

据新华社报道

篮球明星迈克尔·乔丹诉乔丹体育股份有限公司姓名权纠纷案 30 日尘埃落定。上海二中院判决乔丹体育公司停止使用其企业名称中的“乔丹”商号以及向乔丹本人赔偿精神损害抚慰金人民币 30 万元等……

近期，一批涉嫌攀附国外品牌和商标的国内企业接连遭到了败诉滋味。专家认为，国产品牌走“傍洋品牌”的“歪路”已走到尽头，尊重知识产权，掌握核心技术，依靠质量和服务打响中国品牌才是正道。

尊重知识产权，掌握核心技术，依靠质量和服务打响中国品牌才是正道

本土品牌“洋马甲”之风已穷途末路

据新华社报道

记者 30 日从上海市第二中级人民法院获悉，该院对前美职篮运动员迈克尔·乔丹诉乔丹体育公司、百仞贸易公司姓名权纠纷案作出一审宣判。

原告迈克尔·乔丹诉称，“乔丹”这个译名已与原告建立了特定的联系并为中国公众所熟知，原告由此对中文“乔丹”享有姓名权。被告乔丹体育公司未经原告许可，擅自在其商号、产品和商业推广活动中使用原告的姓名“乔丹”，对广大消费者造成了误导，已构成对原告姓名权的侵害。百仞贸易公司销售乔丹体育公司的侵权产品，故构成共同侵权。

两被告共同辩称，Jordan 只是英美国家的一个普通姓氏。原告不可能对一个英美普通姓氏的惯常翻译享有中国法律意义上的姓名权。被告注册并使用“乔丹”商标已有数十年，对“乔丹”商标依法享有商标权。原告早就知道被告使用“乔丹”商标和商号，却未及时主张权利，早已过了诉讼时效。而百仞贸易公司销售的产品均通过合法渠道进货，故已尽到了合理的注意义务，不构成共同侵权。

经审理查明，上海二中院认为，乔丹体育公司是在明知迈克尔·乔丹具有较高知名度的情况下，仍然擅自选择“乔丹”二字进行商标注册，并登记了“乔丹”商号。除此以外，乔丹体育公司还将迈克尔·乔丹曾经的球衣号码“23”和他两位儿子的中文译名马库斯·乔丹和杰弗里·乔丹均注册为商标，其指向性非常明显，足以认定其具有导致或放任公众产生混淆的故意，故乔丹体育公司构成对原告姓名权的侵害。而销售商百仞贸易公司不具备共同的侵权故意，但今后不得再销售侵权产品。由于原告在本案中明确表示不主张经济损失，故法院仅就原告的精神损害抚慰金及诉讼中的合理支出进行裁判。

据此，上海二中院依法判决乔丹体育公司公开在报纸和网络上向原告赔礼道歉，并澄清两者关系；乔丹体育公司停止使用其企业名称中的“乔丹”商号；乔丹体育公司应停止使用涉及“乔丹”的商标，但对于超过五年争议期的涉及“乔丹”的商标，应采用包括区别性标识等在内的合理方式，注明其与迈克尔·乔丹不存在任何关联；乔丹体育公司应赔偿原告精神损害抚慰金人民币 30 万元；乔丹体育公司赔偿原告因本案诉讼所支出的合理费用人民币 5 万元；驳回了原告的其他诉讼请求。

A “穿洋马甲” 国产品牌接连败诉

30日，迈克尔·乔丹发表声明表示，该判决维护了自己的姓名权，并制止了乔丹体育的侵权行为：“中国消费者有权了解乔丹体育及其产品与我本人完全无关。没有什么事情比保护你自己的姓名不被滥用更重要的了。”

近期，一批“穿洋马甲”的国产品牌接连败诉。今年4月，上海市浦东新区人民法院对“New Balance”品牌授权方新百伦贸易（中国）有限公司诉“NEW·BARLUN”品牌拥有方纽巴伦（中国）有限公司的不正当竞争案做出一审判决：纽巴伦公司除停止不正当竞争行为、公开声明消除影响外，还需赔偿经济损失1000万元及维权合理开支80万元。

