

网络商标侵权行为地管辖权判断的几个因素 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E7_BD_91_E7_BB_9C_E5_95_86_E6_c122_480016.htm

因特网出现后，网络空间的全球化以及非中心化的特点打破了传统地域疆域的限制，使建立在地域主权基础上的法院管辖权规则面临诸多困境：第一，网络空间的全球性可能导致对网上商标侵权案件的多国管辖。传统的司法管辖是建立在地域和主权的基础上的，而网络空间是一个全球性的系统，本身是不可见的，在网上很难确定法律事项与特定国家或地域之间的关系，如在一起网页商标侵权案件中，网页的内容在A国提供，而服务器在B国，公司主要营业地又在C国，很难确定何国与案件有更密切的联系。另外，在世界各地凡是可上网的地方均可认为是侵权行为地，侵权人有可能在全世界的法院被起诉，造成一种荒谬的结局。因此对这种无限扩张的管辖权应予以限制。第二，因特网非中心化倾向有可能对商标的法律保护与管理形成对抗。网络的非中心化是指因特网上每个用户只能服从他的ISP的规则，而ISP之间以协议的方式来协调和统一各自的规则，就像协调纯粹的技术标准一样。虽然这只是一倾向，但行业道德和技术标准可能对法律产生影响甚至在一定条件下上升为法律。第三，国际上对侵权行为地的确认本来就存在较大分歧。有的国家主张侵权行为地有管辖权，有的国家主张损害发生地有管辖权。大多数国家认为侵权行为地包括行为发生地和损害发生地。如德国民事诉讼法第32条规定，侵权地包括侵权行为地和损害发生地。《瑞士联邦国际私法》也规定，如果被告在瑞士既没有住所也没有

居住地或营业所，侵权诉讼可以在侵权行为实施地或损害结果发生地的瑞士法院提起。法国民事诉讼法典也有同样的规定。而要明确网上商标侵权的侵权行为地，必须考虑商标与特定国家或地区之间的具体联系。WIPO《保护网上商标和工业产权中的其它标志的条款》建议依据网上商标使用的类型以及交互性程度来确定其与特定地域的联系。（1）将网上商标使用分为商业使用与非商业使用。对商业使用考虑的因素包括：特定国家或地区的人是否实际访问过使用商标的网址；使用ISO标准国家代码3166下的顶级域；使用特定国家或地区的主要语言；证明有特定国家或地区的地址或电话号码；在网络之外在特定国家开展过活动；主观上针对特定国家或地区使用商标；服务于特定国家或地区的消费者；与特定国家或地区的人建立以商业为动机的关系；以特定国家或地区的货币标明价格。比如美国 Sold-on-Hold 服务商标一案，原告Telephone Audio Production 公司为德克萨斯州公司，拥有联邦注册的Sold - On - Hold服务商标。被告名为Sold On Hold，是俄亥俄州的个人合伙，商标为Sold On Hold。原被告以前由于地域阻隔并未发现商标权冲突。上网后因为使用搜索引擎导致侵权问题出现。原告在德州地区法院起诉被告侵犯联邦注册商标权，对经营者进行虚假表达，损害了原告商誉等。被告认为其在德州没有营业场所，其经营地点在俄州，所有公司员工、证据所在地均在俄亥俄州，因而要求此案移送俄州法院审理。德州北区法院认为：1、被告建立网站，使用侵权标识，可为德州居民接触和访问；2、被告派人参加在德州举行的商品交易会，在该会上被告明确悬挂其标识Sold On Hold，并招揽顾客。3、在德州接受定货。4、在有

关杂志上做广告，德州内有该杂志的读者。基于以上因素，被告与本辖区有最低要求的接触。这种接触证明被告有意识采取行动，并且知道有关行动会使其享受本州法律上的权益，同时意识到产生纠纷后，要进入本州法院应诉。因此，德州法院对此案有特殊管辖权。在意大利的Carpoint SPA v. Microsoft 一案中，原告Carpoint SPA是一家意大利公司，是福特公司在意大利的代理机构，从事销售新车的业务。1996年注册了商标 carpoint及域名www.capoint.it。而微软公司在其MSN网络中有一个网址的域名为“carpoint.msn.com”，从事销售汽车的调解工作。原告在罗马法院起诉微软，指控“carpoint.msn.com”的使用构成对其域名的侵权，要求法院颁发禁令，禁止微软公司继续使用carpoint商标。微软公司认为罗马法院没有管辖权，不能依据布鲁塞尔公约第5（3）款认为意大利是损害事件的发生地。并主张：微软“carpoint.msn.com”的域名发源于美国境内，使用英语，使用在意大利外的服务器，而且没有对意大利使用者提供服务。微软公司认为carpoint的商标仅在意大利境内有效。罗马法院同意微软公司的主张。法官认为在网络传递的全球性与商标地域性原则之间的矛盾不能通过“绝对禁止未将产品介绍给该国而只是将网址作为全球交流手段宣传产品的人使用商标”的原则来解决。该案件是意大利有关此类案件的首次报道。（2）交互性程度的强弱。当商标在网上使用，商品或服务也在网上订购和运输时，很难与特定的地区联系起来；当商品和服务只用于网上广告而不通过网上订购，也不通过网上传输（被动网址）时，地域影响是有限的，仅限于使用商标的商业所在地；当商标在网上使用，而商品或服务的定

