

# 中国工厂抢注名人姓名成风 专家：可能随时被告

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的中国工厂抢注名人姓名成风 专家：可能随时被告还是值得关注。 在中国，乔丹、林书豪、姚明、李连杰等名人的姓名，均已被抢注并成为别人的形象。近日，在国内闹得沸沸扬扬的美国NBA篮球明星迈克尔·乔丹起诉乔丹体育案，正是名人们与“盗名”者之间的权益之战。2月29日传来最新消息，武汉法院不受理这起美国乔丹诉讼中国乔丹的名义侵权案。理由是，乔丹在中国没有独一无二指定性，迈克尔·乔丹的乔丹在美国只是姓，有成千上万人姓乔丹。 乔丹起诉乔丹体育并非个案。现实上，这种形象争夺战，是利用名人姓名形象的工厂们成长过程中，无法规避的一种挑战。专家指出，从法理角度看，在目前中国的条文系统里，注册名人姓名作为自有形象，相对正当，然而对于工厂未来发展，用名人姓名作形象无异为自己埋下一颗定时炸弹。一方面，未来可能遭遇被名人以侵犯姓名权为由，要求撤销注册形象或者起诉工厂；另一方面工厂若发展壮大，需走向国外市场，在类似美国等知识产权制订更为完备的国度将不被认可，工厂可能无法开拓国外市场。

1、最新——武汉法院：不受理乔丹体育形象名义侵权案 在乔丹体育上市之际，突然爆发美国篮球巨星迈克尔·乔丹起诉乔丹体育公司涉嫌侵犯其姓名权讼事，引来外界诸多存眷。 2月29日，针对此案传来消息称，武汉法院不受理这起美国乔丹诉讼中国乔丹的名义侵权案。不受理的理由是，乔丹在中国没有独一无二指定性，迈克尔·乔丹的乔丹在美国只是姓，有成千上万人姓乔丹，没有特指某自我，而球星迈克尔·乔丹，在中国叫乔丹而香港人叫佐敦，所以球星乔丹起诉体育乔丹不成立。据悉，乔丹起诉方又转移上海起诉。 乔丹体育坚称，其形象受条文保护。在乔丹体育收回的声明中称，“乔丹体育依中国条文对工厂名称享有专用权，对中文‘乔丹’等注册形象亦享有形象专用权，该等权益均受中国条文保护”，乔丹体育表示，中文“乔丹”及图形形象分别于2005及2009年被国度工商行政管理总局认定为“中国驰名形象”，曾经被广大消费者所熟知。十二年来，乔丹体育已在品牌建设方面直接和间接投入数十亿元。 乔方子面却认为，乔丹体育是故意误导消费者。迈克尔·乔丹条文顾问讲话人表示，采取条文行动保护自身姓名权和中国消费者的利益是迈克尔自己的决定。这涉及的是迈克尔极为私家的事情，由于他的姓名权被侵犯。 对于乔丹体育的二次声明，乔丹讲话人也再次强调，乔丹体育未经许可蓄意且毫无顾忌地利用迈克尔·乔丹的姓名并非常明显地误导了中国的消费者。“该公司未经迈克尔·乔丹的许可，利使用他的中文名字、与Jumpman表记十分近似的形象、球衣号码23号，甚至试图利用他孩子的名字开展贸易活动。” 有部分人士还认为，迈克尔·乔丹选择在乔丹体育上市前夜提起诉讼，是由于其为耐克代言的缘故。据悉，迈克尔·乔丹独一无二认可的品牌是Air Jordan和Jumpman标识，而这却正是其代言的耐克旗下的品牌。对此，迈克尔·乔丹条文顾问讲话人否认了这一推测。

2、迟延——林书豪、李连杰、姚明均被抢注 在近日，除了“乔丹”形象外，一夜爆红寰球的林

书豪，名字也被抢注，中国无锡商人虞敏洁在一年前就将其在中国注册了形象。 据资料显示，虞敏洁是国内一家体育用品工厂的老板，这家工厂成立于2002年，首要生产篮球、足球、排球等体育用品。目前这家体育公司申请的“Jeremy S·H·L 林书豪”形象，申请了25和28两大门类。个中，第25类首要是服装、鞋、帽等，28类指运动球类、游戏机、玩具等等，专用权限为2011年8月7日到2021年8月6日。据悉，这次申请一共花费4460元人民币。 此外，包括“李连杰”、姚明等名人的姓名也均被国内工厂抢注，并利用到商品上。2001年，武汉云鹤大鲨鱼体育用品有限公司在未经姚明的许可下，私行将姚明的签署及蕴含姚明姓名的“姚明一代”作为贸易标识在其生产的服装、鞋等商品上利用，并在全国规模内以专卖店的方式进行销售。起先，“姚之队”将该公司告上法庭最终夺回“姚明”姓名、肖像、签署的贸易利用权。

3、分析——形象傍名人，中国工厂在国外将不被认可 “利用名人姓名作为形象，本身就是傍名人不正当行为。”有工厂界人士认为，本土工厂在创业初期，由于资金气力有限，大多通过“傍大牌”、打擦边球等形式使工厂的商品在市场上走俏，然而，在工厂发展到一定阶段和规模后，若仍利用这种手腕，则会冒很大风险。 “名人的姓名本身有极高的经济价值，利用名人姓名注册形象，能够借助名人效应，在很短的时间内扩大工厂或者产物的知名度，打开市场、增长销量。”中国政法大学知识产权中心特约钻研员赵占领指出，利用名人姓名注册形象有很大的风险，很可能被名人以侵犯姓名权为由要求撤销注册形象或者起诉工厂。“所以对于工厂来讲，利用名人姓名是一把双刃剑，也是为自己埋下一颗定时炸弹，说禁绝哪天会引爆。乔丹体育在上市后期被乔丹起诉即是一个典型的例子。” 他强调，工厂若想长远发展，尽量提前规避风险，否则一旦工厂做大做强，形象侵权纠纷难以避免。而一旦落空形象，后期关于品牌方面的投入将损失巨大，也会给工厂正常运作带来极大影响。“以乔丹体育这次讼事为例，无论是胜诉还是败诉，乔丹体育都曾经输了，品牌声誉将遭到极大程度的危险。” 西北政法大学孙昊亮教授同样认为，抢注名人形象一经发现，会大大影响消费者对品牌的相信度，进而影响到产物的销量。其次，如果被侵害权益的一偏差形象局提出申请，抢注者可能会在5年内被撤销形象。如果抢注的是知名形象，则不受时间限制，立刻能够被撤销。最后，利用名人形象可能造成反向混充的风险。如果工厂利用名人形象而且运作得很好，甚至超过了该名人所在的工厂等，那么名人工厂的不良声誉可能会影响到自己工厂的声誉。 广东胜伦状师事务所刘继承状师表示，名人姓名被抢注与国度的形象注册制订有关。我国形象法实行申请在先原则，只有注册形象才能享有形象专用权。另外，形象法并没有明确禁止利用姓名注册形象，这个中也包括利用名人的姓名。 不过，上述人士指出，这并不虞味着条文对名人的姓名权不予保护。形象法第三十一条规定，申请注册形象不得损害别人现有的在先权益。所谓的在先权益，既包括别人享有的形象权、著述权等知识产权，也包括姓名权、肖像权等人格权。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者