

少林与法 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/479/2021_2022__E5_B0_91_E6_9E_97_E4_B8_8E_E6_c122_479438.htm（中国人不知道少林寺的恐怕不多，但真正了全面和深刻了解它的历史和现状的人恐怕也不多。了解更需理解。作为少林寺的法律顾问，从法律的角度告诉大家一些少林寺的现状以及自己对于少林的感怀。希望关心中国文化的同仁们，希望爱好中国武术的朋友们，读此文后能和我一样心系少林，关注少林，为少林的下一个1500年做出一分贡献。）少林寺，一个熟悉而又神秘的名字。跋陀建寺，达摩面壁，十三棍僧救唐王，小山和尚抗倭寇，许世友师出少林，李连杰一片成名……史实，传奇，以及更多的在金庸、古龙、梁羽生笔下那些光怪离奇而又令人荡气回肠的武侠故事，使“少林寺”这三个字深深地嵌入了人们的脑海，家喻户晓，老幼皆知。一方水土养一方人。新时代少林寺的再次辉煌，不仅促进了周边地区的旅游经济的发展，更带动了武术教学这一产业的繁荣，不仅为电影电视提供了更多的素材，更成为一些反应快、商业意识强的企业和个人发财致富的门道。于是，少林寺门口挤满了小摊小贩。周边六七十家武校和数万名学员也是颇为壮观的一景。各种冠以“少林”或“少林寺”名称的产品，如门、车、烟、酒，甚至是火腿肠应运而生。各种冠以“少林”或“少林寺”的服务场所，如武校，宾馆、餐厅也层出不穷。无论是国内还是国外，盗用少林寺名义、假冒少林寺僧人进行演出、卖药、募捐的情况也屡屡见诸报端。如果仅是牟取一己之利，也罢。但越来越多的出格行为已经开始严重地影响到少林寺特有的佛、寺、僧、武、医、艺为一体的传统文化的

统一性、纯洁性以及少林寺作为宗教活动场所的圣洁。“禅宗祖庭，武学圣地”是少林寺在过去的这1500多年的历史长河中的辉煌和骄傲，而“深山藏古寺，碧水锁少林”更是少林寺在过去的这1500多年的历史长河中所追求的一种境界。然而在进入了二十一世纪后的今天，在市场经济的洪流中所产生的这些情况，是少林寺所始料不及的。毫无疑问，少林寺无论是过去、现在还是在将来，指的都是位于中岳嵩山脚下这座充满了传奇色彩的佛教寺院。就如长江、黄河，本不应该会产生任何疑问。不要说在元朝少林寺曾受政府指派统领全国佛道教，基于这种显赫的政治地位，无人敢用“少林”或“少林寺”的名称开酒馆、旅店和卖包子。就是现在，按照我国现行法律法规规定，少林寺也属于法律所保护的民事主体，依法享有名称权和名誉权等权利。其名称也不应当是任何人可以肆意使用的。“少林”火腿肠案件在郑州市中级人民法院的胜诉，假冒武僧团演出案件在德国柏林州法院的胜诉，均证明了少林寺对于自己名称的合法权利不容任何不法侵害。中国佛教协会关于少林寺的历史和法律地位的声明中也对此予以了强调。然而即使是这样，面对日益增多的盗用、滥用以及通过注册商标、域名等方式侵害自己名称权，和由此衍生的侵犯自己名誉权的情况，当少林寺最终决定“为了下一个1500年”通过法律手段来维护自己的合法权益时，却发现自己处在一个颇为尴尬的境地：昔日作为皇家寺院所带来的威严不复存在，现行法律保护措施又存在诸多缺陷和障碍。首先是对“少林”与“少林寺”辩异。有人认为，这是两个独立的概念。只有后者才属于少林寺的名称权保护的范畴。并举白云机场为例加以证明。如将白云与机场分

