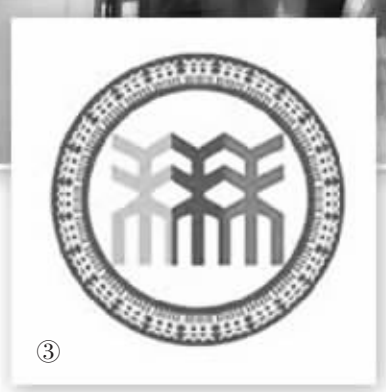
特别关注

□ 本报记者 余 颖

南北“稻香村”商标之争



仔细辨认北京稻香村与苏州稻香村的匾额可以发现，两家匾额的字体不同。图①为北京稻香村匾额，图②为苏州稻香村匾额。

两家食品包装袋上的商标也不同。图③为北京稻香村食品袋商标，图④为苏州稻香村食品袋商标。 本报记者 余 颖摄

都挂着黑底金字的“稻香村”牌匾，都售卖牛舌饼、枣花酥、玫瑰饼，甚至连官网地址 daoxiangcun.com 和 daoxiangcun.cn 都只是一字之差。接连几个消费者看过对比照片后，都疑惑了：“这不就是稻香村吗？有什么区别？”

区别大着呢。那个使用扇形商标，红底白字、写着始于1773年的是苏州稻香村，而使用“三禾北京稻香村”商标的则是北京稻香村。

现在，因为商标纠纷，两家稻香村已经闹上法庭。北京稻香村告苏州稻香村商标侵权，苏州稻香村告北京稻香村商标无效，双方各执一词。

两家都是老字号

消费者可以放心的是，两家稻香村都是老字号，都是真厂家。

苏州稻香村起源于1773年，距今已有243年，当时叫“苏州稻香村茶食店”。当年乾隆皇帝下江南，在苏州品食稻香村糕点后，赞叹为“食中隽品，美味不可多得”并御题匾额，名扬天下。毛笔手写体的“稻香村”字号和招牌至今用在店招、门头和产品包装上。

而北京稻香村起源于公元1895年，金陵人（今南京）郭玉生在北京前门观音寺打出“稻香村南货店”的字号，售卖南味食品。鲁迅先生寓居北京之时，经常前往购物，《鲁迅日记》中有十多次记载。

彼时并无商标保护一说。与客栈爱叫“悦来”、饭店喜欢“迎宾”一样，至新中国成立前，全国各地有众多不同商人开设了稻香村商号。新中国成立后，有些稻香村商号倒闭，有些勉力维持。

保定稻香村就是其中一家。1982年，保定稻香村食品厂要参加当时商业部的评优，需要注册商标，于是厂领导决定申请饼干类“稻香村”圆形及图商标。值得注意的是，这个商标被苏稻称为“稻香村”文字及图商标，而北稻坚持叫做稻香村图形商标，但双方都承认，这是最早注册的“稻香村”商标。1989年，保定稻香村又在糕点类（3006）获得了“稻香村”图形商标。1995年和1999年还被认定为“河北省著名商标”。

上世纪70年代，苏稻和北稻均在艰难恢复中。1984年，北京稻香村请回了老技师刘振英，恢复经营。“那个时候缺乏原料，只能生产牛舌饼、槽子糕、状元饼，还有用点心渣子回炉制作的桂花缸炉。”北京稻香村副总经理尹博回忆说。

而那时苏稻的日子也不好过。1976年，苏州稻香村在苏州观前街恢复经营，成为苏州首批恢复经营的老字号。1980年，苏州稻香村多次更名后，恢复了稻香村字号，但由于退休人员多，负担重，发展缓慢。

由于自顾不暇，北京稻香村和苏州稻香村都没有注意到保定稻香村已经注册了“稻香村”文字及图商标，成为受商标法保护的“稻香村”糕点。根据企业名称登记规定，虽然商标归了保定，但其他地区的企业仍可用“稻香村”作为企业字号，不受影响。

既不影响继续经营，业务上暂时也没有发生交集，所以在很长一段时间内，各家相安无事，各自经营着自己的生意。

商标归属起微澜

这种情况一直持续到2000年前后。

期间偶有波澜。1996年，北京稻香村在饺子元宵类（3007）申请了“稻香村”文字商标。

这是此后争议的焦点。苏稻认为，按照商标分类表，3006和3007同属第30大类，属于近似类别，也就是说在已有一个糕点“稻香村”的情况下，饺子“稻香村”本不该注册。

