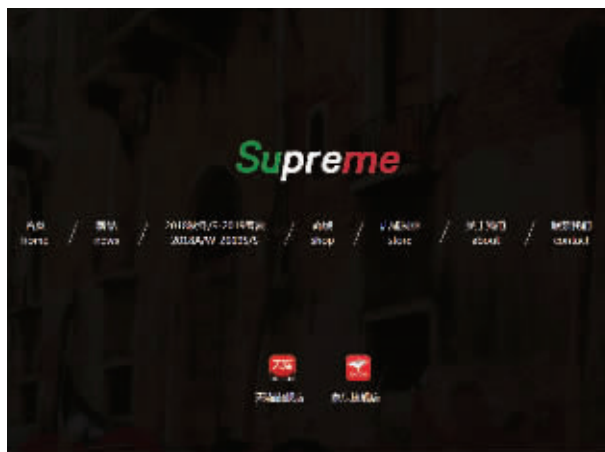


“山寨”商标被撤销?真假Supreme对垒



虽然Supreme暂时没有在中国开店的打算,但也不能允许山寨的存在。近日,真假Supreme的在华商标争夺战有了下文。有消息显示,“中国商标局已经撤销了意大利品牌Supreme Italia在华注册的商标”。在业内人士看来,美国Supreme维权打假行动,即使还未进驻中国,品牌方也取得了极高的知名度。双方的争执也决定了未来中国市场对两个品牌认可的程度。

◀ Supreme Italia网站

Supreme正牌网站 ▶



Supreme Italia 中国发展历程

2018年12月

三星在中国开设发布会,宣布与Supreme联名

2018年12月

美国Supreme发布声明,否认与三星合作

2019年2月

中止与Supreme Italia的合作

2019年3月

Supreme Italia在上海开设门店

2019年6月

中国商标局撤销Supreme Italia的注册商标

中国商标被撤销

Supreme Italia在华发展如火如荼,这引来了美国正牌Supreme的不满。根据此前北京商报的报道,美国Supreme会针对Supreme Italia在中国开店展开大规模维权活动。而近期,英国媒体The Drum报道称,中国方面于今年3月收到美国Supreme知识产权所有人美国章节四公司(Chapter 4)的行政保护申请后,中国商标局已经撤销意大利品牌Supreme Italia在华注册的两个“ITSupremeNow”商标。北京商报记者在中国商报网了解到,目前网站已无法查询到“ITSupremeNow”的相关信息,但美国Supreme在中国的商标保护形势仍不乐观。中国商标局数据显示,仍有不少关于“Supreme”的商标申请信息,目前这些申请都在等待批准。

这一切源于Supreme Italia在上海开设了一家实体门店。美国Supreme随后表态称,Supreme Italia门店中的商品在法律上均不允许出售,因为Supreme Italia在中国未注册商标,因此禁止推广、制造或销售任何具有Supreme、Supreme Italia或Supreme Spain商标的产品。

此前有报道称,意大利法院曾根据这两个品牌间存在的混淆和产品外观的相似度,判定Supreme Italia可依照合法性规则生产,不构成侵权

犯罪行为,但美国Supreme对这一判决行为给予否定。Supreme表示,并未输掉任何一场与Supreme Italia的官司,而是赢了每一场知识产权诉讼,因此Supreme Italia也无权在意大利当地运营,早在2017年已有司法搬出禁令。

Supreme Italia败北

但此次Supreme Italia中国商标被撤销意味着该品牌无法继续利用“Supreme”相关元素出售商品。天津世川律师事务所律师苏昊表示,若Supreme Italia还利用“Supreme”元素销售商品,就无法受到法律保护,并涉嫌侵权。所以依照常理来看,Supreme Italia线下门店面临两种选择,一是闭店,二是将LOGO换成非“Supreme”元素商品继续出售。不过,Supreme Italia正是由于“Supreme”元素才得到消费者认可,如果换标就间接承认自身的“山寨”属性。

实际上,Supreme Italia被中国消费者熟知,是三星与该品牌的联名产生的乌龙事件,虽然今年2月三星宣布停止与Supreme Italia的合作,但也引发了一系列“品牌造势”的风波。借此机会,Supreme Italia于2019年3月7日,在上海落地首个门店,并表示将继续扩张中国市场。

根据北京商报此前报道,Supreme Italia上海首店商品无论从装修风格还

是产品设计风格来看,都与美国Supreme如出一辙,门店开业后一度引起消费者大排长龙。甚至有网友不知道这是一个“山寨”品牌,一位名为“CHRISTIANA”的微博网友表示:“好不容易开了一家新店,没想到竟然是个冒牌”,但此次中国商标被撤消息传出后,不少网友也表示认同。一位微博网友评论称:“这样的假冒产品扰乱市场秩序,应该被撤销”。

