

中华人民共和国 北京知识产权法院 判决书摘要

案号	(2017)京73行初449号
合议庭	审判长: 周丽婷 审判员: 刘义军 人民陪审员: 张立伟
法官助理	杨恩义、高雪 书记员 国佳
当事人	原告: 浙江蓝巨星国际传媒有限公司
	被告: 中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会
	第三人: 塔尔帕容量有限公司
诉争商标	第11591269号“蓝巨星好声音”商标
裁判日期	2018年12月27日
判决结果	撤销商评字[2016]第103044号商标无效宣告请求裁定
涉案法律	2001年商标法第28条、第15条、第41条第1款
裁判要点	<p>1. 诉争商标与引证商标虽在整体外观、呼叫等客观方面存在较大差异,但考虑到引证商标的实际使用状态和相关公众的认知情况,诉争商标的注册使用易使相关公众对其与引证商标所指代的服务来源产生混淆。被诉裁定依据作出之时的事实状态认定诉争商标申请注册违反2001年商标法第二十八条的规定,并无不当。</p> <p>2. 原告和第三人在本案诉讼阶段就双方商标共存达成协议,针对已变化的事实基础,综合考虑两商标标志本身的差异程度,双方当事人关于商标共存的意思表示和对避免相关公众混淆所作出的安排,本院认为,诉争商标的注册使用已经克服了易致相关公众混淆的缺陷,其注册已不违反2001年商标法第二十八条的规定。</p> <p>3. 无论从立法目的的角度还是商标法体系解释的角度,均应得出2001年商标法第十五条所保护的客体是被代理人或者被代表人的未注册商标。第三人以已注册的引证商标作为权利基础主张诉争商标申请注册违反2001年商标法第十五条的规定,不能成立。</p> <p>4. 诉争商标注册行为主要损害的是第三人的利益,对商标注册秩序和公共利益的影响有限。且第三人已表达谅解并同意诉争商标注册,应当认为诉争商标注册可能对第三人造成的损害已得到弥补。诉争商标申请注册未违反2001年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之规定。</p>
备注	本摘要并非判决之组成部分,不具有法律效力。

中华人民共和国 北京知识产权法院 行政判决书

(2017)京73行初449号

原告：浙江蓝巨星国际传媒有限公司，住所地中华人民共和国浙江省杭州市延安路511号416室。

法定代表人：麻宝洲，董事长。

委托诉讼代理人：侯玉静，北京市集佳律师事务所律师。

委托诉讼代理人：李科峰，北京市集佳律师事务所律师。

被告：中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会，住所地中华人民共和国北京市西城区茶马南街1号。

法定代表人：赵刚，主任。

委托诉讼代理人：吴彤，中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会审查员。

第三人：塔尔帕容量有限公司 (Talpa Content B.V.)，住所地尼德兰王国，拉伦 1251RL，泽文安德路 45。

法定代表人：皮姆·马里努斯·施米茨，首席执行官。

法定代表人：巴里·所罗门·马斯科李，首席企业官。

委托诉讼代理人：赵克峰，北京安杰律师事务所律师。

委托诉讼代理人：吕沛，北京安杰律师事务所实习律师。

原告浙江蓝巨星国际传媒有限公司（简称蓝巨星公司）因商标权无效宣告请求行政纠纷一案，不服被告中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会（简称商标评审

委员会)于2016年11月30日作出的商评字[2016]第103044号关于第11591269号“蓝巨星好声音”商标无效宣告请求裁定(简称被诉裁定),于法定期限内向本院提起行政诉讼。本院受理后,依法组成合议庭,并通知被诉裁定的利害关系人塔尔帕容量有限公司(简称塔尔帕公司)作为本案第三人参加诉讼。2018年6月19日,本院依法公开开庭审理了本案。原告蓝巨星公司的委托诉讼代理人李科峰、侯玉静,被告商标评审委员会的委托诉讼代理人吴彤到庭参加诉讼。第三人塔尔帕公司经本院合法传唤未到庭,依照《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国行政诉讼法〉的解释》第七十九条第二款的规定,不影响案件的审理。本案现已审理终结。

被诉裁定系商标评审委员会针对塔尔帕公司就第11591269号“蓝巨星好声音”商标(简称诉争商标)所提无效宣告请求作出的,该裁定认定:

一、诉争商标核定使用的“教育、组织表演(演出)、文字出版(广告宣传材料除外)、电视文娱节目、提供卡拉OK服务”等服务与国际注册第G1089326号“The Voice of 及图”商标(简称引证商标)核定使用的“教育和娱乐、出版服务、体育和文化活动”等服务属于同一种服务或类似服务。诉争商标申请日前,《中国好声音》第一季节目已经在浙江广播电视集团卫星电视频道(简称浙江卫视)播出,节目及宣传报道中均醒目使用了“The Voice of China中国好声音及图”标识,该档节目一经播出就迅速取得了一定的知名度和影响力,使得中国公众将“The Voice of...及图”与“好声音”形成了对应认知。诉争商标“蓝巨星好声音”完整包

含“好声音”一词，且蓝巨星公司同时申请注册了27件涉及“好声音”“The Voice of...及图”的商标。综合考虑上述情况，商标评审委员会认为诉争商标与引证商标构成使用在相同或类似服务上的近似商标，违反了2001年10月27日修正的《中华人民共和国商标法》（简称2001年商标法）第二十八条的规定。

二、塔尔帕公司提交的证据能够证明浙江卫视系其“*The Voice of...*”节目模式许可IPCN Ltd公司等相关企业制作成普通话节目的授权播出机构，其与浙江卫视之间就“*The Voice of...*”节目模式在中国的应用存在2001年商标法第十五条所指的代理关系。而蓝巨星公司与浙江卫视在股权结构上控股股东相同，经营活动存在紧密联系，蓝巨星公司也是浙江卫视网站的运营者。蓝巨星公司作为密切关联方，在明知代理关系及塔尔帕公司在先商标存在的情况下，申请注册诉争商标，其行为违反了2001年商标法第十五条的规定。

三、关于诉争商标申请注册是否构成2001年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”的情形。首先，在案证据能够证明在诉争商标申请日之前，浙江卫视已与塔尔帕公司就“*The Voice of...*”节目模式存在代理关系，蓝巨星公司作为浙江卫视的密切关联方，明知代理关系及塔尔帕公司在先商标的存在。其次，在《中国好声音》第一季节目许可协议签署时，协议双方对于“*The Voice of...*”节目模式的周边商品权利已进行了协商，认可开发“*The Voice of...*”节目模式的周边商业利益应经塔尔帕公司许可。协议各执行方应依照诚实信用原则，严格履行合同，并负担包括

对他方在先权利进行合理避让在内的合同随附义务，浙江卫视虽非该协议的直接签署方，但作为经该协议确定的授权播出机构，亦应当遵守协议内容。浙江卫视与蓝巨星公司在上述第一季节目许可协议履行期间，不但未对塔尔帕公司在先权利进行合理避让，而且在多个商品和服务类别上大肆注册涉及“好声音”“The Voice of...及图”的二十余件商标，其行为明显违反了上述许可协议，具有进行不正当竞争和谋取非法利益的目的，违反诚实信用原则，有害于公序良俗。故诉争商标申请注册已构成2001年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之情形。

