



“唐妞”出圈 知识产权保驾护航

——第 54053085 号“唐妞”商标异议案

◎ 田彦娟

一、基本案情

异议人：陕西历史博物馆（陕西省文物交流中心）

被异议人：河南某电视台

被异议商标：**唐妞**

指定使用商品：第 11 类“灯泡；乙炔灯；炉用结构框架；冷藏柜；通风罩；蓄热器；消防栓；蒸汽浴装置；卫生间用消毒剂分配器；电暖脚套。”

异议人主要理由：1. 被异议商标“唐妞”与异议人在先注册和使用的商标“唐妞”系近似商标；2. “唐妞”品牌为异议人首推并且迅速闻名全国的文化创意产业品牌，被异议商标与异议人的合法在先权利冲突，损害了异议人的正当利益，违反了《商标法》第三十二条规定。

异议人提交的主要证据：异议人独创“唐妞”品牌名称和形象的情况说明、西安晚报等报纸对“唐妞”报道资料、关于“唐妞”IP 授权合作协议、“唐妞”系列产品购销协议、百度关于“唐妞”检索结果页面、微信推文、“唐妞”文创产品图片、“唐妞”IP 所获荣誉等资料。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局商标局认为：

被异议商标“唐妞”指定使用于第 11 类“灯泡；乙炔灯；炉用结构框架；冷藏柜；通风罩；蓄热器”等商品。异议人引证在先注册的第 17446086、17446145、17454206、17454729、17455036、17455149、17455366、17455462、17455700、17455902 号“唐妞”商标等分别核定使用于第 6 类

“青铜制艺术品”、第 9 类“计算机软件（已录制）、第 28 类“电动游艺车”、第 29 类“肉；鱼制食品”、第 30 类“茶；蜂蜜”、第 39 类“运输；船只运输”、第 41 类“教育”、第 42 类“计算机软件设计”、第 43 类“餐馆；会议室出租”、第 45 类“安全保卫咨询”等商品或服务。双方商标指定使用商品或服务有其各自不同的功能用途、生产销售领域、服务对象及服务方式，不属于类似商品或服务，因而未构成使用于类似商品或服务上的近似商标。

异议人称被异议商标的申请注册侵犯其在先权利，损害了其正当利益。本案异议人提供的异议人独创“唐妞”品牌名称和形象的情况说明书、西安晚报等报纸对“唐妞”报道、“唐妞”系列产品购销协议、百度关于“唐妞”检索结果页面、微信推文等证据材料可以证明：异议人为全国具有一定代表性的文化文物创意产业试点单位，“唐妞”是其以唐文化为依托，以“唐仕女俑”为原型而创造的 IP 形象。通过报纸报道、出版图书、建立文创产业门店等方式的宣传和使用，“唐妞”品牌已成为具有较高知名度的文化创意产业品牌，已经在文创产业圈、文化圈、旅游圈、广播电台娱乐圈等领域具有较好的口碑和知名度，并与异议人建立了紧密的对应关系。被异议人作为电视媒体，对此理应知晓。被异议商标与异议人“唐妞”IP 形象名称相同，且除本案被异议商标外，被异议人同时还在其他类别申请注册了多件“唐妞”商标。被异议人未对其商标的创作来源作出合理解释并提供相应证据。因此，被异议人未经异议人同意，申请注册被异议商标侵犯了异议人基于其“唐妞”IP 形象名称享有的在先权益，违反了《商标法》第三十二条的规定。

二、案件评析

鉴于双方商标指定使用商品或服务不属于类似商品或服务，故本案的焦点为被异议商标是否与异议人的合法在先权益冲突，违反《商标法》第三十二条的规定。

《商标法》第三十二条前半段规定“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”。本条规定的在先权利是指在系争商标申请注册日之前已经取得的，除商标权以外的其他权利，包括字号权、著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权、地理标志以及应予保护的其他合法在先权益。

本案中，异议人作为全国具有一定代表性的文化文物创意产业试点单位，2014年依托唐文化核心文化景区优势，创造了以“唐仕女俑”为原型的IP形象“唐妞”，通过报纸报道、出版图书、建立文创产业门店等方式的长期使用和大量宣传，“唐妞”已经与异议人建立了唯一指向关系，且异议人最早于2015年7月提交了“唐妞”系列商标的注册申请。因此可以推定异议人享有基于“唐妞”IP形象名称的合法在先权益。

在在先权益归属明确，合法存续并具有较高知名度的情况下，判断被异议商标是否侵犯“应予保护的其他合法在先权益”，还需综合考虑被异议人是否存在主观恶意，和被异议商标在指定商品或服务上是否会导致相关公众误认为其经过在先标志权益人的许可或者与在先标志权益人存在特定联系。

具体到本案，异议人“唐妞”品牌作为全国文物保护单位文创产业的标志性品牌，创造于2014年，2015年异议人在多个类别申请“唐妞”系列商标并核准注册，建立起了以“唐妞”为核心的商标保护体系，受到法律的保护。“唐妞”于2015年1月、12月在三秦都市报、西安晚报文博板块公开报道，2016年2月成为首个登上春晚的原创IP形象，2018年荣获玉猴奖“十佳文旅吉祥物”，2020年被评为中国文创地图文创IP榜样，其在文创产业圈、文化圈、

广播电台娱乐等领域具有较强显著性和知名度。被异议人作为一家区域性电视媒体对此理应知晓，但其未经异议人许可，依然于2021年申请注册了多件“唐妞”商标，此种行为难谓正当，可见被异议人明显具有攀附异议人“唐妞”品牌知名度和声誉的主观恶意。

异议人现有多家文化创意合作单位，多种文化创意产品，目前文创产品种类涵盖生活用品、旅游纪念品、艺术衍生品等多个系列，建立了多个文创产业门店，文化创意产业链已形成规模。被异议商标注册使用在“灯泡；乙炔灯；炉用结构框架；冷藏柜”等商品上，极易引导消费者将之与异议人“唐妞”品牌产生联系，或认为其已获得异议人授权，进而对商品来源产生误认。

综合考量以上因素，被异议商标侵犯了异议人基于其“唐妞”IP形象名称享有的在先权益，违反了《商标法》第三十二条的规定，应不予注册。

三、综合评述

随着我国社会经济、科学技术的不断发展，文化产业作为一种新兴产业也逐步进入新阶段，文化创意、文化新业态、具有文化内涵的特色商品不断涌现。由于承载巨大的商业利益，文博类商标、文创IP被抢注等侵权事件时有发生。本案是一起运用《商标法》保护文创IP形象名称的典型案件。在当前商业环境下，由文化IP形象名称衍生的产品和服务日益多元化，其行业繁荣程度高，经营业态多样。本案明确了文创IP形象名称的权属，综合考量了IP形象名称的知名度、行为人主观意图等因素，结合文创产业高知识性、高附加值、强辐射性的特点，尊重并肯定了原创成果，有效打击了文创行业的文化IP侵权行为，保护了市场主体创新、创造的意愿和动力，有利于促使兼具艺术表现力和商业价值的文创产品不断涌现，文化产业繁荣发展，优秀的中华优秀传统文化有序传承、有趣传播。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查四处