开，白云与白云机场就无任何联系。因此，少林与寺分开单用，则也不能指代少林寺，或使人产生任何与少林寺有关的误解。然而事实上，任何人在任何时间和任何地点提到“少林”时，没有不与“少林寺”相联系的。《洛阳伽蓝记》明确记载“少林，少室之林也”。这是少林寺的名称的由来。而“少林”这一名称显然不同于“法王寺”、“普贤寺”、“雍和宫”等寺院名称。无论是历史的延袭，还是人们的习惯，“少林”这一相当于“微软”、“索尼”等商业字号的“寺院”字号，已牢牢地成为了少林寺的特称。少林寺存在一千五百多年来，在关于少林寺的诗、词、赋及历朝皇帝相关的檄文中，随处可见“访少林”、“过少林”、“宿少林”、“少林访古”、“少林观雪”、“少林观武”等单用“少林”来指代“少林寺”的情况。就是著名的清朝乾隆皇帝在他的诗中也说道“明日瞻嵩岳，今宵宿少林”。如果少林是少林，少林寺是少林寺，那么少林寺内的“方丈”也就不会因为这位皇帝住过而被称为“龙庭”。史学家们也可大有作为地去考察这位皇帝当时的去处了。向国人解释相对容易，告诉他们少林寺的历史传承就基本可以理解。而对那些生活在完全不同的文化背景下，对中国文化缺少了解或缺少全面了解，而又受国内外一些不适当的宣传以及一些另有企图的人恶意解释影响的外国人而言，事情似乎就麻烦了许多。英国和澳大利亚商标局的官员们就错误地，并且是固执地认为，“少林”指的就是武术，就是中国功夫，是一个泛泛名词。对这样的观点，没有一个中国人会认同。首先少林不是指功夫。其次，少林功夫也只是中国门派种类繁多的功夫中的一种。虽然是中国功夫的代表，但毕竟并非中国功夫的全

部。有着1500多年历史的少林寺现在只好反复地、耐心地向存在于历史一瞬间的人们反复解释“我是谁”。其次，中国法律关于名称权保护的规定不足，也致使少林寺的名称权目前依法得不到全面保护。对于少林寺这种宗教法人名称权，法律并没有给予特别的保护。没有法律法规禁止或限制他人使用少林寺以及其他类似的寺院名称作为其他商业或非商业机构名称。如按一般企业名称注册及保护的方法，那么少林寺似乎只能限制其他寺院不得使用该名称，而且还存在地域限制。这对少林寺以及其他类似的寺院来说，已经不仅仅是个遗憾的问题了。也许这就是那些冠以少林寺名称的武校、宾馆、酒店及其他场所堂而皇之存在的原因之一。也许这就是一些曾在少林寺学过武或者自称在少林寺学过武的人，大张旗鼓地在美国、奥地利、匈牙利、台湾等国家和地区成立所谓的“少林寺”的原因之一。也许这就是有关机构称是代表政府授权一些和少林寺没有任何联系的企业或个人使用少林寺名称的原因之一。有人称“少林寺”是地名，有少林村，少林路为证。因此在他们的武校或其他场所名称中使用“少林寺”并没有错。少林村也好，少林路也罢，何时确定的这样的名称我们不清楚。但有一点是明确的，在中国的行政区域规划中，并没有“少林寺”这一非省非市，非县非镇的行政区。少林寺仅是嵩山脚下那悬着康熙爷御笔“少林寺”匾额，已经历了1500多年沧桑历史的寺院。以“少林”、“少林寺”注册商标是另一类损害少林寺权利的行为。勿庸置疑，商标的特性决定了其是用于商品和商业服务的。把“少林寺”这一净土和圣地，以牟取商业利益为目的，赋予商业价值，本身就让人遗憾。更让人难以接受的是在一些与佛