全国审判业务专家、上海知识产权法院专职审委会委员陈惠珍认为，过去一些品牌在初创时期，通过“傍洋品牌”“一傍成名”，走的是“鱼目混珠”、误导消费者认知、节省营销成本的捷径，傍的是国外知名品牌深耕多年的口碑和美誉度，“但这条路已然越来越不好走”。

她认为，当前在知识产权案件审判中，法院不仅大幅提高判赔金额和维权合理支出的赔偿金额，对于恶意侵权、重复侵权的，还会适用惩罚性赔偿。程序上，财

产保全、行为保全等制度越来越完善，也更有利于权利人充分维权。

“这既体现了我国保护知识产权动真格、求实效的决心，也彰显了法律和社会维护权利人合法权益的价值取向。”她说。

B “借牌打牌” 面临穷途末路

国产品牌“傍洋品牌”现象由来已久，但其代价越来越高。乔丹体育多年来侵权官司缠身，耗时费力，企业美誉度受到影响，还影响了其上市的计划和进度。

2013年，阿迪达斯将阿迪王告上法庭，认为“阿迪王”侵犯了阿迪达斯的注册商标专用权，构成了不正当竞争。最终，“阿迪王”中文商标和三角标识被无偿转让给阿迪达斯。

如今，消费者对“傍大款”的国产品牌也未必买账。21岁的上海市民孙小姐告诉记者：“大家到网上查查就知道是不是‘假洋鬼子’了，与其搞成‘半土不洋’，还不如飞跃、回力等老牌子或设计师品牌更让年轻人喜欢。”

“随着国际交往日益密切，中国知识产权保护力度日益加强，公司获取侵权信息的手段也在增多，‘傍洋品牌’面临着更大的法律和商誉风险。”上海交通大学文创学院副院长薛可认为，“傍洋品牌发展得越大，‘风险炸弹’就埋得越深，‘炸’的时

候负面影响也越广。”

上海市律协知产委主任刘峰认为，“借牌打牌”现在面临穷途末路，“近期国外品牌在国内的知产侵权诉讼中频频胜诉，给国外知名品牌维权注入了‘强心剂’”。

他表示，维权对于被侵权者是双赢：打击侵权的同时提高了曝光率和知名度，更获得了巨额赔偿，这都鼓励和刺激着被侵权者拿起法律武器维权。

C 中国品牌 需迎“成人礼”

当前，不少国产运动品牌通过自强发展，已经“长大成人”。

据财报显示，打“国潮”牌的李宁公司2019年收入达138.70亿元人民币，较2018年上升32.0%，毛利上升34.7%至68.05亿元。

世界知名运动品牌斐乐2009年与安踏牵手成功。2019年安踏体育收益为339.27亿元人民币，同比增长40.8%，经营溢利达86.94亿元。其中斐乐品牌收益达147.7亿元，实现经营溢利40.22亿元。

中国政法大学知识产权研究中心特约研究员赵占领认为，一些通过走“傍洋品牌”道路成长起来的企业，在知识产权保护日趋完善的当下，应当积极谋求转型，在创品牌上狠下功夫。

“在品牌中彰显文化自信、产品自信、营销自信，在品牌研发、设计、生产中形成自己独特的门派和风格，才能真正生产出具有高附加值的产品。”薛可说。

“有的败诉企业已有完备的工业生产流水线，具备了较强的工业生产能力和管理水平，比一些重起炉灶的企业有更好的条件。关键是要转变思路，下定决心才有可能领先一步。”刘峰说。

薛可建议，相关企业可采取“移花接木”和“借船出海”两条路，将早期获得的经验、资源等积累，循序渐进地嫁接到新创品牌中，“一方面可以通过创造子品牌，打造新品牌；另一方面可充分运用资本运作，收购国外知名品牌，采取借船出海的方式，最终实现品牌的升级转型”。

“要像保护眼睛一样保护知识产权”，刘峰认为，当前中国已有一批拥有自主知识产权的产品走向世界。国产品牌也要及早注重自身商标的知识产权保护，对他地可能发生的侵权行为要主动监控和检索，制定全方位的保护策略。

球星乔丹状告『乔丹』商号『乔丹』商标均须停用 侵权，上海法院昨一审宣判

『乔丹』商号『乔丹』商标均须停用



制图 / 潘文健