

费宏伟和他注册的“老君山”旅游商标 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/481/2021_2022__E8_B4_B9_E5_AE_8F_E4_BC_9F_E5_c122_481354.htm 洛南“老君山”旅游品牌经过三年的开发历程，已成为陕西商洛生态旅游的先导产业，然云南丽江、陕西商南的旅游景区（景点）却使用洛南“老君山”注册商标，这种侵权冒用行为一时间真伪难辩，莫衷一是，“老君山”商标专用权的争议也就不断诉诸报端，成为各家媒体关注的热点。“老君山”之名发迹在陕西洛南县巡检镇有一喀斯特地貌溶洞，名曰“老君洞”，洞里溶柱林立，姿态万千，错落有致，特别是与道教传说中酷似的系牛柏、炼丹炉、青牛等更是引人入胜，令人神往。相传太上老君在此修炼成仙，玉皇大帝也至此处与之切磋仙道，后辗转至河南灵宝函谷关传道，又至西安楼观台讲道，遂成道教一统，故民间人士在这陡峭的山崖上建造老君庙、玉皇殿以志纪念，现在还有民国八年树起的石碑记载着这一史迹。老君洞所在的险峻群峰也就叫起了“老君山”。老君山位于热带与温带气候的交替地带，群山连绵，以险见长，草木葱郁，松柏苍翠，四季常青，汇集着秦岭所有动植物种类，又居于五岳之一的华山之阳。处于陕西关中与陕南交通要道待建的洛潼二级公路的进山关隘上，历史上的巡检镇是陕南进出关中的商贸重镇和军事重镇，设置巡检司管辖，至今在潼峪岭上的驿道和遍布的驿站记录着昔日的繁荣。陇海铁路开通后，一直是重要的商贸集散地。但在计划经济时期，为了防止这里丰富的林木资源外流，人为地限制道路建设，加上地理阻隔，使老君山周边地区成为一个死角。到了20

世纪末，随着旅游兴省战略的实施，时任洛南县旅游服务中心经理的费宏伟同志发现了这一块能做大生态旅游产业的圣土，造就了老君山旅游开发的实施意向和基本设想，并逐步形成开发方案，又到陕西省商标所办理了商标注册登记手续，至此“老君山”旅游品牌也就应运而生。“老君山”旅游开发“老君山”旅游开发项目立项后，面临着一无资金，二无人员，三无组织的被动局面，封闭的大山，隔断了资金流，信息流；落后的经济，迎来了异样的目光，旅游这个奢侈的项目，对于这个垦土为生的山乡，无异于一个怪兽，老君山旅游开发者好似一群异想天开的淘金者，任由旁观者戏笑、嘲弄，在一片非议声中，老君山旅游开发迈上了艰难的征程。费宏伟是一个集财务会计、经济管理和政法本科学历于一身的博学之士，其对旅游产业经济的深刻理解和独到认识也有着自己超乎常人的思考，其足迹遍布华夏的人生阅历亦使其对旅游产业的发展有着独特的视觉，加上而立之年风华正茂的创业渴望，形成了老君山旅游开发内在动力。经过多方筹备，老君山从山地出让，方案筹划立项报批，进入了实质地旅游开发阶段，二00二年初，以费宏伟筹资，山乡群众投劳，开明人士捐赠支持为主流老君山旅游开发工作步入快车道，一时间旅游开发与旅游产业促销同步，形成了洛南产业经济的一大亮点，老君山旅游开发热潮定位于“五一”黄金旅游周上。就在老君山旅游产业开发处于蒸蒸日上的关键时期，县旅游产业主管部门的一名负责人却出而反尔，以老君山旅游产业开发主体不明确、安全责任难以落实，向老君山所在地党委、政府发出落实安全责任催办函，对旅游业知之不多的当地党政领导，一方面要求老君山停止旅游活动，