教规教义相悖，严重地伤害少林寺僧人宗教感情的领域内进行商标注册和使用。“少林”火腿肠是一个极端。另外，在烟、酒等产品上使用“少林”、“少林寺”商标也是同理。陕西省某知名寺院名称被当地企业作为手纸的商标加以使用也可谓同病相怜。中国民事立法中的缺陷也由此可见一斑。除非民事主体的名称已被自己申请商标注册并被确定为驰名商标，否则无法阻止他人使用自己的名称作为商标使用。在此情况下，对名称权的保护形同虚设。同时，对于诸如此类损害佛教寺院名称，损害佛教宗教感情之类的商标注册申请，根本不应予以批准。如果同意注册，也应当授予真正的权利人，以避免这种不正当后果的发生。并且也应当规定更全面的救济措施。最令人头痛和确惊心的是以“少林”、“少林寺”名称进行的国际商标注册。在委托中国商标专利事务所对五大洲11个国家和地区帛样查询后，我们发现，除中国香港以外，其他国家和地区都在抢注“少林”和“少林寺”商标以及其他和少林寺名称有关的商标。平均每个国家和地区10多项。最严重的是在日本。有“少林”、“少林寺”、“少林寺拳法”等于72项相关商标。连在中国不允许注册的一些佛教专用符号日本人都予以了注册。国外大规模抢注的原因只有一个，正如一位外国友人所说，“少林是中国在世界著名也最有价值的品牌”。在这些海外注册商标中，绝大多数是一些中性的，不会直接损害少林寺僧人宗教感情但却是最有商业价值的商品和服务类别，如茶、服装、文具、电影、影碟、电脑游戏等等，甚至包括演出、比赛和武术教学。如果国外的这些权利人行使其权利，全球闻名的少林寺武僧团的出访似乎还得先取得其同意和授权。少林武术的

国际化似乎也得先办个手续。中国想把武术列为奥运会比赛项目的努力似乎也得再考虑。如果对于国内的企业和单位，我们尚可以通过行政措施及法律途径加以挽救的话，对于海外的情况，无论是从法律角度，经济承受能力、社会影响各方面加以衡量，我们只能承认依靠少林寺自己的力量是远远不够的。毕竟在这些申请商标注册的人中，并不都像德国DEYHLE家族及澳大利亚华侨黄兆邦先生等人那么尊重中国、尊重少林寺。我们不可能奢求少林寺在海外的这些权利都无偿地或以最小的代价取回。与时代相连的另一种情况就是互连网域名抢注。在网上查Shaolin、 Shaolinsi、 Shaolin Temple和其他与Shaolin相关联的名称，就会发现无论是.Com、.Org 或者 .Net，等国际域名，还是国内域名，几乎都是全国各地各类的武校。少林寺只好注册一个www.shaolin.org.cn。曾有人提出愿意将www.shaolin.com转让给少林寺，但开价1000万美元。正是这些杂七杂八的“少林”成为了导致英国和澳大利亚商标局的官员们产生错误认识的原因之一。至于还有多少人通过这样的网站参少林寺和少林文化产生错误的认识，对此就不得而知了。涉及到损害少林寺名誉权的，主要和那些盗用少林寺名义，假冒少林寺僧人的不法演出团体有关，尤其是在海外。互联网上时时有消息发出，说是发现了一些假冒的少林僧人。我也时时接到咨询电话，落实卖艺僧人的真假。刚告诉一位新认识的在中央电视台工作的朋友我是少林寺的法律顾问，这位朋友就讲“正准备曝少林寺的光”，其实他所反映的事和少林寺没有任何关系。在澳大利亚曾经出现三四个少林寺方丈，以至于释永信大师被质疑真伪，以至于国家宗教事务管理局官员和中国佛教协会也面

