

网红名字频遭抢注 网络时代如何应对恶意抢注顽疾



8月3日,一则6分钟的视频《我被告知跟我22年的名字不能用,要我改名!我如何维权?》在网上发布并广为流传。

这是知名短视频博主敬汉卿的最新作品,但和以往不同的是,这次诉说的是正发生在他身上的真实遭遇。近日,敬汉卿接到安徽省镜湖区知桥电子产品销售部(以下简称知桥电子)通知,称其所使用的昵称“敬汉卿”侵犯了知桥电子注册商标专用权,要求“及时整改更名”。然而,敬汉卿不仅是他的账号名,更是他本人用了22年的真实姓名。

随着事件的持续发酵,又有多个网红名字被抢注的事件曝出。对此,多位知识产权法专家在接受采访时认为,抢注网红名字不过是屡禁不绝的商标抢注在网络时代的蔓延,其本质与此前存在的抢注名人或明星姓名并无不同,建议可以提高抢注者的经济成本,尤其是注册成本、持有成本和转让成本,大力压缩抢注者的获利空间,并注意完善新媒体网红行业商业价值挖掘与利用的管理制度。

1

注册公司专门抢注 网红名字备受青睐

敬汉卿在哔哩哔哩网(B站)拥有超过451万粉丝,并且拥有此网站2018十大UP主之称,堪称网红主播。

7月30日,他突然收到一封来自知桥电子的信函,称自己是中国地区第31259902号“敬汉卿”注册商标持有人,敬汉卿目前所运营的各网络平台账号“敬汉卿”已经侵犯其注册商标专用权。敬汉卿应及时整改更名,否则近期会委托律师发函要求各大视频网站查封“敬汉卿”相关的公众号。

其后,敬汉卿在登录自媒体账号时,还真收到了一条侵权投诉。但令他不能理解的是,“敬汉卿”这三个字并非单纯是自己的账号,更是自己的真实姓名,难道因为别人注册了商标,自己连真实姓名都不能用了?

敬汉卿将自己的遭遇在网上曝光后,发现许多视频博主都有过同样的遭遇。有博主说,自己也曾被要求支付35万元作为商标转让费。

有媒体登录国家知识产权局商标局、中国商标网查询后发现,截至2019年8月6日,共有7件“敬汉卿”商标,分别为6家不同的公司或个人所申请,其中就有向敬汉卿“维权”的知桥电子。

2

一旦侵犯在先权利 商标注册应被驳回

这一引起社会广泛关注的事件已趋于圆满解决,而此事所引发的有关商标抢注的话题则再次被提及。

阿里巴巴集团法务部知产保护法务专家巡洋与“知产流氓”“商标流氓”斗智斗勇多年。据他介绍,不仅诺贝尔奖得主屠呦呦、莫言的名字被一众“商标流氓”盯上,姚明、宁泽涛、周杰伦等文体明星也多次遭遇姓名抢注,就连近些年火起来的手工耿、美食作家王刚、机智的党妹等博主也体验了被抢注的苦恼。

对此,苏州大学王健法学院教授董炳和认为:“在当前经济社会条件下,网红名字被抢注,只是由来已久的商标抢注在虚拟世界的蔓延,甚至可以说是升级版。”广西民族大学广西知识产权发展研究院院长齐爱民教授也认为,抢注网红名字本质上与传统抢注名人、明星姓名商标的形式相同,只是随着网络时代的到来,恶意抢注者利用大流量网红进行商标抢注成为“傍大牌”的新型模式,由于多数网红缺乏相关知识产权布局、维权的意识,反而遭到恶意抢注者勒索,对网络红人的姓名权、名誉权以及经济利益都将带来极大损害。

抢注网红名字必然构成侵权。华东政法大学知识产权学院教授从立先说,网红名字可能是实名,也可能是花名,无论是实名还是花名,其姓名权受到保护。“如

据了解,知桥电子注册于2017年8月29日,注册资本仅为20元,经营范围为电子产品批发兼零售。这一公司在商标注册方面硕果累累,且对网红昵称尤为青睐。据悉,这家公司共有104个商标,“落星解说”“搞笑辣条哥”“魔咕蒂斯”等博主昵称均作为其商标被收入囊中。

据知桥电子代理人爆料,知桥电子已就UP主“敬汉卿”粉丝人肉其工作人员并进行电话骚扰、恐吓等行为提出交涉。请求B站及时制止此种违法行为,但B站未予回应。而知桥电子已向敬汉卿团队提出无偿转让“敬汉卿”商标。