对此，北稻则提出3006和3007属于两个不同的类似群，原则上不属于类似商品，北稻申请的“稻香村”商标核准注册合理合法。北京稻香村法律顾问明星楠进一步解释说，当时群众生活条件比较差，糕点只是偶尔消费的奢侈品，饺子元宵属于主食，是日耗品，二者差别较大，消费者不会混淆，因此也不构成近似。

而且，各级判决和裁定均认定已有的是“稻香村”图形商标，与北京稻香村注册的“稻香村”文字商标不构成近似，可以达到明确区分商品来源的目的。因此，已有一个“稻香村”图形商标并不妨碍北京稻香村注册已经使用多年的“稻香村”文字商标。

但是，根据记者了解，虽然北稻的产品主要是糕点，但其当时并没有提出在糕点类别注册“稻香村”文字商标，其实际注册和使用的是“三禾”牌。

当时保定稻香村和苏州稻香村对这个新商标的注册没有提出异议，这件事就这么过去了。

最大的变故发生在2002年。由于经营不善，最早注册的保定稻香村和北京新亚食品技术开发公司进行整合，成立了“保定稻香村新亚食品有限公司”。2004年4月，保定稻香村新亚食品有限公司和北京新亚趣香食品有限公司又与苏州稻香村食品厂共同成立了“苏州稻香村食品工业有限公司”，此时最早注册的“稻香村”文字及图商标几经转让后，顺理成章地归到了“苏州稻香村食品工业有限公司”名下。

“搭便车”被诉法庭

2006年，重装上阵的苏州稻香村开始进军北京市场。而此时北京稻香村已是门店遍布北京城、年销售额近8亿元的知名企业。

随着经营日益规范，北京稻香村已意识到自己在糕点类别没有稻香村商标的短板，并先后于2003年至2006年和2008年，分别与当时的糕点类稻香村文字及图商标持有人保定稻香村和苏州稻香村签订商标许可合同，获授权在糕点上使用“稻香村”文字及图商标。

直至2008年底到期后，双方未再续签许可合同，北京稻香村也强调从未真正使用过授权商标，一直只使用自己在饺子元宵类注册的“稻香村”文字商标。

也正是自2008年起，北京稻香村开始向国家工商总局商标局申请糕点类“三禾北京稻香村”商标，被商标局驳回。

“三禾北京稻香村”被驳回后，2010年北京稻香村在包括糕点等商品上申请注册“北京稻香村”商标。奇怪的是，减少了“三禾”两个字的这一商标的申请注册，且遭到苏州稻香村的强烈反对，但仍然于2014年被获得批准。

对此，苏州稻香村援引媒体报道和北京工商局的网站新闻，认为是北京市工商局做了大量工作。不过，“北京稻香村”商标注册已成事实，苏稻也只能暂时接受。

另一方面，北稻同样有点“郁闷”。苏稻进入北京市场后，两家的产品本来就接近，牌匾同样是黑底金字，苏稻的部分产品上还标注了“北京特产”字样，普通消费者很难辨别。苏稻在京东、淘宝开设的店铺名称叫“稻香村旗舰店”，销售产品包括传统京味糕点京八件、北京礼物等，甚至还有专门的“北京特产”专区。

“既然苏稻宣传自己是稻香村商标的持有者，为什么要说自己是北京特产，还把苏稻的商标和生产地址放在包装最不起眼的地方？”尹博指着一盒苏稻麻团上的“北京特产”字样大声指责，“他们这明显就是‘搭便车’！”

由于产品和包装太过类似，消费者经常混淆。尹博也表示，每年北稻都会接到很多投诉，一问，许多都是投诉苏稻的。

为避免混淆，北稻将苏稻告上法庭，要求苏稻停止使用与北京稻香村文字商标近似的商标，并且在牌匾上加注苏州字样。这当然遭到苏稻的拒绝。“苏稻都用了200多年的商标，要区隔也是北稻区隔。”苏州稻香村法务顾问罗铭君认为，北京特产不是北京稻香村的另一特有名词，他们之间也没有建立对应关系，所以北京特产“搭便车”纯属无稽之谈。

苏稻反诉待裁定

这不是两家稻香村第一次打官司了。2014年，他们就曾因商标纠纷诉诸法律。

2006年，由于稻香村图形组合商标过于繁琐，苏州稻香村公司设计了新商标，以匾额上使用了200多年稻香村字样外加扇形边框，向商标局申请扇形稻香村商标。2009年，商标局初步审定公告，初步核定使用在“糕点、面包、饼干”等商品上。

