

# 政协委员左延安2012全国两会议案：修改《形象法》

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标注册，但是国内的政协委员左延安2012全国两会议案：修改《形象法》还是值得关注。

案由分析：一、我国形象审查规则存在的首要问题 现阶段我国形象申请量已突破1000万件，有效注册形象也高达几百万件，但较为有价值、有潜力的形象数量却寥寥无几，形象的品牌价值不高，这与当前我国形象审查规则的不统一有关。我国形象审查规则标准多而乱，现阶段首要存在两套形象审查标准，即司法审查标准、行政审查标准。个中司法系统以最高院的文件和司法解释(《关于审理形象授权确权行政案件若干问题的意见》、《形象法》、《形象法实施条例》、《驰名形象认定和保护规定》、《关于审理形象民事纠纷案件适用条文若干问题的解释》等)为核心，具有科学性、公允性，但规定过于遍及，法官自我自由裁量权过大；而形象局和形象评审委员会则以其联合制定的《形象审查标准》为依据，由于没有严格的条文责任制约，审查职员的自我主观意志会直接影响审查结果的公平、正确性。同时，由于这些标准由不同的部门制定，审查规则往往不统一，甚至相互矛盾，这就可能造成了某形象获得了注册后却被法院认定为侵权，或者是不被形象局核准注册却被法院剖断为不侵权，甚至形象局、商评委之间的标准也不统一，致使一件形象的申请经历了公告前的贰言、公告期内的贰言，这样不只会浪费行政、司法资源，还浪费了时间，形象也迟迟不能获准注册。众多老字号品牌、旅游胜景地名、古代圣贤、汗青伟人、国外名人名地等被不当注册或者无法注册，招致了我国注册形象的质量普遍不高，或者应该被应用的高价值形象却没有得到公允的应用，严重影响了形象的预期效果。二、《形象法》未明确赋予在先利用的服务形象拥有继续利用权 (一)在先利用的服务形象在实践中矛盾频出，纠纷不断。当前，在先利用的老字号形象自己及后代传人与形象专用权人之间的纠纷不断，“‘狗不睬’包子形象侵权案”、“‘牛忠喜’烧饼形象侵权案”等众多服务形象纠纷讼事打得如火如荼，均经历了一审、二审、再审，历时几年，耗费了多量人力、物力、财力，争议的焦点在于未注册服务形象的在先、继续利用能否对抗在后注册的形象专用权、在先利用的未注册老字号服务形象能否对抗驰名形象，在先利用的未注册老字号形象的后代传人是否是在先利用权的适格主体，而《形象法》对这些问题均未明确规定，由此激起了众多的矛盾、纠纷。(二)《形象法》对形象的在先利用权规定过于笼统，现实操作受限。我国现行形象法第三十一条规定“申请形象注册不得损害别人现有的在先权益，也不得以不正当手段抢先注册别人曾经利用并有一定影响的形象。”从某种意义上《形象法》承认了一个在先的权益或者利益的存在，给予了未注册形象一定的在先利用权。但我国形象的注册终究采取自愿申请、申请在先的原则，是以增强注册形象保护、管理，以及保护消费者和运作者利益为基本驻足点与价值取向而建立起来的。尽管形象法给予了未注册形象一定的在先利用权，但并没有赋予在先利用的未注册形象享有一种像注册形象这样的专有权，那么它又如何正当公允的行使自己的权益

呢?我国早在于1994年就颁布的《形象法实施条例》，个中第五十四条规定“连续利用至1993年7月1日的服务形象，与别人在相同或者类似的服务上已注册的服务形象相同或者近似的，能够继续利用;然则，1993年7月1日后伏贴利用3年以上的，不得继续利用。”该条例肯定了在先利用的未注册服务形象能够继续利用，体现了形象法的根本宗旨和保护服务形象、维护条文公平正义的目的，也体现了保护注册形象，同时保护注册形象以前曾经利用的相同、近似的服务形象的近况的这个规定。但实验一段时间后于2002年被废止。随着在先利用的未注册老字号形象与在后的注册形象专用权之间的矛盾抵触不断激化，《形象法》对于形象在先利用的规定显得过于笼统，应细化有关条目。针对上文一、二的问题分析，提出如下建议。建议：一、进一步细化《形象法》相关条文中关于形象审查的规定。二、强化形象审查的责任。在《形象法》中增长：对于严重不当的形象审查裁决，追究相关责任人相应的条文责任。三、统一形象审查规则。在《形象法》中增长：在形象审查过程中，如遇到矛盾抵触，以《形象法》及着实施条例为准。四、明确将形象在先利用权写进《形象法》，界定在先利用权行使的主体、客体、规模、利用地域、禁止许可、转让等。明确在先利用的主体仅限于自己(自然人、法人)、老字号的后代传人;在先利用不得跨地域利用，仅在原有的商品、类别、规模内利用;利用主体不得许可别人利用、不得转让该形象及所谓的平允利用。五、明确继续利用的界定。界定继续利用为在原有规模内连续不间断的利用。六、明确在先利用的未注册老字号形象与驰名形象抵触时的保护原则。鉴于驰名形象的特殊性，在先利用的老字号形象能否能抗辩驰名形象在《形象法》中尚未体现。在《形象法》中增长形象的平允利用，明确当两者发生抵触时，在先利用的未注册老字号服务形象也能抗辩驰名形象。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者