综上，商标评审委员会裁定诉争商标予以无效宣告。

原告蓝巨星公司诉称：

一、被告在证据采纳上存在重大瑕疵，进而影响事实认定。第三人所提交的《中国好声音电视模式许可协议》（第一季）与《中国好声音电视模式许可协议的补充协议》（第一季）均为中文摘译，并未提交英文协议文本，且摘译部分系自行完成，未经过有资质的翻译机构证明中英文表述一致，技术上存在对协议表述进行篡改的可能，比如刻意将“the voice”翻译成“好声音”或“中国好声音”，隐瞒重要的权利义务内容等。

二、被告无视各方对包含“好声音”字样的系列标识权属的巨大争议，无视《中国好声音》电视节目中出现“‘The Voice of China 中国好声音及图’标识与第三人注册商标之间的明显差异，将《中国好声音》电视节目中的标识视作第三人注册商标的使用，属认定事实不清。

三、根据国外播出的“The Voice of...”系列电视节目通常的翻译形式，《中国好声音》节目最初拟定的节目名称为“中国之声”，但因与中央人民广播电台的“中国之声”节目重名，故时任浙江卫视总监的夏陈安先生临时创作了“中国好声音”名称。第三人是将“The Voice of...”电视节目的原创理念、节目模式及基于该模式制作电视节目所涉及到的技术知识许可给上海灿星文化传播有限公司（简称灿星公司），并获得模式许可费用和收视红利作为对价。从第三人、灿星公司、浙江卫视等主体对《中国好声音》电视节目所承担的义务、所作出的贡献来看，浙江卫视和灿星公司共享《中国好声音》电视节目的著作权，浙江卫视单独享有“中国好声音”“好声音”系列标识的相关合法权益。

四、引证商标中的V字手势和话筒的图形占据标识的绝大部分，具有较强的视觉冲击，相对而言文字“The Voice of...”占比不大，且突出的“Voice”指定在电视制作、电视广播尤其是歌唱比赛选秀节目中，显著性较弱。引证商标从未在中国境内进行使用。被告将节目模式许可协议当作商标标识的许可协议进行认定和判断，从而将节目标识实际使用产生的稳定对应关系和商誉归于第三人，是错误的。在案证据能够证明“中国好声音”与浙江卫视之间已经形成一一对应关系，诉争商标的申请注册不会导致相关公众的混淆误认，诉争商标未违反2001年商标法第二十八条的规定。

五、原告与浙江卫视均不知道第三人与灿星公司签署的协议内容，从协议内容看，首个节目模式许可协议仅是关于“The Voice of...”节目的原创理念、节目模式及基于该模

式制作电视节目所涉及到的技术知识的许可，并不包含商标的授权许可。其后，第三人与灿星公司签订的一系列节目模式许可协议，将电视节目版权、当地节目名称等约定属于第三人并“许可”给灿星公司。但该协议违反著作权法等相关法律规定，应为无效协议，即使有效，根据合同相对性原理，也不能约束原告。因此，诉争商标申请注册未违反2001年商标法第十五条的规定。

六、被诉裁定随意扩大2001年商标法第四十一条第一款的适用范围，严重违背了立法本意。第三人针对诉争商标提出无效宣告请求，系因双方之间关于是否侵犯他方民事权益产生了纷争，与扰乱商标注册秩序、损害公共利益等毫无关系。原告申请包括诉争商标在内的“好声音”系列商标的注册，系出于防御和保护注册之目的，是为保护自身合法权益，不能将此解释为无真实使用意图、囤积商标的行为。

七、原告与第三人已经达成商标共存协议，第三人认可诉争商标与引证商标不构成近似商标，不会造成相关公众混淆误认，双方商标能够共存。因此，诉争商标申请注册不违反2001年商标法第二十八条的规定。

综上，被诉裁定认定事实不清，适用法律错误，故请求法院依法撤销被诉裁定，判令被告重新作出裁定。

被告商标评审委员会辩称：

一、被诉裁定认定事实清楚，适用法律正确，作出程序合法。原告与第三人在被诉裁定作出之后达成的商标共存协议，并非被诉裁定作出的事实依据。

二、关于诉争商标申请注册是否违反2001年商标法第二

十八条、第十五条等相对理由条款，由于原告和第三人已签订和解协议，在双方已经对后续双方商标的共存及如何避免混淆作出安排的情况下，被告对双方和解表示认可。

三、关于诉争商标申请注册是否违反2001年商标法第四十一条第一款有关“以其他不正当手段取得注册”这一绝对理由条款，鉴于原告和第三人签署和解协议后，第三人不再坚持原告申请注册诉争商标的行为违背合同义务，违反诚实信用原则的主张，而原告针对其所申请注册的“The Voice 及图”商标相关案件亦撤回起诉，服从被告相关裁定，同时，第三人官方网站就和解事项对社会公众进行了公示声明，能从一定程度上消除不良社会影响。因此，虽然被告对于原告罔顾合同义务和诚实信用原则，扰乱商标注册秩序的行为仍不赞同，但是被诉裁定判定诉争商标构成2001年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”所指情形的主要事实基础已经发生情势变更，且双方的和解能够尽早定纷止争，恢复市场竞争秩序，维护各方合法权益，故被告不再坚持被诉裁定结论，请法院酌情裁判。

第三人塔尔帕公司未陈述意见。

本院经审理查明：

诉争商标（商标图样附后）由蓝巨星公司于2012年10月11日向中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局（简称商标局）提出注册申请，2014年3月14日经核准注册，核定使用在第41类组织表演（演出）、娱乐、电视文娱节目、除广告片外的影片制作等服务上。

引证商标（商标图样附后）由塔尔帕公司于2012年向商

标局申请领土延伸保护，2012年4月26日经核准注册，核定使用在第41类娱乐、体育和文化活动、电影和录像带制作、音乐家和其他表演者的服务、广播节目和电视节目概念的设计等服务上。

2016年3月8日，塔尔帕公司针对诉争商标向商标评审委员会提出无效宣告请求，理由包括2001年商标法第十三条第二款、第十五条、第二十八条、第三十一条、第四十一条第一款等。关于商标法第十五条，塔尔帕公司主张“在诉争商标申请日前，蓝巨星公司是其电视节目模式在中国的最终受许可方之一，与其在中国的受许可方具有意思上的联络和行为上的合谋，应当被视为塔尔帕公司的代理人。蓝巨星公司在明知塔尔帕公司及关联公司对引证商标享有商标权和其他知识产权的情况下，未经授权，恶意申请注册诉争商标，根据商标法第十五条的规定，应予无效宣告”。

