

# iPad案诉讼私下：糊涂的苹果形象管理

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的iPad案诉讼私下：糊涂的苹果形象管理还是值得关注。

唯冠和苹果之间形象诉讼的结局曾经吊起寰球的胃口。

特别是近两个月，随着两边在诉讼之外的施压手法、公关力度增强，iPad形象案越发呈现出文娱化的趋向。

追本溯源能够发现，鉴于唯冠复杂的母子公司系统、高管职员的多重身份，iPad形象案早已不是一个诉讼，而是一系列诉讼。同时，高傲的苹果公司在形象领域早已不止犯下这一个错误。

## 从一个诉讼到一系列诉讼

在iPad形象案中，率先发难的是苹果方面。

早在2006年，当苹果计划推出平板电脑时，发现“iPad”相关形象已被唯冠注册，于是以撤销闲置不用形象为由，在英国起诉唯冠，但以败诉告终。

2009年12月，英国“IP申请发展有限公司”（下称“IP公司”）与唯冠国外达成协议，以3.5万英镑从唯冠台北手中获得iPad寰球形象权。次年2月，IP公司与苹果签订了一份转让协议，以10英镑的价格向苹果转让了iPad有关形象的所有权益。

2010年6月，苹果与IP公司联手在香港提起诉讼，将唯冠集团旗下的唯冠控股、唯冠电子、深圳唯冠和唯冠集团创始人、董事长与法人代表杨荣山告上法庭。至今该案的详细始末尚未露出。

2008年经济危机之后，唯冠每况愈下，杨荣山自我和名下多家公司均陷入破产困境。而同时，苹果在中国内地市场得到了火箭般的发展速率。在不同诉求的驱使下，此前看似“精巧和机智”的iPad形象转让矛盾终于爆发。

2011年4月，环绕iPad形象权属问题，苹果与IP公司在深圳起诉深圳唯冠，同年12月，深圳中院一审驳回了苹果和IP公司的所有诉讼请求。

苹果并未放弃。本年1月，苹果向广东省高级人民法院提起上诉，日前颠末首次开庭后，尚未讯断。

面对苹果的步步紧逼，深圳唯冠并没有坐以待毙，而是反戈一击。在深圳一中院驳回苹果方面的请求后，深圳唯冠在惠州等国内多地以形象侵权为由起诉苹果产物经销商，并向有关工商行政管理部门申请对苹果产物进行查处。受此影响，苹果iPad在部分处所被下架，渠道商在进货时也表现出顾虑。

本年1月，深圳唯冠在沪起诉苹果贸易（上海）有限公司形象侵权。日前，浦东法院已以“iPad形象案尚在广东省高院二审”为由驳回了深圳唯冠申请的临时禁售令。

2月17日，深圳唯冠又奔赴美国在加州高等法院起诉苹果。值得注意的是，该案首次将锋芒瞄准了苹果公司，深圳唯冠以协定欺诈为由，请求撤销如今的iPad形象转让协定。

“广东省高院的二审讯断将起到一锤定音的效果”，盈科（上海）状师事务所知识产权营业状师薛良权告诉记者。多位条文专家表示，条文作为利益平衡的工具，鉴于iPad形象案的复杂性和广泛影响，二审讯断将“难产”，不太会出现一边倒的讯断。

苹果不停地“费钱买形象”

iPad形象的争夺战还在继续，但案件私下暴露出的苹果公司混乱的形象管理早已不是新闻。

早在2003年，iPad形象就曾被日本富士通公司看上并申请注册，但在进入公示阶段，苹果公司对此提出了贰言。最终，苹果公司于2010年与富士通以400万美元的价格达成转让协议。

几乎苹果公司旗下所有的明星产物都遭遇过“形象之痛”。2000年，美国新泽西一家名为GRASSO的公司注册了iPod形象。苹果公司在2005年通过受让得到了该形象。但秘闻不得而知，外界猜测苹果公司为此花费了不菲的银两。

而更早在1996年，美国INFOGEAR公司注册获得了iPhone形象，思科公司在2000年收购了该公司从而获得

iPhone的形象权，并在苹果发布iPhone的第二天后将其告上法庭。为此，乔布斯不得不切身出马，邀请思科公司领导人共进午餐，通过谈判达成和解。

iPad案也不是苹果在中国国内遭遇形象纠纷第一遭。2004年，iPhone形象在国内被汉王公司注册。为此，苹果于2009年向汉王支付了365万美元。

作为如日中天的电子消费品国外巨头，苹果为何频频在形象问题上中招？“骄兵必败”，武汉盈科（上海）律师事务所知识产权部主任刘永沛博士说：“跨国工厂往往很自大，也容易骄傲，苹果内部的形象管理部门稍微检讨一下的话，这种低级的错误就不该该一犯再犯。从此案能够看出，越大的工厂越应该有如履薄冰的心态，在事前做好知识产权的尽职考察，熟手动前做好知识产权的战略规划。尤其是，如果存在知识产权的权属问题，或者在权益上存在瑕疵，就不该该存在荣幸心理，而应该先把权益的源头搞清楚。”

华东政法大学知识产权学院院长高富平教授告诉记者，由于苹果公司在形象管理中的不规范操作，招致出现不断费钱“销赃”的情形，“不只形象战略乌烟瘴气，一些贸易行为也存在漏洞，在明知未有效受让形象的情形下，仍然投入贸易利用。由于最终造成的后果需要苹果买单。”

中国版权协会理事、中华全国律协知识产权钻研会会员朱妙春律师提醒说，对中国工厂来说，要重视自身的形象价值，设立专门的形象管理部门并配备专职职员，形成完美的形象管理系统，在发现被侵权时要踊跃维权。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者