委“国家级药用植物栽培与繁育工程研究中心”等多项荣誉，是国家药监局中药材GAP基地共建共享联盟及湖北科技厅湖北中药产业战略联盟的发起单位，是国家工信部黄连扶持项目、科技部茯苓重点项目、湖北省12.5重大科技专项、工信部中药材可追溯项目的专项实践区，是中国目前唯一一家中药现代物流示范企业。

在未来的发展中，九州通中药公司将重点发展种植基地、药材采购、饮片生产、中药营销、中药物流、中药电商六大网络，实



现全产业链的战略规划布局，努力成为中国中药健康产业最佳服务商。

九州通中药公司在中药产业领域不断发展，努力实现其愿景的同时，始终将知识产权保护作为公司重点项目来抓，并不断寻求专业的知识产权公司进行合作。2013年2月，九州通中药公司与铭天知识产权达成了初次合作，由铭天知识产权为其提供了包括商标查询、注册申请、疑难案件等在内的商标法律服务。

通过初次的合作，九州通中药公司对铭天知识产权专业、诚信的服务给予认可，并最终确定与铭天知识产权达成长期合作关系，现铭天知识产权已为九州通中药公司提供了包括商标查询、商标申请、商标监测等在内的多种商标法律服务，已成为九州通中药公司常年商标法律顾问。

目前，铭天知识产权累计为九州通医药集团、人福医药集团、安徽华佗国药集团、新疆维吾尔药业有限责任公司、湖北诺克特药业有限公司、北京巴瑞医疗器械公司、江苏基药营销管理有限公司、北京万合麟科技有限公司等数十家医药、医疗器械企业提供过单项或综合的知识产权法律服务，在医药行业的知识产权法律服务方面有着丰富的经验，铭天知识产权正致力于打造服务医药行业的专业律师团队，为医药行业的知识产权保护做出更大的贡献。

献。

铭天知识产权的客户中除大量医药行业企业外，还包括广东俊特团贷网络信息服务股份有限公司、恒昌利通公司、深圳市融智投资顾问有限责任公司、国瑞泰控股有限公司、北京瑞钱宝信息服务有限公司、坤元资产管理有限公司等多家金融P2P公司，铭天在互联网金融领域也有着较强的专业能力及丰富经验。

除此之外，铭天知识产权的客户还广泛遍布于餐饮、娱乐、食品、服饰、家电、广告及文化传媒、通讯、软件、房地产、建筑、装修等行业和领域，具体包括但不限于：中国全聚德集团、亚洲蕉叶集团、井中集团、汉口精武鸭脖、红人服饰集团、宁夏瀛海集团、三环集团、德国TIPTOP公司、台湾硕天科技、天风证券、知音传媒、今古传奇杂志、湖南芒果娱乐公司、华夏视听传媒、慕田峪长城等。

铭天知识产权在成立近十年的时间里，服务了近万家企业，凭借专业、严谨、高效、诚信的服务态度，赢得了绝大多数客户的信赖与支持，并通过客户的口碑相传，铭天不断与新客户达成合作。

如您或您身边的朋友有知识产权法律方面的需求，欢迎随时拨打北京铭天官方热线电话：400-865-0075或010-83204505，同时



还可通过微信公众号：Meancare，关注铭天。

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](http://www.ming-tian.com)

微信：MeanCare

新浪微博：铭天知识产权团队