

# 郑渊洁商标维权“认输”



4月19日,“郑渊洁告别书”登上微博热搜。郑渊洁表示,他原创的皮皮鲁、鲁西西、舒克、贝塔等知名文学角色被不法商家觊觎,恶意注册了710个侵权商标。

据北京商报记者了解,商标案件个案情况纷繁复杂,主要的争议焦点在于诉争商标是否侵犯原创者的在先权利。以舒克为例,2023年,国家知识产权局认为舒克管道未侵犯郑渊洁的在先权利,而2020年,石家庄东胜纸业的“舒克”商标则被认定为侵权。这也给未来的商标个案留下诸多借鉴:在申请商标时,哪些情况下需要避让?对在先权利人来说,商标合理维权的边界在哪里?

## 郑渊洁表示

- ◇21年来只维权成功了37个侵权商标
- ◇平均每个侵权商标维权成功需要6年时间
- ◇还有673个侵权商标没有维权成功

## 北京皮皮鲁总动员文化科技有限公司

- ◇已成功注册、登记299个“皮皮鲁”“鲁西西”“舒克贝塔”等郑渊洁作品相关商标
- ◇拥有作品著作权484个

注册时将姓名与自己的头像相结合使用,不会引起他人的混淆与误认。因此,“刘德华”商标的注册与使用既未侵犯明星刘德华的姓名权,也不构成不正当竞争。明星刘德华的经纪公司在提出异议后,又很快撤回了异议。

## 维权边界在哪

“商标合理维权的边界实质上在于商标权利人利益与社会公共利益的平衡。知识产权保护不应当是对知识产权权利人的绝对的垄断性保护,而是通过保护知识产权实现创新激励和经济发展,是权利人利益与社会公共利益的平衡。”李洪江说。

知识产权权利边界过于模糊或过大,都不利于技术创新及文化发展。孙志峰表示,任何知识产权都不可能没有权利的边界,特别是商标法本质上保护商标指示商品或服务来源的功能,更需要结合其指向的商品或服务进行判断。不能说只要某一个卡通形象知名度高,就可以将其排他权衍生到国民经济的方方面面。

郑渊洁表示,21年来只维权成功了37个侵权商标,平均每个侵权商标维权成功需要6年时间。还有673个侵权商标没有维权成功。对当事人而言,商标维权仍然较为漫长。

孙志峰认为,知识产权维权周期普遍都较长。以商标维权为例,需要立案受理、调查取证、公开审理、作出裁决等阶段,为保障充分公平,这些程序还给各方当事人设立了救济渠道,这些程序就需要耗费较长的时间。此类案件专业性相对较强,争议普遍较大,各级裁判者认识不同造成最终结果不同,个案情况纷繁复杂等客观或主观情况,也是影响维权周期的原因。

“涉嫌侵权的商标主体数量众多,较为分散,如果要进行维权,需要对众多主体进行调查取证,难以推进。其次,商标抢注维权程序复杂,且成本较高,抢注成本与维权成本不对等。关于商标维权周期是否偏长需要进行个案分析,不同案件所涉及的维权周期也不同。作为在先权利人,我们还是呼吁重视自身权利的维护和布局,夯实自身权利基础,才能更加有利地保护自身合法权益。”李洪江说。

北京商报记者 金朝力 袁泽睿

## 为何此次驳回

在告别书中,郑渊洁主要列举了他与舒克管道这家公司的商标纠纷。2022年7月18日,郑渊洁向上海市市场监督管理局和国家市场监督管理总局实名举报德国全资企业“舒克(上海)管道设备服务有限公司”未经郑渊洁授权擅自使用郑渊洁原创的知名文学角色“舒克”作为不适宜的企业名称,侵犯郑渊洁原创的知名文学角色“舒克”在先权利。2023年2月20日,国家知识产权局驳回这一无效宣告申请。

舒克管道是一家什么公司?公开信息显示,该公司由Franz Schuck GmbH(GmbH即德语中的有限责任公司)100%持股。这家德国公司由Franz Schuck于1972年在德国成立,在中国、印度、英国等国均有分支机构。此次和郑渊洁产生商标纠纷的舒克管道成立于2008年,位于上海市。