塔尔帕公司向商标评审委员会提交了如下主要证据：

一、塔尔帕公司及其关联公司关系的相关证据

1. 尼德兰王国（简称荷兰）商会商业登记摘录、塔尔帕容量公司官网介绍等。其中显示塔尔帕媒体有限公司（Talpa Media B.V.）由塔尔帕国际有限公司（Talpa International B.V.）和塔尔帕荷兰有限公司组成。塔尔帕荷兰有限公司包括塔尔帕容量有限公司（Talpa Content B.V.）和塔尔帕制作有限公司。塔尔帕媒体有限公司是塔尔帕容量有限公司的唯一股东。塔尔帕国际有限公司曾用名塔尔帕发行有限公司（Talpa Distribution B.V.）。

二、“The Voice of...”节目模式及节目标识权属的相

关证据

2. 《The Voice of China 电视模式许可协议》(第一季)及《The Voice of China 电视模式许可协议的补充协议》(第一季),许可协议为塔尔帕发行有限公司与 IPCN 有限公司 (IPCN Ltd.) 于 2012 年 4 月 3 日签订,协议约定塔尔帕发行有限公司基于其或其关联公司拥有的“The Voice of...”节目模式,许可 IPCN 有限公司制作并播放一季电视节目的必要权利,传播机构为浙江卫视,制作公司为星空华文传媒有限公司(简称星空公司)或其关联公司,附录载有原标识为“V 手势加持话筒图形及 the Voice of Holland”的标识,本季使用标志待塔尔帕发行有限公司批准。落款处显示有塔尔帕发行有限公司、塔尔帕媒体有限公司。

3. 《The Voice 艺人及音乐授权协议合作意向书》,意向书为灿星公司与 GMTA (Global Music & Talent Agency B.V.) 于 2012 年 4 月 16 日签订,其“背景与简介”部分提到塔尔帕发行有限公司与 IPCN 有限公司就塔尔帕发行有限公司及其关联公司拥有和控制的“The Voice”模式签署了授权协议,IPCN 有限公司将此模式的制作权授权灿星公司,播出权授予浙江卫视。双方就节目有关音乐与艺人开发权利达成协议。

4. 《The Voice of China 电视模式许可协议(多季)》,协议由塔尔帕国际有限公司与星空公司于 2013 年 5 月 30 日签订,协议约定塔尔帕国际有限公司许可星空公司基于“The Voice of...”节目模式制作并推动本地系列电视节目。节目的本地名称为“‘The Voice of China’ Zhong Guo Hao Sheng

Yin”。协议附件中列出了原标志和本地标志，原标志为“V 手势加持话筒图形及 the Voice”，本地标志为“The Voice of China 中国好声音”。协议第 23 项“知识产权”部分约定，Talpa 持有所有知识产权，被许可方与制作公司均不得就本地名称、本地标志、原名称、原标志或模式主张任何权利。被许可方不得注册、使用、复制或允许注册、使用、复制模式（包括名称）的任何部分，或在 Talpa 合理认识范围内与本协议下任何财产权利混淆性相似的任何材料，但本协议另有相反规定的除外。协议第 25 项、第 26 项约定，浙江广播电视集团卫星频道（Zhejiang TV Satellite Channel）将是本地赛季的首轮传播机构。浙江卫视由浙江广播电视集团卫星频道持有或经营。协议第 36 项约定，本地节目需在节目结尾播放“Original Format by Talpa Content B.V.”“Distributed by Talpa International B.V.”等字幕。落款处显示有塔尔帕国际有限公司、塔尔帕媒体有限公司、塔尔帕控股有限公司。

5. 《The Voice of China 电视模式许可协议（多季）的补充协议》，协议由塔尔帕国际有限公司、星空公司、梦想强音文化传播（上海）有限公司签订，2013 年 11 月 29 日生效。

6. 塔尔帕公司与蓝巨星公司、星空公司之间就蓝巨星公司申请注册的“V 手势加持话筒图形及 the Voice”商标、“好声音”商标等进行沟通的邮件往来及星空公司致塔尔帕国际有限公司的《转让确认函》，函中称星空公司与塔尔帕国际有限公司签订了模式许可协议，塔尔帕国际有限公司

基于协议第 23 项等条款，要求星空公司确保灿星公司与蓝巨星公司将所注册的 32 枚商标转让给塔尔帕国际有限公司。星空公司称其尽最大努力与蓝巨星公司协商后，蓝巨星公司最终同意转让其所注册的 27 枚商标。

7. 浙江卫视《中国好声音》节目片尾截图，截图显示 2012 年 7 月 13 日、2012 年 7 月 20 日播出的第一季《中国好声音》第一期、第二期结尾字幕部分显示有“Original format by Talpa Content B. V.”“Licensed by Talpa Distribution B. V.”字样。上述内容有（2016）京长安内经证字第 11129 号公证书在案佐证。

8. 荷兰《誓言报》网站 2010 年 9 月 18 日关于“The Voice of Holland”节目在荷兰首播的相关报道，报道称“The Voice of Holland”节目于 2010 年 9 月 17 日晚开播，吸引超过 167 万观众，取得巨大成功，该节目由塔尔帕公司开发制作，报道中使用的节目图片为形如引证商标的 V 字手势标识。NBC 网站（美国“The Voice”节目播出方）关于“The Voice”节目的介绍截图，显示该电视节目模式来源于塔尔帕公司。

9. “The Voice of Holland”节目 2010 年、2011 年歌曲合集 DVD 照片，照片显示光盘包装封皮、光盘表面使用了“The Voice of Holland”字样以及形如引证商标的 V 字手势加话筒标识，并标有“©2010 TALPA CONTENT B. V. UNDER EXCLUSIVE LICENCE TO RTL NEDERLAND B. V.”。

10. Internet Archive 在 2010 年 11 月 11 日捕捉的 www.thevoiceofholland.com 网站的记录，显示有对《The Voice of Holland》节目的宣传报道以及“V 手势加持话筒

图形及 the Voice of Holland”标识，上述内容有（2016）京长安内经证字第 10294 号公证书在案佐证。

三、“The Voice of...”节目模式的知名度和影响力的相关证据

11. “The Voice”节目全球许可列表，显示被许可国家有 63 个，分布在亚洲、非洲、南美洲、北美洲、欧洲、大洋洲。“The Voice”节目收视列表，显示“The Voice of...”模式节目在多个国家均有高收视率。

12. 国家图书馆科技查新中心就“好声音”在中国大陆报纸、期刊中的相关报道出具的检索报告，检索年限为 2010 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 24 日，检索词为“好声音”或“The Voice”，显示文章 629 篇，其中报道时间最早的为 2012 年 2 月《北京青年报》题为“好声音，荷兰造”的报道，另有 2012 年 6 月《新京报》题为“各卫视争相引进国外节目版权，《The Voice》下月推出中国版”的报道，2012 年 12 月《柳州晚报》题为“《中国好声音》，爆红全国”的报道等。

13. 媒体关于《中国好声音》（1-4 季）收视率和广告费的相关报道，如福建媒体资源网转载的一篇 2012 年 9 月的文章称，“对于《中国好声音》第一季来说，不论是 15 秒 36 万人民币广告费，还是突破四个百分点的收视率都足以宣布这个节目的大获全胜”；新浪网转载的一篇 2015 年 10 月的文章称，“如果用广告收入来衡量的话，《中国好声音》就是全中国身价最高的电视节目了。四年的《中国好声音》加在一起，收入超过了 40 亿”；前瞻网的一篇专栏文章称，