8月6日凌晨1时6分,B站在其微博账号上发表了《关于UP主昵称被恶意抢注为商标的说明》,称近日发现有第三方公司恶意抢注多位UP主昵称为商标,由于抢注成本低、维权成本高、审理周期长,此类抢注行为给UP主群体造成了极大困扰,“B站不会因为UP主昵称被其他机构恶意抢注,而要求UP主修改昵称。同时,为了更好地维护和保障UP主创作的合法权益,将为UP主提供相应法律帮助”。

果网红名字事实上成为名人的名字,那么就产生了更强的受商标法保护的在先权利。”

针对如敬汉卿这类事件,从立先认为,商标法对于商标注册不得侵犯在先权利的规定是很明确的,如果能够证明侵犯在先权利,此商标注册应该被驳回或无效。

对于商标抢注行为当如何判定?从立先说,判定抢注行为要从本次商标法修改中重点规制的恶意注册的具体化入手,可以综合考虑申请人经营范围、使用能力、商标申请历史、名下申请注册商标数量、所申请商标独创性、在先司法判决结果等因素进行判断。

在齐爱民看来,抢注行为的核心判定要件为“不以使用目的”与“恶意”。抢注网红商标就是典型的抢注行为,抢注者主观上期望“合法获利”,客观上无法提供出有效的使用商标的证据。

董炳和也认为,受反不正当竞争法第6条保护的标志,包括商品名称、包装、装潢、企业名称(包括简称、字号等)、社会组织名称(包括简称等)、姓名(包括笔名、艺名、译名等),域名的主体部分、网站名称、网页等,也属于被抢注对象。“只要主管机关认定申请人没有使用目的,就可以适用这项规定。”

● 商标抢注问题由来已久,但抢注网红名字必然构成侵权。如果能够证明此商标注册侵犯在先权利,应该被驳回或无效。

● 对于商标抢注的维权困境主要在于:一是当事人维权能力不足,突出表现为举证能力不足;二是侵权方更加专业化,充分利用法律的模糊地带和漏洞;三是商标审查部门力有不逮,网红经济纷繁复杂,其中的名人姓名权问题复杂程度更高。

● 抢注者的目的非常明显,就是为了通过转让或诉讼获利。让抢注者的获利目的无法实现,才是解决这类问题的关键。就被抢注者而言,遇事应寻求专业人士的指导和帮助,不要抱有花钱消灾的心理;就有关部门而言,应进一步提高抢注者的经济成本,大力压缩抢注者的获利空间。

3

平台管理缺乏制度 网红维权并非易事

恶意抢注商标屡禁不绝,在董炳和看来,一方面的原因在于抢注者的逐利心理,背后反映出来的是全社会普遍存在的投机心态。另一方面,主管机关采取的相关措施没有起到应有的作用,没有准确把握住商标抢注的内在经济规律和商业逻辑。

从立先认为:“从根本上说,这是我国长期存在的社会诚信问题在现阶段愈演愈烈的结果,唯利是图的社会思潮在商标恶意注册领域表现得极具代表性。从现实来看,规则不够明确、裁量标准不统一、违法行为代价较低,是导致恶意注册商标现象屡禁不绝的直接原因。”

与此同时,法律规定缺失,被抢注者维权困难也是重要原因。齐爱民分析称:“一

方面,由于缺乏有效的证据支持,缺乏专业的知识产权维权负责人对商标无效程序、诉讼程序进行处理,被抢注者面对商标恶意抢注时,往往因耗费巨大的财力物力而对于维权望而却步;另一方面,当前我国商标法律制度对于恶意抢注界定仍未十分明晰,处罚力度不及获利之大,抢注者仍肆无忌惮。”

“本次引发公众关注的敬汉卿事件,还反映出国内新媒体运营平台对于网红名人的商业价值开发管理缺乏相应制度,网红名人自身缺乏布局意识、维权意识,无法预见或难以顾及商标抢注行为。”齐爱民说。

从立先认为,此类维权的困境主要在于:一是当事人的维权能力不足,突出表现为举证能力不足;二是侵权方更加专业化,

充分利用法律的模糊地带和漏洞;三是商标审查部门力有不逮,网红经济纷繁复杂,其中的名人姓名权问题复杂程度更高。

对于网红名字被抢注来说,当事人维权也面临着特殊的问题。董炳和表示,网红名字往往不是真实姓名(身份证件登记的姓名),而且很多网红的名字不符合中国人起名字的习惯,相关公众也不太容易将其作为姓名来看待。在此情况下,网红不但要证明其使用的是一个姓名、笔名或艺名,还要证明其就是这个姓名、笔名或艺名所指向的那个人,均非易事。虽然网红们所从事的活动往往具有商业性,但主张网红名字是商标或商号,事实依据和法律依据都不很充分,有很大不确定性。

