

宝马侵权：公司擅用长征火箭作为广告被判赔九万

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的宝马侵权：公司擅用长征火箭作为广告被判赔九万还是值得关注。由于认为宝马(中国)汽车贸易有限公司未经许可，便在杂志上发布利用CZ-2F长征系列运载火箭形象的广告，形成不正当竞争，CZ-2F运载火箭的研制、生产单元中国运载火箭技术研究院将对方诉至法院。记者获悉，武汉市丰台区法院近日已对此案作出一审宣判，判令被告立即停止侵权，赔偿运载火箭钻研院经济损失和平允支出共计9万元。原告称：宝马公司借火箭图形提升知名度 原告中国运载火箭技术研究院诉称，其是CZ-2F运载火箭图形注册形象的所有权人，该形象及其产物长征火箭在社会上享有极高的知名度。被告未经许可，在2010年第11期(总第136期)的《看天下》杂志中发布了一则广告，广告内容包括CZ-2F运载火箭图形。原告认为，被告私行在相关广告上利用与原告注册形象相同的标记，且广告画面中侵权标记的职位地方、外观、寓意显著，是利用中国长征运载火箭图形形象，及中国长征运载火箭的知名度吸引相关受众的注意力，借此提升其产物的社会知名度和市场竞争力，形成不正当竞争。诉请法院判令被告停止侵、消除影响，赔偿经济损失和平允费用共计10万元。被告称：火箭图形属于社会公共资源 被告宝马(中国)汽车贸易有限公司(简称宝马公司)认为，其与原告不存在竞争相干，被告的行为不属于反不正当竞争法所规定的具体的不正当竞争行为。涉案广告图案中所利用的火箭图形属于私有领域，被告的利用行为属于对社会公共资源的平允利用。被告称，其产物和品牌本身就享有很高的知名度，没有攀附原告的需求，消费者也不会造成混淆。此外，被告在和具体的广告提供商的协定中曾经明确要求其注意知识产权问题，被告尽到了谨慎义务。被告要求法院驳回原告的诉讼请求。长征火箭进入私有领域不该用于贸易目的 法院认为，运载火箭钻研院与宝马公司之间的运作规模不同，但岂论是否同业运作，运作者的运作资本、运作方式、生意业务机会等都将影响运作者在整个市场上的竞争能力，是以竞争既可能发生在同业运作者中，也可能发生在非同业运作者中。如果运作者以不正当的方式与竞争敌手或其他运作者直接或间接的争夺生意业务机会，损害竞争敌手或其他运作者的正当权益，扰乱社会经济秩序，就是不正当竞争行为，受损害的运作者有权通过反不正当竞争法追求救济。法院讯断称，公同事件是具有一定社会影响，得到社会广泛存眷的事件。事件的公共化或得到媒体的广泛报道，民众的广泛存眷，并不招致公同事件的组成元素就进入私有领域，能够被别人以平允利用为由进行利用，特别是具有贸易目的的利用。本案中，从涉案广告的构图来看，与除宝马汽车外的其他组成元素比较，个中的火箭以其独特的外部形象，使社会民众能够普遍知晓其所代表的是CZ-2F运载火箭。CZ-2F运载火箭作为中国航天载人工程的运载工具的独特寄义使涉案广告的受众对宝马公司的这则广告有了更为深切的印象，大大增强了涉案广告的广告效果。法院称被告使人误认为与原告存在合作 法院认定，宝马公司通过利用运载火箭钻研院享有正当权益的CZ-2F运载火箭形象图形作为广告元素，获得了更为有利的市场竞争地位，使人误认运载火

箭钻研院许可宝马公司利用CZ-2F运载火箭形象或与宝马公司存在某种合作相干,违背公平、诚实诺言的原则,损害了运载火箭钻研院的利益,形成不正当竞争。法院称,宝马公司作为一家以翻新、创造为生命的知名工厂,更应尊重别人的知识产权。广告公司仅是获得CZ-2F运载火箭摄影作品著作权人的利用许可,宝马公司作为广告主应谨慎注意CZ-2F运载火箭图片涉及的其他权益人,并获得相应权益人的许可,但就利用CZ-2F运载火箭的形象,宝马公司或者广告公司并未获得作为CZ-2F运载火箭形象权益人的运载火箭钻研院的授权,故宝马公司并未尽到相应的注意义务。宝马公司对其不正当竞争行为,应承担相应的条文责任。据此,法院依法作出上述讯断。目前,两边当事人均未表示是否上诉。(记者高鑫 通讯员叶晓)。

友情链接: [商标转让](#)

内容来源网络,如有侵权,请联系作者