

<<苹果的iPad之痛>>

图书基本信息

书名：<<苹果的iPad之痛>>

13位ISBN编号：9787301217641

10位ISBN编号：7301217641

出版时间：2013-1

出版时间：北京大学出版社

作者：李昊霖,马东晓

页数：309

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<苹果的iPad之痛>>

前言

苹果公司与深圳唯冠之争尘埃落定，以调解告终。

从2011年11月深圳中院下达了一审判决书之后，该案便引起了社会的广泛关注。

引起关注固然是因为双方当事人地位的悬殊：一方乃名冠全球的商业帝国——苹果公司，另一方则是一个濒临破产的创始于台湾的企业——深圳唯冠。

以苹果之实力和影响力，竟有人做蚍蜉撼树之争，本身就足以成为新闻热点。

而案件本身的复杂性也是备受关注之因。

一方面，案件事实的复杂性：苹果公司为取得IPAD商标在中国完成的一系列布局，中途遇梗所采取的各种措施，唯冠方面的复杂架构和诉讼展开后双方施展的种种手段，等等，颇让关注此事的人觉得扑朔迷离，从而引发深入发掘个中缘由的兴趣。

另一方面，事实的复杂性也把本来简单的法律关系变得更加错综，不仅有最初的商标确权民事法律关系，还有商标侵权民事法律关系以及一系列行政法律关系。

不同于其他案例介绍类书籍，本书本着中立、客观的原则，经过对当事人和部分办案律师的采访，并收集整理了网络及报刊媒体的相关报道，力求缕清脉络，将整个案件的发展原汁原味、不掺杂任何立场地展现给读者；同时，编者凭借其自身参与办案的经历，在本书的编写过程中注重细节，将一些通过新闻报道展现的、模糊的事实加以补充完善，使读者更容易了解整个案件的来龙去脉，因而具有较强的可读性。

除此以外，因为这一案件除了主要的商标权属案件外，还包括侵权诉讼以及工商行政投诉等其他措施，涉及许多法律问题。

本书在叙述案件经过的同时，插入了对案件中涉及的每个法律争议点进行的分析。

作为一大亮点，本书还收录了案件进行过程中的各种法律文书以及其他第一手资料。

因此，本书也可以作为案例教材以及知识产权法律的普及读物。

案件虽然尚有一些未尽事宜，但对于案件局外人来说基本已经宣告结束。

讨论它的结果已难有何裨益，作为知识产权领域如此知名的案件，探讨其能给社会公众、企业乃至知识产权及法律实务界带来什么样的借鉴，才是其价值的体现。

于宁

<<苹果的iPad之痛>>

内容概要

本书从办案律师的角度重现了美国苹果公司诉唯冠科技（深圳）有限公司IPAD商标权纠纷案及围绕其展开的其它诉讼和行动，并尽量从中立的角度对双方的观点、论据做出法律分析。

本案案情曲折，对于关心本案的大众来说，其来龙去脉是一个精彩的故事；而作为知识产权领域有重大影响的案件，也可以为法学爱好者提供一个生动、精彩的案例，于学术研究亦大有裨益。作者也希望通过这本书，能够为我国知识产权法律的普及做出绵薄的贡献。

