

蘇州工業園法院一審判決 北京稻香村敗訴 賠蘇稻130萬

香港文匯報訊(記者 劉凝哲 北京報道)北京稻香村(北稻)、蘇州稻香村(蘇稻)兩家歷史可追溯到清朝的老字號中式糕點品牌,在商標權上已纏鬥逾10年。昨日傳出最新消息,蘇州工業園區法院對蘇稻訴北稻侵害商標權糾紛案作出一審判決,要求被告北稻停止在其糕點商品包裝上使用「稻香村」文字標識,並賠償原告蘇稻經濟損失115萬元(人民幣,下同,約合港幣130萬元)。而一個月前,北京知識產權法院剛剛一審判決,蘇稻停止在「粽子、月餅、糕點」等商品上使用「稻香村」商標,並賠償北稻3,000萬元(約合港幣3,400萬元)。

「南北稻香村」之爭風波再起,全國「老饕」密切關注。稻香村是聞名的中式點心品牌,尤其在北京,稻香村的「點心匣子」不僅是北京人逢年過節的贈禮首選,更是包括港人在內的外地遊客來京必備「伴手禮」。在網絡時代,稻香村成為北京特產的代名詞,各大電商的主打美食。

北稻蘇稻互訴

蘇稻與北稻圍繞「稻香村」商標方面的糾紛已長達十餘年。蘇稻的註冊商標是由「稻香村」和拼音首字母「DXC」組成的圓形圖案,而北稻的註冊商標則由「北京」和「稻香村」以及「三禾」圖案組成。據報道,2015年,北稻起訴蘇稻,蘇稻隨即發起反訴。至今,蘇稻已在北京知識產權法院、東城區人民法院、江蘇省蘇州市工業園區法院等地5次對北稻發起訴訟,其中北京3起,蘇州2起。

今年9月,在北稻起訴蘇稻的案件中,北京知識產權法院一審判決,蘇稻停止在「粽子、月餅、糕點」等商品上使用「稻香村」商標,並賠償北稻經濟損失3,000萬元。昨日,在蘇稻起訴北稻的案件中,蘇州工業園區法院判決,北稻停止在其生產銷售的糕點商品包裝上使用「稻香村」文字標識,並賠償蘇稻115萬元。

各為粉絲打氣

上述兩地法院截然不同的判決,引發網絡巨大爭議,兩家稻香村的擁躉也紛紛論戰。

有網友認為,蘇稻起源於清乾隆時期,較之起源於光緒年間的北稻,歷史更悠久,自然應先使用「稻香村」的金字招牌。也有網友反唇相譏,蘇稻雖然在蘇州有歷史,但現在卻主打「北京特產」,無論是實體店和電商平台,都是模仿北稻的產品和口感,根本是「蹭熱度」的「山寨」。

在網絡上,蘇稻、北稻也是各為自家粉絲打氣。蘇稻官方微博發起抽獎活動以饗網友,面對網友「原來你是蘇州稻香村」的回帖,官微還反問:「怎麼了」。北京稻香村官微則「佛系」面對,坦言「好吃+開心,才是最重要的事」。

等待終審判決

對於蘇州法院的判決,蘇稻代理律師向內地媒體表示,雖然法院判決的賠償金額不高,但制止了相應的違法行為。北京稻香村則在採訪中說,這是一審判決結果,還將繼續上訴,並等待終審判決結果。



■蘇州工業園區法院一審判決北京稻香村賠償蘇州稻香村經濟損失115萬元人民幣。圖為北京稻香村門店。 網上圖片

■稻香村點心。 網上圖片

南北稻香村經營規模

北京稻香村		蘇州稻香村
200餘家,經銷專櫃800餘個	連鎖店	近600個專賣專營店
北京15萬平方米現代化生產基地	生產基地	蘇州工業園區
傳統糕點以及肉食、速凍食品、月餅、元宵、粽子16大類600多個品種	特色食品	傳統糕點、麵包、月餅、粽子、蛋糕、糖果、肉食、炒貨、蜜餞等近100餘種
50餘億(2017年)	年銷售額	32億元(2017年)
「中華老字號」「北京老字號」「中國食品工業百強企業」「北京質量獎」「中國馳名商標」「中國名牌」等	獲獎榮譽	國家首批命名的「中華老字號」「2017年度中國月餅行業十大品牌」「蘇式月餅」製作技藝已被列入「江蘇省級非物質文化遺產」保護項目

