

商号权与商标权冲突及其法律救济 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/479/2021_2022__E5_95_86_E5_8F_B7_E6_9D_83_E4_c122_479870.htm

一、问题的提起 一个案例引出的话题：上海宝丽化工有限公司（下称宝丽公司）为其生产的涂料产品品牌定名为“长春藤”。公司自1994年在上海成立以来迅速在中国大陆激烈的市场竞争中占据了一席之地。然而，2004年以来，在国内市场上出现了一种外包装写有“无锡长春滕漆业有限公司”（下称长春滕公司）的多功能套装漆，但是其中的“无锡”与“有限公司”字样加以遮盖，“长春滕漆业”几个字明显突出。宝丽公司认为，长春滕公司的字号“长春滕”与宝丽公司的“长春藤”注册商标只有一字之差，并且都生产油漆，长春滕公司明显侵犯了宝丽公司的注册商标权。为此，宝丽公司将无锡长春滕公司告上法庭，要求其赔偿经济损失。法庭审理后认为：原告上海宝丽化工有限公司是“IVY”、“长春藤”两注册商标的被许可使用人。自2001年起，该公司生产的IVY长春藤漆多次在江苏、上海、北京等地及行业内被评为名优产品，且具有较高的市场占有率，是知名商品。2003年2月底，原告的IVY长春藤多功能套装漆在市场上销售。被告无锡长春滕公司作为与原告生产同类产品的厂商，对在该行业内具有一定知名度的IVY长春藤漆应当是知晓的。而该公司在2004年4月由原来的江苏华丰漆业有限公司更名为“无锡长春滕漆业有限公司”时，将与“长春藤”注册商标极其近似的文字“长春滕”作为字号予以登记。同时，该公司在生产的多功能套装漆外包装上，以黄色色带将标注的“无锡长春滕漆业有

限公司”的企业全称中的“无锡”与“有限公司”字样加以遮盖，使“长春滕漆业”明显突出，造成购买者对该产品与原告IVY长春藤漆的混淆，产生原、被告之间存在特定联系的误解。此外，被告无锡长春滕公司还在生产的多功能套装漆的外包装纸盒上使用与原告IVY长春藤多功能套装漆相近似的装潢，使两者在整体的图案、色彩、字体设计及其排列组合和整体印象方面近似，一般购买者施以普通的注意力会发生误认，长春滕公司的行为构成商标侵权和不正当竞争。据此，2004年9月29日，上海市第二中级人民法院一审判决，被告无锡长春滕漆业有限公司停止在其生产的多功能套装漆外包装上突出使用“长春滕”企业字号，停止使用与原告上海宝丽化工有限公司IVY长春藤多功能套装漆特有的装潢相近似的装潢，赔偿原告经济损失人民币7万元。这个案例涉及到了由于我国相关制度不完善而引发的商号权与商标权冲突，也提出了如何尽快通过有效途径解决两者冲突的法律新问题。

二、商号权与商标权冲突产生的原因

要想解决或者缓解商号权与商标权冲突，必须首先找出冲突产生的原因，只有对原因有了正确的认识，才可能发现解决冲突的办法。笔者认为，两者产生冲突主要是基于以下五方面的原因：

- 1、商号与商标的无形性

商号与商标的无形性是商号权与商标权产生冲突的前提条件。知识产权的客体即智力成果是一种没有形体的精神财富。正是因为这种无形性增加了两种权利冲突的可能性，造成了智力成果的表现形式可以复制，也就是说相同的智力成果内容，在不同的场合可以以不同的权利客体的形式表现出来。这样便给权利冲突埋下了祸根，因为有形之物可直接通过占有获得保护，不会再因他人行使权利而受到侵

害。2、商号与商标的相似性 商号与商标在识别主体方面，二者同为商业识别标记，依据商号可以对商事主体直接进行识别，依据商标可以区别同类商品或服务的提供者；在质量保障方面，商标和商号均有承载商事主体享有的商业信誉的功能，公众的消费选择通常将产品或服务的质量与商标或商号相联系。一般而言，公众易将商号与商标混同而不加区别。因此从企业形象的角度看，两者也没有本质的区别。遗憾的是，目前我国有许多企业对此仍没有足够认识，企业商标与商号的联系非常松散，这种商标与商号相分离的状况，无形中又为权利冲突提供了生存土壤。