实际上,不只是Supreme Italia,中国在各个城市还遍布着不少以“Supreme”为名的品牌,包括“Supreme tyo”、“Supreme nyc”等,而深圳此前也开业了一家“Supreme”,中国市场这块蛋糕已被不少“山寨”企业盯上。奢侈品中国联盟荣誉顾问、时尚行业专家张培英告诉记者,面对这些企业的进攻,美国Supreme的维权之路还很长。但中国商标局的这一信号也表明,“山寨”属性的“Supreme”也不会太过嚣张。

维权仅是第一步

根据此前报道,在美国Supreme看来,中国没有街头文化,与品牌理念不符,所以迟迟不愿进驻中国市场。但张培英认为,中国拥有较大的发展空间,若美国Supreme打入中国市场可以从一定程度上杜绝假货诞生。截至目前,美国Supreme也仅在美国、英国、法国和日本4个国家布局了实体门店。

值得注意的是,根据此前媒体报道Supreme Italia在某些地区的确是合法的。2011年,Supreme Italia的母公司IBF在意大利抢先注册了Supreme Italia等相关商标,后来又通过联合国机构“世界知识产权组织(WIPO)”为Supreme Italia、Supreme Spain、Supreme等品牌注册了合法身份。这表明,在WIPO成员国国家和地区,Supreme Italia、Supreme Spain以及Supreme,都可以无任何法律隐患地被IBF用于商业用途。这也是Supreme Italia能来中国开店的关键。

而Supreme Italia也一直保持着一个淡然的心,在上海门店开业之前曾有Supreme粉丝在门口用喷漆喷上了“ITALIA FAKEASS(意大利假货)”、“SHANGHAI READY FOR FAKE SUPREME(上海做好迎接假Supreme的准备)”等字样。但Supreme Italia门店工作人员在接受NOWRE现客采访时表示,这些涂鸦属于街头文化的一部分,之后可能甚至考虑把它们做成T恤衫的印花。

在张培英看来,美国Supreme的维权仅是第一步,现阶段,品牌IP的打造较为容易,不少品牌都会借助优势扩大发展。所以美国Supreme目前最重要的还是要扩大市场,让更多人了解品牌文化,才能更好地对抗“Supreme复制者”。

北京商报记者 王晓然 陈韵哲

意大利珠宝品牌DAMIANI:寻找中国合伙人三年开25店

中国市场已经成为全球奢侈品产业字典中的关键词。作为奢侈品的一个分支,高级珠宝品牌对中国市场的争夺同样激烈。来自意大利的珠宝品牌DAMIANI计划未来三年在中国开25家门店。DAMIANI集团CEO Jerome Favier近期在接受北京商报记者专访时透露在中国的发展计划。

DAMIANI珠宝品牌于1924年,1995年开始以家族企业方式运营,如今已至第三代传人。集团旗下有六大品

牌:顶级珠宝品牌DAMIANI、顶级原石品牌CALDERONI、当代珠宝品牌SALVINI、针对年轻受众的珠宝品牌bliss,还有一个艺术玻璃制品品牌VENNINI及高级珠宝和钟表连锁品牌ROCCA。在中国,集团除了DAMIANI品牌设有三间门店外,其他品牌尚未涉足这一市场。

Jerome Favier表示,接下来要把集团六大品牌全部带入中国。目前在寻找中国合伙人。集团已提出了三年内在

中国开设25间DAMIANI门店的目标并将倾注全部资源达成目标。

作为中国高端珠宝市场的较晚入场品牌,同时又将面临着来自世界顶级奢侈品牌的跨界竞争,Jerome Favier认为,这也意味着品牌在中国还有很大的成长空间。DAMIANI集团2007年在意大利证交所挂牌上市,但为了加速开拓中国市场,集团听从了Jerome Favier的建议,完成私有化,于今年4月成功退市。Jerome Favier表示:“私有

化后,集团有更自由的空间去发挥,比如,我们可以在中国寻找一个合作伙伴,共同开辟中国市场”。

Jerome Favier说,中国已经成为全球最重要的奢侈品市场,中国消费者的喜好甚至开始引领全球奢侈品市场的风向。中国人现在很了解奢侈品,他们看重的已不仅是产品的外观好看与否,也在关注品牌价值、背后的文化和品牌的独特性等。”

北京商报记者 王晓然 孔瑶瑶