

# 唯冠王牌与苹果底牌的颠峰对决

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的唯冠王牌与苹果底牌的颠峰对决还是值得关注。

3.5万英镑，美国苹果公司（下称苹果公司）认为买了10件形象，唯冠科技（深圳）有限公司（下称唯冠深圳）认为只卖了8件。

两件未有共鸣的“iPad”形象自2010年6月至今已在中国内地接连激起4起形象权纠纷民事诉讼。

一周之前，唯冠深圳在上海发起的形象侵权诉讼遭遇中止审理裁定，此前连败两阵的苹果公司获得了短暂的喘气时间。

仅一周后，2月29日，这场形象权纠纷事件核心一案即“iPad”形象权属争议案在广东省高级人民法院（下称广东高院）二审开庭。

近80封往来邮件，一份形象转让协议书，多名涉案当事人所具有的各自职务身份，如是多种类型核苦衷实摆在明面上，争议焦点在民众看来却依然难解。

第1590557号考中1682310号这两件“iPad”注册形象是否存在协定法意义上的生意业务现实？就此焦点，在这次庭审之中，该案上诉人苹果公司与被上诉人唯冠深圳对于核苦衷实均有各自视角的解读，并均极力证明各自版本说法才是本真。

有待厘清与裁判的争议问题令民众望眼欲穿。距2月29日的庭审开始还有1个小时，在广州濛濛细雨中，200余名记者、唯冠深圳债权人、热情民众组成了“庞大”的旁听阵容。广东高院亦为此增设了3个旁听法庭进行同步视频直播。

当日，这场关键的“iPad”权属争议案持续审理了近6个小时。

唯冠手中的“王牌”

因金融危机几近破产的唯冠深圳已无权自行处置其形象权益，8大银行债权人被认为是这场形象争议事件的一方主导者。

虽然在相关条文事务中，被曝受雇于唯冠深圳债权人方的条文团队只谈和解可能不谈和解金额，但唯冠深圳债权人代表日前在非正式场所接受媒体采访时还是开出了4亿美元的和解参照标的。

该和解参照标的虽在目前被唯冠深圳方面“造谣”，但据知识产权业内人士分析，依据其方面手中握有的“王牌”判断，4亿美元的价码亦非空穴来风。

据先容，唯冠深圳对两件“iPad”注册形象拥有的专用权正是其方面应答这场纠纷事件的“王牌”。

“‘iPad’权属争议案素质是协定纠纷，即便苹果公司方面胜诉也至多只能割断唯冠深圳负有毁约或违约责任，而无法改变权属现实。由于形象权受形象法保护，根据形象法相关规定，形象转让应由转受让两边合营向相应行政主管部门申请立案并获批准，只有唯冠深圳没有转让执行意愿，两件‘iPad’形象权属无法发生转移。”2月29日庭审之后，武汉一家知识产权专业律师事务所资深律师接受中国知识产权报记者采访时就该形象权属争议案素质进行解读时如是表示。

据该人士分析，“iPad”形象目前“稀世之宝”已被公认，但其在该场纠纷中应如何作价，是以侵权索赔形式完成订价，亦或通过和解协商形式达成共鸣，还是根据权属争议案可能存在的唯冠深圳被司法认定违约而评估其应负责任而定，直至目前则仍有待观察。

根据记者盘问及当事两边在庭审中证明，截至目前，第1590557号考中1682310号“iPad”注册形象所有人确为唯冠深圳，且该两件形象处于被查封冻结状态。

该人士就唯冠深圳所有的形象专用权可能发挥的作用分析认为，王牌在手，唯冠深圳可进可退：该协定纠纷案一旦胜诉，侵权索赔顺理成章，并在和解事宜中占据优势地位；即便败诉，也不会落空形象专用权，仍可藉此与苹果公司睁开周旋，“一家处于破产边缘的工厂，救命钱远比道义更现实”。

两种版本的“现实”

为确保手中“王牌”发挥最大就事，唯冠深圳需要将其所有的两件“iPad”形象与被苹果公司所称的

两份协定进行有效切割。

为此，两边在还原是否存在一份现实协定、以及两边是否受IP公司曾与唯冠深圳联系关系公司唯冠台湾间签订的形象转让书面协定约束这一现实过程中，苹果公司阵营方面与唯冠深圳分别给出了不同版本的说法。

苹果公司表示，2009年8月至12月期间，IP公司曾与唯冠英国公司、唯冠深圳及唯冠台湾等唯冠集团多家子公司就“iPad”寰球形象转让事宜进行了近80封邮件往来（个中唯冠方面多数邮件均利用了唯冠深圳工厂邮箱所在），该行为属于IP公司与唯冠集团间的业务行为，两边于2009年12月23日最终在中国台湾地区签订形象转让协定。

在此过程中，唯冠深圳法务职员袁辉，唯冠台湾法务处处长及唯冠集团条文事务总顾问麦世宏，唯冠深圳、唯冠台湾及唯冠集团合营法人代表杨荣山，均参与并主导了该10件形象转让过程和协定的最终签署。

之所以最终签订书面转让协定的甲方只为唯冠台湾而未有唯冠深圳的体现，是由于当时唯冠深圳与其银行债权人存在框架协议，该公司所有业务受银行债权人方面监督，为避免形象转让金进入银行债权人账户而无法使唯冠集团方面自身受益，故而出此“隐名代理”之策。

