

面对浙江省食物公司的猛烈动作，金华人毫不示弱，组织了“还我形象”万人签署活动，向法院提起诉讼，要求法院判令浙江省食物公司归还金华火腿形象。

金华市火腿工厂利用“金华火腿”四个字最终算不算侵权？为了明确这一问题，浙江省工商局向国家工商总局商标局提交了相关案件请示。2004年3月，商标局颠末重复钻研，作出《64号批复》。该批复在肯定浙江省食物公司所持有金华火腿商品形象专用权受条文保护的条件下，认为“金华特产火腿”、“~~※~~形象)金华火腿”、“金华~~※~~(形象)火腿”属于《形象法实验条例》第49条所述的正当利用行为。同时明确，在实际利用中，上述正当利用方式该当文句排列偏差一致，字体、巨细、颜色也应相同，不得突出“金华火腿”字样。

针对《64号批复》，浙江省食物公司一面向杭州等地工商部门举报金华的火腿工厂利用形象不规范，一面向武汉市一中院提起行政诉讼，要求撤销这一批复。颠末司法两审程序，武汉市高级人民法院终审维持了商标局的64号批复。

对于金华人而言，商标局《64号批复》是一个强大的条文支持，但仍未从权属上彻底解决金华火腿形象纠纷。金华人开始了申请注册自己的证明形象的进程。一方面，要尊重既定的条文现实；另一方面，也不能丢掉属于自己的处所特色品牌。在多方高明谋断下，金华市政府专门成立了金华火腿证明形象保护委员会，于2003年11月由金华火腿证明形象保护委员会办公室作为申请人，向国家工商总局商标局提出了金华市金华火腿证明形象注册申请。浙江省食物公司提出贰言后，被裁定贰言不成立。

2007年7月，金华市金华火腿证明形象正式核准注册。该形象由横向排列“金华市”和纵向排列“金华火腿”（“华”字共用）、外加椭圆合营形成。

条文和规则的贯彻执行，不是简单的加减乘除，而是一个‘酿造’的过程，任何对条文程序的简单坚守、对条文规范的机械执行、对现实情况的简单看待，都不能体现条文精神的价值取向。将条文‘酿造’成人们生活的‘美酒’而不是‘苦酒’，有关商标转让的协议既是政府公权力的高明担当，更是公权力的道义担当。金华火腿‘这道难题破得好，解决了一个主体和多个主体、一个工厂和一个处所、一个商品形象和众多特色产物名称的多重矛盾。证明形象对处所地域品牌的保护和发展意义重大，但同时又是一把双刃剑。证明形象把众多市场主体绑在了一起，大家一荣

俱荣，一损俱损。如何让传承千年的传统名牌更加灿烂，依然全心全意。
浙江省工商局局长郑宇民的这番话醍醐灌顶。

内容来自网络，如有不妥请告知删除