然而在公告期内，北京稻香村公司提出异议，认为苏稻的新扇形商标与北稻1996年在饺子元宵类申请的“稻香村”三字商标构成类似商品的近似商标，且得到商评委的支持，苏稻的扇形商标被判无效。

这下苏稻不干了。“当初北稻能够注册下来商标，是因为商标局在审核商标申请的过程中认同了北稻所注册的商标，已经体现了公权力机关对‘商标不近似’且‘商品不类似’的一种认可；同时，北稻作为原与保稻具有商标许可合同关系的企业，还申请‘稻香村’作为其商标，其从法律逻辑上也必然是主张‘商标和商品都不近似’。怎么现在苏稻申请的时候，糕点就和饺子元宵变成类似商品了？”罗铭君很不理解，他认为根据商标法保护在先权利的原则，苏稻的稻香村商标享有在先权，应该得到更高级别的保护，不能让北稻这个后来者影响苏稻的权利。

官司一直打到最高法院。2014年，最高法作出最后裁定，认为北稻以及前身自1983年成立以来，经过多年持续宣传和使用，稻香村文字商标（即1996年在饺子元宵类注册的稻香村文字商标）在“糕点、面包、年糕、粽子等商品上具有较高知名度”。考虑到实际情况，为避免消费者混淆，决定维持原判，不予注册。

对这一裁决罗铭君并不认可。他向记者出示了一份2008年的许可合同复印件，上面清楚写着苏州稻香村将稻香村商标许可北京稻香村在糕点类产品使用，许可费为北稻糕点销售额的3%，还特别强调北稻用于稻香村糕点品牌的广告宣传费可冲抵最多至全部的许可使用费。合同上加盖了双方公章，签字人沈根富和毕国才正是两家稻香村现在的一把手。

“根据商标法规定，北京稻香村在被授权期间，在糕点类积攒的知名度是归属于商标所有人的，更何况北稻花的广告费还冲抵了本该给苏稻的商标许可费。”罗铭君说，“这就像是苏稻出钱让北稻打广告，苏稻是广告主，产品知名度当然应该归广告主。”

“现在我们已经形成了完整的证据链，准备反诉北京稻香村商标无效。”罗铭君信心满满地宣称。但他也承认，一切还要看新裁定。

多争无益 合作是赢

若 愚

法治论坛

南北稻香村看似争执不断，其实是放空枪，没有杀伤力。苏稻说北稻的商标无效，但已在商标局公示，成了既成事实，再讨论无济于事；北稻说苏稻侵权，但苏稻已经放弃使用被裁定无效的商标；且苏稻作为一个200多年历史的“中华老字号”，使用自己的招牌受法律保护，北稻要求其在牌子上加苏州二字不现实。苏稻的销售策略被指有搭便车的嫌疑，但就像苏稻说的，难道市场上只允许北稻卖北京特产、京八件，别家都不许卖了？

作为知名民族品牌，稻香村的知名度是北稻和苏稻在长期经营中共同打造的。原先的商标争议是历史遗留问题，无法改变；现在的市场足够大，谁也不可能独占，更不可能谁把谁赶出市场。北京稻香村去年总销售额近60亿元，苏州稻香村为20多亿元，与雀巢、卡夫、达能等世界知名的饼干糖果企业相去甚远，甚至还不如国人经常去日本代购的明治。两家稻香村与其这样掐，还不如互相授权使用商标，共同把市场做大，把品牌做强，让全世界都知晓中国稻香村。

关注立法

最高人民法院发布《意见》护航生态文明建设

本报讯 记者李万祥报道：最高人民法院6月2日发布《关于充分发挥审判职能作用 为推进生态文明建设与绿色发展提供司法服务和保障的意见》。《意见》提出构建协同审判机制，发挥环境资源审判整体合力，推动生态环境质量不断改善，维护环境正义和代际公平。

《意见》共分为七个部分27条。《意见》将环境资源案件分为涉环境污染防治和生态保护案件、涉自然资源开发利用案件、涉气候变化应对案件、生态环境损害赔偿诉讼案件等四大类，并明确了各类案件的审判重点、审理原则和司法政策。

《意见》提出，要落实以生态环境修复为中心的损害救济制度，统筹适用刑事、民事、行政责任，最大限度修复生态环境；要坚持专业审判与公众参与相结合，全面推行人民陪审员参与案件审理，加大司法公开和宣传力度，引导公众有序参与环境治理。