<<苹果的iPad之痛>>

作者简介

李昊霖

留德七年学习法律，现任北京光华设计基金会知识产权专项基金副总干事，致力于知识产权研究和公益保护。

马东晓

国浩律师事务所合伙人，主要从事专利、商标、版权、商业秘密保护等知识产权业务。

毕业于青岛大学机械工程系和北京大学法学院，硕士学位。

曾任海尔集团法律部和知识产权部负责人。

现为中华全国律师协会知识产权专业委员会执行主任、中国知识产权研究会理事、中国科技法学会理事。

<<苹果的iPad之痛>>

书籍目录

第一部分 缘起

- 第一章 一份引起轰动的判决
- 第二章 IPAD商标的前世今生
唯冠是何许人也？

IPAD商标的诞生

IPAD商标的流转

- 第三章 诉讼前的纷争
苹果新一代产品iPad平板电脑推出了
交涉未果

第二部分 初次交锋

- 第四章 起诉
深圳市中级人民法院是否有权管辖本案？

商标转让协议对深圳唯冠究竟有没有约束力？

表见代理能否成立？

第五章 庭外博弈

- 不成功的和谈
在北京市工商行政管理局西城分局的行政投诉

第六章 判决第三部分再战

第七章 全面维权开始！

第八章 上诉！

第九章 其他行动

- 唯冠新闻发布会
苹果的反应
针对唯冠的破产申请
美国诉讼

第十章 侵权诉讼

惠州侵权诉讼

上海浦东之战

第十一章 二审激辩

第十二章 谁是谁非？

百家争鸣

二审新的论点

二审诉讼评析

第四部分 终局

第十三章 事情仍在继续

EPAD之争

惠州侵权案——顺电上诉了

惠州侵权诉讼案评析

<<苹果的iPad之痛>>

银行争夺IPAD商标权？

阻击新“iPad”！

展开论战

来自香港的动态

CEO访华

消费者控告苹果经销商欺诈

坚持调解？

第十四章 仅是一个诉讼那么简单？

尘埃落定

学界讨论

第十五章 案件的启示

社会整体的知识产权和法律意识亟待提高

企业必须增强法律风险防范、知识产权管理的意识

律师办案应当具备战略目光，从全局把握

后记

<<苹果的iPad之痛>>

章节摘录

版权页：插图：故事的主角之一深圳‘唯冠公司（下称深圳唯冠），如不是因为此次与苹果公司的商标纷争，恐怕根本不为人所共知。

但它以及它的母公司唯冠国际控股有限公司（下称唯冠控股），却曾有过一段辉煌的发展历程，IPAD商标的注册则是这段发展历程的一个见证。

唯冠控股，最早创始于台湾，创办人是台湾人杨荣山。

最开始他和三枪牌制衣的股东——台湾中兴纺织集团进行合资共同生产显示器，后来因为双方的经营理念不同，杨荣山退出合作，独立创建了唯冠电子股份有限公司（下称台湾唯冠）。

1989年公司初成立时，规模还很小，主要生产显示器，以为其他品牌做代工为主。

时至20世纪90年代初，台湾IT行业因为劳动成本、土地价格飙升等原因导致非常不景气，多数企业经营不善，面临着生存危机，台湾唯冠也难以独善其身。

对于怀有雄心壮志的杨荣山来说，投资海外或许是一个解决企业生存问题的出路。

于是，他首先选择了到印尼创业，但可惜的是，这次投资并不成功，杨荣山铩羽而归。

恰逢此时，中国大陆刚刚开始放开台商投资，经过一番考察后，杨荣山毅然决定转战大陆。

他先是在江苏南通从事电子代工行业，继而来到深圳，于1991年在深圳水北工业区注册了唯冠科技（深圳）有限公司作为事业的新起点。

这在台商来大陆投资历史上也是标志性事件——在当年，两岸并未有今日的开放政策，大多数台资企业仍在观望，不敢妄有动作之时，杨荣山的唯冠公司成为台湾IT业第一个敢于吃螃蟹的企业——但是，开始时深圳唯冠的境遇并不是太好，经常要为各类山寨品牌做代工，还常常受到外商的阻击。

然而，随着邓小平同志南行讲话，改革开放逐渐深入，深圳唯冠积极与内陆的国企如北京显像管厂、北京电子进出口公司展开合作，从而挺过了困境，慢慢壮大起来。

1994年，因原有厂房已不能满足其生产需要，深圳唯冠进驻深圳盐田区沙头角保税区，建立了自己的5万平方米的新厂房，结束了数年租房生产的日子，从此进入了一个更加快速发展的阶段。

此后，唯冠系（笔者对于整个唯冠公司体系的称谓，不存在“唯冠集团”的概念）逐步在台湾等地区布局，渐成规模，但深圳唯冠一直是唯冠系中最重要的生产和研发基地。

1997年对于唯冠系来说是具有里程碑意义的一年。

这一年，在百慕大注册的唯冠国际控股有限公司（股票代码00334）在香港主板上市，成为台湾IT业第一个在香港上市的企业。

此时，以唯冠控股为母公司，以台湾唯冠、深圳唯冠等为子（孙）公司的治理架构开始慢慢形成。

得益于上市的成功，唯冠系获取了发展所需要的资金，由此进入了飞速发展时期。

当时的唯冠系是“三星”最大的合作伙伴，主要为“三星”生产显像管，并从“三星”那里学到了很多先进的技术和管理经验。

彼时，CRT显示器市场以每年20%的速度缩水，与“唯冠”同时期的许多台湾厂商纷纷倒闭，而唯独唯冠系的业务却以每年40%的速度增长。

经过几年的苦心经营，唯冠系在2002年前后成为全球第五大显示器制造商，主要生产、营销液晶（LCD）显示器和显像管（CRT）显示器、平面数码液晶电视机与等离子（PDP）电视机，年销售额逾百亿港元。