3、经济利益的驱动 商号和商标均是商誉的重要载体，它与商事主体的发展状况息息相关。其本身所具有的识别功能不仅能够促进商事主体不断提高商品和服务质量，更重要的是在于便利公众作出消费选择，扩大社会知名度，提高自身的竞争力。特别是那些代表高品质保证的商标在消费者选择商品和服务时会起到更为重要的作用。在激烈的市场竞争中，一些优秀企业在竞争中脱颖而出，为广大的消费者带来了高质量的商品和服务，赢得了消费者的信赖和认同，而其他一些与之有竞争关系甚至没有竞争关系的企业正是看到了其中所蕴涵的巨大商业利益，所以在商标注册和商号登记时大做文章，搭便车，以节约大量的广告和销售费用，分享前者赋予商标或商号的商业信誉及其开拓的市场份额，从而获取巨额利益。

4、地域性和行政管理的原因 一方面，因为商号权与商标权的保护都有严格的地域性，所以，相同或相似的商标与商号可以在不同区域获得注册登记。由于市场的开放性和流动性，在不同的区域拥有相同或相似的商号或商标的企业在产品销售时却可能

会在同一区域内发生冲突。另一方面，因为商号与商标的主管机关不相同，而且各自申请（注册）的条件和程序也相差甚远。这样，便为申请人以他人已经登记或注册的商标（或商号）再次进行申请注册登记，大开方便之门，所以，冲突的产生便不可避免了。

5、立法上的缺陷 一方面，我国目前商标方面的立法历经两次修改，吸取了国外以及一些国际条约的先进之处，已经比较完善，对于商标的保护力度也较强。而关于商号方面的立法相形之下逊色很多。国家工商局颁布的《企业名称登记管理规定》和《企业名称登记实施办法》都属于部门规章，效力层次低，内容规定简陋，这导致在两者发生冲突的时候，往往后者向前者让步。另一方面，这些法律及规章从内容上看存在明显缺陷，从商标确权环节看，商标法实施细则第25条将侵犯他人“合法在先权”的商标注册规定为一种“不当注册”，可被申请撤销，但商标法实施细则对于哪些权利属于“合法在先权”并没有详细规定。实践中多以外观设计专利权、著作权为“在先权”，而以企业名称中的字号权作为在先权的，实践中仅作为特殊情况并以反不正当竞争的角度加以处理。所以字号权基本上不被列入“在先权”的范围。不具有阻止在后商标注册的效力。从商号的确权环节看，《企业名称登记管理办法》中没有条文规定与在先商标相同或近似的文字不得登记为名称，只有第9条规定企业名称不得含有“可能对公众造成欺骗或误解的内容和文字”，所以大量不知名的商标被作为字号使用。因为没有“对公众造成欺骗或误解”，所以具有了合法的商号权。这两处的规定都没有规定在先的商号权或商标权排斥后登记者或注册者，是冲突频繁发生的主要原因。

三、商号权与商标权冲突表现

的形式在社会经济得到巨大发展的今天，商号权与商标权的冲突无论在理论上还是在实践中都是较为复杂的，笔者归纳起来，主要是以下几种形式：（一）商标侵犯商号的在先权

商标无论注册与否，都可能侵犯商号的在先权。商号的在先权是早于商标权存在且属于企业享有的用以区别其他企业和防止其他企业使用该名称的名称权。此类冲突表现如下：1、商标权人擅自将已注册在先的他人商号作为自己商品或服务的商标使用并注册，这种表现形式又包含几种情况：其一是商标权人侵犯知名企业的商号权；其二是商标权人侵犯普通企业的商号权。2、在先商号权人许可商标权人使用其商号，但商标权人未按约定支付使用费。（二）商号侵犯商标的在先权