“中国好声音第一季第一期收视率 1.477%，第二期 2.717%，第三期 3.075%，一直稳居同期播出收视率第一位。第二季延续了第一季的高收视率，虽然后几期收视率有所下滑，但第二季平均 4.585%收视率依然远高于第一季平均 3.872%的收视率，节目越来越受欢迎”；新华网山东频道转载的一篇 2012 年 11 月的文章称，“昨日，浙江卫视举行 2013 年广告招标会，据称《中国好声音》第二季独家冠名权以 2 亿卖出，相较于去年的 6000 万，飙升了 2 倍多。而据新华社消息，《中国好声音》第二季招标会最终以 10 亿元中标总价收官”。上述内容，有（2016）京长安内经证字第 2531、第 2532 号公证书在案佐证。

14. 《中国好声音》（1-4 季）网络播放视频截屏，节目中显示有“V 手势加持话筒”标识及“The Voice of China 中国好声音”字样。上述内容，有（2016）京长安内经证字第 2809 号公证书在案佐证。

15. 2012 年 8 月 16 日广电总局关于表彰 2012 年广播电视创新创优栏目的决定，其中包括浙江电视台《中国好声音》栏目。

四、蓝巨星公司与浙江卫视之间关系的相关证据

16. 蓝巨星公司及浙江广播电视发展总公司的工商档案，显示蓝巨星公司 2004 年 8 月 16 日成立，投资者为浙江广播电视发展总公司、浙江广播电视集团。浙江广播电视发展总公司为浙江广播电视集团全资成立的公司。

17. 浙江广播电视集团的事业单位法人证书及浙江广播电视集团官网公示的组织构架表，组织构架表显示浙江卫视

为浙江广播集团管理的电视频道之一。

18. 蓝巨星公司网站页面截图，从浙江卫视官网 www.zjstv.com 点击首页“蓝巨星”进入蓝巨星公司首页，其中“关于我们”一栏载有“浙江蓝巨星国际传媒有限公司系浙江广播电视集团全资公司，成立于2004年，2009年8月进入浙江卫视统筹运营，成为浙江卫视旗下市场对接机构”。上述内容，有(2016)京长安内经证字第5393号公证书在案佐证。

19. WHOIS 域名信息查询打印页，显示 zjstv.com 域名注册人为蓝巨星公司。

五、蓝巨星公司申请注册“好声音”系列商标的证据

20. 蓝巨星公司申请注册商标列表，显示蓝巨星公司于2012年在第3类、第9类、第15类、第16类、第18类、第38类、第41类等多个类别上申请注册了包括“V手势加持话筒图形及 the Voice”“好声音”“蓝巨星好声音”等27件商标。

蓝巨星公司向商标评审委员会答辩称：蓝巨星公司并未与塔尔帕公司签订商标许可协议，也未与其发生代理或代表关系，诉争商标申请注册未违反2001年商标法第十五条的规定。诉争商标与引证商标不近似，二者共存于市场不会导致相关公众混淆误认，诉争商标申请注册未违反2001年商标法第二十八条的规定。2001年商标法第四十一条第一款保护的是社会公共利益，本案不适用该条款。诉争商标申请注册合法有效，未违反诚实信用的商业原则。

2016年11月30日，商标评审委员会作出被诉裁定，宣

告诉争商标无效。

本案诉讼阶段，蓝巨星公司向本院提交了如下主要证据：

1. 电视上星综合频道节目备案表。其中开播时间为 2012 年 7 月 6 日的节目备案表中，显示节目名称为“中国之声”，版权来源为荷兰塔尔帕媒体有限公司、中国版权为 IPCN 有限公司，表中盖有浙江卫视公章。开播时间为 2012 年 7 月 13 日的节目备案表中，显示节目名称为“中国好声音”，版权来源同前表。

2. 《中国好声音》节目获奖材料，包括国家广播电影电视总局颁发的“2012 年广播电视创新创优栏目”荣誉证书、中国广播电视协会与中国广播电视学术委员会颁发的“中国电视发展年度创新榜·最具创新力十大上星栏目（2013）”荣誉证书、国家新闻出版广电总局 2013 年 12 月颁发的“中国广播影视大奖·广播电视节目奖（第 23 届星光奖）电视音乐节目大奖”荣誉证书等。

3. 北京零点市场调查有限公司作的《某名称公众认知情况社会调查报告——关于“中国好声音”的公众调查》。该调查于 2016 年 12 月 24 日-31 日在北京、杭州、广州等 7 个城市进行，采取系统抽样、拦截访问的方式，共回收有效样本 776 个。在听说过“中国好声音”的 776 名受访者中，629 名受访者认为“中国好声音是中国一档娱乐节目名称”，占比 81.1%；83 名受访者认为“中国好声音是引证商标对应的中文翻译”，占比 10.7%。776 名受访者中，680 名受访者认为中国好声音与浙江卫视有关，占比 87.6%。

4. 孙宜君等著的《电视名牌节目读解》一书部分页面复

印件，该书对浙江卫视《中国好声音》《我爱记歌词》、湖南卫视《爸爸去哪儿》等电视节目进行了解读，提到相关媒体对引进的电视节目模式进行本地化制作播出，进行了一定的创新和本土化改革。

5. 美国国家版权局网站关于“Voice of America”电视节目的查询信息截图，相关内容有（2016）京中信内经证字55923号公证书在案佐证。蓝巨星公司主张，“Voice of America”电视节目创意脚本由案外人首创并于2008年在美国进行版权登记，与该节目模式相关的权益并非由塔尔帕公司所有。

6. 《The Voice of China 中国之声（待定）电视模式授权协议》，协议由 IPCN 有限公司与灿星公司于2012年4月16日签订，约定 IPCN 有限公司将塔尔帕发行有限公司的“The Voice of...”节目模式授权给灿星公司在中华人民共和国（包括香港和澳门）区域制作并播出其中文普通话版本的第一季节目，商定节目名称暂定为“中国之声”，节目的原始标识为“V 手势加持话筒图形及 the Voice of Holland”，节目中使用的标识（商定标识）需经授权方 IPCN 有限公司批准。

该协议授权条款 5.2 项规定，被授权方不得做出或允许做出任何损害授权方/原版权方的版权、注册名、注册商标、域名、服务商标，或任何其他与该模式、原始名称、商定名称、原始标识、商定标识或原版权方音乐有关的权利、所有权或利益的行为。5.4 项规定，如授权方提出要求，被授权方应以授权方/原版权方和/或其附属机构的名义将节目商定名称和/或标识合法注册，作为该节目在被授权区域内的