2006年，唯冠系达到鼎盛，成为全球第三大显示器制造商。

当时，唯冠系拥有员工11000余名，在全球11个地区和国家拥有17家分公司，包括中国大陆（深圳、武汉）、台湾和香港地区，美国，巴西，英国，荷兰，比利时，德国，俄罗斯和阿联酋，并在中国大陆、中国台湾、巴西、墨西哥、德国和俄罗斯等国家或地区拥有了7处生产基地。

它的客户群包括全球20大零售连锁店，如沃尔玛、麦德龙及家乐福等，是当时华人IT产业界之中拥有全球最佳零售通路的制造商，同时，唯冠系也为西门子等多家大型企业生产配套产品。

此时的唯冠系在经营上风生水起，其作为跨国公司的雏形已经显现。

<<苹果的iPad之痛>>

后记

一场持续了整整两年的商标纠纷终于落槌结案，这个号称“中国知识产权史上里程碑式”的案件总算画上了句号，虽然深圳唯冠与中介团队的律师费纠纷尚在进行，富邦保险申请深圳唯冠的破产程序也已启动，但对于苹果公司与深圳唯冠的IPAD商标之争，确实已经大幕落下。

对于6000万美元的数额，有的人认为太多，有的人认为太少，遑论多寡，这毕竟是双方在追索利益之路上艰苦博弈的平衡结果。

对局外人来说，思考和探讨它给社会、企业、律师行业乃至知识产权实务界带来的经验、教训、借鉴和启示，才是本案的真正价值所在。

笔者作为本案的主办律师，在办案过程中也有许多思考，现案件结束，终于可以将这些体会心得写下来以飨读者了。

一、本案创下多个史上之最，无愧里程碑式案件称号 第一，本案以6000万美元调解结案，创下了中国知识产权司法审判史上的最高数额 与美国知识产权诉讼中动辄几亿甚至十几亿美元的赔偿不同，中国知识产权诉讼中的赔偿数额明显过低，据2009年的统计数据，中国90%的知识产权案件赔偿数额低于10万美元[参见诺恒(NERA)经济咨询公司调查报告：《中国知识产权保护：诉讼和经济赔偿趋势》，转引自<http://www.newiplaw.com/html/2009-03/2457.htm>]，在最高人民法院公布的年度典型案例中，武汉晶源环境工程有限公司诉日本富士化水工业株式会社、华阳电业有限公司侵犯发明专利权纠纷上诉案的805万美元(5061.24万元人民币)赔偿已经是最高法院判决数额最高的一起知识产权案件[参见最高人民法院(2008)民三终字第8号民事判决书]，而在正泰集团股份有限公司诉施耐德电气低压(天津)有限公司、宁波保税区斯达电气设备有限公司乐清分公司侵犯实用新型专利权纠纷上诉案中，二审法院以2500万美元(1.575亿元人民币)调解结案，创下了本案以前中国知识产权诉讼史上最高补偿金记录(参见浙江省高级人民法院(2007)浙民三终字第276号民事调解书)。

但本案6000万美元的补偿金数额创下新高，对于当下知识产权赔偿越来越低的整体趋势而言，不啻具有标杆意义。

虽然也有其他被冠以千亿、百亿之名而报道的知识产权案件，但真正以法院认定的数额为标准来衡量，本案至今仍是中国知识产权史上第一案。

第二，本案所引起的世界性关注，为中国知识产权司法审判史上罕见 苹果公司作为当今世界最具创新性的高科技企业，近年来推出的产品堪称“伟大”，自iPod数码音乐播放器在全球市场大获成功后，iPhone更是横扫全球移动通讯市场，将移动电话划时代地带入移动互联网行业，而苹果的“吊胃口”营销，更是让消费者对其每一次发布的新产品期待备至、万众瞩目，iPad就是在这种情况下闪亮登场的。

作为全球市值最大的上市公司，苹果各种产品的用户数以亿计，在iPad全球发售不久，中国市场竟然出现商标之争，自然吸引人们关注，在案件诉讼过程中，苹果教父乔布斯去世，《史蒂夫·乔布斯传》全球出版，更使人们聚焦本案。

而深圳中院一审判决，尤其是北京市工商局西城分局的拟处罚通知公布以后，深圳唯冠又向上海浦东法院申请诉前禁令，使案件迅速升温。

据不完全统计，在本案最受关注的那段时间里，境外有超过两千家媒体跟踪报道过本案，五大洲几乎所有的新闻类、科技类、财经类、法律类媒体均有报道，这件在中国发生的知识产权纠纷案件，因为美国的苹果公司、因为苹果公司的iPad产品而受到了空前瞩目，从这个角度上讲，这个案件堪称2012年的全球知识产权大案，在中国的知识产权审判乃至中国的民事审判历史上，都罕有这样一个引起国际媒体普遍关注的案件。