企业经核准登记后成立，并获得自己的名称权，但如果其注册的名称已被他人在登记注册之前就注册为商标，这时也可能发生两权冲突。此类冲突与第一种冲突一样表现为两种形式：1、商号权人擅自将他人已注册的商标作为自己的企业名称，和上面一样也包含两种情况，其一是商号权人侵犯知名商品的商标权；其二是商号权人侵犯普通商品的商标权。2、在先商标权人许可他人将其商标作为商号使用，但商号使用人未按约定支付使用费，这种形式在实践中极少碰到，但从理论上讲是完全可能的。我国现行法律并没有在具体条文中体现两权的冲突，比如在《商标法》中规定“给他人注册商标专用权造成其他损害的属于侵犯商标权”，我们本可以将使用他人商标为自己的商号而侵犯了他人商标权归入此类，但在《商标法实施细则》当中对此款的解释，却又清楚地将商号权侵犯商标权的情况排除在外。而对商号权的保护在民法通则中则规定的更为抽象，《企业法人登记管理条例

》虽对企业名称（商号）的保护有直接规定，但是由于条例所体现的名称强烈的地域性、行业性等使商标对商号的侵犯不能得到圆满的解决，特别是在当今社会经济全球化、网络经济日益发展的背景下，这些条款很明显已经落后于人们对保护商号的要求了。现在我们解决商标权与商号权冲突的法律途径主要是通过《反不正当竞争法》、《产品质量法》、《公司法》等，特别在《反不正当竞争法》中，对商标侵犯商号的情况作出了法律回答。即“擅自使用他人的企业名称或者姓名，引人误认为是他人的商品的”。将他人的名称用于标识自己商品的，使他人对商品来源产生错觉，实际上是非法利用了商号权人为建立自己的名称信誉的成果，应属于侵权。通过此规定我们可得出两个结论：首先，商标权侵犯商号权，侵权人必须在主观上具有恶意；第二，侵权应该造成了商号权人在信誉上或财产上的损失。但在客观现实中，侵权人主观上并不一定是恶意的，也可能是不知其商标是他人的企业名称。此外反不正当竞争法中对此侵权也有所限定，即必须针对竞争对手，而当并未针对竞争对手但仍利用他人名称获利的，是否属于侵权呢？或仅是一种不当得利呢？侵犯知名企业名称，主观上也必须是故意的吗？在社会全力呼吁把知名企业名称当作知识产权保护的今天，我们现行法律看来对两权的保护并不完备。

四、商号权与商标权冲突的法律救济

由于商标权和商号权都是需要通过登记才能产生的权利，或者说权利人都是通过了合法的途径取得的上述权利，因此国家的法律应当保障原被告双方在一定的范围内行使其权利。但在诉讼中，原被告双方都认为在合法地行使自己的权利，如何公平合理的化解这一冲突是摆在法官面前的难

题。笔者查阅了大量判例，发现所谓的知识产权的权利冲突，绝大多数为在后的“权利”侵犯了他人的在先权。本文前述案例即涉及长春滕公司在后的商号权与宝丽公司在先的商标权的冲突。然而，关于商号权与商标权冲突的解决办法，现行法律规范中，只有国家工商局1999年为处理“花都机事件”救火性颁布的《关于解决商标与企业名称中若干问题的意见》（1994年4月5日颁布，以下简称《解决意见》）及《商标法实施细则》中的几个条文规定。下面，笔者结合国内外一些具体操作方法，提出一些建议以期完善。

1、保护在先合法权利原则

保护在先权利原则是解决知识产权权利冲突的一项基本原则，基本涵义是任何一项知识产权的取得必须以不侵害他人先在权利为前提条件。这一原则在法、德、日等国的知识产权法典中都予以规定，且在TRIPS协定中也做了规定，这一原则在我国知识产权法律中有体现，如我国《商标法实施细则》第25条把侵犯他人合法在先权利进行注册的商标列入可撤消商标之列。国家工商局颁布的《解决意见》第6条规定：“处理商标与企业名称混淆的案件，应当适用维护公平竞争和保护在先权利人利益的原则。”明确确立了保护在先权利原则。虽然我国法律已明确规定了保护在先权利原则，但是过于笼统，缺乏具体操作办法。笔者认为，构成在先权利必须经过严格审查。首先，在先权利须合法存在，如有人以失效的权利主张在先权利原则是不妥的；其次，在先权利主体应合法。非正当的权利人不能主张在先权利；第三，权利产生的时间在先；第四，权利没有受限制的情形。例如先用权可以对抗相关的专利权等。此外，具体适用保护在先权利原则，必须界定在先权利的范围，国内有的学者主