鉴于近80封邮件内容涉及邀约和承诺，以及IP公司已在此期间完成了3.5万英镑的形象转让对价，且两边间签订了对唯冠深圳存在约束力的“隐名代理”式形象转让书面协定，是以唯冠深圳与IP公司之间存在一份由邮件形成的现实协定和一份已签署的书面协定。

为佐证这一现实过程，庭审之中，IP公司一名该方面主导该事件的外籍人士作为证人进行了出庭作证，同时继上海一案之后再次提出“iPad”形象转让呈批函”这一新证据（详见本报2月24日第5版相关报道）。

针对苹果公司阵营这一现实版本，唯冠深圳在辩驳同时亦陈述了另外一种版本的现实。

唯冠深圳辩驳称，邮件往来只是IP公司与唯冠台湾关于形象转让事宜而进行的协商过程，多封邮件内容载实，唯冠方面工作职员收回的邮件明确表示“除了正式文件确认，邮件的内容不具有约束力”。最终

的书面协定的甲方系唯冠台湾，与唯冠深圳无关。

袁辉作为唯冠深圳法务职员，其参与形象转让事宜的协商过程属于联系关系公司间的职员借调，“由于其自我英文程度较高”；麦世宏是唯冠台湾的条文处处长，其代表的是唯冠台湾而非唯冠集团，唯冠集团不存在条文总顾问这一职位；苹果公司提交的由杨荣山签“准”的“iPad”形象转让呈批函为复印件，不具有证据应有的真实性且不具有联系关系性。

同时，形象转让必须签订书面协议，要捋挡过户登记手续，任何国度采用的都是实名制，不行能采用“隐名代理”形式把唯冠深圳的形象给台湾唯冠转让给IP申请发展公司，这在法理上行欠亨。

此外，苹果公司称唯冠深圳避开银行监管，“上诉物证据在哪里？如果是，那是否IP申请发展公司、苹果公司与我们串通损害银行的利益呢？”

是以，唯冠深圳与IP公司没有任何形象转让协定也没有任何形象转让义务。

在庭审最后意见陈述阶段，唯冠深圳抛出了其关于“iPad”形象转让的现实版本。

唯冠深圳称，根据庭审考察阶段IP公司证物证言并结合两边邮件中相应附件文件，能够证明在IP公司操作“iPad”形象转让过程中，苹果公司曾经提前获悉“iPad”形象在中国内地注册状况，并理应知晓其权益人系唯冠深圳以及唯冠深圳受银行债权人监管的现实。苹果公司明知通过与唯冠深圳债权人方面谈判收购事宜难度大，故而对唯冠台湾实验诱导性的形象骗购策略，其行为自始便已违背诚实诺言原则。

### 揭开苹果的“底牌”

连续数月接连应诉或上诉，面对媒体亦沉静是金，在“iPad”形象纠纷事件处置过程中，苹果公司在民众眼中显得疲惫又神秘。

这次庭审之中，苹果公司阵营方面较该案一审之时仅有一名来自广东深大地状师事务所的状师，其条文团队有了显著变化，共出庭了4名代理状师，分别为来自武汉金杜状师事务所的两名状师及广东深大地状师事务所的两名状师。

据一位存着该案进展的知识产权专家分析认为，从状师团队的大幅扩容这一现实能够看出苹果公司已

是背水一战。由于这起上诉案的进程及结果，将直接影响苹果公司后续条文策略的部署与实验。对于苹果公司而言，该案不存在败诉的空间，胜诉是最佳局面，具有自发性的和解是其次之选，消极性和解则是底线。

该人士表示，如果苹果公司终审胜诉，则能够认定唯冠深圳毁约或违约，该公司将承担相应条文责任，鉴于苹果公司“iPad”品牌已在市场中获得巨大商誉和相应条文权益，唯冠深圳将同时涉嫌不正当竞争。这样的胜势既会打消唯冠深圳方面高额索赔的野心，同时能够保障苹果公司用心操作其就唯冠深圳“iPad”形象曾经发起的“连续三年不利用”撤销争议案，最终达到最小资本基础上的利益最大化。

具有自发性的和解则是指在该案终审断未作出前，能使唯冠深圳认识到其具有败诉风险或可能激起其形象权益不稳定较大风险，从而迫使唯冠深圳方面降低和解费用预期，使得苹果公司自身在能够接受的条件下达成两边和解。

消极性和解则是指苹果公司在该案终审断未作出前，意识到败诉风险较大，从而不得不接受唯冠深圳提出的和解方案，而这种方案注定和解标的巨大。

而一旦败诉，从现实情况看，苹果公司已在中国市场出货iPad产物300余万台，销售额超过100亿元，其面临的行政处罚数额与侵权赔偿数额将真正成为天文数字。

该人士认为，苹果公司手中能够打出并能够对唯冠深圳迸发威慑力的牌除了该上诉案中提交的该份“iPad形象转让呈批函”之外，唯有针对唯冠深圳“iPad”形象曾经发起的“连续三年不利用”撤销争议案。“只有能证明‘iPad’形象转让呈批函的真实性，才能形成其完备证据链；连续三年不利用撤销形象撤销争议案如果能尽快出现有利苹果公司的结果，尽量被拖入行政诉讼程序，其仍会有较强话语空间，并可能是以打乱唯冠深圳后续的条文策略”。

对于该案的后续发展，中国知识产权报将继续予以存眷。(崔文宇)

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者