一方面向县上领导进行请示，一时间老君山旅游设施不安全的传言遍布山乡，却又增添了老君山的神秘色彩。然县政府刘德成副县长亲自察看后，认为具有发展旅游的条件，但仍需进一步开发。至此这场风波才告一段落。要说老君山开发主体不明确，并非空穴来风，原因是2002年，洛南县委、县政府发出了“个人出资一千元、搞一个项目，兴一项产业”的“三个一”活动，文旅局多次会议都没有什么结果，既没有人愿意投资，更没有人愿意领办，迫于无奈，寒冰局长要办公室主任费宏伟同志领办，并答应每年给1000元专项经费，职工每人拿1000元，费宏伟同志以党性、人格担保，不要把大家的钱打水漂就行了，接着局务会议决定下来成立“洛南县旅游服务中心”，费宏伟同志担任经理。但是，资金并未落实。按照省委省政府关于加快旅游产业的规定政策，“谁投资，谁收益”，那投资主体自然不是旅游管理部门，也更不是镇政府，而只是投资者本人，旅游部门给镇政府发函岂不是开发主体不明确吗？对此费宏伟据理力争，复制就老君山开发形成的文件，然旅游局的一位负责人，竟大言不惭的说这是为了应付上级检查，人如果无耻到连一块遮羞布都不要的时候，你想那是多么可鄙！一个官员无赖到连自己白纸黑字写下的承诺都否认的时候，那时多么的下贱。然而县旅游部门的这位负责人并未罢休，其以旅游局的名义在《商洛日报》上发布了取消老君山旅游活动的消息，致使老君山旅游开发工作几乎陷入停顿。尽管如此，《西安晚报》、《商洛日报》、商洛电视台、商州电视台、洛南电视台、三秦广播电视报（商洛版）等多家媒体客观公正的报道又使老君山旅游开发焕发了勃勃生机，生态旅游概念终于在山乡扎了

根，发了苗，被商洛市委、市政府列入了兴市战略，老君山作为生态旅游开发的龙头，载入了史册。县人党副书记闫光臣、人大副主任吕长兴、县政府党务副县长卫星、副县长刘永根等领导陆续到老君山进行调研，使老君山旅游开发重新迈入正轨。“老君山”商标老君山旅游品牌的知名度一天天增长，品牌保护问题也就提上了议事日程，熟悉企业法规的费宏伟清楚的认识到了只有注册老君山商标，品牌才会保护，恰好新的《商标法》开始实施，开发主体不明确的问题也就迎刃而解，于是他那、拿着自己的工资，以个人名义在省商标所办理了老君山旅游商标注册登记手续。不久他便在西部法制报上发现商南县一处老君山景区，《商洛日报》报道云南丽江风景区又有一处老君山景区，并正在申报世界自然遗产，至此“老君山”旅游商标的品牌之争硝烟四起，而洛南老君山却稳坐钓鱼台。费宏伟终于用智慧使老君山旅游品牌一步一步走出山乡，昂首走向世界，不久老君山有了自己的网站，进入了网络旅游的新境界，这时的老君山已是一块响当当的旅游品牌。九月一日，新的商标实施细则生效，洛南老君山打响了品牌保护的第一枪，一封警告声明摆上了云南著名旅游风景区丽江玉龙雪山旅游总公司的面前，该公司立即表示愿意纠正，但不原放弃使用该商标，至此老君山商标之争拉开了帷幕。为了中国旅游产业的发展，洛南老君山保持着应有的风度，可对商标专有权的保护，国家商标局会做出具体的裁定，无须在有更多的讨论，费宏伟和他的老君山旅游品牌也将随着开发步子的加快而誉满三秦，驰名中外。我们得到的启示按照商标法注册优先的原则，洛南老君山理所当然地取得了商标专有权，在旅游产业品牌上占有了主

动，这不仅为今后的发展打下了坚实的基础，从而避免了因商标使用不当而引发的经济纠纷，而且是在告诉我省的创业者，在一个品牌发展初期，就应有品牌保护意识，否则当产业有了发展之后，却没有商标专有权，那前期的广告投入就打了水漂，反过来又得重新做一个品牌，那对一个优势产业来说，无疑是致命的打击，希望创业者在发展初期，就应对自己的品牌进行注册，不然辛辛苦苦栽下得桃树，果子虽好却卖不到好价钱，而要用别人得牌子来卖，实在得不偿失。在老君山旅游品牌上，云南丽江和陕西商南两地的旅游风景区（景点）不注重品牌保护，既没有到商标局注册，也缺乏使用老君山名称的法定理由，却频频发起广告大战，直接影响到洛南老君山的产业开发，依照商标法实施细则，不但要将其老君山名下的收入用于对老君山商标侵权的赔偿，还要接受工商部门十万元的行政处罚，做了一件损人也不利己的傻事，就象南京冠生园坏了全国月饼大市场，上海冠生园、天津冠生园跟着遭殃一样。市场经济是法制经济，理智的处理自己的商业行为，尤其是市场前景广阔的产品，率先进行登记注册商标，是一项基本要求，老君山商标之争无疑给大家提了一个醒，务必引起注意。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