“发现环境污染问题以后要从严制裁，加大制裁力度。”最高人民法院副院长江必新表示，不仅要追究损害赔偿责任，而且要追究环境修复责任；不仅要追究财产赔偿责任，还要在符合条件时赔偿精神损失；不仅让其承担民事责任，而且让其承担行政责任或者刑事责任。

《意见》强调，要适应生态环境损害赔偿制度改革试点的需要，积极探索省级政府提起生态环境损害赔偿诉讼案件的审理规则。针对省级政府依据《生态环境损害赔偿制度改革试点方案》提起的生态环境损害赔偿诉讼，《意见》明确，试点地方省级政府提起生态环境损害赔偿诉讼，不影响社会组织依法提起环境民事公益诉讼，也不影响人身、财产权利受到损害的自然人、法人和其他组织依法提起私益诉讼。

据统计，新环保法实施以来，全国法院共受理环境资源类的行政案件39867件、审结31916件，刑事案件24222件、审结23140件，民事案件102937件、审结93367件。

首部《航天法》今年将完成草案编制

本报讯 记者余惠敏报道：记者近日从国防科工局获悉，今年是中国航天规划年，国防科工局将编制完成《航天发展“十三五”规划》《空间科学“十三五”规划》，发布2016年《中国的航天》白皮书，组织完成中国首部《航天法》草案编制工作。

与此同时，今年也是航天创新年，将陆续实施多项重大创新任务，长征五号、长征七号新一代运载火箭将实现首飞，天宫二号和神舟十一号等空间试验室任务将实施发射和运行，中长期驻留。高分三号卫星、风云四号气象卫星等新型遥感卫星，硬X射线调制望远镜探测卫星、量子科学实验卫星等空间科学卫星将陆续发射。

据介绍，中国航天始终坚持产业创新。近年来，我国卫星应用产业快速发展，已探索出卫星通信、导航、遥感应用及产业发展模式。截至目前，民用遥感卫星数据分发量累计超过1000万景，卫星电视直播用户突破7000万，“北斗”终端持有量400万余套，卫星应用年产值超过2000亿元。“北京一号、二号”和“吉林一号”商业卫星成功发射和运营，标志着我国商业遥感卫星已开始起步，在国内起到了较好的示范作用。

国防科工局总工程师、国家航天局秘书长田玉龙透露，“十三五”期间，我国将基本建成国家民用空间基础设施体系，新增遥感卫星、通信广播卫星、导航卫星等近百颗卫星实现在轨运行，提供连续稳定的业务服务，推动空间信息应用规模化、业务化和产业化发展。中国航天将加速培育“互联网+卫星应用”新业态，打造航天云平台，推动航天“双创”，培育新兴产业生态圈，带动传统产业转型升级；同时，继续加大航天行业开放力度，规范和强化行业监管，加快出台一系列鼓励航天产业化、商业化政策，吸引更多社会资本参与航天产业和基础设施建设，推动航天产业向集群化、区域化和国际化快速发展。

福建莆田边检站启动“警企工”党建联创活动

5月30日下午，福建莆田公安边防检查站和莆田市总工会、福建八方港口发展有限公司共同参与的“共学 共做 共创 共建”党建联创活动启动。据悉，在港区一线设立实体化“党建数字工作室”，推行基层党组织制度化、常态化帮扶，在全国“警企工”党建联创活动中尚属首例。

发挥党建正能量，为港区发展注入“红色动力”。近年来，莆田边检站将党建联创延伸到基层一线，突出工会、部队、企业的党建优势互补，从工作理念、具体工作实践做法、典型培树等方面上创新。这个站派驻执勤业务一科党支部全天候进驻八方港口公司，充分发挥基层党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，推行党支部书记“接待日”和党员示范岗，了解和解决企业的实际困难，实现港区党建与经济发展“同频共振”。

组织建起来，活动靠阵地。这个站还主动向上级争取专项支持，在港区建设实体化“党建数字工作室”。他们注重“警企工”党建资源科学整合，最大限度分享工作经验和信息资源，在“共学”中提升党建理论水平，在“共做”中增强党员模范引领，在“共创”中发挥核心堡垒作用，在“共建”中密切警地沟通联系，让党建工作在基层“开花结果”。

“一名党员一面旗，一个堡垒一盏灯，抓党建就是抓住了港区经济发展关键。”莆田边检站吴冰政委说，他们将不断拓展互动共建平台，积极探索“警企工”党建联创创新，打造莆田党建联创共建品牌。 文/吴 志 陈由方

本版编辑 许跃芝 张 虎