■資料來源:北京稻香村、蘇州稻香村官方網站

北稻南稻都是老字號

新聞鏈接

南北兩家稻香村,都可謂歷史悠久。蘇州稻香村,始創於公元1773年(清乾隆三十八年)的蘇州,是中國糕點行業現存歷史悠久的企業之一。曾名為「蘇州稻香村茶食店」,清末民國時期,蘇州稻香村開始在全國各地開設分號,歷經兩個多世紀(245年)的持續發展,蘇州稻香村已成為聞名中外的大型現代化食品企業集團。

北京稻香村始建於1895年(清光緒二十一年),金陵人郭玉生帶著幾個夥計北遷,落戶前門觀音寺,南店北開,前店後廠,時稱「稻香村南貨店」,是京城生產經營南味食品的第一家。魯迅先生寓居北京時經常前往購物,《魯迅日記》中有多次記載。後因故歇業,但稻香村開創的北京南味食品派系代代相傳,綿延不斷。1984年,這個派系的第五代傳人劉振英先生恢復了這個享有盛名的老字號食品企業。

■香港文匯報記者劉凝哲 整理

傳承創新比糾纏互鬥更有意義

微觀點

「稻香村」最早應該出自曹雪芹的《紅樓夢》,後經南北匠人幾百年的傳承,稻香村從小說中的田園瓦舍,變成了最受國人喜愛的中式糕點品牌。在傳統技藝不斷失傳的今天,越來越紅火的稻香村本是一段佳話,但商標權紛爭卻成為不愉快的插曲。

北京稻香村創始人郭玉生在光緒年間從金陵來到北京,將江南滋味一直傳承至今並不斷創新。蘇州稻香村則堅守本地,傳統技藝代代相傳。如果不是因為網絡電商打破地域限制,南北稻香村也許仍將花開兩朵。

面對商標糾紛,南北稻香村都堅持用法律武器維權。雖然兩地法院作出迥異的判決,但兩家依然彼此不服。有200多年歷史的「稻香村」,經歷太多曲折和交錯,生硬的法律條文或許無法判決蘊含深厚文化的老字號名店的是與非,與其彼此纏鬥逾十年,不如在中式糕點的傳承和創新上下更大力氣更有意義。

中國的大街上,雲集着大大小小的西點店,西方的飲食餐點文化逐漸被中國家庭所接受。但是,集傳統文化與美味一身的中式糕點,卻很難進入國外主流市場。南北稻香村,是國內「泰斗級」的中式糕點企業,不如彼此將眼光放得更長遠,擱置爭議,讓那些美好的味道「走出去」,從蘇州觀前街、北京前門到全球。 ■香港文匯報記者 劉凝哲

律師:兩地判決不矛盾 可能有二審

香港文匯報訊(記者 劉凝哲 北京報道)南北稻香村商標之爭,兩地法院「前後腳」給出兩個截然不同的判決,令輿論嘩然。江蘇六仁律師事務所尚國先律師告訴香港文匯報記者,兩地法院分別基於不同的註冊商標專用權作出判決,這並不矛盾。他認為,目前判決可能還未生效,還可能有二審。

香港文匯報記者查詢發現,北京知識產權法院判決南稻侵權的商標,是北稻在1996年申請的「稻香村」三字(註冊號:1011610,由著名政治活動家胡厥文題寫)。蘇州工業園區法院判決北稻侵權的商標,是南稻在1989年申請的廣告標識「稻香村」三字和「DXC」三個拼音首字母(註冊號:352997,由保定稻香村早前轉讓給蘇稻)。

尚國先律師表示,北稻和蘇稻分別在不同類別通過商標註冊,取得了有關稻香村的註冊商標專用權。北京知識產權法院的判決,蘇州工業園區法院的判決,分別是基於不同的註冊商標專用權作出的,所以並不矛盾。兩份判決可能都是正確的,儘管目前判決可能還未生效,還可能有二審。「在當下中國知識產權法律框架