域名及商标使用，注册费用由授权方/原版权方承担，如要进行商标注册，授权方需对被授权方注册的商品和服务类别给出建议。被授权方需立即提供给授权方商标注册证原件。被授权方（与制作公司）不能索要商定名称、标识或该模式的任何权利。5.5 项规定，如被授权方想要在被授权区域内以其自身名义注册节目商定名称和/或标识作为本节目模式在该授权区域的域名及商标，须得到授权方的提前许可。

7. 塔尔帕公司于 2017 年 12 月 6 日在其官网上发布的中国媒体声明，声明称：根据与浙江唐德影视股份有限公司的授权协议中的明示条款，塔尔帕公司完全有权利终止关于“The Voice of China”的授权许可。自此，唐德在大中华区不再享有制作“The Voice of China”的权利。除此之外，塔尔帕公司进一步决定放弃对于 5 个汉字（中国好声音）及其商标在中国范围内的使用主张权利，也不再在中国地区就“The Voice of…”节目模式寻求新的授权合作。上述内容，有（2018）京中信内经证字 00342 号公证书在案佐证。

8. 塔尔帕公司与蓝巨星公司于 2017 年 12 月 29 日签订的《和解协议》，协议约定：塔尔帕公司坚持对第 G1089326 号“The Voice of 及图”商标（即引证商标）、第 G1098388 号图形商标等包含手势图形和“The Voice of”英文文字的注册商标享有商标专用权；塔尔帕公司同意蓝巨星公司持有的 19 枚“好声音”或包含“好声音”的中文商标（具体以双方协议附表为准）与塔尔帕公司在先注册商标不构成近似，双方商标能够共存，不会造成混淆误认；塔尔帕公司决定从 2017 年 12 月 6 日发布媒体声明之日起在中国放弃使用“中

国好声音”五个中文汉字及商业标识，并不再对“中国好声音”中文汉字及商业标识提出任何权利主张和索赔。

另查，关于蓝巨星公司申请注册的8枚“V手势加持话筒图形及the Voice”商标，经塔尔帕公司提起无效宣告请求，被告作出裁定宣告相关商标无效后，蓝巨星公司不服相关裁定起诉至本院，2018年5月21日，蓝巨星公司基于与塔尔帕公司和解的事实，就该8枚商标所涉案件申请撤回起诉，本院经审查后，已裁定准许撤诉。

庭审中，蓝巨星公司明确表示对于诉争商标核定使用服务与引证商标核定使用服务构成类似服务没有异议。

以上事实，有诉争商标、引证商标的商标档案，商标无效宣告申请书、答辩书，塔尔帕公司在商标评审阶段提交的证据材料，蓝巨星公司在诉讼阶段提交的证据材料及当事人陈述等在案佐证。

本院认为：

一、关于本案的法律适用

2013年8月30日修正的《中华人民共和国商标法》虽已于2014年5月1日起施行，但因本案诉争商标系商标法修改决定施行前已经核准注册的商标，故本案涉及新旧商标法的适用问题。《最高人民法院关于商标法修改决定施行后商标案件管辖和法律适用问题的解释》第七条规定，对于在商标法修改决定施行前已经核准注册的商标，商标评审委员会于决定施行前受理、在决定施行后作出复审决定或者裁定，当事人提起行政诉讼的，人民法院审查相关程序问题适用修改后的商标法，审查实体问题适用修改前的商标法。

本案诉争商标为商标法修改决定施行前已经核准注册的商标，但商标评审委员会系于决定施行后受理并作出裁定，该情形与前述司法解释第七条所述情形在法律适用的考量上并无实质性差异，故参考《最高人民法院关于商标法修改决定施行后商标案件管辖和法律适用问题的解释》第七条的规定，本案相关实体问题的审理适用 2001 年商标法。

二、关于诉争商标申请注册是否违反 2001 年商标法第二十八条的规定

（一）被诉裁定认定诉争商标申请注册违反 2001 年商标法第二十八条的规定有无不当

根据 2001 年商标法第二十八条的规定，申请注册的商标同他人在同一种或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的，由商标局驳回申请，不予公告。商标法第四条规定，本法有关商品商标的规定，适用于服务商标。鉴于原告明确表示对诉争商标核定使用服务与引证商标核定使用服务构成类似服务不持异议，本院经审查予以确认，故本院仅对诉争商标与引证商标的近似性与否进行评述。

商标近似，是指商标文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者各要素组合后的整体结构相似，易使相关公众对商品或服务来源产生混淆，或者认为其来源之间有特定的联系。一般情况下，判断商标是否近似，既要考虑商标标志构成要素及其整体的近似程度，也要考虑相关商标的显著性和知名度、相关商标的实际使用情况、商标申请人的主观意图等因素，以是否容易导致混淆作为判断标准。所谓混淆，既包括将在后商标所指代的商品或服务误认为由在先

商标的权利人或关联关系主体所提供，也包括将在先商标所指代的商品或服务误认为由在后商标的权利人或关联关系主体所提供。后一种类型的混淆将会使在先商标的合法权利无法正常行使和维护。

具体到本案中，首先，从商标标志本身来看。诉争商标为中文“蓝巨星好声音”，相关公众容易将其识别为由“蓝巨星”和“好声音”两部分组成，其中“蓝巨星”是原告的字号。引证商标由握有话筒的V字手势图形和“The Voice of…”文字组成。虽然“声音”与“The Voice”存在翻译关系，但因两商标在整体外观、呼叫上有较大差异，故在缺乏其他连接因素的情况下，尚难以认定两商标构成近似商标。

其次，从商标使用情况来看。在案证据表明，灿星公司通过授权取得了依照第三人及其关联公司享有合法权利的“The Voice of…”节目模式在中国制作本地电视节目的权利，依据授权协议制作的《中国好声音》电视节目最终在浙江卫视播出。该电视节目由于立意新颖、制作优良，加之浙江卫视的平台优势和中国境内观众的体量优势，取得了巨大的商业成功。该电视节目中，大量使用了由“V手势加持话筒图形”“The Voice of China”“中国好声音”上下组合而成的标识，部分场合单独使用了“V手势加持话筒图形”或“The Voice of China 中国好声音”。其中的“V手势加持话筒图形”与“The Voice of China”的组合与引证商标极为接近。伴随着《中国好声音》电视节目的高收视率，其节目标识亦在相关公众中形成高知名度和影响力。由于该电视节目并未区分使用“V手势加持话筒图形及The Voice of

China”与“中国好声音”，或向相关公众传递、释明上述标识分别指代了不同的服务提供者，故相关公众会将上述标识视为一体，认为它们之间存在固定的对应关系，并指向同一个服务来源。在引证商标已由第三人在先合法注册的情况下，再由其他主体注册“中国好声音”“好声音”或者其他近似标识，会引起相关公众对服务来源的混淆。考虑到引证商标在中国境内的使用主要通过原告及其关联主体在《中国好声音》电视节目中的使用来实现，故相关公众较大可能会认为“V手势加持话筒图形及The Voice of China”或引证商标与浙江卫视或原告有关，北京零点市场调查有限公司所作市场调查报告也佐证了这一点。然而如上所述，所谓混淆，包括将在先商标所指代的商品或服务误认为由在后商标的权利人或关联关系主体所提供，此种类型的混淆将会使在先商标的合法权利无法正常行使和维护。因此，在引证商标权利人明确提出异议的情况下，诉争商标不应予以核准注册。

