



提起“天眼”，很多人首先想到的，或许就是贵州山窝里的那口“大锅”。没错，历时22年，耗尽科学家南仁东一生的心血，这才有了足以领先世界二三十年的“中国天眼”。可如今，这个世界级的IP，竟然被用在了烟草上面。

日前，记者调查发现，一包叫“天眼”的香烟在贵阳市场上悄然流行。这是纯属巧合，还是跨界联名？

1 当“天眼”成了一包香烟 是弘扬科学精神还是蹭热点？

神秘紫色的天幕中，地平面及“天眼”全景模型由近而远，缀以瑰丽星云和灿烂繁星，“FAST”的简称跃然其上……从外包装上看，科技感十足。市场上流行的这包香烟，以“天眼”命名，号称是全球第一包星空题材卷烟。

在此之前，或许很少有人会把“中国天眼”和香烟联系起来。事实上，这包“天眼”烟，悄然间已经上市两年了，由中国烟草总公司贵州省公司和红云红河烟草(集团)有限责任公司联合出品。

在红云红河烟草(集团)有限责任公司的官方网站上，对“天眼”烟如此阐述——以“中国天眼”命名，致敬“中国天眼”所蕴涵的伟大科学精神和奋斗精神。

提及这包香烟的由来，贵州省烟草专卖局局长、中国烟草总公司贵州省公司总经理高体仁曾在发布会上公开表示，“为了更好地纪念和铭记南仁东先生，为了更好地传承和弘扬南仁东精神，让精神生生不息，用产品讲述故事，我们提出了打造‘天眼’系列卷

烟产品的创意和构想……”

高体仁明确表示，正是因为有了“中国天眼”，才有了这款香烟的诞生。

位于贵州平塘大窝凼里的“大锅”，是目前世界上最大、最灵敏的单口径射电望远镜，凝结了南仁东一生的心血和汗水。此前，它有个拗口的名字，叫“500米口径球面射电望远镜”，简称FAST。2016年9月25日，在落成启用时，习近平总书记在贺信中提到“中国天眼”。在2017年新年贺词中，习近平总书记再度点名“中国天眼”。从此，“中国天眼”或“天眼”的字眼频频见诸报端网端。

如今，堂堂大国重器何以成了一包香烟的名字？在接受记者采访时，贵阳市律师协会知识产权专业委员会主任、北京盈科(贵阳)律师事务所高级合伙人余清凯律师明确表示不能接受。他说，或许出品方的初衷是好的，但大家都知道，吸烟有害健康，将一包香烟命名为“天眼”，在外包装上也高度关联，确实容易让人产生不好的联想。

2 “我已经注册了商标” 该用法治眼光审视这件事

那么，“天眼”烟是否得到相关方面授权？是否涉嫌商标侵权？

在中国烟草总公司贵州省公司，一位办公室工作人员对记者表示，商标事宜由云南方面负责，具体情况他不知道。至于其他方面，这位工作人员不愿多谈。

电话联系了红云红河烟草(集团)有限责任公司宣传策划部，一位负责人在了解相关情况时，明确告知记者：此事要找云南中烟技术部。至于联系方式，“没有！”

经国家知识产权局商标局网站查询得知，早在2017年3月17日，红云红河烟草(集团)有限责任公司就申请注册了“天眼”中文商标，2018年4月23日，又申请注册了“天眼 云烟 YUNYAN HTTP://WWW.HYHHGROUP.COM SINCE 2016”“天眼 烟 FAST SINCE 2016 HTTP://WWW.HYHHGROUP.COM”，三个商标类型均为烟草制品。

很显然，“天眼”商标被抢注了。而早在2016年9月25日，“天眼”就在贵州平塘建成，并进入调试阶段。

记者从相关渠道了解到，当初，烟

草公司在使用“天眼”元素及商标时，和国家天文台没有做过任何沟通。中国科学院国家天文台为此也发出律师函交涉，但没有得到相关方回应。

对此，余清凯表示，申请商标注册应当遵循诚实信用原则，不得损害他人现有的在先权利，也不得违背公序良俗或有其他不良影响。从这两点上看，红云红河烟草(集团)有限责任公司抢注的商标涉嫌侵权。当然，最终不构成侵权，还需通过法律途径来确认。