第三，本案引起企业和公众的热议，为我国知识产权制度施行以来所未见 知识产权制度实际是舶来品，随着改革开放实行市场经济，我国始建立包括商标、专利和著作权制度在内的一系列知识产权法律制度，各个知识产权法律主管部门几十年来也在不遗余力地宣传知识产权制度，提高公民企业的知识产权意识，为此，我国还专门设立了“全国知识产权宣传周”。

相比于每年的知识产权宣传周，本案对于社会公众和企业的宣传作用毫不逊色。

除了苹果公司、iPad产品和乔布斯的巨大影响力外，本案在诉讼过程中的跌宕起伏、不断出现的新闻

<<苹果的iPad之痛>>

热点，以及结果的曲折难料，都增加了公众的看点，自2012年2月到4月的一段时间里，本案恰如一幕大戏，吊足了观众的胃口。

据不完全统计，全国各地共举行有关本案的研讨会几十场，仅3月10日这一天，北京中国人民大学、上海华东政法大学和深圳市律师协会就分别举行了有国内重量级知识产权专家、律师参加的三场研讨会，国内几乎所有的知识产权学者、知识产权知名律师均有发言，观点也不尽相同。

借助互联网和微博的传播平台，大批非法律职业网友如IT行业人士、“果粉”以及普通消费者，甚至投资机构知名人士等，也纷纷加入论战，推波助澜，争论声甚至谩骂声此起彼伏，甚嚣尘上。

这样一场与知识产权法、合同法、物权法甚至破产法有关的案件，涉及商标抢注问题、商标转让问题、合同相对性原则、表见代理、隐名代理、物权变动区分原则、商标侵权的司法保护和行政保护、商标反向混淆、破产财产分配等专业知识，中间当事人的吐槽、媒体的热炒、法院以及行政机关的决定，无不引起公众的遐想和猜疑。

而苹果公司一开始精心设计的通过英国IP公司购买IPAD商标的好棋，竟然因尽职调查不足而功亏一篑，本身就有极强的戏剧性，众多苹果产品爱好者、乔布斯崇拜者以及广大社会公众，无不从中增加了大量的知识产权法律常识，企业更是见微知著。

相信热议过本案的企业在收购知识产权时，不会再出现未进行尽职调查的局面了。

应当说，自有知识产权法律制度以来，还没有一个知识产权诉讼案件如同这个案件一样，在社会上引起广泛的关注和热议，而这样一个本身复杂又引起社会广泛关注的案件，最后广东省高级人民法院在兼顾苹果公司、深圳唯冠以及债权人各方利益的情况下，以调解方式结案，确如业内人士评价，在知识产权审判史上具有里程碑意义。

二、本案双方律师团队斗智斗勇，体现了高超的专业性 本案对苹果公司的律师而言，有先天不足的地方，即当初与唯冠公司洽商交易时，未查清中国商标与其他国家商标登记于不同的主体名下，而乔布斯在2010年1月27日发布iPad上市的日期，似乎也不能因商标纠纷而推迟，这实际上留给苹果律师的施展空间已经非常小了。

但苹果公司的律师们还是非常巧妙地安排了整个诉讼方案。

IP公司与唯冠电子在2009年12月23日签订商标转让合同之后，因与深圳唯冠协商转让IPAD商标未果，便于2010年2月9日向国家商标局提起“撤销三年不使用商标”的申请；之后，在得知深圳唯冠已经资不抵债、停产歇业后，为查封IPAD商标，迅速于4月19日在深圳市中院提起权属诉讼并申请诉讼保全措施；在已经查封涉案商标以后，苹果公司于5月20日又向香港高等法院提起合同违约之诉。经过这一系列的布局之后，9月17日，苹果公司开始在中国公开发售iPad产品。

在采取法律措施之前，苹果公司与深圳唯冠尚有接触，但这一系列布局和起诉之后，苹果公司便拒绝再谈，实际上一直到最后，苹果公司始终占得先机，牢牢把握着整个进程的主动权。

反观深圳唯冠方面，一开始完全处于被动应付之中，直至苹果公司开始公开大规模销售iPad产品，始终没有拿出有效的措施以压制对方，任由苹果公司对iPad产品进行宣传和销售。

期间，深圳唯冠律师团队中也有人提出尽快提起商标侵权之诉，通过法院判决制止苹果公司使用IPAD商标进行宣传和销售，但最终，深圳唯冠并没有贸然提起商标侵权之诉，而是另辟蹊径，采取了向工商行政管理部门投诉的方式。