最后，从原告申请注册诉争商标的主观状态来看。在案证据表明，第三人的关联公司与 IPCN 有限公司签订的《The Voice of China 电视模式许可协议》（第一季）约定，第三人的关联公司是“The Voice of...”节目模式的权利人，协议附录载有“V手势加持话筒图形及the Voice of Holland”的原标识，并约定本季使用标志待第三人关联公司批准。IPCN 有限公司在获得上述授权后，与灿星公司签订《The Voice of China 中国之声（待定）电视模式授权协议》，将“The Voice of...”节目模式授权给灿星公司。协议约定，如授权方提出要求，被授权方应以授权方/原版权方和/或其

附属机构的名义将节目商定名称和/或标识合法注册。如被授权方想要在被授权区域内以其自身名义注册节目商定名称和/或标识作为本节目模式在该授权区域的域名及商标，须得到授权方的提前许可。前述协议对本地节目标志的权利归属和权利取得规则作出明确约定，且协议签订日期在诉争商标申请日之前。

虽然原告和浙江卫视并非前述协议的签订方，但浙江卫视作为前述协议的被设权方、节目的播出机构，理应对其播出的电视节目是否具有合法的权利来源尽到合理的注意义务，并对相关的授权文件进行审查。第三人提交的评审证据7显示，《中国好声音》第一季结尾字幕部分明确显示有“Original format by Talpa Content B.V.”“Licensed by Talpa Distribution B.V.”字样，故原告和浙江卫视对于《中国好声音》电视节目模式来源于第三人授权是明知的。虽然不排除许可协议的被授权方向原告和浙江卫视隐瞒了与本地标志的权属有关的合同条款的可能性，但原告对此并未举证予以证明。原告关于其与浙江卫视均不知道第三人与灿星公司签署的协议内容的抗辩理由难以令人信服。因此，原告申请注册诉争商标的行为或者未遵守与之有关的协议约定，或者未尽到合理注意义务，主观上存在过错。

原告主张《中国好声音》电视节目中使用的“The Voice of China 中国好声音及图”标识与引证商标之间有明显差异，前者不能视作引证商标的使用。对此本院认为，《中国好声音》电视节目标识中清晰可见引证商标，虽然其中的“...”变为“China”，但这并未改变引证商标的显著特征，

应当视为引证商标的使用。原告主张节目模式许可不能视为商标标识的许可，如此则原告难以解释《中国好声音》电视节目中何以出现第三人享有合法权利的“V 手势加持话筒图形及 the Voice of”标识，故应当认为第三人在节目模式授权时，许可了被授权人在合理范围内使用其商标标识的权利。原告主张“中国好声音”名称系由夏陈安先生创作，相关权利不应归于第三人，但商标标志由谁创作与商标权归谁所有没有必然关联。原告主张被诉裁定在证据采纳上存在重大瑕疵，并影响事实认定。对此本院认为，被诉裁定在描述第三人提交的《The Voice of China 电视模式许可协议》（第一季）时虽存在根据第三人提交的译文将“The Voice of China”称为“中国好声音”的情况（彼时尚未确定本地节目名称为“中国好声音”），但一方面原告并未举证其在商标评审答辩过程中对该译文提出异议，另一方面，鉴于“中国好声音”名称在浙江卫视节目播出时已形成，在《The Voice of China 电视模式许可协议（多季）》中亦予以明确，故上述表达上的不严谨并未对本案结论产生实质影响。原告相关诉讼理由不能成立，本院不予支持。

“中国好声音”“好声音”标识之所以能形成较高的识别度和市场声誉，得益于《中国好声音》电视节目取得的巨大成功。而电视节目的成功与节目创意、制作水平、播出平台、宣传推广、主持人和嘉宾等诸多因素有关。应当肯定的是，原告及浙江卫视在“The Voice of...”节目模式中国本土化和《中国好声音》电视节目取得的巨大成功中作出了重要贡献，但契约精神是商事活动的基本精神，在相关协议对

于本地节目标识权利归属和权利取得规则有明确约定的情况下，在无证据证明协议系在欺诈、胁迫等违反当事人意思自治的条件下签署或存在违反法律的强制性规定等可撤销或无效理由的情况下，不管协议内容公平合理与否，原告及相关主体都理应遵循诚实信用原则和公认的商业道德，通过适当途径协商解决。在未获得协议的授权方同意之前，原告主张“中国好声音”名称权益由浙江卫视单独享有，缺乏事实和法律依据。

综上，诉争商标与引证商标虽在整体外观、呼叫等客观方面存在较大差异，但考虑到引证商标的实际使用状态和相关公众的认知情况，诉争商标的注册使用容易使相关公众对其与引证商标所指代的服务来源产生混淆。被诉裁定依据作出之时的事实状态认定诉争商标申请注册违反 2001 年商标法第二十八条的规定，并无不当。

（二）原告和第三人在诉讼阶段就双方商标共存达成的协议对判断诉争商标是否违反 2001 年商标法第二十八条规定的影晌

虽然判断诉争商标是否违反 2001 年商标法第二十八条的规定一般考量的是诉争商标申请注册之时的状态，但对于已核准注册的商标来说，如果在无效程序中不考虑诉争商标注册之后事实状态的变化，可能会产生当事人之间权利义务的显著失衡。《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》第二十八条亦明确规定，人民法院审理商标授权确权行政案件的过程中，商标评审委员会对诉争商标予以驳回、不予核准注册或者予以无效宣告的事由不复存

在的，人民法院可以依据新的事实撤销商标评审委员会相关裁决，并判令其根据变更后的事实重新作出裁决。因此，原告和第三人在诉讼阶段就双方商标共存达成的协议在本案中应予考虑。

目前司法实践中提交商标共存协议的情形多发生在商标驳回复审案件中，因为商标驳回程序系单方程序，并非由在先商标权人启动，在先商标权人的意愿并不明朗，故诉争商标申请人有较大机会争取到在先商标权人关于双方商标共存的意思表示。而商标异议程序和无效宣告程序系由在先商标权人或利害关系人启动，诉争商标申请人此时再想争取双方商标共存，违背了在先商标权人的初始意愿，难度较大，故实践中较为少见。

在判断双方商标能否在在先商标权人同意共存的情况下在法律上共存时，商标驳回程序和异议程序、无效程序既有一致之处，又有一定差异。

一致之处在于，均需要考虑双方商标标志之间的近似程度，相关公众根据双方商标标志之间的差异有无合理区分的可能性。商标法之所以禁止他人在相同或类似商品上注册与在先商标相同或近似的商标，一方面是对在先商标权利人合法权利的保护，避免其经济利益和市场声誉受损；另一方面是避免消费者因混淆产生误认误购，亦避免因商标之间过于近似而增加消费者的辨识负担。前者属于在先商标权人的私益，后者有公共利益的考量。正因为商标共存并非仅涉及双方当事人的私益，还会对广大消费者的利益造成影响，故通常来说，共存协议不能成为双方商标共存的当然理由，而是

