



北京品牌专刊

Beijing Brand Special Issue

第9期 今日2版 周三出版
新闻热线 64101873
主编 王晓然



欢迎关注
商业那点事儿订阅号

A3-A4

2016.11.23

在北京生活过的人，只要提到“糕点”二字，都会不禁想起“稻香村”三个字，其中牛舌饼、蜂蜜蛋糕、萨其马、鲜花玫瑰饼、自来红等精致糕点让人流连，但放到如今，消费者却不得不考虑究竟是要买发家北京的稻香村，还是来自苏州的稻香村。事实上，稻香村商标纠纷由来已久，此前因为各局一隅鲜有交叉，所以相安无事，但随着企业规模不断扩大，双方在市场竞争中碰撞不断，而商标纠纷不断的背后，也给更多“李鬼”品牌滋生了混入的空间。



老字号商标之争需探寻共赢

11月17日，因为商标纠纷，一南一北两家稻香村再次闹上法庭。对此，北京市朝阳区人民法院首次公开开庭审理北京稻香村(以下简称“北稻”)诉稻香村集团(以下简称“苏稻”)商标侵权及不正当竞争案。本次庭审是南北稻香村在民事侵权诉讼上的第一次正面交锋。

双方声音

■ 北稻

北稻以商标侵权及不正当竞争为由，将稻香村食品集团有限公司、苏州稻香村食品有限公司、北京苏稻食品工业有限公司诉至朝阳区人民法院。北稻方面提出六点诉求：请求法院判令稻香村食品集团有限公司变更企业名称，变更后的企业名称必须在“稻香村”的前面加“苏州”二字；请求三被告在和平东桥店、王府井旗舰店、王府井体验店和前门旗舰店的“稻香村”牌匾上加相同字体、字号、颜色的“苏州”作为区别性标识，并停止使用扇形稻香村商标；请求判决稻香村食品集团有限公司停止在其开设的微信公众号中使用上述侵权标识，停止通过其微信公众号宣传、销售带有前述侵权标识的商品，并删除其微信公众号中含有前述侵权标识的内容；请求判决三被告赔偿经济损失300万元及维权费用50万元。

■ 苏稻

针对起诉，苏稻方面的意见坚持，认为稻香村为中华老字号是无可争议的事实，从历史分析的角度，不侵犯北稻任何权益。苏稻方面表示，“稻香村”字号和商业标识创设于1773年苏州观前街，是稻香村商业标识的创设者和传承者，存在历史早于北稻，根据知识产权法的基本原理及保护在先权利的共识，苏稻有权使用包括扇形在内的任何形式的稻香村商业标识；作为中华老字号品牌，稻香村商誉闻名世界，北稻要求在“稻香村”前加注“苏州”二字没有法律依据和事实依据；“北京特产”不是专指北京稻香村，苏稻使用“北京特产”，不构成对北稻的不正当竞争；苏稻商业模式由传统售卖拓展到互联网电商，并未创设新的民事权利，也未产生对北稻商标权的侵权和不正当竞争。

商标之争

北稻、苏稻都拥有悠久历史，究竟谁是正宗，双方各执一词。今年3月，北稻就消费者把苏稻产品错认为北稻一事召开发布会，称向法院起诉苏稻商标侵权。事隔一个月，苏稻召开发布会回应，自己是糕点食品类“稻香村”商标唯一持有者。苏稻副总经理杨国印在接受媒体采访时表示，苏稻曾两次授权北京稻香村使用“稻香村”商标，苏稻使用“稻香村”标识并无不妥。对此，北稻方面回应称，苏稻持有的“稻香村”商标是由“稻香村”和

“DXC”组合成的圆形图，与北稻注册的手写体“北京稻香村”商标有明显区别，说北稻使用苏稻授权商标为偷换概念。

根据2014年北京市最高人民法院的一纸裁定，苏稻申请扇形“稻香村”商标不予核准注册后，双方的矛盾愈演愈烈。针对北稻方面提出的最高人民法院于2014年12月19日做出(2014)知行字第85号裁定书，不予核准注册第5485873号扇形稻香村商标。苏稻方面表示，最高法院的裁定，是从行政审判的角度认定商评委关于扇形稻香村是否应予注册的司法文件，截至目前我国司法制度和实践并未认定任何形式的民事侵权行为必然成立。

