

从德惠大豆油形象案看“傍名牌”

&nbsp;

&nbsp;

案情

第805045号德大形象是吉林德大有限公司核定利用在食用油、豆油、精炼油商品上的注册形象，该注册形象图样如图一。

2006年8月，吉林德大有限公司向吉林省德惠市工商局投诉，称德惠市天鑫油脂有限公司在其销售的5升包装豆油上利用“德惠大豆油”字样的行为侵犯其形象专用权，利用方式如图二。

图二：左为被投诉人德惠市天鑫油脂有限公司的商品，右为投诉人吉林德大有限公司的商品。

德惠市工商局就此案向长春市工商局请示，长春市工商局向吉林省工商局请示。2006年9月，吉林省工商局就此案向国度工商总局形象局请示。国度工商总局形象局2007年1月收回《关于“德惠大豆油”是否侵犯“德大”注册形象专用权的批复》，认为德惠市天鑫油脂有限公司在豆油商品上利用的“德惠”和“大豆油”文句，从其排列及字体巨细看，在显著职位地方并排突出了“德”、“大”两字，这种利用行为侵犯了第805045号德大注册形象的专用权。

评析

德惠市天鑫油脂有限公司销售的“德惠大豆油”的包装特点是字的整体版式为纵向，个中“德大”二字横向排列，字体较大，中间夹有天鑫注册形象。同时，“天鑫”二字将“德大”二字与其他几个字分离，使横向排列的“德大”二字明显突出出来，很容易使消费者误认为“德大”即是这种大豆油的形象，故国度工商总局形象局认定德惠市天鑫油脂有限公司的行为属于《形象法》第五十二条第（二）项规定的形象侵权行为。

德惠市天鑫油脂有限公司的上述行为俗称“傍名牌”。“傍名牌”是对近年来生产和流通领域中新出现的种种仿冒、克隆名牌违法行为的统称。这种违法行为蔓延和发展相等迅速，非法分子从“傍”国内品牌发展到“傍”国外品牌，商品从服装小商品发展抵家电等产物，违法主体也从非法自我发展到生产厂家，且手段多变，花样翻新。

（一）“傍名牌”的表现方式

除了上述德惠市天鑫油脂有限公司的行为，“傍名牌”还有以下三种首要

表现形式：

1.将知名工厂的形象及工厂字号到香港等地注册为工厂名称或形象，再委托内地工厂生产同类产物。

非法分子将境表里一些驰名形象、著名形象、知名工厂字号到香港特别行政区等地注册为工厂名称或形象，然后以香港或境外工厂的名义，用授权生产、委托加工、监制等形式，委托境内工厂生产同类产物，在产物包装、装潢上突出利用与驰名形象、著名形象、知名工厂的字号相同或类似的境外工厂名称，造成消费者混淆误认，侵害正当工厂的在先形象权和工厂字号权。如浙江宁波的一家工厂将驰名形象苏泊尔在香港特别行政区注册了“苏泊尔集团（香港）有限公司”的工厂名称，然后以“苏泊尔集团（香港）有限公司”的名义授权浙江宁海某金属电器有限公司利用其工厂名称，收取工厂名称利用费。宁海某金属电器有限公司则在其生产的压力锅产物及包装、装潢上突出利用“苏泊尔集团（香港）有限公司”的工厂名称，使消费者误认为是驰名形象所有人“浙江苏泊尔集团有限公司”在香港投资的公司生产的压力锅产物。据不通盘统计，海尔、红双喜、雅戈尔、杉杉、报喜鸟等一大批国内驰名形象、著名形象和知名工厂字号被非法分子在香港特别行政区歹意注册为工厂名称或形象。

2.将别人文句形象拆开注册后再合并利用，造成消费者混淆误认。

非法分子将驰名形象、著名形象或知名工厂字号到香港特别行政区或境外注册成工厂名称后，以香港工厂或境外工厂的名义到国度工商总局形象局将别人的驰名形象、著名形象或知名工厂的字号拆开，分别申请注册成两个或多个形象后，再将两个或多个注册形象合并起来利用，配以香港或境外注册的工厂名称，达到“傍名牌”的目的。如胡某以“香港（红双喜）集团有限公司”的名义先后向国度工商总局形象局申请注册了“香喜”、“喜港”两个形象，个中“香”字和“港”字字体、字形一样，两个“喜”字字体、字形一样。胡某在得到这两件形象注册证后，又将其合并并在压力锅上利用，就酿成了“香喜喜港（香港红双喜）”，达到其“傍”“沈阳红双喜”品牌的目的。

