

一点评雅戈尔请求确认不侵权之诉

案情

雅戈尔集团股份有限公司（以下简称雅戈尔公司）是我国著名的服装工厂。雅戈尔、YOUNGOR形象于1992年获得国度工商局形象局核准注册，利用商品为形象注册用商品与服务国外分类第25类服装等，1997年被认定为驰名商标。

2003年8月21日，自然人李某在形象注册用商品与服务国外分类第25类服装上申请的DP形象获得核准注册。

2005年年底，雅戈尔公司研制出纯棉免熨精品衬衫，为了便于消费者辨认，这一产物在标注雅戈尔形象的同时，还标注了“DP”字样。DP是英文Durable press（耐久免熨）的缩写。

2008年4月，李某认为雅戈尔公司侵犯其DP注册形象专用权，向江苏省宁波市工商局鄞州分局投诉，同时在武汉、天津、湖北、内蒙古等地向工商部门投诉，要求依法查处雅戈尔公司的形象侵权行为。2008年8月4日，鄞州工商分局经审查认为雅戈尔公司不形成形象侵权，依法撤销立案。

2008年7月，李某向武汉市朝阳区人民法院提起诉讼，要求雅戈尔公司停止侵权行为，并赔偿经济损失1000万元。虽然法院未受理此案，然则这一事件经媒体报道后，在全国闹得沸沸扬扬。为了维护自身的正当权益，消除不良影响，雅戈尔公司于2008年9月向浙江省宁波市鄞州区人民法院提起请求确认不侵权之诉。法院依法受理后，于2008年12月25日开庭审理此案。2009年1月12日午后，鄞州区人民法院对这起特殊的诉讼作出一审判决，剖断原告雅戈尔公司利用“DP”字样的行为属于正当利用，不形成形象侵权。

另据报道，雅戈尔公司曾经向国度工商总局形象评审委员会提出了撤销DP注册形象的申请。

形象执法要精准

王建平

浙江省宁波市工商局高新区分局局长

形象权是一种重要的知识产权，对它的保护是毋庸置疑的。然则，形象权的保护必须在条文的框架内，不能无限扩大，更不能以保护形象权为名，损害别人的正当权益，限制别人的正当权益。

形象权必须遭到平允的限制，这一原则在国外条约和我国国内立法中

均有体现。《与贸易有关的知识产权协议》（TRIPS协议）第十七条规定：成员可规定形象权的有限例外，诸如对说明性词汇的平允利用之类，只有这种例外顾及了形象所有人考中三方的正当利益。“我国《形象法实施条例》第四十九条规定：注册形象中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、首要质料、效率、用途、重量、数量及其他特点，或者含有地名，注册形象专用权人无权禁止别人正当利用。”

熟手政执法和司法实践中，判断某一行为是形象侵权还是正当利用，是精确执法、保护形象权人和消费者正当权益的重要环节。DP形象案正体现了这一点。笔者认为，此案有以下几个重点。

1.雅戈尔公司利用“DP”字样是不是作为形象利用的。本案中，雅戈尔公司有自己的形象，而且早就被认定为驰名形象。雅戈尔公司在衬衫包装及吊牌上醒目地标注雅戈尔形象，以区别商品来源，利用“DP”字样是为了说明产物的特征，即纯棉免熨精品衬衫。据相识，除DP衬衫外，雅戈尔公司还生产VP衬衫。由此可见，雅戈尔公司不是把DP作为形象利用的。

2.雅戈尔公司利用“DP”字样是否存在主观歹意。DP形象虽然获得核准注册，但其仅由两个英文字母组成，显著性弱。随着免熨烫技术日益普及，“DP”作为一个有特殊寄义的缩写，已为服装行业、科研单元广泛利用，如DP等级、DP性能程度、DP整理剂等。本案中，雅戈尔公司在衬衫标注“DP”字样，目的是对产物进行说明，便于消费者选购，显然，这种利用是善意的正当利用，雅戈尔公司不存在侵犯别人注册形象专用权的主观歹意。

3.雅戈尔公司利用“DP”字样是否会造成混淆误认。笔者认为，客观上造成混淆误认，是形成形象侵权行为要件之一。是否造成混淆误认，既与形象知名度有关，也与销售渠道、消费群体等有密切联系。雅戈尔形象在全国具有较高知名度，其产物是通过在全国各地设立的专卖店、专卖厅销售的。DP形象注册后，并未在衬衫上利用过，市场上也没有DP牌衬衫。两者的销售渠道、消费群体截然不同。普通消费者看到标注“DP”字样和雅戈尔形象的衬衫，很容易理解为雅戈尔牌的纯棉免熨精品衬衫，不会误认为是DP牌衬衫，是以雅戈尔公司对DP标记的利用方式不会造成混淆误认。

笔者认为，保护形象专用权是工商部门义不容辞的职责，然则在具体执法过程中，一定要结合案情综合分析，精确执法，这样才能真正保护消费者和生产运作者的正当权益，促进经济社会又好又快发展。

知识产权保护应有度

□孙小青

苏州市新苏形象事务所有限公司

高级合资人

本案由于雅戈尔公司提起请求确认不侵权之诉遭到存眷，实际上，此类案件并不复杂。1934年，美国颁布了《联邦确认之诉法》，确认不侵权的案件在美国早有先例可循。在我国，根据《民事诉讼法》，在不违背条文基根蒂则的情况下，请求确认不侵权的案件从启动到讯断，均未跨越现有规定。法院受理雅戈尔公司提起的请求确认不侵权之诉并作出讯断，通盘符正当律规定。

