

在《形象法》中，“冒充注册形象”与“混充别人注册形象”是两个性质不同的条文观点，然而不少人经常将其混为一谈。明明是混充别人注册形象的形象侵权案，援用的处罚依据却是《形象法》第四十八条，即“冒充注册形象”行为。这种援用条文不当的现象，很容易激起行政复议或行政诉讼，必须引人工商干部的高度重视。

冒充注册形象”的案例：某公司从1994年9月至1994年11月，在未经国度工商局形象局正式核准注册的情况下，私行在其生产的生命核能营养液包装上利用注册形象表记，将生命核能这一未注册形象冒充注册形象利用。

混充别人注册形象”的案例：2004年1月至2006年3月，某公司未经AMP（安普）及SYSTIMAX（康普）注册形象所有人许可，在其生产的网线产物上，利用与AMP及SYSTIMAX相同的形象，后将上述产物销售给别销售金额为48万余元。

从上述两例能够看出，“冒充注册形象”与“混充别人注册形象”的相同之处在于：一、违背了《形象法》，二、应遭到行政处罚。不过它们的服装商标转让交易本质是不同的，违背的是《形象法》的不同条目，两者寄义截然不同，涵盖规模各异，行政处罚的种类和幅度也相去甚远，绝不能混为一谈。

冒充注册形象”的首要表现为：某一形象未经注册，利用人却称其形象曾经注册，而且在商品上标明注册表记。形象注册人将自己在某种商品上已注册的形象利用在自己未被形象局核定利用的商品上，并标有“注册形象”字样或利用注册表记“注”或“®”的，也视为冒充注册形象行为。如某公司在其酒楼招牌及门面摆布的铜牌上，将未经注册的服务形象，标明已注册表记“®”利用，即形成冒充注册形象行为。

混充别人注册形象”是一种侵犯形象专用权的行为，其主观方面是故意的。首要表现形式包括：未经形象注册人许可，在统一一种商品或者类似商品上利用与别人注册形象相同或者近似的形象；销售侵犯注册形象专用权的商品；伪造、私行制造别人注册形象表记或者销售伪造、私行制造的注册形象表记；在统一一种或者类似商品上，将与别人注册形象相同或者近似的表记作为商品名称或者商品装潢利用，误导民众；故意为侵犯别人注册形象专用权行为提供仓储、运输、邮寄、隐匿等利便条件；未经形象注册人同意，更换其注册形象并将该更换形象的商品投入市场等。

对于“冒充注册形象”和“混充别人注册形象”的案件，工商干部在处置惩罚时，一定要严格区分。同是违背《形象法》的行为，由于其违法

的性质和程度不同，对这两种行为的处罚轻重和罚款额度也是不同的。
#9633;李丽华

内容来自网络，如有不妥请告知删除