3.不正当转让形象利用权，突出标注含有驰名形象、著名形象的工厂名称。

非法分子将自己在境内注册的形象依法转让给自己在香港或境外注册的“傍名牌”工厂，再由境外工厂通过形象利用许可、授权生产等方式，许可境内工厂生产、销售与别人驰名、著名形象同类的产物，并在产物上淡化形象，突出标注蕴含有其他驰名形象、著名形象的境外工厂名称，达到“傍名牌”的目的。如浙江台州一服装生产工厂先在国度工商总局形象局申请注册“鸟图形”形象，然后到香港登记注册了“法国啄木鸟（香港）衣

饰有限公司”工厂名称，再将鸟图形形象依法转让给 法国啄木鸟（香港）衣饰有限公司”，再由 法国啄木鸟（香港）衣饰有限公司”以授权生产名义，许可台州服装生产工厂利用鸟图形形象和 法国啄木鸟（香港）衣饰有限公司”工厂名称，再加上其包装、装潢与真正 啄木鸟”服装近似，达到 傍”啄木鸟品牌的目的。

## （二）傍名牌”的风险

### 1.严重损害驰（著）名形象和知名工厂的正当权益。

傍名牌这种歹意仿冒、侵犯驰（著）名形象和知名工厂字号在先权益的违法行为具有极大的风险性。一个工厂创名牌需要几年甚至几十年的时间，一旦产物被侵权混充，很有可能在极短时间内声誉遭到损害，产物销量大幅下降。被侵权工厂通过条文途径维护自己的正当权益要花费多量的人力、物力，维权资本高昂，且侵权混充产物出现质量问题后，消费者往往找到正规厂家投诉，给知名工厂的商誉造成损害。

### 2.严重损害消费者的正当权益。

傍名牌”极易引人消费者的误认误购，一旦出现纠纷不容易找到真正的生产者，消费者正当权益得不到有效保护。

### 3.严重扰乱市场经济秩序，破坏公平竞争的市场环境。

目前，市场包括许多大型市集内销售的名牌商品都是正宗品牌货的“兄弟姐妹”，特别是一些境外名牌，如老人头、梦特娇、华伦天奴等品牌的“兄弟姐妹”尤其多。老人头像上的皱纹是两道还是三道，梦特娇的花瓣有几片等藐小细节，都决定了商品价格的巨大差异。有些看似统一形象的商品，其生产厂家通盘不同。傍名牌”产物与正品相比，具有价格优势，但产物质量与售后服务却很难包管，极易引人恶性竞争，扰乱正常的市场经济秩序。

近年来，国度工商总局加大了对 傍名牌”行为的打击力度。2007年8月21日，国度工商总局收回《关于开展打击 傍名牌”不正当竞争行为专项执法行动的通知》（工商公字〔2007〕17商标超市2号）。该通知规定对突出、放大利用工厂名称中的字号，形成混充别人注册形象，侵犯别人注册形象专用权的，能够凭据《反不正当竞争法》第五条第（一）项或者《形象法》第五十二条的规定认定处置惩罚。对简化利用工厂名称，形成对商品的产地、生产者等作引人误解的虚假表示或虚假宣传的，能够凭据《反不正当竞争法》第五条第（四）项或第九条的规定认定处置惩罚。对工厂名称（包括在中国境内进行贸易利用的外国或者地区工厂名称）中利用别人具有一定的市场知名度、为相关民众所知悉的工厂名称中的字号，引人误认为是别人的商品的，能够凭据《反不正当竞争法》第五条第（三）项的规定认定处置惩罚。&#9633;国度工商总局形象局

符 正&nbsp;

内容来自网络，如有不妥请告知删除