笔者在2002年就接触过知识产权领域的请求确认不侵权之诉。当时苏州两家保健品公司之间的纠纷启动了请求确认不侵犯专利权之诉。最高人民法院针对该案，对江苏省高级人民法院的请示作了批复。该批复指出，原告与本案有直接的黑白相干，本案有明确的被告，有具体的诉讼请求和理由，属于人民法院受理民事诉讼的规模和受诉人民法院统领，符合《民事诉讼法》的规定，人民法院该当受理。这一案件开了法院通过司法审查确认不侵犯专利权之先河。

2004年，中国社会科学出版社向武汉市一中院提起了请求确认不侵犯注册形象专用权诉讼，即备受存眷的彼得兔形象案。此案被称为我国形象领域首例请求确认不侵权之诉。之后，江苏南通等地的处所法院也审理了类似案件。

结合本案，笔者想谈谈知识产权保护度的问题。权益人拥有的权益该当遭到一定的限制，不能限制别人的正当利用，这是国内知识产权界若干年前就热议的话题。2001年《形象法》修改时，根据实践经验，把正当利用规定为侵权行为之例外。在本案中，法院就是考虑到对注册形象专用权的限制，是以讯断支持雅戈尔公司的正当利用行为。

在国内目前的知识产权诉讼中，形象权与外观设计专利权往往被认为只有存在就能够不受限制地行使排他权，除非在讯断前形象被撤销或外观设计被宣告无效。现实的问题是，在一个案件中，当对于涉案的专利或形象是否该当被授予权益或是否形成正当利用存在争议时，很少有法官会根据案情自行审理，直接讯断行为人不侵权。法官往往首要考虑司法不干预行政授权，很少考虑形象存在正当利用、外观设计只是推定的权益等情况。大多数时候，法官会裁定中止案件审理，让当事人一等就是一两年。笔者认为，这样的做法缺少对知识产权平允保护的充分考虑，有悖于知识产权立法原意。

在现实中，还会出现在原告提起请求确认不侵权之诉前后，权益人又在不同法院提起侵权之诉的情况。对这两个诉讼是否该当合并审理、如何合并审理等问题，理论界存在不同观点。笔者认为，请求确认不侵权之诉属于侵权诉讼，该当凭据《民事诉讼法》第二十九条的规定确定地域统领。然则，为避免出现就统一现实的案件，不同法院重复审判或结果可能不一致的情况，应根据两案立案的时间先后合并审理，后立案的案件该当移送到先立案的法院合并审理。值得注意的是，请求确认不侵权之诉从结果上看，其讯断仅仅是一种宣告性讯断，不存在判令承担民事责任的问题。

总之，请求确认不侵权之诉制订在我国仍有待完美。如何公允地保护知识产权，防止权益滥用，如何使行政程序与司法程序相互调和，实时、有效地保障当事人的权益，这些都是需要细心钻研并尽快在实践中解决的课题。

工厂须增商标转让委托书范本强形象前瞻意识

□游云庭

上海中汇律师事务所知识产权状师

此案中，DP形象权人维权行动的失败，与其对形象权益的一些错误认识有关。笔者下面作简要分析，希望对有类似情况的形象权益人有所启迪。

首先，DP形象权人对于形象的权益规模存在错误认识。许多形象权人认为，形象只有获得国度工商总局形象局的核准注册，就受条文的绝对保护，别人不得利用。实际上，条文对形象权的行使进行了诸多限制。如果别人以非贸易表记的方式利用形象，比如作为说明性文句利用，不会使消费者对商品或服务来源迸发混淆误认的，通常被认为是正当利用而不形成侵权。对于本身缺乏显著性的形象来说，更不能限制别人的正当利用。在本案中，雅戈尔公司是将DP字样作为技术性表记在其服装产物上利用的，不会造成消费者混淆误认，这也是法院讯断雅戈尔公司不侵权的重要缘由。DP形象权人如果提前相识一些形象条文知识，进行一些盘问，就该当知道该形象与纺织行业的常用技术术语的缩写相同，曾经被广泛利用，也许就不会贸然维权了。

其次，DP形象权人对形象的价值理解有误。从媒体报道来看，DP形象权人利用DP形象得到经济收益的心情是比较迫切的。在发现雅戈尔公司利用了DP字样后，他向行政部门投诉，还提起了民事诉讼，要求赔偿1000万元，其目的除了制止侵权外，显然是要最大程度获得形象的收益。实际上，形象的价值绝非取决于形象名称本身，形象必须颠末利用才能实现

其价值，利用形象的商品的品质、口碑等要素更是决定形象价值的关键所在。从报道看，DP形象权人从未在服装上利用过该形象，也未授权别人利用。DP形象本身显著性较弱，又未通过利用得到足够的显著性，权益人对该形象价值的认识显然是错误的。

法院虽然支持了雅戈尔公司的主张，然则此案也反映出该公司在形象战略上的失误。作为国内知名的服装工厂，雅戈尔公司在形象战略上应该有前瞻意识。在形象监测时，工厂应高度存眷与自身发展密切有关的词汇，包括行业通用的术语和缩写等。如果雅戈尔公司能在2005年推出纯棉免熨高级衬衫之前，先进行形象盘问，当时就提出撤销注册不当申请，提出充足的证据证明“DP”曾经被服装行业广泛利用，不具备显著性，也许到了2008年，这一形象曾经被撤销，雅戈尔涉嫌侵权被索赔千万”这样的新闻也就不会出现了。虽然武汉法院没有受理这一案件，雅戈尔公司也通过请求确认不侵权之诉洗刷了涉嫌侵权的委屈，然则事件发生后多量的新闻报道，还是对雅戈尔的品牌形象造成了一些不良影响，这也是该公司应该从本案中汲取的教训。

内容来自网络，如有不妥请告知删除