购以及运输发生在真实的世界时，就有可能与特定的国家或地区发生联系。在Cybersell, Inc. v. Cybersell, Inc案中，原告是一家亚里桑那州叫Cybersell的公司，被告是佛罗里达州一家叫Cybersell的公司，双方在网页上使用同样的Cybersell名称。原告因此认为被告对自己的服务商标构成商标侵权。亚里桑那州法院将网址区分为被动型网址（Passive Site）和互动型网址（Interactive Site），互动型网址能从主机上交换信息。法院通过考察网上交互性的程度和交换信息的商业性质来决定是否足以行使管辖权。在此案中，被告并没有在亚里桑那州有任何商业活动，它与该州的联系不足以构成故意在亚里桑那州从事商业活动以期获得利益和该州的保护。因而，法院认定案件中被告的网址为被动型网址，从而拒绝行使管辖。

（3）避免与特定地区和国家发生联系的努力。当商品或服务直接通过网络传递时，在网上使用商标将对整个世界都产生潜在的影响。为避免与特定地区和国家联系，可采取“否认声明”（disclaimer）的形式，声称商品和服务不对特定国家和地区提供。但这种声明必须明确的表达并放置在网页的显著位置。至于否定声明能否被各国法院作为不构成侵权的有力证据，WIPO曾对中、美、英等36个国家进行过问卷调查，调查结果发现：即使存在否认声明，大部分国家仍然认为这构成侵权行为，少数国家认为不构成侵权或另有其他答案。为了减少具有地域效力的商标权在网上的冲突，WIPO倡导各国赋予否认声明一定的效力：如果在网页上明显存在否定声明的话，至少构成不侵权的表面证据。如澳大利亚的Re Boss案，原告是国际商标Boss的持有人，1979年在澳大利亚注册并获优先权，生产衣服，香水，眼镜等等。被告在非德语国

家生产和销售烟草，在澳大利亚注册了以Boss为商标的香烟，在网上以英文和德文为产品作广告。英文网址强调Boss香烟仅在捷克共和国，匈牙利、乌克兰、俄国和台湾销售。德文网址没有上述声明。原告在澳大利亚提起诉讼，依澳大利亚商标法第10（2）款指控被告侵权，要求被告停止使用原告的公司名称和商标。双方在德国均有营业地。澳大利亚高等法院根据《澳大利亚管辖权法》第27a款判决：因为双方当事人都在德国有住所，所以可以适用1968年《布鲁塞尔关于民商事案件管辖权及判决承认与执行公约》（德澳均为成员国）。而依《布鲁塞尔公约》第5（3）款，成员国的居民可在另一成员国由于侵权而被起诉。此规则也适用于在国外注册但在澳大利亚可以登陆的域名。因而不论Boss香烟是不是在澳大利亚实际销售，只要被告的网址在澳大利亚可以登陆并且没有否认声明，广告又是针对澳大利亚的网络用户的话，澳大利亚法院对此案有管辖权。从上述国家确定管辖权的司法实践可以看出，基本上这些国家都反对对网络商标侵权案件行使过度扩张的管辖。在对侵权行为地的解释上，美国法院强调要有最低限度的联系，这种联系不仅包括客观上对网址的接触和访问或有在某地从事商业活动的行为，还包括侵权人的主观故意，如被告具有故意针对某地做网络广告的主观意图。欧盟国家间通过适用《布鲁塞尔公约》来协调管辖权。在上述案件中，意大利法院认为仅因网络而导致一个商标在某个国家的出现，而缺少与法院地国更进一步的联系时，不能构成该国对商标侵权行使管辖权的依据；澳大利亚法院则认为，如果被告在网上发布了广告，在澳大利亚的用户可以登陆而且没有在网上提出否定性声明，该地就可被视为

侵权行为发生地，澳大利亚法院对此拥有管辖权。此外，网址内容的性质如显著性、语言、货币、产品或服务的种类也应当作为确定管辖权的考虑因素。笔者认为，我国法院在确定网络商标侵权行为地管辖权时，可以借鉴西方国家的经验。不仅要在客观上考虑标记在特定地区或国家使用的实际影响，而且要在主观上考虑使用者是否有影响特定地域的意图或这种影响的可预见性。同时，为避免管辖权的多重行使，应加强国际合作的力度，制定有关国际管辖权公约，尽量减少管辖权冲突。（作者：李晶，武汉大学2003级国际私法博士研究生）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