

天驰君泰助力“崇明岛”商标成功维持注册

2023-03-20

伴随着农产品市场化程度的不断提高，已有越来越多的农产品生产者和经营者认识到商标的重要性，并大力培育、发展农产品品牌，更积极的参与市场竞争。“崇明岛”系南通五梁红农产品专业合作社（下称南通五梁红合作社）享有商标权利的知名大米品牌，“崇明岛”商标2010年12月14日由南通五梁红合作社申请，2011年12月28日获准注册，指定使用在30类的“米”等商品上，经过十多年的持续发展，在江浙沪区域具有一定的知名度和影响力。

一、“崇明岛”品牌遇困境

2020年4月，上海某旅游投资公司以“崇明岛”商标与其地理标志产品名称相冲突，且违反《商标法》第10条1款8项具有“不良影响”为由针对南通五梁红合作社“崇明岛”商标向国家知识产权局提出无效宣告，国家知识产权局审查认为“崇明大米”是在大米商品上取得注册证的地理标志证明商标，“崇明岛”商标容易使相关公众对商品的品质、产源等特点产生误认，违反了《商标法》第10条1款8项的规定，并裁定对“崇明岛”商标予以无效宣告。

南通五梁红合作社不服国家知识产权局无效裁定而提起行政诉讼，一审法院经审理后认为“崇明岛”与上海市辖区“崇明”在文字构成、呼叫及整体视觉效果上相似，容易误导相关公众，易使相关公众对商品的产地产生混淆、误认，并维持了国家知识产权局裁定结论。

如若“崇明岛”商标被实质性无效宣告，将不能再投入商业使用，南通五梁红合作社十多年的品牌经营成果将不复存在，其商业经营无疑将陷入困境。

二、二审反转，天驰君泰助力“崇明岛”商标成功维持注册

一审不利判决之后，南通五梁红合作社委托北京天驰君泰商标团队代理“崇明岛”案件二审诉讼。通过对于原审案件材料及案情的深入分析、梳理与研究，天驰君泰商标团队发现国家知识产权局行政程序及一审裁判在两个层面具有错误：

一是，国家知识产权局、一审法院错误认定“崇明岛”商标违反《商标法》第10条1款8项具有“不良影响”存在重大法律适用错误，其将“不良影响”条款的法律适用错误扩张至“容易误导公众”“对商品的产地产生混淆、误认”，此种扩张适用既与商标法及司法解释就“不良影响”条款的明确规定相违背，又与最高院、北京高院等一系列司法在先判例所确定的裁判规则相背离，损害了社会公众对于商标法“不良影响”法律条款适用的预见性及可预期性，不利于品牌经济的稳定、健康发展。

二是，上海某旅游投资公司在无效宣告理由中所提及的“崇明大米”地理标志商标相较于“崇明岛”商标属于在后注册，换言之，南通五梁红合作社所拥有的“崇明岛”商标属于在先注册商标，而“崇明大米”地理标志商标属于在后注册，在后地理标志证明商标不能无效在先商品商标。另需特别强调的是，地理标志商标是标示某商品来源于某地区，并且该商品的特定质量、信誉或其他特征主要由该地区的自然因素或人文因素所决定的标志，经过代理律师对于崇明区域大米种植信息的反复查询，崇明区域长期以来所种植、生产的大米系“寒优湘晴”“南梗46”“花优14”等品种，对外宣传曾使用“瀛联”品牌而非“崇明大米”，在此情形下，代理律师建议南通五梁红合作社另行针对“崇明大米”地理标志申请无效宣告，全方位维护自身企业权益。

经过天驰君泰商标团队在二审阶段的持续努力，北京高院二审认定在案证据不足以证明“崇明岛”标志及其构成要素存在对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的可能性，“崇明岛”商标的申请注册未违

反商标法第十条第一款第八项之规定，南通五梁红合作社的相关上诉理由成立，予以支持，最终，二审撤销了一审判决及国家知识产权局裁定。

“崇明岛”商标案件是天驰君泰商标团队代理的又一典型案例，“崇明岛”商标成功维持注册对于农产品品牌建设，以及知识产权助力农业高质量发展具有重要意义。

来源:

作者:

相关律师



田龙
合伙人

+8610 6184 8138
tianlong@tiantailaw.com

相关标签

知识产权