

美标®赏析

国家能源集团:凝聚力量



近日,国家能源投资集团有限责任公司(下称国家能源集团)正式对外发布新标识。

新标识由国家能源集团的英文简称“CHN ENERGY”的首字母“C”“E”组合而成。图案主色调为红色,内含金黄渐变色。图中渐变色构成的曲线如同地平线,象征地球,寓意国家能源集团坚持全球化发展;曲线又似旭日东升,寓意国家能源集团生机蓬勃、前景广阔。“C”与“E”紧密组合为一体,彰显“合作、合力、合心”之意。主线条指向右上方,造型硬朗,体现昂扬向上的生机活力,又具稳重大气之感。

万达集团:乘风破浪



大连万达集团股份有限公司(下称万达集团)的标识诞生于1992年,是由一位20岁出头的青年设计。该标识由“万达”的拼音首字母“W”和“D”组合而成。“W”造型较为平滑,形似海浪,而“D”则化身帆船,直立于海浪之上,寓意万达集团乘风破浪,一帆风顺。外围以圆圈代指地球,揭示万达集团走向国门、走向世界的雄心。标识设计之初的基色为蓝色,蓝色也正是大海的颜色,使“地球”“海浪”“帆船”的构图更为形象。

万达集团的标识结构简单,寓意深刻,具有较强的识别性,很容易给人留下深刻印象。

中国中车:中国之心



中国中车股份有限公司(下称中国中车)是一家轨道交通装备供应商。

中国中车标识以繁体的“車”为基础图形,巧妙利用正形与负形的互换以及视觉的连贯性,将“中”字嵌入到“車”的中心,独具匠心地展现出中国中车的“中国之心”。图形整体结构流畅,半框式的非封闭造型表达了公司“通”“达”的发展方向。“車”字笔画直交错,代表阡陌交通,寓意公司业务纵横全国。标识整体布局对称,上下左右均衡平稳,给人稳重感的同时又不乏亲切柔和,既体现了中国文字的博大精深,又展现出“中車”的符号之美。

贵州茅台:展翅雄鹰



贵州茅台酒股份有限公司的标识在形态上为圆形,以红、白、蓝为主色调,分别象征茅台酒的酱香、醇甜、窖底3种香型。顶端的五星,寓意企业开拓精神和奋勇的热情,其中嵌入5颗星,寓意茅台酒的地位。中间的白色部分为“茅台”的英文缩写“M”的变形,形似一只抽象的雄鹰,象征企业似雄鹰展翅腾飞的恢宏气势,展现出强大的生命力。“鹰翅”两边共8根流动的线条,寓意该标识是在茅台酒荣获“巴拿马万国博览会”金奖80周年之际推出,使该标识具有深远的历史意义和纪念意义。

(黄 价)

维密“sheer love”商标纠纷有新进展

本报记者 王国浩

作为拥有40余年历史的时尚品牌,“维多利亚的秘密”(VICTORIA'S SECRET)凭借自身独特的设计与风格而风靡全球,旗下“SHEER LOVE(纯粹的爱)”系列产品更是有着众多拥趸。而围绕着一件“sheer love十分爱”商标,美国维多利亚的秘密商店品牌管理公司(下称维密)却与远在数万公里之外的浙江省义乌市庆鹏化妆品有限公司(下称庆鹏)展开了一场激烈的权属纠纷。

历时近4年,双方纠纷日前有了新的进展。继北京知识产权法院认为庆鹏申请注册第9924701号“sheer love十分爱”商标(下称诉争商标)系为商标抢注“毒树之果”缺乏受保护基础之后(本报2017年1月13日第6版曾作相关报道),北京市高级人民法院日前终审判决驳回庆鹏上诉,认定其申请注册诉争商标的行为构成我国商标法规定的以其他不正当手段取得注册的情形。

至此,双方纠纷告一段落。截至记者发稿前,国家知识产权局商标评审委员会(下称商标评审委员会)尚未就诉争商标重新作出裁定。

横刀夺“爱”引发纷争

记者了解到,维密经营有“SHEER LOVE”品牌的香水、沐浴露、香体乳等商品。目前,维密及其关联企业美国浴美品牌管理公司(下称浴美公司)在美国、加拿大、欧盟等多个国家或地区已获准注册