下,蘇稻、北稻通過商標註冊、通過訴訟維護自己的權益沒有錯,法院的判決也可能沒有錯,但是法律絕對不是解決問題的最好手段。」尚國先表示,稻香村是中華傳統知名品牌,凝聚幾代華兒女的情感,現在已不只是兩家公司的事情。法律的智慧是有限的,人們應該尋求一種更好的解決方式。

山體滑坡現堰塞湖 川藏交界轉移逾萬人

香港文匯報訊 綜合新華社及記者李兵報道,10月11日7時10分許,西藏自治區昌都市江達縣波羅鄉境內發生山體滑坡,造成金沙江斷流並形成堰塞湖,與江達縣交界的甘孜州白玉縣和巴塘縣、得榮縣等下游地區人民群眾生命財產安全受到威脅。截至當日15時,金沙江白格堰塞湖庫區過去17小時內水位已上漲4.5米,下游甘孜州三個受威脅縣已撤離民眾10,367人,截至目前暫無人員傷亡報告。

疏散群眾確保生命安全

險情發生後,四川省要求抓緊組織疏散下游受到安全威脅的群眾,確保群眾生命安全,並派出工作組趕赴一線指揮搶險救災和應急處置工作。據了解,甘孜州採取集中安置、分散安置、投親靠友等形式妥

善安置所有涉險群眾,組織民兵巡邏作好安保,組織鄉鎮幹部提供疏散群眾的食物和飲用水,有效保障所有安置群眾有避寒和休息場所。

另據甘孜州應急辦消息,11日18時,工作人員到堰塞湖體實地踏勘後,發現靠右岸(江達縣側)有一道溝渠,溝渠最低點距水位約6至7米,溝渠寬約30米,塌方體至堰尾約2公里,堰塞湖水位上升較快。據現場初步統計,滑坡坍塌導致白玉縣蓋蓋鄉生公村和則巴村群眾10餘間臨時性住房和牛棚被毀,無人員傷亡。

救援力量隨時馳援災區

另據了解,災情發生後,西藏軍區迅即啟動搶險救災應急指揮機制,緊急集結由200餘名官兵、50名民兵、6架直升機以及

工程防化、醫療人員組成的應急救援力量,隨時馳援災區。截至目前,25人組成的先遣隊已抵達堰塞湖地域,正現地組織災情勘察、架設衛星視頻傳輸設備,第一時間上報最新災情為後續救援提供決策支持。

四川省目前已啟動IV級防汛應急響應,四川省防指已協調組織搶險機具和設備進場,並派出應急通信隊伍前往現場。根據《長江流域防汛抗旱應急預案》有關規定,長江防總於10月11日17時啟動防汛IV級應急響應,及時啟動水文應急監測工作,派出相關工作組趕赴現場。

氣象部門預報顯示,16日之前,險情發生地上下游地區多雨雪天氣,夜間氣溫接近0℃,高海拔地區可能出現道路結冰,需防範道路濕滑對交通運輸影響。

教育部發文:杜絕商業行為侵蝕校園

香港文匯報訊 據新華社報道,針對近日山東濰澤發生的發放印有商業廣告紅領巾一事,教育部辦公廳昨日發文要求,堅決禁止任何形式的商業廣告、商業活動進入中小學和幼兒園。

近日,山東濰澤市開發區交響大隊聯合濰澤市開發區丹陽路小學開展「交通安全進校園」活動時,濰澤萬達廣場及濰澤市廣播電台經濟文藝廣告工作人員現場發放了印有濰澤萬達商業廣告的小黃帽和紅領巾。

即組織力量對區域內中小學校、幼兒園開展一次全面檢查,重點排查在中小學校、幼兒園開展商業廣告活動,或利用中小學生和幼兒的教材、教輔材料、練習冊、文具、教具、校服、校車等發佈或者變相發佈廣告等行為,要特別關注有無將紅領巾及其名義用於商標、商業廣告以及商業活動,各類「進校園」活動有無夾帶商業活動等問題,發現一起,查處一起,堅決杜絕任何商業行為侵蝕校園。

教育部在關於嚴禁商業廣告、商業活動進入中小學校和幼兒園的緊急通知中指出,此事「性質惡劣」。各地要從中吸取深刻教訓,舉一反三,採取有效措施,堅決禁止任何形式的商業廣告、商業活動進入中小學和幼兒園。通知要求,各地教育行政部門要立