

來源: 人民網 (<http://ip.people.com.cn/GB/16856686.html>)

日期: 2012 年 01 月 12 日

中國商標第一案“王老吉”商標之爭驚現新證據

日前，被譽為中國商標第一案“王老吉”商標之爭再次出現出人意料的變化，戲劇性轉折令事態走向更加撲朔迷離。

2011 年 12 月 29 日，廣藥集團與加多寶母公司香港鴻道集團關於王老吉商標糾紛一案，在中國國際經濟貿易仲裁委員會首度開庭，在經過 5 個小時的審理後加多寶拋出新證據，指出當時與加多寶簽約王老吉商標出售協議的並非廣藥前高管李益民，而是時任廣藥集團董事長的蔡志祥，駁斥了廣藥集團之前一直堅持的“受賄說”。

據悉，該商標案的雙方都大有來頭，一邊是苦心經營了十餘年王老吉品牌，將“防上火喝王老吉”理念深入人心的加多寶，一邊是大權在握擁有王老吉商標的廣藥集團，雙方庭審現場爭論激烈，其仲裁結果據悉最快 2 個月，最長半年後才能予以公佈。



(紅綠相爭讓王老吉品牌去向成謎)

加多寶新證據否認“受賄說”

回顧整個事件，雙方爭論的焦點，關鍵點在於加多寶擁有王老吉商標使用權時間。

加多寶方堅持認為自己使用王老吉商標時間在 2020 年截止，而廣藥集團則認為，加多寶使用王老吉商標實質已在 2010 年 5 月到期。

10 年的合同時間，年銷售額超 160 億元，品牌價值高達 1080 億元的商標，對於旗下只有王老吉這一知名品牌的加多寶和目前旗下兩家公司急需重組的廣藥集團，意義均甚大。那麼為何會出現這 10 年的租賃差距，廣藥集團一口咬定認為加多寶賄賂其前總經理李益民，從而才能拿到該合同。

然而戲劇化的是，在最新的庭審結果中，加多寶出示了“王老吉”商標租賃的補充協議，廣藥一方的簽名者並不是此前廣受詬病的廣藥集團前總經理李益民，而是時任廣藥集團董事長的蔡志祥，香港鴻道集團的簽約人則是其董事長陳鴻道。這就意味著，此前傳聞的因李益民受賄而



續簽商標租賃協議的說法並不可靠。

廣藥集團高管肯定合作空間

儘管廣藥集團有關負責人並不認可加多寶的新證據，但也同時表示已經拿出了足夠多的證據來指控加多寶，接下來要做的事情就是等待仲裁結果。

有了解商業內幕的業內人士表示，“一個公司的簽約並非兒戲，當時廣藥集團的法人代表為蔡志祥，總經理為李益民，幾百萬的商標授權合同不會因為某個人的受賄而通過，況且廣藥集團在加多寶已出示新證據之後，仍然強辯和堅持自己之前的說法，有點死豬不怕開水燙那感覺。”

但戲劇性的是，廣藥集團有關負責人卻同時向記者表示，“廣藥集團的訴求就是，如果通過不合法所得的合同就應該終止。”但他同時也強調，“終止合同不意味著將合作的大門關上。”

據悉，此前有媒體報導廣藥集團初衷是在目前的市場基礎上，重新擬定王老吉商標的租賃費用，而非終止與鴻道集團的合作。因為在十年的時間裡，王老吉依託加多寶鋪設的市場基礎，並非廣藥集團一朝一夕能完成的，從另一個角度也肯定了加多寶對王老吉品牌的貢獻。

中國飲料第一罐未來走向成迷

儘管身處風暴最中心，依舊沒有影響王老吉成爲中國飲料第一罐。

據廣東省食品行業協會公開的數據顯示：2005年時，國內涼茶飲料不足100萬噸，在經濟統計中也沒有位置，2006年申遺成功，涼茶飲料以翻番的速度發展，2010年，涼茶飲料產業達到2500萬噸，超過可口可樂全球銷量。其中，以紅罐王老吉爲首更是始終牢牢掌控近90%的市場份額。

作爲被公認爲“正宗涼茶”的“國家級非物質文化遺產”的品牌，如今王老吉在中國的消費者中享有較高的口碑和比較廣泛的認知度，成爲國內唯一與可口可樂相抗衡的民族飲料產業。

儘管2012年的王老吉品牌到底歸誰所有，至今還是一個待解的謎團，但中投顧問醫藥行業研究員郭凡禮認爲，最好的結果還是雙方和解，因爲這不但可以將王老吉品牌發揚光大，而且從利益層面考慮，和解對雙方都有利。

對此，加多寶則表示：“鴻道集團將會一如既往地致力於民族品牌的建設，有信心繼續把王老吉推向世界，我們將不斷推出新的產品，以回報社會的多元化需要。我們有信心、有理由相信仲裁機構會根據事實，依照法律和合同的規定，並遵循公平合理的原則，獨立公正地作出裁決。”

（來源：慧聰網）