也有不同的声音。有人说，尽管情感上难以接受，但如果“天眼”的商标合法，也只能承认现状。况且，市面上不乏“中南海”“黄果树”这类的香烟品牌。

“两者没有可比性，不能相提并论。”在余清凯看来，早期的商标法还不完善，让“中南海”之类的老品牌得以使用至今，这属于“历史遗留问题”，但“天眼”面临的情况完全不同，现在商标法已经很完备了，应该用法治的眼光来审视这个事情。时代背景不同，游戏规则自然也不同。

这包烟也叫「天眼」

大科学工程遭遇商标碰瓷

3 “天眼”面临的新问题 “正主”使用可能会被认定为侵权

从调试到正式投用，“天眼”的科学产出令世人惊艳。在未来的二三十年内，“天眼”将继续保持着世界一流的地位，知名度和影响力毋庸置疑。也正因为如此，一些单位或个人在申请商标时，总想蹭一蹭“天眼”的热度。

截至2020年8月7日，在国家知识产权局商标局官网以“天眼”作为关键词检索，可以查询到1106件商标注册申请记录。其中，下手最早的是贵州克度天眼运营管理有限责任公司。2016年10月28日至11月4日，贵州克度天眼运营管理有限责任公司陆续成功申请注册了“克度天眼”商标，涵盖45个分类，且商标对应图案就是“天眼”的“大锅”造型。换言之，如果中国科学院国家天文台要使用相关文字及图案商标，很可能会被认定为侵权。

2017年3月17日，红云红河烟草

(集团)有限责任公司申请注册了“天眼”中文商标，之后在类似商标的注册上，国家知识产权局商标局似乎有所收紧。贵州红德夏秋茶产业发展有限公司的“天眼红茶”、贵州日报报业集团传媒有限责任公司的“天眼新闻”、红云红河烟草(集团)有限责任公司的“天眼FAST”“天眼 FAST SINCE 2016 FILTER CIGARETTES 及图”等商标在申请注册时，均被国家知识产权局商标局驳回。

在驳回红云红河烟草(集团)有限责任公司的“天眼FAST”注册申请时，国家知识产权局商标局特别提到，申请商标中“天眼FAST”为我国天眼超级望远镜的中英文名称，作为商标上注册使用在指定商品上，易使消费者对商品来源产生误认，同时亦产生不良社会影响。

4 敲响大科学工程品牌保护警钟 保护好品牌才对得起科学家的心血



有意思的是，2017年8月11日，平塘县国有资本运营有限责任公司申请注册“中国天眼”商标时被驳回，同一商标在2019年6月4日被中国科学院国家天文台成功注册。

余清凯表示，商标碰瓷也好，侵权也罢，都说明“天眼”的品牌价值所在，相关方面在品牌保护上要与时俱进，不能让“天眼”这样的大科学工程品牌频频遭到商业滥用。“从某种意义上说，‘天眼’不仅仅是一个大科学装置，它代表的是一种国家形象。只有把‘天眼’品牌保护好了，才对得起科学家的心血，对得起国家和人民。”正是“天眼”，敲响了大科学工程品牌保护的警钟。

“在品牌保护上，‘天眼’应该向

“老干妈”学习。”贵州大学副教授、传播学专家杨遂原表示，为了商标维权，“老干妈”曾经花费巨资四处打假，注册了“老姨妈”“老干娘”等100多个防御性商标，基本覆盖商标全部分类，牢牢筑起了商标护城河。

余清凯建议，中国科学院国家天文台和贵州省应该尽快建立起相应的联动机制，共同保护好“天眼”这个世界性的IP，擦亮“天眼”品牌形象。

目前，中国科学院国家天文台成功注册的“中国天眼”商标，也仅仅涉及20个商标品类。下一步，围绕“天眼”的品牌保护，中国科学院国家天文台有没有进一步的动作，尚不可知。

(何星辉 洪永)