混淆判断的重要参考。

差异之处在于，因商标驳回程序中的混淆判断更多是从商标标志本身出发，而异议程序和无效宣告程序中的混淆判断会考虑双方商标使用情况、商标申请人的主观状态等多种因素，故异议程序和无效宣告程序中的共存协议往往具有更大的可参考性。具体分析如下：

混淆判断并非商标标志之间的近似性判断或商品自然属性之间的类似性判断，它与商标的显著性和知名度、商标的实际使用情况、相关公众的认知因素等密切相关。然而，商标驳回程序为单方程序，在先商标权利人并未进入审查程序，故在先商标的使用及知名度情况一般无法考虑。虽然不排除在一些司法实践中，裁判者可能根据其作为普通消费者的生活经验对在先商标的使用和知名度情况予以一定程度的考量，但这种考量是大而化之的，缺乏精细性，一般会比较谨慎。由于无法考虑在先商标的使用情况，所以对于诉争商标的使用情况一般也是不予考虑的，否则有失公平。同时，诉争商标申请人亦不可能“自证有罪”，陈述自身存在搭便车之故意或其他恶意。因此，商标驳回程序中混淆与否的判断，一般情况下多从商标标志本身及商品的自然属性出发进行判断。以本案商标为例，诉争商标在驳回程序中，被认定与引证商标构成近似的可能性是很小的。

商标异议程序和无效宣告程序由当事人启动，在先商标权利人和诉争商标权利人均参与程序，有提交证据、陈述意见的平等机会，故双方商标的使用情况和当事人的主观因素均可纳入考量。也就是说，相较于驳回程序中较为单纯的考

虑商标标志本身，异议程序和无效宣告程序中，既存在因考虑引证商标的知名度较高、诉争商标申请人有搭便车或企图误导公众之故意等，从而认定客观上有一定差异的标识容易造成混淆的情况，也存在因考虑诉争商标经过使用具有较高知名度已形成稳定的市场认知、引证商标未投入实际使用等因素，从而认定客观上较为接近的标识不易造成混淆的情况。因后一种情况会准许诉争商标注册或维持诉争商标注册，故一般不会出现共存协议。前一种情况下，认定构成混淆虽考虑了相关公众的认知因素，但亦是出于对享有较高市场声誉的引证商标以更大范围的保护之故，兼有对违反诚信者的惩罚。如果此时引证商标权利人同意诉争商标与之共存，则意味着其放弃了法律给予的与其市场声誉相关的更大范围的保护，或谅解了诉争商标申请人的非诚信行为，通常并无不可。而且，此种情况下，因双方商标标志之间客观上存在一定差异，相关公众有区分的基础，且双方在共存的协商中往往会对已经发生或可能发生的混淆采取补救或预防措施，故对消费者利益的损害亦可控。因此，在可能发生的真实案例中，异议程序、无效程序中的在先商标权人关于商标共存的意思表示对混淆判断往往具有更大的可参考性。

就本案而言，诉争商标标志与引证商标标志客观上存在较大差异，相关公众有区分的基础。本案作出混淆可能性的判断主要基于双方商标的实际使用状态及由此产生的相关公众认知情况，现原告与第三人协商约定，由原告持有 19 枚“好声音”或包含“好声音”的中文商标，第三人继续持有引证商标等包含手势图形和“The Voice of”英文文字的注

册商标，双方确认其商标共存不会造成混淆误认。第三人在中国放弃使用“中国好声音”标识，也不再在中国就“The Voice of...”节目模式寻求新的授权合作。此意味着“中国好声音”或“好声音”将只指向原告及其关联主体，不会于未来产生新的混淆可能。对于可能已经产生的混淆，当事人对社会公众的公开声明及本案判决均能一定程度上予以澄清，若有些许残留亦属可容忍的范围。

综上，综合考虑诉争商标标志与引证商标标志本身的差异程度，原告和第三人之间关于商标共存的意思表示和对避免相关公众混淆所作出的安排，本院认为，诉争商标的注册使用已经克服了易使相关公众混淆误认的缺陷，其注册已不违反2001年商标法第二十八条的规定。

三、关于诉争商标申请注册是否违反2001年商标法第十五条的规定

2001年商标法第十五条规定，未经授权，代理人或者代表人以自己的名义将被代理人或者被代表人的商标进行注册，被代理人或者被代表人提出异议的，不予注册并禁止使用。最高人民法院在《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》中明确，代理人或者代表人不得申请注册的商标标志，不仅包括与被代理人或者被代表人商标相同的标志，也包括相近似的标志；不得申请注册的商品既包括与被代理人或者被代表人商标所使用的商品相同的商品，也包括类似的商品。虽然法律条文从文义上未对2001年商标法第十五条所要保护的客体是注册商标还是未注册商标作出限定，司法意见亦未给出明确指引，但从立法目的及商标法体

系解释的角度，应当认为该条款所保护的是被代理人或者被代表人的未注册商标。

首先，从立法目的看。2001年商标法第十五条是2001年商标法修订过程中新增加的条款，时任国家工商行政管理局局长王众孚在第九届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议上所作《关于〈中华人民共和国商标法修正案（草案）〉的说明》中指出：巴黎公约第六条之七要求禁止商标所有人的代理人或者代表人未经商标所有人授权，以自己的名义注册该商标，并禁止使用。据此，并考虑到我国恶意注册他人商标现象日益增多的实际情况，草案增加规定“未经授权，代理人或者代表人以自己的名义将被代理人或者被代表人的商标进行注册，被代理人或者被代表人提出异议的，不予注册并禁止使用。”可见，该条款的立法目的是履行国际公约义务，旨在禁止代理人或代表人未经授权抢先注册被代理人或被代表人商标，以维护交易安全和公平竞争的市场秩序。如果是保护被代理人、被代表人的注册商标，则1993年商标法第十七条有关“不得在同一种或类似商品上申请注册与他人已经注册或初步审定的商标相同或近似商标”的规定即可予以保护，而无需增加规定。

其次，从商标法各条款的关系看。一般来说，商标法各条款的适用范围是各自不同的，不应交叉或重合。如果2001年商标法第十五条可以保护注册商标，则若代理人或者代表人在同一种或类似商品上注册与被代理人或者被代表人已经注册的商标相同或者近似商标的，既可选择2001年商标法第二十八条予以保护，亦可选择2001年商标法第十五条

予以保护，且两个条款所依据的权利基础是相同的，这就产生了条款适用范围的重合，是不合理的。

能否将 2001 年商标法第十五条理解为既能保护被代理人或被代表人的未注册商标，亦能保护被代理人或被代表人的注册商标呢？一般来说，条件相同则保护范围相同，条件不同则保护范围有差异。未注册商标与注册商标明显是有差异的条件，整部商标法在注册商标和未注册商标的保护范围和保护所需条件的确定上均是有差异的，这也符合我国采取商标注册制的特征。如果保护范围有差异，而法律却未明确差异是什么，如此则必将导致法律适用过程中的不确定、不统一，而这应当并非立法者的意图。反推之，只有将 2001 年商标法第十五条理解为系对被代理人或被代表人未注册商标的保护，才不会产生上述问题，也不会与商标法第二十八的保护范围形成交叉或重复，同时亦使得该条款与商标法第十三条第一款、第三十一条后段“不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”一起，合理构成了对未注册商标的梯队保护体系。