4

完善知识产权布局 提前扼杀恶意抢注

尽管可能面临维权难的问题,但巡洋认为,“遭遇‘商标流氓’不用慌,我们可以拿起法律武器进行维权”。

对于敬汉卿等人的遭遇,巡洋建议可以从四个方面维权。第一,寻求平台维权机制帮助。敬汉卿等人可以第一时间发函给各平台,说明自己在先使用的姓名权遭到恶意抢注,以此保障自身合法权益。第二,提出异议申请商标无效。当争议商标进入初步审定公告,可以提出异议。当争议商标核准注册时,还可以向商标评审委员会提出争议,要求认定被抢注的商标无效。第三,主动出击诉至法院。如果敬汉卿等人有确实的证据证明注册行为属于恶意抢注,可到法院发起侵权之诉,也可以此商标侵犯自己的姓名权为由状告对方公司。第四,遇上敲诈可直接向警方报案。

据巡洋介绍,有一些“商标流氓”会借收取转让费、授权费来对受害人进行敲诈勒索,比如2017年在佛山宣判的全国首例

“知产流氓”敲诈勒索案,被告人对多名淘宝卖家进行敲诈,最后受到了法律制裁。

《2018阿里巴巴数字经济营商环境报告》显示,截至2018年底,各种滥用知识产权进行的恶意投诉,占阿里巴巴知识产权保护平台投诉总量的24%,阿里已经从中识别出恶意注册商标1500多个。在平台的不断努力下,2018年被恶意投诉的商品量下降59%,被恶意投诉的商家减少44%。

齐爱民建议,应完善新媒体网红行业商业价值挖掘与利用的管理制度,网红所属平台应构建起完善的平台网红商业价值开发管理制度,确立对于平台网红名人的知识产权布局规划,将商标恶意抢注扼杀在摇篮之中;进一步完善商标法,以敲诈勒索为目的的大批量恶意抢注行为,应从刑法上加大追诉力度;商标评审时应加大对在先权利的审查力度,根据网红名人的影响力、流量等因素进行审查,对于恶意、大

批量抢注大流量网红名人的行为,应予以驳回。

从立先认为,不仅权利人应加强维权,立法与管理部门也应加强中介机构的管理,加大行政执法力度,并注意发挥行业组织的作用。此外,从明晰规则方面,商标注册管理部门和司法机关还应针对恶意注册、囤积商标、不正当重复注册出台专门的管理规定和司法解释。

“抢注者的目的非常明显,就是为了通过转让或诉讼获利,让抢注者的获利目的无法实现,才是解决这类问题的关键。”董炳和说,就被抢注者而言,应遇事冷静,寻求专业人士的指导和帮助,不要抱有花钱消灾的心理;就有关部门而言,除让商标法现有机制真正得以有效实施之外,应提高抢注者的经济成本,尤其是注册成本、持有成本和转让成本,大力压缩抢注者的获利空间,使其无利可图,方为正道。

(据《法制日报》)

新闻快评

对恶意抢注商标必须零容忍

左崇年

近年来,我国商标注册申请量逐年递增,连续十几年位居世界第一。2018年,我国的商标注册申请量达到737.1万件,然而在知识产权保护运用方面,2018年查处商标违法案件3.1万件,案值5.5亿元,一些不法分子看到了“商标赚钱”的商机,恶意抢注商标牟利,大赚不义之财。

随着商标注册申请量的急速增长,我国市场经济主体知识产权意识不断增强,但与此同时,得益于申请费用的降低和申请流程的便捷化,商标恶意抢注、囤积等投机现象也愈发严重。抢注囤积商标表面上似乎部分缓解了企业注册商标难的形势,但其本身也是直接导致企业商标注册难的重要原因。因此,如果放任这种商标“抢注囤积”现象的继续存在和蔓延,只能让商标

注册改革步履维艰。

恶意抢注囤积商标目的是通过兜售或诉讼要挟的方式,从商标使用人处牟取不正当利益。恶意囤积、恶意注册、恶意攀附他人商誉的行为,既违反了诚实信用原则,也违背了社会的公序良俗。因此,对恶意抢注囤积商标行为必须零容忍,当依法予以严厉打击。

诚然,大量商标恶意抢注囤积现象的产生有着多方面的原因,需要全社会共同努力,形成遏制乱象的合力。必须在尊重市场规则的前提下,双管齐下,运用经济和法治的手段予以解决。相关部门要各司其职,建议通过司法解释细化“恶意抢注”的认定原则、条件和程序,进一步明确“商标确认不侵权之诉”的审理规则。国



家知识产权局商标局等部门应该依照相关的法律规定,利用目前流行的大数据分析优势,对商标注册各环节进行严密监测,在审查、异议、撤销等各环节从严审查,坚决遏制和打击恶意注册、囤积商标等非正常申请行为,让恶意抢注商标的行为无机可乘。