

旅游名山引发商标纷争 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/52/2021_2022__E6_97_85_E6_B8_B8_E5_90_8D_E5_c36_52867.htm 在江西省吉安市的安福县西北部，有一座距井冈山不远且同属罗霄山脉的武功山，海拔 1 9 1 8 . 3 米，系江西境内最高峰。该山横亘湘赣，绵延 1 0 0 多公里，气势雄伟，奇峰林立，幽洞棋布，飞瀑成群，高山草甸一望无际，仙坛佛寺达数十处。史书曾有“大江南北三巨镇，匡庐衡岳武功山”的评价，并曰“武功山中跨袁吉，屹立最高”，“乃乾坤之胜境”。历朝历代，不仅湘赣两省百姓把它信奉为灵山，而且有多少文人名士也曾纷至沓来，登上极顶，真正体会一下“万里云山齐到眼，九天日明可摩肩”的意境。近些年来，通过当地政府和人民不断地努力，武功山已开辟为人们旅游消遣的好去处，并被批准为国家森林公园，成了江西省的旅游名山之一。武功山的名气越来越大，它产生的经济效应也越来越大。周边市、县的许多生产企业及其产品，宾招设施纷纷以“武功山”命名。人们都想借“武功山”来扩大自己的企业及其产品的影响和知名度。由此引发了大山南北两麓两个企业的一场商标争夺战。山高水好 商标各家贴用 大自然在用其鬼斧神工打造出奇景怪色的同时，还把其蕴藏的无限资源无私地奉献给人类。在武功山景区，光水资源就门类繁多，除了无数大大小小的瀑布、温度达 8 0 摄氏度的含硫热泉外，从原始森林覆盖的山顶下渗到地下几百米混合岩裂缝中的水，形成了天然矿泉水，含有十余种对人体有益的成分或微量元素。安福县就有两家企业山里投资办了矿泉水公司。一家名叫江西武功

山泉矿泉水有限责任公司（以下简称矿泉水公司）。该公司开始以其水源地址“仙源”两字为商标试销，情况不错。1999年下半年，矿泉水公司将原来的“仙源”未注册商标更换为“武功山泉”文字加拼音“Wu g o n g s h a n q u a n”的商标，向国家商标局提出了注册申请。国家商标局于2001年1月进行了初审公告，同年4月发布了注册公告。在武功山的另一侧，萍乡市的芦溪县早早地就看准了矿泉水市场，办了一个萍乡武功山天然矿泉水饮料厂（以下简称矿泉水厂），并于1992年10月向国家商标局申请商标注册，1993年9月国家商标局核准注册，该注册商标为“武功”加其两字声母“WG”组合成的图形。本来，两家矿泉水企业各做各的生意，各取各的水，互不相干。但武功山下的这两“兄弟”却偏偏干起“仗”来了。开始，两家企业分别在武功山南北各自的市县内销售自己的产品，后来市场都越做越大，逐渐向其他市县区甚至外省扩张，于是，两个企业的产品经常在同一个地方同时出现。当矿泉水厂发现矿泉水公司的矿泉水产品上使用“武功山泉”商标后，认为矿泉水公司侵犯了其注册商标专用权，多次要求矿泉水公司停止使用该商标。但矿泉水公司认为自己没有侵权，拒绝了矿泉水厂的要求。于是，矿泉水厂向江西省萍乡市中级人民法院递交了民事诉状，告了矿泉水公司。你诉我讼 商标哪家可用 矿泉水厂为了打赢这场官司，做了一番精心的准备，请了两位律师，对其提出的诉讼请求广引博证。而一直认为自己有理的矿泉水公司在一审诉讼中没有聘请律师，该公司的董事长在向有关单位咨询后，经过充分备战，只带上公司总经理出庭应诉。矿泉水厂诉称，我厂于1991年开办

成立，第二年向国家商标局申请了商标注册，第三年国家商标局予以核准。通过10年的经营，我厂生产的矿泉水及其注册商标，已如同武功山一样，在萍乡和吉安两市几乎是家喻户晓，人人皆知。我厂的注册商标是由文字“武功”与“图形”的意思表示合为“武功山”商标。“W”形的图案既是一座山峰的表现形式，又是“山”字的抽象表述，其与“武功”两字一起构成了“武功山”注册商标的整体，矿泉水公司使用的商标为“武功山泉”，“山泉”或“泉”是矿泉水或水饮料的代名词，明显不具有商标的显著性特征，应该删除“山泉”或“泉”字，这样，就剩“武功”或“武功山”了。可见，矿泉水公司使用的商标与我厂注册商标相近似，且用于同一类产品即矿泉水上，属于严重的商标侵权行为。由于矿泉水公司的侵权行为，使矿泉水厂的产品信誉受到严重影响，销售量大幅下降，遂请求法庭判令矿泉水公司：

- 1．立即停止侵权行为；
- 2．在相关媒体上向矿泉水厂赔礼道歉；
- 3．赔偿矿泉水厂10万元。

针对矿泉水厂的诉求和理由，矿泉水公司洋洋洒洒地进行了一大番辩驳：我公司的“武功山泉”商标与矿泉水厂的“武功”商标不构成相近似，不存在所谓的“商标侵权”。商标是否近似，应从商标的外观、读音、含义三方面来审查。外观上，对方注册的商标是文字“武功”与字母“WG”图形构成的组合，并非“武功山”牌，而我方使用的是“武功山泉”四个字加全拼音的文字商标，直觉感观差别较大；读音上，对方的商标是两个字，我方的商标是四个字，不太可能混淆；含义上，对方的“武功”文字一般都会理解为武术的“武功”，其“WG”字母叠加而成的图形，也不会被理解为“山”，而是有一种

飞行动感，寓意是“企业腾飞”，我方用的是直接表述性名词，“武功山泉”即真正来自武功山的矿泉水，具有产地属性的商标特征。另外，我方使用的“武功山泉”商标已按法定程序申报国家商标局注册，国家商标局已受理并公告，对方诉我公司侵权无合法依据。双方唇枪舌剑，各执一词，法官几经调解，均无法达成和解协议。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