同时，为了取得投诉效果，深圳唯冠选取了苹果直营店为对象，并要求工商机关给予最高额处罚，由此导致日后北京市工商局西城分局根据苹果公司西单大悦城店的销售数量，作出了2.48亿元人民币的处罚决定。

此一措施，可以看作深圳唯冠在本案中的最为高明之处。

因为在我国商标制度施行30年以后，人民法院对于商标侵权的判定原则已经发生了很大变化，认定商标侵权的标准已经从单纯的在相同或者类似商品上的相同或者近似商标即构成侵权，逐步发展到兼顾混淆后果甚至完全以是否在市场上造成混淆为判断标准，笔者无意评判这种转变的对错得失，但从最高人民法院近年来公布的判例中，已经可以明显看出端倪。

在最高人民法院提审的云南城投置业股份有限公司与山东泰和世纪投资有限公司、济南红河饮料制剂经营部侵犯商标权纠纷一案中[参见最高人民法院(2008)民提字第52号民事判决书]，最高人民法院认为，商标权人始终未能提交其持续使用“红河”商标生产销售商品的证据，及能够证明该商标信誉的

<<苹果的iPad之痛>>

证据，没有证据证明该商标因实际使用取得了较强的显著性。

“红河红”商标经过云南红河公司较大规模的持续性使用，已经具有一定的市场知名度，已形成识别商品的显著含义，应当认为已与“红河”商标产生整体性区别。

而且，由于商标权人的商标尚未实际发挥识别作用，消费者也不会将“红河红”啤酒与商标权人相联系。

鉴此，综合考虑本案中“红河红”商标与“红河”注册商标的字形、读音、含义以及二者的显著性程度和知名度、商标实际使用情况等相关因素，本院认定二者不构成近似商标，云南红河公司使用“红河红”商标的行为未侵犯“红河”注册商标专用权。

在最新的指导性案例——山东齐鲁众合科技有限公司与齐鲁证券有限公司南京太平南路证券营业部侵犯注册商标专用权纠纷案中[参见最高人民法院(2011)民申字第222号民事裁定书]，最高人民法院强调：齐鲁证券是否构成对齐鲁众合的侵权，原则上要以是否存在造成公众混淆、误认的可能性为基础，而判断是否存在造成公众混淆、误认的可能性时，必须考虑涉案注册商标的显著性，特别是其知名度。

由于齐鲁众合不具备从事特许证券业务的资格，也没有实际从事特许证券业务，故在该行业不存在知名度问题，进而也不能使公众对齐鲁众合与齐鲁证券经营主体及经营范围产生混淆、误认。

在这种以混淆为侵权判断标准的思路之下，深圳唯冠的IPAD产品(显示器和导航仪)是否能够与苹果公司的iPad平板电脑在市场上发生混淆，明眼人一看便知。

但是，我国《商标法》第52条第1款第(一)项的规定却是：未经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的构成商标侵权。

此种情况下，深圳唯冠律师团队避开有可能不被认定侵权的法院系统，而直接投诉到严格按照字面执法的工商行政管理机关，抢得一步重要先机。

然而，苹果公司的专家和律师团队再次成功应对，虽然北京市工商局西城分局的处罚决定已经下达，但在举行行政处罚听证会后，该处罚决定实际并未执行，而且被无限期延缓执行。

实际上，深圳唯冠在整个诉讼中的一切策略都是围绕着一个目标，即与苹果公司坐到谈判桌上重新协商IPAD的转让价格。

但是，苹果公司不但无意再谈，而且先发制人提起一系列诉讼，并要求深圳唯冠赔偿400万元损失。

由于深圳唯冠资不抵债，甚至没有资金支撑诉讼，在对西单大悦城直营店的行政处罚决定暂缓执行期间，北京市工商局西城分局曾要求双方协商解决争议，但苹果公司不为所动，甚至当深圳唯冠直接给美国苹果公司董事会写信，也没有得到预料中的积极反应。

此时，深圳唯冠中介团队(包括律师)也多次利用新闻媒体造势，形成舆论优势给苹果方面施加压力，试图迫使苹果公司回到谈判桌上来。

尤其是，在深圳中院权属诉讼一审判决后，深圳唯冠律师团决定在惠州、深圳福田以及上海浦东提起商标侵权诉讼，但目的仍是给苹果公司施加压力，所以这些诉讼全部没有要求赔偿，诉讼对象全部是苹果产品经销商，而且通过申请诉前禁令来扩大影响。

