

# 武汉高院支持雅虎撤销“Wahoo”

来源: [香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册,但是国内的武汉高院支持雅虎撤销“Wahoo”还是值得关注。为阻止“Wahoo”形象注册,知名网站运营商雅虎公司抗争多年。日前,武汉市高级人民法院下发3份类似讯断,均认定“Wahoo”和“YAHOO”形象形成近似形象,并作出维持撤销“Wahoo”形象的终审讯断。据悉,“Wahoo”形象的申请人为网虎国外工厂股份有限公司(以下简称网虎公司)。早在1999年9月,网虎公司分别在第9类、第38类、第42类上注册“Wahoo”形象的申请,核定利用商品为信息处置惩罚机、电话通讯、计算机编程等。2000年,上述3件“Wahoo”形象陆续进入公告期内,随后雅虎公司先后提出形象贰言申请。雅虎公司认为,该公司利用“YAHOO”形象在先,网虎公司在明知“YAHOO”形象已在先利用注册的情况下,在同类或类似形象上注册与之类似的“Wahoo”形象,此会在市场上造成消费者的混淆。据此,向国度工商行政管理总局形象局(以下简称形象局)提出贰言申请。为阻止“Wahoo”形象注册,雅虎公司引证了同类别的在先确权的3件“YAHOO”形象,其形象核定利用商品分别为第9类计算机网络上用来盘问和检索信息、第38类电信、第42计算机服务等。对于雅虎公司的观点,形象局并不认同。形象局称,比对“YAHOO”和“Wahoo”形象,虽然4个字母相同都是“ahoo”,但首字母“W”和“Y”的字形及发音有较大差异,两形象在呼叫及整体外观上区别较大,不形成近似形象,而且认为“Wahoo”形象的注册不会引人相关消费者的混淆。据此,认定贰言理由不成立。雅虎公司不服,并向国度工商行政管理总局形象评审委员会提出复审,但同样被驳回。随后,雅虎公司又向法院提前行政诉讼。法院一审认为,“Wahoo”与“YAHOO”形象核定利用商品在效率、用途、消费对象等方面存在密切联系,形成相同或类似商品。虽然“Wahoo”与“YAHOO”英文单词寄义不同,但其寄义并不为中国相关民众熟知,在雅虎公司对“YAHOO”公司利用在先,并曾经在中国相关民众中迸发了一定的影响情况下,“YAHOO”形象与雅虎公司已建立了相对确立的联系。民众看到“YAHOO”日常不会遥想到该词寄义,而是遥想到雅虎公司。而在“YAHOO”和“Wahoo”后排字母相同,形象发音近似的情况下,剖断其形成近似形象。据此,法院一审作出撤销商评委维持“Wahoo”形象注册的裁定。商评委不服,随即向武汉高院提前上诉。本年1月,武汉高院作出终审讯断:驳回上诉,维持原判。

友情链接: [商标转让](#)

内容来源网络,如有侵权,请联系作者