

iPad形象战进入白热化 苹果恐遭巨额索赔或禁售

来源: [香港商标注册](#)

专注国外商标注册,但是国内的iPad形象战进入白热化 苹果恐遭巨额索赔或禁售还是值得关注. 上海2月8日电(记者龚雯)唯冠科技(深圳)有限公司(简称深圳唯冠)和美国苹果公司就iPad形象权的纠纷呈现扩大态势,战火”从深圳烧”到了武汉、上海、徐州等地,尽管在许多人眼里iPad就是苹果的产物,但形象法却并不看谁的名气响,注册在先”依旧是一条重要的游戏规则。 记者采访相识到,深圳唯冠更是计划扩大在全国规模内对iPad形象的维权,而苹果也可能面临着数亿甚至百亿元的巨额赔付或禁售危机。 iPad纠纷蔓延 多地法院、工商部门介入 记者从上海市浦东新区人民法院获悉,深圳唯冠已向上海市浦东新区人民法院提起形象侵权诉讼,法院已受理,将在近期开庭审理。 深圳唯冠代理状师谢湘辉在接受记者采访时称,目前深圳唯冠通过向法院提起诉讼和向工商管理部门提起查处申述两种途径进行对iPad形象权的维权。 在法院诉讼方面,深圳唯冠已向深圳市福田区人民法院、惠州市中级人民法院、上海浦东法院提起了对苹果iPad形象侵权诉讼,分别要求深圳市国美电器有限公司、深圳市顺电连锁股份有限公司和苹果贸易(上海)有限公司,停止利用iPad形象。 另外,在工商查处方面,深圳唯冠已向武汉、徐州等地的工商行政管理部门申请要求对苹果侵权iPad形象权的行为进行查处。武汉市工商局西城分局已正式介入考察苹果公司是否存在形象侵权一事,目前正在考察取证阶段。如果苹果公司侵权现实成立,将可能获得巨额罚单”。 深圳唯冠维权代理和君创业公关总监黄一丁对记者说:目前未便对外透露处罚金额,由于还在进一步考察中,但如果苹果继续拖延下去,只会令其赔付的金额更高。” 苹果亚太区新闻讲话人黄昱娜在接受记者采访时称,针对深圳唯冠和苹果之间关于iPad形象权的纠纷,以及会否影响苹果iPad在大陆的销售,暂时不发表任何评论。 iPad归属何方 据先容,深圳唯冠是香港上市公司唯冠国外控股有限公司(简称唯冠国外)在中国大陆的子公司,2001年在我国工商行政管理总局商标局获得IPAD”两个形象的注册。2009年底,英国IP公司和唯冠国外在台湾的子公司即唯冠电子股份有限公司(简称台湾唯冠)签署了形象转让协议,台湾唯冠以3.5万英镑的对价向英国IP公司转让旗下包括IPAD”在内的所有形象。2010年2月,苹果与英国IP公司签订了一份《权益转让协议》,英国IP公司以10英镑为价格,向苹果公司转让有关形象(即台湾唯冠转让给英国IP公司的所有相关IPAD形象)的所有权益。 如今, iPad形象权的争夺焦点就在于台北唯冠和深圳唯冠这两个唯冠能否被视为一体?对于苹果而言,台湾唯冠和深圳唯冠均属于唯冠国外的子公司, IPAD”形象转让协议是唯冠国外的集体生意业务行为,虽然转让协议是台湾唯冠签订的,但形成了对其的表见代理,苹果此前曾要求深圳市中级人民法院判令这两个形象归其所有。 然则,法院在审理后认为,形象转让协定系英国IP公司与台湾唯冠签订,深圳唯冠没有参与谈判,也没有授权别人贬抑其形象及订立形象转让协定,且形象转让协定签订人与深圳唯冠之间的表见代理亦不成立,涉案的形象转让协定对深圳唯冠无约束力。从

而驳回了苹果的诉讼请求。上海泛洋律师事务所高级合伙人刘春泉对记者表示，着实苹果公司在知识产权方面绝非平庸之辈，不只充分预料到了iPad的潜在形象风险，而且在解决中国大陆的iPad品牌隐患时，采用了高超的技巧，通过在英国设立一家名为IP的小公司来与台北唯冠洽谈收购，最后以3.5万英镑达成收购协议。然则，苹果最大的漏洞就在于，台北唯冠和深圳唯冠两边并不能代表彼此。据相识，苹果在一审败诉后向广东省高级人民法院提起上诉，目前案件还在审理过程中。深圳唯冠代理状师谢湘辉对记者表示，与苹果的这场形象权战役”肯定会打得比较辛苦，虽然从目前已有的相关材料分析，苹果胜算不大，但苹果可能会采取拖延战术，令债权缠身的深圳唯冠显得比较费劲。苹果iPad恐遭禁售或更名 现实上，苹果iPhone产物在国内的形象权同样也引人过争议，只是最后以两边达成和解告终。据汉王科技(002362,股吧)招股说明书显示，2009年与苹果签订了《形象和解及转让协议》，同意将公司活着界任何处所申请或注册的所有和任何与IPHONE”相关的形象发售予苹果，苹果向其合计支付365万美元(约人民币2494.6万元)。然而，从目前的情形看，深圳唯冠和苹果尚未有和解的意向。记者采访发现，区别于此前向深圳和惠州法院提起的诉讼，深圳唯冠在向上海浦东法院提起的诉讼中，新增了诉前禁令”申请，即在提起诉讼前法院责令侵权人停止有关行为的措施。这象征着，如果上海浦东法院颁布禁令，苹果旗下标有iPad形象的产物将在上海遭到禁售。不只如此，如果苹果在iPad这一形象权争夺中以败诉告终，将落空大陆市场或者换个名字再销售。”刘春泉告诉记者，类似的问题也有先例可循。在汽车行业，雷克萨斯”昔时在中国销售时，本来市场普遍接受的品牌是凌志”，但由于该中文形象已被注册，又无法实现收购，最后宁肯更名。目前，中国已成为苹果在寰球的第二大销售市场，2011年10月苹果CEO蒂姆·库克在苹果的财季分析电话会议上表示，中国当季为苹果贡献了45亿美元，同比增长270%，在苹果总收入中占比达到16%，中国市场潜力不行限量”。倘若苹果iPad真的在大陆市场遭到禁售，将不行避免地对苹果在华销售业绩造成负面影响。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者