张，至少应当包括他人已经依民法或其他知识产权法享有的以下权利：肖像权、姓名权、版权、外观设计专利权、商号权等。

2、禁止混淆原则 禁止混淆原则是判断不正当竞争行为的一个基本原则。《发展中国家商标、商号和不正当竞争行为示范法》规定：在营业中使用一种名称、商号或某营利事业，工商企业，或一种印刷品的专门标志，由此可能与另一种已经有权使用的名称，商号或专门标志引起混淆者，可请求制止其使用。德国《反不正当竞争法》规定使用相同或类似于众所周知的他人的姓名、商号、商标、商品的容器包装或其他表明是他人商品的标记，或者贩卖、推销或输出使用了这些标记的商品，以致与他人的商品发生混淆的行为或使用相同或类似于众所周知的他人的姓名、商号、标章或其他表明是他人营业的标记以致与他在营业上的设施或活动发生混淆的行为是不正当竞争行为。商号和商标在市场经济中同样具有重要的识别功能。那些享有较高的信誉的商标或商号在社会公众的消费选择过程中起到了重要的指导作用。因此法律禁止任何人通过诸如混淆商品来源等行为，利用他人的竞争优势获取利益。因此在《商标法》中强调了商标注册审查中对商标本身的显著性和识别性的要求，在登记企业名称时强调了企业名称之间存在相同或相似情况的不予登记。《反不正当竞争法》更是把禁止混淆作为判定不正当竞争行为的一个基本原则。

3、权利覆盖原则 我国是一个大国，地域辽阔，企业的数量有几千万之巨，要在全国范围内实行商号的唯一性，对于商号这种与专利、版权这类“独创性”权利有显著区别的“标识性”权利来说，这样做的必要性和可能性都非常小，因此，对商号权的保护只能限定在商号权产生的地域范围

内；但商标权的保护范围却是全国的，这就产生商号权与商标权的地域保护冲突。运用地域覆盖原则，对于全国驰名的商号，赋予全国的地域效力，当商标权与这种商号权发生冲突，应在全国范围内停止侵权。当商号只在一定的范围内享有商号权时，则商标的侵权认定应只限于该地区。反之，当商号侵害商标权时，侵权的范围也只限定于商号权存在的地域。从我国目前的现状出发，完全可以在省一级行政区域内实现商号的唯一性，把商号的登记权集中到国家和省级工商行政管理局手中，这样既能适应社会经济发展的现实情况，又能一定程度上缓解商号权与商标权频繁冲突的紧张状态。

4、诚实信用原则

诚实信用原则是民事活动的“帝王原则”，在商事活动中更应遵守，《反不正当竞争法》在第二条中明确确定了诚实信用原则作为基本原则的地位。商号权和商标权的冲突主要发生在生产、消费领域，在商标没有产生任何声誉或者商号还没有产生良好商誉时，商号与商标发生偶然冲突引致纠纷的情况较少，多数情况是当一方在使用过程中产生良好的商业信誉，对该商标或商号的使用能带来增值的商业利益时，他方才会为商业目的去使用他人的商标或商号，因此对于违背诚实信用原则，采取欺骗手段使用他人知识财产、足以误导公众的行为应认定为侵权行为，对商号权人或商标权人来说，对诚实信用原则的弹性解释、运用是保护其合法权益的最后的救济原则。当然，要有效地解决商号权与商标权的冲突还可以在立法层级、审判程序等几方面加以改进，比如提高保护商号权方面的立法的效力层次，将其升格为法律，由全国人民代表大会常务委员会就此作出详实的规定，使商号得到与商标同等的保护，有利于加强企业以及全社会

对商号权的重视；比如确立司法最终审查原则，确立法院在审判中对驰名商标、知名字号的司法确认权等，但根本解决之道在于完善现有法律的同时提高人们对商号权保护的法律意识。参考文献：1、吴汉东，胡开忠. 无形财产权制度研究[M]. 北京:法律出版社,2001. 2、张今，知识产权新视野[M]. 北京:中国政法大学出版社,2000. 3、王利明，人格权法[M]. 法律出版社,1997. 4、任燕，商号权与商标权冲突及救济的法律探析[J]. 法制建设,2004. 5、胡小红，标识性工业产权的权利冲突及其解决[J]. 法学杂志,2002.（作者：王丽萍：湖南税务高等专科学校政法系法律教研室讲师）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com