Schuck是德语姓氏,北京商报记者查阅到,根据新华社译名室编制的《德语姓名译名手册》(1999年版),Schuck的中文译名为舒克。

国家知产局为何驳回郑渊洁的申请?北京卓伟律师事务所合伙人孙志峰认为,舒克管道公司案件中,舒克系其创始人名字的中文译名,工商登记的主营业务为输送气、油、

水和区域供热的阀门和管道设备批发进出口代理等,与童话作品并无太强的关联性,也没有证据证明舒克管道公司存在攀附童话作品知名度或有其他搭便车的情形,很难认定具有攀附侵权的主观恶意。

## 保护在先权利

不过,同样叫“舒克”,石家庄东胜纸业的“舒克”商标则被认定为侵权。根据石家庄东胜纸业与国家知识产权局其他一审行政判决书,2020年9月9日,北京知识产权法院判定东胜纸业损害了北京皮皮鲁总动员文化科技有限公司对“舒克”这一角色名称享有的在先权利。

我国《商标法》第三十二条规定,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。

“舒克、贝塔、皮皮鲁等是郑渊洁童话作品中的角色,如果有公司将其注册成商标,的确会侵犯郑渊洁的在先权利。在具体案件中,需要首先明确案件类型,上述两个案件争议主要在于是否侵犯在先权利,因此需要先确定在先权利是否存在,当角色知名传播度高时,才具有在先权利。不过,如果注册商标的公司有合理的依据,主观上不存在恶意,仍可

能成功注册。”北京市中闻律师事务所律师赵虎对北京商报记者表示。

在东胜纸业的舒克商标案中,北京市知识产权法院认为,“舒克”作为童话作品角色名称具有一定的知名度,可以作为在先权利予以保护。结合“舒克”作为童话作品角色名称的知名度,东胜纸业对此应当知晓,加之,“舒克”并非常用词语搭配,原告申请注册诉争商标时未进行合理避让,其主观上难为善意。

北京观韬中茂律师事务所律师执行合伙人李洪江认为,该案中侵权商标核定使用的“卫生纸、纸巾”等商品属于日常生活用品,亦为童话作品衍生品的通常选择,侵权商标在上述商品上注册使用,容易导致相关公众误认为其经过“舒克”作品角色名称权利人——郑渊洁的许可,或与权利人郑渊洁存在特定联系,从而引起混淆误认,构成对郑渊洁在先权利的侵犯。

## 何时需要避让

据郑渊洁介绍,郑州皮皮鲁西餐厅未经授权注册皮皮鲁商标,他用14年维权成功;北京维纤宝公司利用谐音傍名鲁西西,10年维权成功;南京舒克贝塔宠物用品有限公司未经授权注册舒克贝塔商标售卖鼠粮,9年

维权成功。

如果说舒克可能与德国人“重名”,皮皮鲁这一郑渊洁创造的文学角色在生活中重名率则极低,郑渊洁也向皮皮鲁西餐厅维权成功。如果作家在创作角色时使用的是常见名如“张伟”,申请商标时是否需要避让?

孙志峰表示,郑渊洁可以向皮皮鲁西餐厅维权成功,在于童话作品的知名形象普遍存在可以商业化衍生到与儿童生活息息相关的餐饮服务行业,而西餐厅也无法对使用“皮皮鲁”作为店招及企业名称的合法性作出合理的解释,其使用才被认定具有不正当性。

“如果一个店铺的经营业主就是叫张伟,张伟本身也属于中国常见的姓名组合方式,那他将自己的名字命名自己的餐厅,属于正常的商业逻辑,应当被准许,即便张伟是某一个知名度极高作品的人物形象,也应被准许。”孙志峰说。

“刘德华板鸭店”就是一个例子。位于四川的“正宗刘德华板鸭店”的老板刘德华是位土生土长的崇州老人。其在1980年创办了“正宗刘德华板鸭店”,“刘德华”商标于2007年5月28日由国家商标局批准注册。

明星刘德华的经纪公司发现“刘德华”被注册为商标的情形后,认为其侵犯了明星刘德华的名誉权,要求其撤销该商标。由于“刘德华”商标不涉及冒用的问题,其在商标

## Market focus

# 京郊度假酒店“五一”降温

跨省游的重启令北京市内核心区域酒店房价“狂飙”,而京郊度假酒店却失去了往年“一房难求”的景象。4月19日,北京商报记者调查发现,部分热门的京郊度假酒店“五一”假期房价虽涨,但整体房价涨幅和预订量均不及往年。在业内人士看来,京郊度假酒店在这个“五一”假期“遇冷”也是相对而言的。面对跨省游的分流,各京郊酒店也在寻找新的亮点,通过亲子活动、联动景区等进行引流。