澄清事实真相。在美国赌城拉斯维加斯也出现了“少林僧卖艺筹款修庙”这种丧权辱国的闹剧。而这些演出事实上均是“因私”而出的违法境外演出活动。受利益趋动是这些情况屡禁不止的原因之一。简单地以发表声明，或以名称权、名誉权受损提出法律救济申请，力量太单薄。除了常规的诉讼成本等因素外，对于涉外的案件还存在着向外国人解释“我是谁”的问题。特别是一些海外不法分子在受到了限制后，又开始试图利用所谓的南少林混淆视听。面对着这些法律规定和法律实践中的问题，我们在反复思索，如何能最有效、最全面和最低成本的来保护少林寺这一中国传统文化中的瑰宝。按现行中国立法，以“少林”和“少林寺”申请商标，并进而在国内申请确定为驰名商标，不仅可以阻止更多新的商标注册申请，限制对已申请商标的不当使用，而且可以弥补现行法律规定对少林寺名称权保护的不足。届时，少林寺可以突破行业、地域对名称权保护的限制。并可以以商标为基础，制止和限制对相关域名的不当使用。如果少林寺在海外商标注册工作能够取得一定的成绩，对于少林寺在海外对商标、域名、名称及名誉的保护都是事半功倍。毕竟，微软、索尼等跨国公司对其权利在全球的保护也是建立在商标这样一个平台上。为了实现这样一个目标，少林寺于1997年8月成立了河南少林寺实业发展有限公司，来专门争取和保护少林寺的上述知识产权。就商标而言，截止2002年8月底，少林寺在国内陆续拿到了共计29个类别43项注册商标的注册证书。在国外从德国DEYHLE家族中无偿取回了其在欧盟注册的商标，从澳大利亚华侨黄兆邦先生等人处以1美和5美元的象征性价格取回了相关商标在澳大利亚的在先申请权。但少林

寺的努力仍然是一波三折。国内仍然存在着基于部门利益之争而设置的障碍，国外存在着一些不法商人恶意提出的异议及文化差异所致的理解差异。同时，少林寺还面临着各种不理解，甚至是误解。毕竟少林寺是和宗教密切相连的。在人们的印象中，出家人应当是“避世”和“清修”的。对于那些有利益冲突的企业和个人而言，也在质疑少林寺是否竟图搞“垄断”。对于所有这一切，少林寺一方面呼吁政府的理解和支持，一方面作耐心的解释，一方面在积极探讨各种可行的方案以协调各方利益，更重要的是少林寺仍在继续努力。少林寺投资建设自己的网站，继续加强海外文化交流向世人介绍真正的少林寺和他特有的少林文化。少林寺也在申请世界文化遗产认定，以取得更为广泛和有利的发展环境和支持。有人问，少林寺所处的这种情况是个案，还是具有普遍意义。正如陕西省那家知名寺院名称被用作手纸的商标所反映出来的情况，即使是在短期内，少林寺所遭遇的这种尴尬也已不是个例。很难讲明天是否就会出现“寒山寺”牌火腿肠或者“雍和宫”牌手纸。只是无论是现在还是将来，少林寺基于自己在全球的知名度和轰动效应，是最为典型和突出的一个。在登封市，人们似乎已习惯了随便把什么都和少林寺联系在一起，而且认为是理所应当的。让人搞不清究竟谁是本，谁是末。当这种习惯被打破时，如政府为了少林寺景区更好的明天进行规划整治时，受搬迁影响的人们就难以接受。这毕竟是有限的。但如果十二亿中国人都养成了这种习惯，而这种习惯再出口至海外，当满街充满了变了味的“少林寺”时，我们心中所剩的只能是悲哀了。所幸，各级政府对此已开始重视，海内外少林弟子和其他了解、尊重少林

寺和他独具魅力的少林文化的国人、华侨和外国人也已团结起来共同努力。而对于少林寺的全面发展，释永信方丈心中有着宏伟的蓝图和发展的规划。眼前这些问题的妥善处理只是其中的一部分。记不清是谁说的这么一句话，“越是民族的，才越是世界的”。为了少林寺这一属于中华民族和世界人民的文化瑰宝的“下一个1500年”让我们携手吧。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com