苹果公司一方始终秉承着尊重法院审理的原则，在诉讼中极少发表言论，律师团队也无一例外地拒绝媒体采访，将全部精力集中在诉讼本身上，甚至在极为困难的情况下，难能可贵地寻找到一些对深圳唯冠不利的证据，并且在权属诉讼二审中提出了一些新的理由，支持其对涉案商标享有权利的观点。

在整个诉讼过程中，苹果公司的公共关系策略也比较得当，在舆论一度明显有利于深圳唯冠的情况下，仍旧有相当多的媒体和专业人士力挺苹果公司，使苹果公司始终站在道德的制高点上。

在商标权属案件二审开庭之后，为进一步向苹果施加压力，深圳唯冠曾经向全国苹果经销商发出公开信，勒令停止销售侵权产品，随后又在媒体上宣称申请海关查扣侵权进出口商品。

之后不久，深圳龙岗海关曾经查扣一批iPad数据线，但为显示和解诚意，深圳唯冠律师不但未向新闻媒体透露消息，而且建议公司通知海关给予放行，这一点上也体现了律师以客户利益为先的职业精神。

三、国际化企业需增强法律风险防范意识 本案的起因已毋庸多言，苹果公司通过精心设计的“白手套”公司，以35000英镑购得唯冠公司8个国家和地区(包括欧盟41个国家)的IPAD商标权，不可不谓

<<苹果的iPad之痛>>

打了一个“漂亮仗”。

但或许是得之太易，反而忽视了充分的尽职调查和风险防范，最终酿成苦酒。

从案件审理中的证据看，IP公司以及苹果公司事先是知道涉案两件商标不在台湾唯冠名下而在深圳唯冠名下，但不知是疏忽还是误判，IP公司仍然与台湾唯冠就涉案商标与其他商标一起签署了转让协议，这似乎不全是未作尽职调查惹的祸。

虽然在国际买卖和并购中有集体交易的惯例，跨国公司之间的并购交易实际上也不可能逐一与每一个子公司分别签订合同，从经济学的效率优先角度讲，这种做法是可取的，从法理上讲，合同自治也具有优于法律规定的效力，但这种超越现行法律规定的做法，当事人应当慎之又慎，对于可能发生的风险，应当提前有所预判和防范，尤其是跨国收购，由于涉及不同的法域和法律传统，更应在合同中明确约定。

本案中，IP公司就在签约环节上出现了问题，它在并没有看到深圳唯冠有效授权的情况下，想当然地认为台湾唯冠的签约代表同时也可以代表深圳唯冠，便贸然签署了协议，结果在权属纠纷诉讼中，就商标转让合同对深圳唯冠是否有约束力的这一问题上大费周章，成了本案主要争议焦点之一。其实，如果IP公司能够严格按照中国法律，分别与台湾唯冠和深圳唯冠签署商标转让协议，便不会有后来的纠纷；如果按照苹果公司后来主张的集体交易观点，IP公司也应当与台湾唯冠或者(香港)唯冠国际有所约定，依据台湾唯冠提供的深圳唯冠的有效授权，代表深圳唯冠处分其名下涉案商标。然而，IP公司显然忽略了这里面潜在的法律风险，没有在这个问题上处理妥当。

尽职调查对于商业交易的重要性已毋庸赘述，知识产权交易尤其需要专业律师参与进行，跨国的知识产权收购更要注意其中的法律风险，随着中国企业走向海外，未来会遇到越来越多的知识产权收购，为避免重蹈覆辙，下面几个问题需要充分注意：1. 跨国收购知识产权首先要了解并购活动所适用的法律，对于买卖行为所适用的法律，当事人可以通过合同予以约定，但对于所收购知识产权的确认、转让、使用等行为，应当适用该知识产权所在国法律。

2. 无论国内还是跨国收购知识产权，都需要调查收购对象的权利归属，对于专利或者商标等工业产权，注册机关通常设有权利登记簿(或者称为注册簿)，以备公众核查该项权利真正的权利人。

3. 核查完知识产权的权利归属，还要核查收购对象的法律状态，对于专利而言，会有有效期限，商标也有注册期限，该知识产权是否被查封扣押、是否已经质押、是否曾经或者正在许可他人使用等，都是法律状态调查的工作内容。

4. 谨慎的尽职调查还要考虑该项知识产权是否存在或有事项存在潜在纠纷，譬如该项知识产权来源的合法性、公司实际控制人个人名下知识产权移转时的风险、公司名下知识产权是否有潜在的权属纠纷等。