“SHEER LOVE”商标。据悉,维密旗下的“SHEER LOVE”品牌保湿身体乳于2014年6月在中国取得进口非特殊用途化妆品备案。

庆鹏成立于2001年11月,经营范围包括护肤类、香水类化妆品及服装等商品的生产、销售等。2011年9月,庆鹏提出该案诉争商标的注册申请,2012年11月诉争商标被核准注册,核定使用在浴液、化妆品、香水等第3类商品上。

据中国商标网显示,庆鹏与其关联企业共在第3类、第18类及第25类等多个商品类别上共申请注册有800余件商标,其中包括“La pargay”“ELLA MOSS”“NOVAE PLUS”等与知名服装、化妆品品牌相同或近似的商标,还包括“Justin Bieber”“Stuart Weitzman”等与知名人物姓名相同或近似的商标。庆鹏有关负责人称,其申请注册的商标中实际使用的约有一两百件,其余商标系作为资源储备之用。

记者了解到,庆鹏曾在商标网交易平台上出售其申请注册的近30件商标,价格在2.5万元至7万元之间,如“乔丁斯帕克丝JORDIN SPARKS”商标的售价为7万元。

维密有关负责人介绍,其与浴美公司针对庆鹏申请注册的80余件商标提出异议申请,针对近20件商标提出无效宣告请求。同时,维密与浴美公司曾对庆鹏提起侵犯著作权民事诉讼,浙江省杭州市中级人民法院作出多份终审判决,认定庆鹏在其

产品上使用了维密享有著作权的“SHEER LOVE 产品包装设计”“Secret Charm 产品包装设计”等11款身体用化妆品、香水的包装设计,并判决庆鹏承担停止侵权、赔偿损失等民事责任。

与此同时,针对庆鹏申请注册的“简爱美 Simply Gorgeous”与“灿烂爱情 Brilliant Love”等30件商标,商标局认定“Simply Gorgeous”与“Brilliant Love”等系维密旗下化妆品商品的系列子品牌,庆鹏申请注册多件与他人先使用并已经具有一定影响的商标相近似的商标有违诚实信用原则,扰乱了公平竞争的市场秩序,而且明显超出正常商业经营需要,根据我国商标法规定不应予以核准注册。

双方此番纠纷源于2014年,维密于当年11月针对诉争商标向商标评审委员会提出无效宣告请求,主张诉争商标存在夸大宣传并带有欺骗性的情形,属于有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的标志,庆鹏系以不正当手段抢先注册其已经使用并具有一定影响的商标,而且系以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册。

终审判决厘清是非

2015年7月,商标评审委员会作出无效宣告裁定,认定维密提交的证据不足以证明庆鹏系以不正当手段抢先注册其已经使用并具有一定影响的商标,亦不能证明诉争商标在申请注册之时存在欺骗商标主管部门或其

他不正当手段取得注册的情形,且无充分证据证明诉争商标存在夸大宣传并带有欺骗性之情形,诉争商标本身亦不存在我国商标法所指的不良影响。综上,商标评审委员会裁定对诉争商标予以维持。

维密不服商标评审委员会裁定,随后向北京知识产权法院提起行政诉讼。

经审理,北京知识产权法院认为,维密提交的证据不能证明庆鹏系以不正当手段抢先注册其已经使用并具有一定影响的商标,但庆鹏申请注册诉争商标的行为损害了维密的合法民事权益,对商标注册管理秩序造成冲击,而且还损害了不特定多数商标申请人的利益和社会公共利益,已构成我国商标法规定的以其他不正当手段取得注册的情形。而且,庆鹏提交的证据虽能证明诉争商标已经投入商业使用,但并不足以证明其已经具备较高知名度或形成稳定的市场格局,且即便诉争商标取得了较高知名度和稳定的消费群体,因其注册和使用均存在明显“搭便车”、不正当利用他人市场声誉之情形,此种“毒树之果”缺乏受法律保护的正当性基础。

