

知识产权新宠：诱人的欧盟商标

文/《法律风险观察》研究员 张超

上汽与福特的罗孚之争

2006年9月20日，福特突然宣布行使已在手中握了6年的优先购买权，从宝马手中购买Rover（罗孚）商标。这意味着已与宝马达成初步购买协议的上汽与这个百年汽车品牌失之交臂，上汽使用Rover（罗孚）商标拓展海外市场的构想就此搁浅。

尽管福特立即表示，“福特收购罗孚商标是为了自身业务发展。”国内各界仍然认为福特这一突然行为有阻击中国汽车工业国际化之嫌。

福特声称，公司买下罗孚商标主要是由于Rover商标与福特旗下的路虎（Land Rover）商标过于相似，为了路虎越野车业务不受到干扰和混淆，此次出手纯粹出于“对全球Land Rover（路虎）商标的保护和未来商业发展的考虑”。

汽车商标在多大程度上能够在消费者中间产生混淆在此不谈，但在企业市场化进程中，商标的重要性不言自明。

事实上，上汽在当初竞标罗孚时就已经考虑到罗孚商标的问题，已经在竞标书中提出了一条相关的知识产权附加条款。

意大利公司欧盟商标之战的背后

值得中国企业关注的是，进军欧盟市场则需要越来越重视一种特殊的商标-欧盟商标。

两个月以前，欧盟法院的网站上公布了Sergio Rossi公司诉OHIM（欧盟商标局）一案的结果：二审法院驳回了商标异议人Sergio Rossi公司的上诉请求。该案同样警示企业并购后商标保护的问题。

原告Sergio Rossi是一家意大利时尚用品公司，目前由世界超级时装名牌Gucci（古奇）集团控股，前者在并购Calzaturificio Rossi公司后取得文字商标MISS ROSSI，该商标于1991年在意大利注册，注册种类为靴鞋。

Sissi Rossi公司是一家意大利奢侈用品公司，最早于1998年6月1日向欧盟商标局申请Sissi Rossi欧盟商标，申请商品种类包括皮革及人造皮革、毛皮、箱子及旅行袋、雨伞、手杖、鞭和马具等。

1999年5月21日，Sergio Rossi公司以MISS ROSSI为依据向被告欧盟商标局提出了注册异议，开始该局异议部决定不予注册，后被复审委撤销，争议经过欧盟法院一审二审，历经7年对抗，最终因为欧盟二审法院驳回上诉主张而告一段落。

这个判决使得 Sissi Rossi 公司得以顺利注册欧盟商标，而 Sergio Rossi 公司及其背后的大东家只能为此不安。

不安的不仅是该案件的最终败诉，更让其担心的可能是案件背后隐藏着的问题-欧盟商标的影响。在欧盟，共同体商标只需要欧盟商标局统一注册，注册成功就在整个欧盟范围内有效。

前景诱人的欧盟商标

欧盟商标的效力范围还在随地域空间的扩张而增加，在 2004 年接纳了 10 名新成员后，仍有欧洲国家积极要求加入欧盟。

在立法上，欧盟也注重各国在知识产权保护上的协调，2004 年，欧盟通过了旨在“统一各国在知识产权保护方式上的法律”的知识产权保护指令，该指令要求所有成员国必须在 2006 年 4 月以前完成相关制度、程序及救济措施的制定。

同时，欧盟组织机构中不仅有统一的欧盟商标注册机构欧盟商标局，还有欧盟法院负责解释欧盟所有的商标指令，欧盟商标保护的效力更为有意进入欧盟统一市场的经营者所看好。

欧盟商标的注册固然非常诱人，但是也存在自身的问题，因为第三人可以基于任何一个欧盟成员国的在先商标将其撤销。

另外，欧盟法令也只规定了注册商标的保护，未注册商标保护程序只能根据各成员国的法律进行。这与各国保护未注册商标的实践有明显差异。所以，及时注册欧盟商标具有格外重要的意义。

所幸的是，中国已经有一些大型国有企业开始注意到欧盟商标的重要性，并积极寻求专业人士帮助，注册欧盟商标。

更多的中国企业将目光投向欧洲市场时却忽略了该特殊商标的重要性。据报道，世界品牌实验室公布的“中国 500 个最具价值的品牌”中，有高达 76% 的品牌没有在欧盟注册。

罗孚商标争议在更大的意义上只是英国等单独国家的商标，如果是欧盟商标，可能就更加值得经营者宠爱和追逐了。

版权所有 © SGLA 2008。

此出版物仅供阁下参考和兴趣阅读之用，无意作为完整全面的信息，并不构成亦不应予以依赖为法律意见。请根据自身情况寻求专门咨询。