5. 除了对所交易的知识产权进行充分的尽职调查外，跨国收购还需要充分注意交易的交割和过渡安排，在这一点上，IP公司实际做得非常好，它除了与台湾唯冠签署一份主合同外，还分别就每一个国家的商标再签署一份单独转让协议，以便逐一到每个国家商标主管部门办理转让手续。

本案中，苹果公司在没有取得商标权的情况下就开始在市场上大量销售iPad产品，此行为从我国商标法的字面上看，已经侵犯深圳唯冠的注册商标专用权，当然，相信苹果公司这样做有其商业上的考虑，笔者揣测，可能有受iPad产品全球同步发售计划影响、中国消费者对iPad产品期待巨大，如果不及时推出iPad产品，可能会被竞争对手见缝插针等考虑。

但这样做毕竟存在巨大的法律风险，如果苹果公司出于商业考量，甘愿冒此风险，也应当周密安排，作出预案，将可能出现的风险提前化解。

因为作为对涉案商标有争议的一方，不顾商标权属纠纷尚未终审结案，冒险使用涉嫌侵权的商标，似乎超出了正常的行为模式，极有可能招致侵权的处罚。

实践中，国内企业也有一些类似的知识产权权属纠纷，一般而言，如果一方与他人知识产权有权属争议，在胜诉获得该知识产权甚至是转让登记之前，该方是无权使用该知识产权的，通常的做法是避让，等待司法机关作出终审判决，以示对法院和法律的尊重，而极少有在判决结果未知的情况下悍然使用系争知识产权的。

虽然如前文所述，按照最高人民法院在判例中阐述的观点，本案苹果公司可能未必构成侵权，且即使构成侵权也未必给深圳唯冠造成实际经济损失，但中国商标法规定的行政保护，却并不过于关注侵

<<苹果的iPad之痛>>

权判断的具体标准和是否给当事人造成损失，行政执法的目标是为了快速制止侵权行为和给予侵权人包括罚款在内的处罚。

深圳唯冠没有直接到法院起诉苹果公司侵权，而是到工商行政机关投诉，最终引发全国60多家工商行政机关的大规模的调查行动，使苹果公司冒险使用涉嫌侵权商标的风险凸显，这其实是苹果公司一开始未曾预料到的。

北京市工商局西城分局对苹果北京直营店西单大悦城店所作出的处罚决定虽未执行，但全国任何一个iPad产品经销商都不会坐视不顾，今天对苹果公司的直营店都可以下此重手，明天对自己的小店又焉知如何？

面对纷纷将产品下架的各地经销商，以及各地工商机关采取的调查行动，苹果公司几乎没有任何应对措施，此时的舆论也已经悄悄转向，苹果公司似乎已经从最初被“无良商人”欺骗的“好孩子”，变成了无视法律、一意孤行的“坏小子”。

直到权属案件二审开庭之后，国家工商总局有关领导表态，深圳唯冠是IPAD商标的合法注册人；各地工商局将在法院终审判决后对此案依法处理(参

见<http://industry.caijing.com.cn/2012-04-24/111825345.html>)。

此时，由于面临涉嫌侵权而被各地工商机关调查甚至最终处罚的风险，苹果公司已经不得不坐下来与深圳唯冠商谈再次转让两件IPAD商标了。

四、律师职业伦理再度引起争议 近年来，由于很多原因，尤其是“李庄事件”和中国青年报记者郑琳、庄庆鸿所写的《重庆打黑惊爆“律师造假门”》一文刊登后，更是引起社会对律师到底是好人还是坏人的疑问，甚至有人说律师是坏人的“帮凶”。

在本案中，台湾唯冠曾经与苹果公司签订包括中国大陆IPAD商标在内的商标转让协议，虽然中国大陆的IPAD商标并不在台湾唯冠名下，但由于台湾唯冠与深圳唯冠的法定代表人都是杨荣山一个人，因此，整个唯冠在诉讼过程中始终被认为是不诚信和无商业道德的。

但是，无论是国浩律师事务所还是广东广和律师事务所，接受的都是深圳唯冠而非台湾唯冠的委托，执业行为也是维护深圳唯冠的注册商标专用权，在这种情况下，作为深圳唯冠的代理律师，却在办案过程中被不少网友指责，甚至在之后的律师追讨律师费纠纷中，也有不少人幸灾乐祸，里面也包括一些社会知名人士，这再次引发了对律师职业伦理的拷问。

我国《律师法》第2条规定，律师应当维护当事人的合法权益，维护法律的正确实施，维护社会的公平与正义。

在律师职业的这三个使命中，维护当事人合法权益是律师的第一使命和最基本的职责(参见中华全国律师协会编：《律师职业道德与执业基本规范》，北京大学出版社2007年5月第1版，第2页)。

