

nbsp;混淆可能”和“善意与否”是标尺 ——也谈形象权与工厂名称权抵触之解决

辨认效率，是形象和工厂名称最首要、最基本的效率。只不过，形象首要是用来辨认商品或服务的来源，工厂名称则是用来直接辨认作为商品或服务提供者本身的市场主体情况，二者在效率上存在穿插重叠之处。商标转让 25 该当说，在市场经济社会，形象权和工厂名称权均是非常重要的民事权益，二者相互自力却又极易发生抵触。当然，易出现相同或近似的，首要是在文句形象与工厂名称中的字号或店铺。我国现行条文虽然未对字号权或店铺权作出零丁、明确的保护规定，但字号（店铺）是工厂名称的核心部分。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用条文若干问题的解释》第六条第一款明确指出：具有一定的市场知名度、为相关民众所知悉的工厂名称中的字号，能够认定为《反不正当竞争法》第五条第（三）项规定的工厂名称”。另外，我国形象注册部门和工厂名称登记部门虽然不同，且有机构层级上的差别，但形象权、工厂名称权依法得到后，在条文地位上是平等的，不存在谁重谁轻的问题。

当形象与工厂名称（字号或店铺）相同或近似，且权益主体不同时，如何正确行使各自权益、避免抵触？笔者认为关键是遵循公平、诚实诺言的原则，遵守公认的贸易道德，善意平允地行使自己的权益，不损害别人在先得到的正当权益。当形象权与工厂名称权发生抵触时，如何剖断是否侵权及谁侵权？笔者认为，该当坚持两个标尺：1. 是否存在混淆可能；2. 是否善意平允利用。

《最高人民法院关于审理形象民事纠纷案件适用条文若干问题的解释》第一条第（一）项明确指出：将与别人注册形象相同或者相近似的文句作为工厂的字号在相同或者类似商品上突出利用，容易使相关民众迸发误认的，属于《形象法》第五十二条第（五）项规定的其他形象侵权行为。

那么，以下情形是否形成形象侵权呢？

如：将内地有相等知名度的注册形象，在香港作为工厂名称中的字号注册工厂，如“※(香港)有限公司”，以委托加工、授权生产、监制等形式由内地工厂生产销售同类产物，并在产物及其包装、装潢及其他贸易标识或经销商门店上，以较大且醒目的字体标明诸如“※(香港)有限公司监制（或授权生产）”字样；或者由该所谓的“※(香港)有限公司”在相同或类似商品上注册一个与该知名形象并不相同或类似的形象，自行或者以委托加工等形式由其他工厂在内地生产销售同类产物，在产物及其包装、装潢及其他贸易标识或经销商门店上，标注前面所述的与该知名形象并不相同或类似的形象，同时以较大且醒目的字体标明“形象持有人：※(香港)有限公司”字样。

笔者认为，只有涉案的诸如“※(香港)有限公司监制（或授权生产）”字样、形象持有人：“※(香港)有限公司”字样，其利用的字体和方式醒目到足以使日常消费者误认为涉案商品是知名形象商品或者与知名形象有密切相干，就该当认定形成形象侵权。理由是：1.《最高人民法院关于审理形象民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》所称的“作为字号突出利用”，不只包括将与别人注册形象相同或近似的字号从工厂名称中脱离出来，以改变字体、巨细、颜色等方式突出醒目地利用，还该当包括将字号与别人注册形象相同或近似的工厂名称作为一个整体，在产物或其他贸易标识、场所上以非正常的方式突出醒目地利用。2.当某注册形象在相关市场的知名度达到相等高度时，日常消费者看到含有与该注册形象相同或近似字样的诸如“※(香港)有限公司”等名称时，通盘可能误认为标注该工厂名称的商品与知名形象存在特定的联系。正当得到“※(香港)有限公司”等名称权的工厂，在明知相关市场上别人的注册形象与自己的工厂名称（字号或店铺）相同或近似且更具知名度时，作为一个诚实运作者，本应更加谨慎规范地利用自己的工厂名称或者附加足以区别商品来源的其他标识，以避免消费者误认；但行为人并未采取措施踊跃避免消费者误认，而是有意地突出利用含有与别人注册形象相同或近似字样的工厂名称，有意造成混淆，该当认定其是歹意利用，属于《形象法》第五十二条第（五）项规定的其他形象侵权行为。

当知名形象权益人将相关文句作为字号注册为工厂名称时（如佛山市日丰工厂有限公司及其日丰注册形象），若行为人在同类产物上突出利用“※(香港)有限公司监制（或授权生产）”字样、形象持有人：×

×(香港)有限公司”字样，足以造成混淆的，相关行为着实形成了形象侵权与《反不正当竞争法》第五条第(三)项规定的私行利用别人工厂名称”的想象竞合。

□江西省抚州市工商局 黄璞琳

内容来自网络，如有不妥请告知删除