追根溯源

两家稻香村因为商标归属争论不休，回顾各自发展历史，就不难得出背后盘根错节的原因。就北稻而言，清光绪21年(1895年)，由南京人郭玉生带领几位深谙南味糕点食品制作技艺的伙计，北上进京创立了京畿南味食品“第一家”，并冠名“稻香村南货店”。先后经历了1994年组建为北京稻香村食品集团，2005年改制成立北京稻香村食品有限责任公司的不同阶段后，如今已有120多年历史。自成立之初即从事糕点、面包的生产、经营，一直将胡厥文题写的“稻香村”作为其字号和商标进行宣传使用。

苏稻方面表示，稻香村字号和商业标识早在1773年创于苏州观前街，目前老店牌匾和历史遗迹依然存在。北稻在1926年因为战乱歇业，未见自1926年至1983年稻香村在北京经营的官方记载，苏州稻香村食品有限公司承接了1773年创设的中华老字号稻香村历史，北稻仅是改革开放后设立的使用了稻香村作为字号的新企业。

事实上，最早的“稻香村”商标其实是由保定稻香村食品厂注册。保定市稻香村食品工业有限公司总经理，此前曾任保定稻香村食品厂厂长的田新刚曾向北京商报记者表示，“稻香村”商标是由他一手代办注册，他也见证了“稻香村”商标日后转移到苏稻旗下的整个过程。苏稻当前的商标是由保定稻香村取得的两件“稻香村DXC”字样商标，分别于1982年和1988年注册成功。1994年，保定稻香村食品厂与保定食品总厂合并，成立保定市稻香村食品总公司，属国有性质。后因公司经营不善濒临破产，商标几经转让到苏稻旗下。

竞争加剧

北稻、苏稻同用老字号招牌，又都是历史悠久的糕点企业，以往因地处一南一北，交集不多，矛盾不大。随着企业规模壮大，覆盖区域产生交集。统计数据显示，北稻在北京有近170个独立门店、200多个经销专柜，外埠13个省70多个城市，有300多个专柜和小型专卖店，多集中在“三北”市场，但

在南方市场基本没有线下销售网点。苏稻于2014年成立“稻香村集团”后，实施集团化发展，目前在苏州工业园、北京通州、辽宁沈阳等六地建有食品加工中心，显示出苏稻对于铺设北京市场的决心。

在此次庭审中，北稻方面指出，苏稻故意搭借北京稻香村公司在特定地域市场内建立的知名度，使用与北京稻香村公司字号和商标相近似的“稻香村”及商标作为门店招牌和商品标识，并以“传统京味糕点”、“北京特产”、“京味老字号”等字样进行宣传推广，造成相关公众的混淆误认。此外，随着“互联网+”概念的渗透，北稻、苏稻均已涉足电商，商标矛盾进一步激化。2014年北稻在天猫、京东开设旗舰店，去年5月，联手百度外卖和京东到家探索O2O模式。

“李鬼”滋生

北京稻香村逐步向京津冀地区渗透，并通过互联网渠道加速全国覆盖，苏州稻香村通过加盟模式快速扩张，双方在市场竞争中出现碰撞，矛盾由此激化。针对稻香村的商标归属，目前在法律上尚无定论，在企业间各执一词，但随着西式甜点、法式面包被年轻人喜爱，留给老字号糕点的时间已不多。在南北稻香村因为商标归属“大打出手”之际，山寨商家鱼目混珠，借老字号品牌牟利。上月底，位于王府井丹耀大厦一层，一家名为“京稻”的品牌出现在大众眼中，品牌不属于北稻、苏稻中的任意一家。中国电子商务研究中心特约研究员赵占领表示，商标存在纠纷，影响的是消费者对品牌整体的体验，也让违法经营商户有机可乘。

探寻双赢

在北稻、苏稻因为商标纠纷而呛声四起之前，双方高层都曾有着友好的关系。放在当下，两家企业也在探寻双赢的做法。北京稻香村副总经理尹博曾表示，希望同行对商标加以明显区隔，避免消费者混淆，共同做好老字号。苏州稻香村食品集团有限公司董事长沈根富也曾对媒体表示，苏稻和北稻作为行业的龙头企业，不该以这种方式解决争端，以前两家关系不错，但现在因为商标之争，对品牌的长远发展极为不利。

对于北稻目前使用的“北京稻香村”商标，2010年东城工商分局与相关部门建议企业注册冠以地域前置的“北京稻香村”商标。最终，北稻2015年成功注册“北京稻香村”商标。“直到现在，‘北京稻香村’商标都是国内仅有的几个注册成功的‘地名+已注册商标’形式的新商标”。在法律界人士看来，这为因历史原因造成的商标纠纷事件提供了可行性解决方案。但对于苏稻来说，要在稻香村前面加注苏州字样，把一个全国品牌降级为地方品牌却是难以接受的。

北京商报记者 吴文治 陈克远