现代司法体系中的另外两类主体——法官和检察官也承担着维护法律正确实施的责任，但他们的职责和使命则与律师在基础上不同。

法官是站在公平对待当事人的立场上代表国家对纠纷进行审判的裁判者，而检察官作为公共利益的代表者，承担着追究犯罪、监督法律实施的责任。

我国《法官法》、《检察官法》均要求他们“保障司法公正”，“忠实执行宪法和法律，全心全意为人民服务”。

所以，作为具有特殊身份的国家司法公务人员，是法官、检察官，而非律师，对案件实现最终的正义，对当事人作出最终的评价。

但实践中，‘往往有人混淆了法官和律师的区别，把律师与法官一样当成了正义的化身，忘记了律师使命来源于当事人的委托，往往以道德代替法律评判案件，进而以自己的好恶评价律师的服务，甚至指责律师为坏人辩护(或者代理)，殊不知，如果律师受人之托而不能忠人之事，律师制度就丧失了其存在的意义。

实际上，在任何国家，律师的职业伦理都是以律师和委托人的关系为基础的，各国律师协会几乎无一例外地对律师的职业道德水准提出了要求，其主要内容就是律师对委托人的诚信。

在律师业发达的美国，许多州在申请律师执照时，都要考察律师对于职业道德的理解和掌握程度。

美国学者一般认为，律师协会推出的法律职业行为规则背后蕴藏的观点，基本上是依循这样一个逻辑，即美国实现民主要靠法治，法治要运作，需要人民对之抱有信心，人民要对法治有信心，必须首先

<<苹果的iPad之痛>>

对法律人有信心，要让人民信赖法律人，法律人必须在实际和表面上都没有违反伦理之事。

这就是法律伦理的重要性。

如果逆推上述逻辑：假如法律人的行为导致人民对法律人丧失信心，则多米诺骨牌效应就会发生，民主也就成为水月镜花(参见许身健、刘晓兵：《电影中的律师职业伦理》前言，知识产权出版社2009年9月版)。

由此可见，律师忠于当事人的委托，恰是律师最高的职业道德，哪怕这个当事人不诚信甚至犯了罪，因为对其不诚信或者犯罪的惩罚是法官的责任，律师的责任只能是在合法的范围内尽最大努力维护委托人的利益。

遗憾的是，许多人并未真正理解律师制度，他们预设了一方当事人(或者犯罪嫌疑人)天生就是坏人，认为律师帮助了坏人，妨碍了正义的实现，却无视律师制度内在的伦理和逻辑，在本案办理过程中，我们再次看到了这样的论调。

实际上，本案作为商业纠纷并非正义之争，苹果和唯冠都是以追求自身利益为目标的商人，双方并无道德上的高下，只有利益上的纠葛，这样的一场诉讼无关道德乃至诚信，双方只应遵守法律这个最高游戏规则，对于已经进入司法程序的这样一个纠纷，法院是最掌握事实的审理者，也是最为中立的裁判者，在法院作出最终判决之前，对任何一方进行道德评价不是入戏太深就是别有目的，而尊重法院的判决、尊重律师的工作，也是法治理念的应有之义。

李昊林 马东晓 2012年11月16日

<<苹果的iPad之痛>>

媒体关注与评论

苹果的教训相当深刻。

即使中国的法规可能存在不符合国际惯例的地方，毕竟要在这个全球最大的市场挣钱，怎么能粗心到没有严格审核商标的程度？

从这个角度上，苹果支付6000万美元买个教训不冤。

但因此产生的示范效应已在发酵。

最近，苹果公司在2009年推出的一款“雪豹”操作系统又在国内被起诉，原因是其侵犯了江苏雪豹公司的商标权。

想必如此纷争这仅是个开始。

那才是苹果真正的麻烦。

——石述思(新浪博客)

<<苹果的iPad之痛>>

编辑推荐

《苹果的iPad之痛:IPAD商标权纠纷案主办律师评析》是一个里程碑式的案件：本案以6000万美元调解结案，创下中国知识产权司法审判史上的最高数额。

本案所引起的世界性关注，为中国知识产权司法审判史上罕见。

本案引起企业和公众的热议，为我国知识产权制度施行以来所未见。

本案双方律师团队斗智斗勇，体现了高超的专业性。

《苹果的iPad之痛:IPAD商标权纠纷案主办律师评析》由李昊霖、马东晓编著。

<<苹果的iPad之痛>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>