

上海一市民标注“UGG”雪地靴形象之争

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的上海一市民标注“UGG”雪地靴形象之争还是值得关注。上海市民马东在上海某著名商厦以人民币1800元价格，购买了一双款号为5825雪地靴，遂以该专卖店在鞋跟、鞋部及商铺包装等方面均广泛标注“UGG australia”为注册形象，以此误导消费者，诉至法院要求九兴达佳贸易(武汉)有限公司(以下简称：九兴公司)及该公司驻上海某商厦分店按购买价“退一赔一”，赔偿经济损失2254元。2月28日，上海静安区法院对马东之诉讯断不予支持。2011年8月初，马东在上海某著名商厦内的九兴公司分店，以1800元的价格，购买了一双款号为5825的沙色36尺码雪地靴，该分店在雪地靴的鞋跟、鞋部均标注了“UGG”为注册形象，还在“UGG”的下方标注“australia”。本案涉诉的雪地靴，系德克斯户外用品有限公司(DECKERS OUTDOOR CORPORATION)(以下简称：德克斯公司)正式授权九兴公司及该公司驻上海某商厦分店在中国销售的产物。2008年1月，德克斯公司向我国工商总局形象局申请“UGG australia”(申请号为6535509)，为注册形象未获核准。而涉诉的“UGG”形象在1996年已获得了我国工商总局形象局的核准注册，注册号为880518，权益人为德克斯公司。而九兴公司及该公司驻上海分店均获得了形象权益人德克斯公司正式授权许可，在中国境内利用“UGG”注册形象权益。涉案商品所利用的标注“UGG australia”与第880518号“UGG”注册形象进行比对，二者有“UGG”三个英文字母组成，且字母的排列顺序通盘相同。第880518号“UGG”注册形象是由标准印刷体字母组成，“UGG australia”中的“UGG”形象三个字母亦为标准字体，只是字体上有重叠效果，二者差别细微。而“UGG australia”中的UGG形象三个字母间的间距，相比于第880518号“UGG”注册形象略有缩小。2011年8月下旬，马东诉称九兴公司驻上海某著名商厦分店在销售的产物上标注的“UGG australia”，未经有关部门批准，抵消费者形成了欺诈。马东认为九兴公司驻上海某著名商厦分店，在商品(鞋跟、鞋部)、商铺包装、说明书、店门手刺及装饰中广泛标注“UGG australia”。经查“中国形象网”，发现“UGG australia”并非注册形象，强调只有国度工商总局形象局核准注册的形象，才为“注册形象”。法庭上，九兴公司及驻上海分店辩称，涉诉的“UGG”形象在1996年已获得国度工商总局形象局的核准注册，注册号为880518。故利用该注册号得到了德克斯公司的正式授权，许可在中国内地境内利用该“UGG”注册形象，不形成欺诈。马东所购买的雪地靴系德克斯公司生产的产物，该注册标记仅利用在“UGG”形象的右上角，并不涉及形象下方的小字australia。还认为马东不是普通消费者，而是一名条文工作者且正在代理一起销售混充“UGG”注册形象商品罪案件，且本案讯断结果会影响那起刑事案件的讯断结果，认为马东具有明显不正当诉讼念头，请求驳回该诉求。法院认为，本案马东向九兴公司驻上海分店购买雪地靴，两边间形成了买卖协定相干。而“UGG”是德克斯公司在中国注册的形象，且在相关民众中有较高的知名度，九兴公司驻上海分店所销售

的款号为5825的沙色36尺码雪地靴，是德克斯公司正式授权在中国销售的产物，九兴公司在雪地靴上标注的“UGG”下方添加australia，虽与“UGG australia”有细微差别，但文句、寄义及各要素组合后的整体结构相同，在视觉上基本无差别，不足以对民众迸发误导的作用，所体现的是第880518号注册形象的显著特征。遂法院认定九兴公司及驻上海分店不存在混充注册形象且误导消费者的欺诈行为，遂一审讯断马东败诉。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者