综上,北京知识产权法院于2016年12月作出一审判决,撤销商标评审委员会所作裁定,并判令商标评审委员会重新作出裁定。

庆鹏不服一审判决,随后向北京市高级人民法院提起上诉,主张一审法院对其全部商标申请行为作出概括性评价,属于严重程序错误;同时,

一审法院滥用“毒树之果”理论,错误认定了庆鹏申请注册商标的行为。

北京市高级人民法院经审理认为,包括诉争商标在内,庆鹏大量申请注册了与维密及其关联公司的权利标志相同或近似的商标,并在实际使用商标的过程中抄袭和刻意摹仿维密相应品牌产品的包装装潢,严重损害了维密的合法民事权益。同时,庆鹏作为化妆品行业的普通经营者,申请注册了数百件商标,其中包含大量与他人先使用的权利标志、知名人物姓名等相同或近似的商标,其攀附他人商誉、声誉,以谋取不正当利益的目的较为明显,并引发了大量商标异议、商标争议乃至行政诉讼,消耗了大量宝贵的行政资源和司法资源,造成严重的社会资源浪费,损害了社会公共利益。此外,根据庆鹏自身陈述,其实际投入使用的商标仅有一两百件,而且在案证据表明庆鹏在互联网上公开售卖名下商标,此种囤积商标、以销售为目的注册商标的行为扰乱了商标注册秩序,损害了不特定多数商标申请人的利益。

综上,法院认定庆鹏申请注册诉争商标的行为构成我国商标法规定的“以其他不正当手段取得注册”之情形,据此终审驳回庆鹏上诉,维持一审判决。



近日,北京市工商行政管理局丰台分局组织开展了商超外租区域专项打假行动,查封涉嫌商标侵权的“BOY LONDON”服装265件、“UNDER ARMOUR”服装325件、“ECCO”鞋121双。执法人员现场对涉嫌侵权商品进行了扣押,并要求商户负责人接受进一步调查。
通讯员 杨红亮 摄影报道

北京东城 加大打击销售假冒商品力度

本报讯 日前,为了维护良好的市场秩序,北京市工商行政管理局东城分局加大打击销售假冒侵权商品行为的力度,向辖区内的市场、商场等商业场所开展了普法宣传和具体工作指导,明确要求市场相关管理部门加大监管力度,坚决杜绝市场内出现商标侵权的违法行为。

据悉,东城工商分局将进一步加强对辖区市场主办单位的监管力

度,要求市场相关管理部门依法依规对市场内商户进行教育和管理,提高商户的法律观念和守法经营自觉性,及时发现和制止市场内商户制假售假等违法行为,确保市场内经营秩序稳定有序,并督促市场相关管理部门积极履行管理义务,严格落实管理责任,确保辖区有形商品交易市场秩序稳定。
(李琦)

安徽六安 开展茶叶品牌商标专项检查

本报讯 近日,安徽省六安市相关部门开展了茶叶品牌商标使用情况专项检查,严厉查处商标侵权、擅自使用中国地理标志保护产品专用标志以及“六安瓜片”“霍山黄芽”“舒城小兰花”等地理标志证明商标的行为。

据了解,六安市相关部门执法人员对一包装厂进行了突击检查,发现该厂仓库内有“六安瓜片”外包装5000套和“霍山黄芽”马口铁盒3000套,同时在六安经济技术开发区查处了一起涉嫌销售伪造注册商标标识案件,查获“六安瓜片”礼盒包装物20个、“霍山黄芽”礼盒包装物

300个及其他涉案物品。经查,当事人不仅涉嫌无证无照经营,还涉嫌未经商标权利人授权,销售印有“六安瓜片”“霍山黄芽”地理标志证明商标的茶叶包装。目前,案件在进一步调查处理中。

此次专项行动进一步净化了六安市市场环境,维护了消费者和经营者权益,提升了“六安瓜片”“霍山黄芽”“舒城小兰花”的品牌形象。
(踏风)

“以不正当手段取得商标注册”条款适用审查未注册商标吗?