## 有人欢喜有人愁

今年“五一”假期,部分京郊度假市场并没有过去三年的火热景象。

据携程App,北京日出东方凯宾斯基酒店4月29日(“五一”假期首日)豪华城景双床房的房价为3018元/晚,而同为周六的4月22日同房型房价为2552元/晚,涨幅仅为18%。该酒店在“五一”假期首日,仅有海底小纵队主题豪华湖景大床房一种房型被订完。

北京商报记者联系到北京日出东方凯宾斯基酒店,据该酒店前台工作人员介绍,目前4月29日-5月1日这三天的人住率在50%左右。“从目前看,入住率没有前两年

高,但近几天依然还有客人在陆陆续续预订。”该工作人员表示。

同样作为曾经京郊热门度假酒店之一的北京海湾半山温泉酒店,“五一”假期预订也不及往年火热。据携程App,该酒店4月29日尊贵活力私汤客房价格为5598元/晚,而4月22日的同房型价格为4098元/晚,涨幅约为37%。而去年“五一”假期前夕,该房型则涨价到6000多元左右一晚。整体来看,今年北京海湾半山温泉酒店预订热度不及以往。

北京海湾半山温泉酒店相关负责人表示,跨省游恢复后,商务及旅游市场逐步复苏,北京市内酒店现在生意非常好,但京郊住宿市场则恰恰相反,因为放开的原因,旅游人群基本都外出了,相比前两年就会下

降一些。

相比于上述两家酒店,Club Med Joyview北京延庆度假村“五一”期间虽然预订情况还不错,但整体热度也不及往年。据Club Med Joyview北京延庆度假村方面数据,截至4月18日,“五一”期间乐璟楼一期出租率平均在85%以上。另据携程App,该酒店乐璟高级景观大床房4月29日的房价为2467元/晚,4月22日房价为1587元/晚,涨幅为55%。而过去三年,该酒店假日房价几乎是平时的两倍。

携程数据显示,截至4月6日,报名“五一”长途旅游的订单占比超六成,长线旅游订单同比去年增长811%;从增速来看,“五一”本地游订单同比增长幅度相对小一些。“自驾游重启后,大多数游客更青睐

于出京旅游,即便是选择京郊游,也都是提前3-5天才做决定,相比之前预订周期缩短了好几天,从目前看来,京郊度假酒店市场预订没有往年火热,不过后续也会接到一些新订单。”怀柔区一家京郊度假酒店的相关负责人坦言。

## 联动景区引客流

面对跨省游分流,如何进行引流便成为了这些京郊度假酒店所要思考的问题。

谈及“五一”期间的引流措施,北京海湾半山温泉酒店相关负责人表示,北京商报记者,酒店在“五一”期间推出了家庭活动,通过和周边景区打包以及户外活动来体现京郊度假酒店的优势,从而进行引流。

无独有偶,北京日出东方凯宾斯基酒店也针对“五一”假期放出了大招。据了解,北京日出东方凯宾斯基酒店将推出“五一”亲子手工活动,活动内容包括彩绘沙燕风筝、DIY非遗老北京风筝、面塑、糖画等;同时,酒店推出了皮划艇客房套餐,包含豪华城景房一晚、双人水上皮划艇体验以及双人雁栖湖公园门票等。

Club Med Joyview北京延庆度假村的相关负责人也表示,“五一”期间,度假村每天都准备了不同的主题活动,包括趣味曲奇制作、音乐年代秀、运动挑战赛以及精彩亲子挑战等。

“由于‘五一’假期前往京郊的客群主要都是以家庭、亲子为主的度假人群,所以这些京郊度假酒店也不约而同地选择了在亲子、景区等产品上加码。”华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焱焱表示。

在北京第二外国语学院旅游科学学院教授谷慧敏看来,虽然京郊酒店市场没有前两年那么火,但也体现了旅游市场回归正常的节奏。今年以来,整个旅游市场在发生各种各样的新变化,京郊酒店需要不断推出具有创新性的产品来吸引游客,并通过差异化的高品质产品,吸引一部分客人能够回流,成为回头客,留在京郊以获得更好的旅游体验。

北京商报记者 吴其芸

