

两“鳄鱼”巨头法庭再争形象权

嘴向右张开的是法国鳄鱼，嘴向左张开的是新加坡鳄鱼。“对于在中国服装市场上出现的两条鳄鱼”，国内消费者往往要依靠这个经验进行区分。而法国拉科斯特股份有限公司（以下简称法国拉科斯特）和新加坡鳄鱼国外机构私家有限公司（以下简称新加坡鳄鱼）为了争夺鳄鱼形象权，之间的恩怨曾经长达数十年之久。

近日，新一轮鳄鱼形象之争拉开战幕，法国拉科斯特诉国度工商总局形象评审委员会（以下简称商评委）和第三人新加坡鳄鱼要求撤销贰言复审裁定书在武汉市第一中级人民法院开庭。据悉，环绕鳄鱼形象的争议曾涉及多起案件，日前，已有5起案件开庭审理。

庭审中，商评委辩论称，从稽核的内容来看，两个形象并没有形成近似形象，是以要求法院维持原裁定。作为第三人的新加坡鳄鱼也认为，其注册的形象与法国拉科斯特的4个鳄鱼形象不形成近似形象，不会引人消费者的误认，请求法院维持商评委的裁定。

法国拉科斯特的代理人在开庭前表示，新加坡鳄鱼的做法使得消费者混淆，是以才出面大肆维权。至于市场份额和占有率，他表示并不清楚。新加坡鳄鱼的代理人则表示，法国拉科斯特一直是在欧洲市场发展，而在中国市场，自己的公司占有优势。

据相识，两家鳄鱼在中国市场的情况是：2005年7月，新加坡鳄鱼投资1.2亿元在上海建设的卡帝乐大厦正式开工。这栋新建大厦将成为该集团新的寰球总部，预计本年底建成。目前，在中国市场的销售额已占据新加坡鳄鱼寰球营业的1/3，仅次于日本市场；而法国拉科斯特在中国市场则始终坚持走高端路线，市场销售量相对不大。近年来，法国拉科斯特也不断加大在中国的市场开发力度，而鳄鱼形象面临的尴尬近况，使得法国拉科斯特开始猛攻新加坡鳄鱼。媒体称这将是一场涉及巨大利益的“驱逐”与“警备”战。

相关人士先容，法国拉科斯特明显是走高价位的市场路线，专柜设在

新光天地、东方新天地和百盛这样的豪华大市集，一件T恤的价位在500元以上，皮带则以千元起步。相比而言，新加坡鳄鱼走的是亲民路线，不只将店面设在规模相对较小的市集，价位也较低。

两家鳄鱼的恩怨由来已久。早在上世纪60年代，法国拉科斯特筹备进军日本市场，却发现鳄鱼形象在日本曾经被新加坡人注册。颠末条文程序商标转让材料，两边认同“两鳄鱼偏差不同，不致混淆”，许可对方自由发展。1983年，两边签订了协议，规定在新加坡、马来西亚、印尼、文莱、中国台湾等国度和地区两边品牌共存。协议说，两边认同各自的系列形象在相关市场共存不致混淆，法国拉科斯特向新加坡鳄鱼支付了“过去鳄鱼形象保护和防御费用的补偿金”150万美元。在印度、巴基斯坦、韩国、中东这些新加坡鳄鱼先占领的市场，新加坡鳄鱼按照协议接受了法国拉科斯特的进入，但到了中国，却出现了问题。1980年，法国拉科斯特就在中国注册了相关形象，但并未大规模利用。到1983年以解决亚洲纠纷为目标的协议签订时，新加坡人并不知道法国拉科斯特在中国曾经注册形象，以致两边在协议中并没有明文说起中国内地。1993年，新加坡鳄鱼想进入中国市场，在向形象局申请注册形象时遭到了法国拉科斯特的谨防。形象局受理了这个贰言，并于2003年作出了裁定——法国拉科斯特的贰言不成立，新加坡鳄鱼的3件形象都被予以核准注册。法国拉科斯特向商评委申请复审，2005年，商评委复审认为两边形象存在明显区别，维持了形象局的注册。历经12年，新加坡人终于在中国拿到了自己已利用近60年的形象。

2005年11月28日，法国拉科斯特在武汉市第一中级人民法院起诉商评委，要求撤销其对新加坡鳄鱼的注册，新加坡鳄鱼作为第三人参与诉讼。这次两边的争议源于在眼镜类商品上的鳄鱼形象注册。近日，两边又就服装等类别上的形象注册问题对簿公堂。据法国拉科斯特的代理人表示，案件至今尚没有结果。

从庭审中获悉，1998年11月18日，新加坡鳄鱼在眼镜等商品上提出C RTELLO及图的注册申请，形象局予以初步核定并公告后，法国拉科斯特提贰言，认为被公告形象与自己曾经注册的形象形成近似形象。原来，法国拉科斯特早在1984年便开始在眼镜等4类商品上提出LACOSTE及图形象注册申请，此后，4件形象又获得领土迟延保护，专用权期限为20年。受理法国拉科斯特的贰言后，形象局于2003年8月27日作出裁定，对新加坡鳄鱼形象不予核准注册。新加坡鳄鱼不服，向商评委申请复审。商评委于2008年7月23日作出裁定，认为两个鳄鱼形象不形成近似形象，是以核准了新加坡鳄鱼的注册申请。

法国拉科斯特不服，向武汉一中院提起行政诉讼，要求撤销商评委的贰言复审裁定。诉讼理由为：一、两个鳄鱼形象形成在类似商品上的近似形象；二、法国拉科斯特鳄鱼形象活着界规模内具有较高知名度，新加坡

鳄鱼形成对驰名形象的复制和模仿。据相识，此案将择日宣判。#9633;
文波

内容来自网络，如有不妥请告知删除