

中国国旅停止在网站和美国腹地继续利用国旅形象、工厂名称等所有侵权行为。

这次形象纠纷的源头是：2006年11月，在国度旅游局主理的2006中国国外旅游生意业务会会场上，中国国旅发现参展的美国展团中有一家名叫中国国外旅行社（美国）有限公司杭州代表处的公司，除了公司名称与中国国旅惊人地类似，其四处散发的手刺、出团计划、2007年台历等宣传品上都利用了和中国国旅一模一样的圆形地球图形形象和CITS形象，其网址、邮箱所在也都利用了CITS字样。

在收到中国国旅的抗议书后，当天午后，大会秘书处就协同现场服务的状师事务所查封了美国国旅展台，取消了其参展资格。随后，中国国旅开始搜集证据，并决定依据《反不正当竞争法》起诉美国国旅形成不正当竞争。

原告中国国旅在起诉书中称，该公司自1954年成立时起就开始利用中国国外旅行社总社的工厂名称，部下工厂也一直在利用该公司形象。中国国外旅行社总社、中国国外旅行社总社地球图形、CITS和国旅都是该公司在国度工商总局形象局获准注册的形象，原告对这些形象享有注册形象专用权。1999年，中国国外旅行社总社地球图形、CITS和国旅被认定为中国驰名商标。

起诉书还称，该形象已在包括美国在内的寰球59个国度和地区进行了注册。俞军作为原浙江省海外旅游总公司工作职员，知悉中国国旅品牌的归属和知名度。但俞军在辞职定居美国后，即注册成立了China Int' Travel Service (USA) , Inc.，并在未经原告许可的情况下，将工厂名称译作中国国外旅行社（美国）有限公司，利用上述注册形象开展旅游营业，更在网站上宣传其为中国大型旅游工厂驻海外的分支机构，暗示其与原告存在联系关系性，足以使民众迸发误认。

美国国旅则认为，作为一家道外参展商，自己是在旅交会北美展区遵法参展的，依法利用正当的公司名称和形象，亦不存在任何侵权行为。俞军表示，美国国旅在美国申请注册国旅形象时，中国国旅在美国的形象保

护曾经过期，由于没有实时维护，中国国旅曾经落空了对该形象的拥有权。2003年3月，其向美国专利形象局申请形象注册，2005年7月，该形象核准注册，形象注册号为2-973-156。

商标转让合同范本 中国国旅有关人士表示，俞军明知中国国外旅行社地球图形形象为原告的注册形象，在此情况下仍在美国歹意抢注原告形象，其行为不但侵犯了中国国旅的名称权、形象权，也形成了不正当竞争，其侵权和不正当竞争具有明显的主观歹意。

在上海市浦东新区人民法院正式受理此案后，美国国旅提出统领权贰言，称本案属于重大涉外案件，基层人民法院不具有统领权，且中国国旅并未在美国注册过涉案形象，是以美国国旅并未侵犯原告的形象专用权；此外，法院既然清楚地将本案案由确定为不正当竞争纠纷，并未确定为侵权纠纷，则理应由浙江省杭州市中级人民法院统领审理。

据记者相识，该贰言申请已于2007年12月被上海市浦东新区人民法院驳回，美国国旅随后向上海市第一中级人民法院提起上诉，目前尚未有讯断。

有关人士表示，由于2007年底中美两国签订了《关于利便中国旅游团队赴美利坚合众国旅游的谅解备忘录》，美国旅游签证正式向中国苍生开放，说明两边所争夺的是陪同着开放顿时迸发的庞大中国客源。随着这一巨大市场被打开，这场跨国国旅形象之争格外明白昭彰。

国旅形象纠纷结果如何，本报将继续存眷。

内容来自网络，如有不妥请告知删除