

商标法13 | “太极”驰名商标分获强保护与宽保护 (2016)

日期：2016.04.29 作者：张涵

一般而言，商标专用权的保护范围以核准注册的商标和核定使用的商品为限，要构成同一种或类似商品上的相同或近似商标必须具备两个条件：一、商标标识相同或近似；二、使用在相同或类似商品或服务上。二者应同时具备，缺一不可。但商标的知名度作为商标司法保护的重要考量因素，贯穿于《商标法》各法律条款之中，无论是判断商标是否近似，还是商品是否类似，都要考虑请求保护注册商标的显著性和知名度，即，对于较高知名度的商标，在判断商标近似与商品类似上应当给予加强保护。

河南天中堂生物科技有限公司诉商评委关于“太极金刚”商标异议复审纠纷一案，“太极金刚”与第三人引证的“太极”商标核定使用的商品已构成相同或类似商品。法院经审理认定，诉争商标指定使用的商品与引证商标核定使用的商品在功能、用途、销售渠道等方面较为近似或具有关联性，上述商品构成相同或类似商品。两者均为文字商标，诉争商标完整包含了引证商标，上述商标使用在同一种或类似商品上易使相关公众产生混淆误认，诉争商标与引证商标构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。“太极”为中国首批驰名商标，太极集团为提高产品及品牌的知名度，进行了广泛的广告宣传，品牌价值不断提升，在不断创造出新产品的同时也赢得了更多消费者的认同，获得了诸多荣誉，成为行业里的翘楚。此案在判断两商标是否近似上，综合考虑引证商标的显著性和在行业内的知名度，对引证商标给予了加强保护。【北京知识产权法院行政判决书（2015）京知行初字第4021号；二〇一六年三月二十八日】

咸阳佰汇药业有限公司诉商评委关于“太极”商标无效宣告请求行政纠纷一案中，诉争商标“太极”核定使用在第10类“外科仪器和器械”等商品上，第三人太极集团商标“太极”核定使用在第5类“人用药”等商品上。法院审理过程中考虑了双方商标指定商品的联系，以及第三人“太极”作为商号的知名度，认定诉争商标的使用会使相关公众产生误认，损害太极集团的在先权利。本案突破《类似商品和服务区分表》，认定第5类商品与第10类商品类似，主要是综合考虑了各方面因素：1.诉争商标与引证商标的近似程度，本案中两商标完全相同，诉争商标的注册使用明显具有不正当性；2.引证商标的知名度，本案引证商标“太极”作为第三人商号经过宣传使用，在药品领域已经在相关公众中产生很高的知名度；据此认为，诉争商标与引证商标已经构成使用在类似商品上的相同商标，两商标共存容易造成相关公众混淆误认，诉争商标的注册构成损害他人现有在先权利。【北京知识产权法院行政判决书（2015）京知行初字第5830号；二〇一六年三月三十一日】

上述两案明确地体现了商标知名度在司法保护过程中的重要性，也与《最高人民法院关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》第六条的规定相吻合，即“认定商品类似和商标近似要考虑请求保护的注册商标的显著程度和市场知名度，对于显著性越强和市场知名度越高的注册商标，给予其范围越宽和强度越大的保护，以激励市场竞争的优胜者，净化市场环境，遏制不正当搭车、模仿行为。”

万慧达代理太极集团有限公司作为第三人参加上述两案的诉讼。