针对第10000941号“RACHEL ZOE ZR”商标(下称被异议商标),美国瑞秋佐伊公司(下称瑞秋佐伊)与广州红谷供应链管理服务有限公司(下称红谷公司)展开了一场历时5年的纠纷。

近日,北京市高级人民法院作出终审判决,驳回红谷公司上诉,商标评审委员会(下称商标评审委员会)对被异议商标不予核准注册的决定得以维持。

据了解,被异议商标由红谷公司于2011年9月提出注册申请,指定使用在珍珠层粉、空气清新剂、牙膏光洁剂等第5类商品上。

2013年4月,瑞秋佐伊针对被异议商标向商标局提出不予注册申请,主张红谷公司申请注册被异议商标损害了瑞秋佐伊所有人瑞秋·佐伊在先姓名权,系以不正当手段抢先注册,而且系以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册。

经审查,商标局于2015年6月作出对被异议商标不予注册的决定。红谷公司不服,于同年7月向商标评审委员会提出复审申请。

2016年4月,商标评审委员会作出不予注册复审决定,认为被异议商标的申请注册未损害瑞秋佐伊在先姓名权,亦未构成以不正当手段抢先注册瑞秋佐伊已经使用并有一定影响的商标之情形。但是,红谷公司申请注册的多件商标与他人具有较强显著性或较高知名度的商标相同或相近,超出了正常生产经营使用的需要,明显具有借他人市场声誉牟利的目的,已构成以其他不正当手段注册的情形。综上,商标评审委员会决定对被异议商标不予核准注册。

红谷公司不服,随后向北京知识产权法院提起行政诉讼,但其诉讼请求被法院一审判决驳回,红谷公司继而向北京市高级人民法院提起上诉。

经审理,北京市高级人民法院认为,除被异议商标外,红谷公司在多个

商品类别上申请注册了300余件商标,涉及多件与其他具有较强显著性或较高知名度的商标相同或近似的商标,具有明显的复制、抄袭他人较高知名度商标的故意以及利用他人先商誉谋取不正当利益的意图,不具备注册商标注册应有的正当性,扰乱了正常的商标注册管理秩序,有损于公平竞争的市场秩序,违反了诚实信用原则。参照我国现行商标法第四十四条第一款关于禁止以欺骗手段取得注册的不正当手段取得商标注册的立法精神,红谷公司恶意注册被异议商标的行为应当予以禁止,被异议商标的注册申请不应予以核准。

综上,北京市高级人民法院判决驳回红谷公司上诉,维持一审判决。
(王国浩)

行家点评

惠博 隆天知识产权代理有限公司 商标代理人:我国现行商标法

第四十四条第一款规定:“已经注册的商标,违反本法第十条、第十一条、第十二条规定的,或者是以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的,由商标局宣告该注册商标无效;其他单位或者个人可以请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。”根据上述规定的文义,其只能适用于审查已注册商标,而不能适用于审查未注册商标。但是若涉案商标在申请注册时便系采用不正当手段申请注册的,审查机关若不予以制止,不仅会使商标注册管理秩序和公共利益被损害的风险加大,而且违背了我国现行商标法第四十四条第一款规定的立法精神。同时,依据“举重以明轻”的法律解释规则,我国现行商标法第四十四条第一款也应适用于审查未注册商标。

该案中,红谷公司除申请注册被异议商标外,还在多个商品类别上申请注册了300余件商标,涉及多件与其他具有较强显著性或较高知名度的

商标相同或近似的商标,这种恶意大量申请注册他人知名商标的行为,构成不正当竞争,破坏了公平、合理、有序的市场竞争和商标注册管理秩序,违反了我国现行商标法第四十四条第一款规定,应当不予核准注册。

实践中,法院根据我国现行商标法第四十四条第一款规定的立法精神,将“没有真实使用目的,大量抢注他人先有一定知名度的商标”的行为界定为“扰乱商标注册秩序”,从而适用该条款规定的“不正当手段”予以规制。由于商标抢注是近年来我国商标法实践中引起较大关注的现象,故在相关的司法政策中也应一贯强调要用足用好现行法律,遏制恶意抢注,从而有利于净化市场环境,有力打击搭便车、傍名牌等不正当竞争行为。