事实上，并非只有 2001 年商标法第十五条未在文义中明确“商标”系未注册商标，第三十一条后段“他人已经使用并有一定影响的商标”中的“商标”亦未明确系未注册商标，但由于相对于第十五条的“进行注册”，第三十一条使用了“抢先注册”字眼，故该条款所保护的客体系未注册商标不易产生争议。

综上，无论是从立法目的的角度还是商标法体系解释的角度，均应得出 2001 年商标法第十五条所保护的权利客体

是被代理人或者被代表人的未注册商标。

本案中，第三人主张原告作为其电视节目模式在中国的最终受许可方之一，应当视为其代理人，原告在明知其对引证商标享有商标权的情况下，未经授权，恶意申请注册诉争商标；违反了商标法第十五条的规定。可见，第三人主张诉争商标申请注册违反商标法第十五条所依据的权利基础是其已经获准注册的引证商标。如上所述，商标法第十五条不适用于权利商标已经获准注册的情况，因此，第三人该项主张不能成立。被告认定诉争商标申请注册违反 2001 年商标法第十五条的规定，系适用法律错误，本院予以纠正。

四、关于诉争商标申请注册是否构成 2001 年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之情形

2001 年商标法第四十一条第一款规定，已经注册的商标，违反本法第十条、第十一条、第十二条规定的，或者是以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的，由商标局撤销该注册商标；其他单位或者个人可以请求商标评审委员会裁定撤销该注册商标。一般认为，该条款调整的是商标撤销事由中的绝对事由，其中“以其他不正当手段取得注册”规制的是除商标法第十条、第十一条、第十二条及欺骗手段之外，其他扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源等商标注册行为。如果商标注册行为仅仅损害特定民事权益，一般不属于该条款调整范围。

本案中，被诉裁定认为诉争商标申请注册构成 2001 年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之情形，理由在于，原告作为浙江卫视的密切关联方，明知浙

江卫视与第三人就“The Voice of...”节目模式存在代理关系，并能够了解到相关授权协议约定开发节目模式的周边商业利益应经授权方许可。原告及浙江卫视虽非协议直接签署方，但作为播出机构，亦应当遵守协议内容。原告及浙江卫视不仅未对第三人在先权利进行合理避让，反而在多个商品或服务类别上申请注册“好声音”“The Voice of...及图”等二十余件商标，具有进行不正当竞争和谋取非法利益的目的，违反了诚实信用原则，有害公序良俗。由该论述可以看出，被诉裁定认定诉争商标申请注册构成“以其他不正当手段取得注册”之情形，主要是从原告行为损害了第三人的利益角度出发，进而认为该行为违反诚实信用原则，有害公序良俗。

事实上，不少损害特定民事权益的商标注册行为均可能违反诚实信用原则，比如2001年商标法第三十一条后段“以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”，比如2001年商标法第十五条“未经授权，代理人或者代表人以自己的名义将被代理人或者被代表人的商标进行注册”，很明显，并非所有违反诚实信用原则的行为都需要援引“以其他不正当手段取得注册”条款予以规制。否则要么会使“以其他不正当手段取得注册”条款丧失独立的价值，沦为其他条款的附属条款；要么会造成“以其他不正当手段取得注册”条款适用的泛化，弱化或取代其他条款。此外，“以其他不正当手段取得注册”条款由于无撤销期限的限制、可由商标行政主管机关依职权撤销等特征，一旦适用势必对商标注册人的利益产生更大不利影响，故理应更谨慎。一般情况下，

只有用相对条款无法救济或救济不足而确有救济或充分救济之必要时，才适用该条款。

诚然，原告作为浙江卫视运营方，在应当知晓第三人在先商标及相关授权文件对《中国好声音》电视节目本地标志的权属有约定的情况下，申请注册诉争商标，主观上存在过错。但该行为主要损害的是第三人的利益，对商标注册秩序和公共利益的影响有限，因此本案适用 2001 年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之规定，基础并不充分。同时，针对原告申请注册包括诉争商标在内的 27 枚商标的行为，第三人已经通过与原告和解的方式表达了谅解，并同意原告持有包括诉争商标在内的其中 19 枚商标，应当认为诉争商标注册使用可能对第三人造成的损害已经得到弥补。因此，诉争商标申请注册未构成 2001 年商标法第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之情形。

综上所述，诉争商标注册未违反 2001 年商标法第二十八条、第十五条、第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”之规定。本院在采纳新的事实和证据的基础上对被诉裁定的结论予以撤销，并对原告诉讼请求予以支持，本案受理费用由原告承担。依照《中华人民共和国行政诉讼法》第七十条第（一）项、第（二）项之规定，本判决如下：

一、撤销被告中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会作出的商评字[2016]第103044号关于第11591269号“蓝巨星好声音”商标无效宣告请求裁定书；

二、被告中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会就第三人塔尔帕容量有限公司针对第11591269号

“蓝巨星好声音”商标提出的无效宣告请求重新作出裁定。

案件受理费人民币一百元，由原告浙江蓝巨星国际传媒有限公司负担（已交纳）。

如不服本判决，原告浙江蓝巨星国际传媒有限公司、被告中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会可在本判决书送达之日起十五日内，第三人塔尔帕容量有限公司可在本判决书送达之日起三十日内，向本院提交上诉状及副本，并交纳上诉案件受理费人民币一百元，上诉于中华人民共和国北京市高级人民法院。

审 判 长 周丽婷
审 判 员 刘义军
人民陪审员 张立伟



二〇一八年七月七日

本件与原本核对无异

法官助理 杨恩义
法官助理 高雪
书记 员 国佳

文件编码:190110-154342-204-292-054706

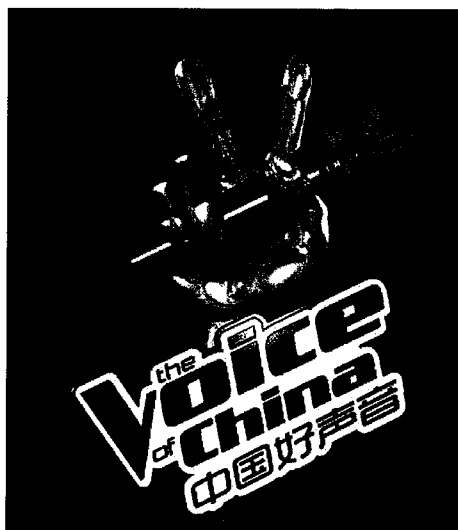
附件:

蓝巨星好声音

诉争商标



引证商标



浙江卫视《中国好声音》（1-4季）电视节目中标识