

# 西洋大牌有喜有忧 数百上市公司形象存致命风险

来源：[香港商标注册](#)

专注国外商标商标注册，但是国内的西洋大牌有喜有忧 数百上市公司形象存致命风险还是值得关注。LVMH赢了，爱马仕输了，乔丹来维权了，林书豪被抢注了，iPad讼事还没完，iPhone又要成灯具厨具了。iPad拉开形象大战的帷幕后，西洋大牌相继而来，纷纷坐上形象讼事的原告系或被告席。这厢战火正旺，那厢有超前意识的人曾经向眼光瞄准了尚未进军中国的西洋二线品牌，抢注形象，待价而沽，一本万利。岂论你信不信，这种天马行空的生财之道在目前A股着实很有泥土。相关数据显示，目前上市公司对于形象的意识仍然淡薄，有近千家公司要么主形象尚未注册，要么被别人在上市公司主营或非主营营业上注册。此外，部分公司的主形象仍掌握在控股股东或其他股东手中，上市公司每年都要支付不菲的利用费，甚至成为股东控制上市公司的“套马索”。

形象大战 西洋大牌有喜有忧 奢侈品牌喜见国人购买力的同时，也在为中国的形象讼事头疼。Louis Vuitton品牌母公司法国奢侈品集团“路威酩轩”的名称缩写“LVMH”，被国内某工厂注册成煮饭锅等烹饪工具形象，该集团将核准形象注册的国度工商总局商评委诉至法院。有幸的是，法院一审讯断商评委撤销核准LVMH注册成厨具用品的裁定，LVMH集团维权胜诉。日前又有媒体曝出，法国知名奢侈品品牌“HERMES”也遇到了形象的烦末路。因其进军中国市场时只申请了英文形象，时隔多年后，中文“爱玛仕”形象被广东佛山的达丰制衣公司注册申请。尽管HERMES提出贰言，商评委裁定后，仍准予“爱玛仕”形象注册。

NBA球星早早被抢注 除了大牌工厂，迩来远在大洋此岸的NBA球星也与形象扯上了相干。美国著名篮球运倡议、“飞人”迈克尔·乔丹发现，自己人不知，鬼不觉为中国工厂当了多年的免费代言。林书豪是眼下NBA赛场上的“人气王”，因一张黄皮肤黑眼睛的面孔，格外遭到国人青睐。其名字“林书豪”被美国福布斯杂志评估价值约1亿元人民币。然而就在他在美国忙着注册自己名字相关的形象时，江苏无锡一家体育用品工厂曾经早早将他的中文名字形象权揽入怀中。据悉，早在客岁，该工厂一名女负责人仅花费了4460元，就胜利获得了“林书豪”形象。

状师观点 个案剖断要素复杂 “个案的剖断要素很复杂，看结合具体案情和取证。”当记者询问某一形象纠纷案件观点时，上海社科院法学钻研所金融法钻研中心秘书长郝一丁表示，“没看到抗辩理由和证据，实足很难说。”上海诺盛状师事务所顾惠民状师也向记者堆叠强调“具体案例具体分析”的观点。他先容称，中英文是否对应?逻辑发音如何推导?抢注方是否更早利用?是否影响了对对方商誉?是否属于歹意抢注?这些都是剖断的要素。“比如英文的形象名，“柯达”的英文“Kodak”本身是个臆造词汇，没有其他的寄义，如果你注册一个形象卖“Kodak”牌自行车，这就很容易被认定是侵犯对方形象权了。然则苹果，本身是一个无数词，除了卖电脑手机的牌子苹果，还有一个服装的知名品牌“苹果”，这就较难认定了。”顾惠民说。缺乏统一认定机构 在“iPhone”被抢注为灯具形象后，苹果公司要求形象局认定“i-Phone”为驰名形象，这个中的首要

缘由在于驰名形象能够跨类别保护。 顾惠民称，关于驰名形象的界定有许多条件，权益人在维权时需要提供驰名记录以证明自身的“驰名度”。 郝一丁表示，现在存在一个问题，就是国外形象合作还处于初级阶段，驰名形象没有公认的评判标准，缺少一个统一的认定机构。 权益人应增强意识 顾惠民表示，许多权益人在开拓市场的时候缺乏知识产权意识，也是招致后期纠纷的重要缘由。“形象利用有5年的贰言期，如果你过了十几年才来维权，要求别人撤销，这就很被动了。”顾惠民说。是以名人或工厂最好提高警觉性，维权应踊跃自发。

市场情况 傍大牌形象转让“一本万利” 这厢西洋大牌知识产权讼事打得热火朝天，那厢国外二线品牌也被有超前意识的人相中，日渐成为抢注的对象。“自己有一国外名牌形象要转让，形象名为“zanelia”，品牌已有60年汗青，起步价70万，价高者得。”在某网站论坛上，记者看到了这样的一则自我形象转让帖子。发帖人简单先容了形象品牌，并放上美国官网的链接，称该男装品牌汗青悠长，在美国每个州都有专卖店，产物价格客观，一条西裤售价在400美元摆布。因衣服裤子已被别人抢注，发帖人注册的只有领带、领巾等第25类的其他配件，又急需用钱，才以70万的“白菜价”转让。记者相识到，我国形象注册的官方费用是一个形象1000元，实行“一类一注”，即每个大类收取一次费用，大类中所指定项目不能超过10个，超过了另外收费，每超过一个，另加收100元。按照发帖人先容看，他所拥有形象的注册费用仅1000元，70万的转让价能够说是“一本万利”。代理公司示意“可行” 据先容，形象申请必须通过位于武汉的国度工商总局形象局，处所工商部门没有受理权，是以许多形象代理机构应运而生，代理费用在一个形象几百至千元之间。记者以申请者身份联系了上海多家形象代理机构，均被告知类似发帖情面况的形象申请通盘可行。公司所在位于中山西路的某知识产权代理公司一位工作职员向记者先容，尽量申请的形象与国外品牌形象近似，只有商品不是销往那个国度，就没有什么影响，如果注册的是不同类别的，更没有什么问题。现在申请，至少一年才能批下来，但一个月后就能拿到注册证书，就能够利用形象。另一家代理公司的一位邓姓工作职员则告诉记者，形象局有相关文件，一些明显针对知名品牌的恶性抢注会被驳回，国外不那么知名的品牌就比较容易批下来。他建议近似形象选择一些字母较多的并稍作变动，图形和字母能够分隔隔离分散申请，增长胜利机会。公司也提供形象设计营业，1500元2至3稿，包拿到受理通知，否则不收费。值得注意的是，由于形象盘问系统有5个月的盲区，是以谁也不能包管最后的形象百分之百通过。并非全是赚钱买卖 顾惠民告诉记者，抢注形象能否形成一个产业还不当说，但确实有不少人利用条文的空子或工厂的疏忽，抢注形象，待价而沽，以图牟利。终究，它和互联网域名一样，是一种无形资源。郝一丁表示，形象纠纷讼事复杂，形象的“生意经”也十分复杂，关键看贸易判断。回顾过往案例，形象抢注带来的除了商机，还有不少是最终形象被撤销的案例。

友情链接：[商标转让](#)

内容来源网络，如有侵权，请联系作者