商标抢注

小猪佩奇商标遭抢注事件引发了舆论广泛关注，其实类似的案例很多，商标抢注也不是近两年才有的事，事实上已经成为了一门“生意”。

“商标抢注怎么能成为一门‘生意’呢?”中华商标协会法律部副主任张静玉感叹说：“商标法的立法目的本是保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，是为了国家经济健康有序发展。而当前国内恶意抢注现象非常普遍，问题严峻。”

抢注囤积 待价而沽
恶意抢注搅浑商标注册这潭水

企业不得已“山寨”自己的商标

“商标恶意注册，是指违背诚实信用原则，以攫取或不正当利用他人市场声誉，损害他人在先权益，或者以侵占公共资源为目的的商标注册行为。”张静玉说，“抢注国内外知名商标、商号、名人姓名的，同一主体囤积几百枚甚至几千枚商标，不使用、待价而沽的，抢注者‘贼喊捉贼’恶意维权的，不一而足。”

恶意注册情况严重，许多企业的应对显得有些哭笑不得而又无可奈何——它们不得不多类别甚至全类别“山寨”自己的商标以“防御”。

在前段时间的拼多多“山寨”品牌事件中，创维发布品牌维权声明，指责拼多多平台所售创维先锋、创维云视TV、创维e家等，涉嫌假冒。而如果查询一下，会发现许多知名企业已未雨绸缪。比如，小米公司把“大米”“虾米”“玉米”“爆米花”“黑米”“米粉”全部注册了，阿里巴巴名下也有“阿里叔叔”“阿里爷爷”“阿里奶奶”“阿里宝宝”“阿里哥哥”等“阿里一家子”。

“尽管注册防御性商标在保障企业权益方面作用明显，但也存在困局。”张静玉指出，“防御商标以‘保护’为目的，使用的可能性很低，因此面临‘撤三’风险。”

张静玉说的“撤三”，指的是根据商标法第49条规定，没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。也就是说，即使企业注册了防御性商标，如果三年里没有使用它们，后续可能面临被撤销的风险。而实践中，为规避“撤三”风险，一些企业又被迫每三年再申请一次。如此循环往复，商标申请量逐年膨胀，商标异议申请、无效申请和行政诉讼逐年大增，造成了对社会资源的浪费。

抢注商标成为发财致富的途径

“抢注人最爱‘傍名牌’。”北京中闻律师事务所合伙人、知识产权律师赵虎告诉记者，有些抢注者瞄准知名的商标，会在其没有注册的品类上进行抢注。名人姓名也是“重灾区”。今年世界杯期间，新秀姆巴佩的名字就成为商标抢注的目标。据媒体报道，7月1日~7日，在中国商标网上申请注册“姆巴佩”或“姆巴佩MBAPPE”商标的就已达138个。注册该类商标的企业五花八门，有肥料公司、马场、网吧，甚至是鞋厂。

“一些恶意抢注者对知名的商标就改一个字，或者在其前后加数字，然后进行广撒网式注册申请，批量‘碰瓷’。还有一些商标抢注人发现境外有些知名品牌尚未进入中国，就会迅速抢注他们的海外商标。”广东深圳深南律师事务所律师张爱东说。

张爱东代理过恶意抢注行为导致的商标侵权和不正当竞争案件。在他看来，“对于职业商标抢注人来说，商标抢注快，来钱也快，他们觉得有利可图。而违法成本往往非常低，即使抢注失败，也没有较为严厉的法律惩罚。”

据了解，注册一个类别的商标，费用只要1000多元，而转让价格可达数百万元。

商标恶意注册已经成为一门生意，许多机构以此牟利。中华商标协会每年都会举办商标代理案例评选。张静玉发现，这些年报送上来的案例大都是恶意抢注商标的案例。

“一些人或机构把抢注商标当成一种发财致富的途径，甚至还有人开讲座将商标说成一种投资工具，鼓励大家恶意注册、转让牟利。”张静玉曾在网上看到，某地一商标事务所所长鼓励“商标投资，转让获利”，她对此感到难以理解。

对恶意抢注行为重拳出击

商标法第32条规定，申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。这一条被认为是为了维护诚实信用原则，制止恶意抢注的行为，是对商标注册制度的有效补充。

不过，张爱东在代理案件中发现一些困境。有些权利意识淡泊的商家虽然已经使用商标了，但没有及时注册，被别人抢注。

“我们在办商标案件时有一句话：恶意压倒一切。”赵虎表示，如果商标是恶意取得的，比如其有抢注记录或者名下有多个商标的，法院在判决的时候会倾向于判定该商标无效。

国家工商总局商标局相关负责人曾表示，面对商标恶意注册行为日趋规模化、专业化的形势，商标局通过优化审查分文流程，对典型恶意申请类型及相关案例进行梳理、汇总。在审查环节，对认定具有明显的主观恶意的商标申请从严审查，主动予以驳回。

链接

我国企业商标也屡屡被国外抢注

不只是国内抢注傍国际大牌，国外也抢注了我国很多企业商标域名，其中不乏老字号。

据不完全统计，我国曾有超过80个商标在印度尼西亚被抢注，有近100个商标在日本被抢注。有近200个商标在澳大利亚被抢注。目前世界上大多数国家都采取“注册在先”的原则，即谁先在该国注册商标，谁就拥有商标的专用权并得到该国的法律保护。

联想“Legend”商标

2001年，联想开始全球化发展步伐，却发现联想的英文名legend在全球竟被100多家公司注册过商标，行业遍及娱乐、汽车等等。据传，联想试着在欧洲买了两个回来，但很快发现，要和全球100多家公司去谈、去买接近天方夜谭。2003年4月28日，联想宣布花费巨资更换“Legend”为“lenovo”。

王致和

2006年7月，王致和集团拟在30多个国家进行商标注册时，发现“王致和”腐乳、调味品、销售服务等三类商标，已被一家名叫欧凯的德籍公司于2006年3月在德国注册。而欧凯公司申请的商标标识与王致和集团产品使用的商标标识一模一样。欧凯公司是柏林一家主要经营中国商品的超市，其员工全部是华人。调查发现，欧凯公司还曾抢注过“白家”、“洽洽”、“老干妈”、“今麦郎”等众多知名商标。

狗不理

天津著名老字号“狗不理”的商标曾在日本遭抢注，历时10余年的不懈努力，经过多次的谈判与交涉，天津狗不理集团有限公司最终于在2007年9月拿回了遭抢注的两个“狗不理”商标。至此，在海外漂泊多年的“狗不理”商标终于回家了，这是我国老字号企业在海外维权成功的经典案例。

■来源：新华网、京报网