

会展标识知识产权保护问题探析

唐剑峰 (中国计量学院法学院, 浙江杭州 310018)

摘要 会展知识产权不仅包括展览会本身的知识产权, 例如展览会的设计理念、展台搭建设计、展览会的 LOGO 及名称等, 还包括展会期间参展者与第 3 方的知识产权, 涉及专利、商标和著作权等多个方面。随着会展经济的发展, 会展的知识产权侵权问题越显突出。如何制定知识产权保护条例; 完善会展标识知识产权保护工作, 笔者提出了一些相应的管理措施与建议。

关键词 会展; 会展标识; 知识产权

中图分类号 S-9 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2013)04-01868-02

会展业, 是指“现代城市以必要的会展企业和会场展馆为核心, 以完善的基础设施和配套服务为支撑, 通过举办各种形式的会议或展览活动, 吸引大批与会人员、参展商、贸易商及一般公众前来进行经贸洽谈, 文化交流或旅游观光, 以此带动城市相关产业发展的一种综合性产业”^[1]。会展业在近些年迅猛发展, 我国许多城市都以会展展馆建设当成城市的标志性建筑, 同时, 昆明的世博园、广交会、北京的国际周等使得人们渐渐感受到会展经济的迅速崛起。

会展标识是指会展本身任何带有被设计成文字或图形的视觉展示, 以用来传递信息或吸引注意力, 综合解决信息传递、识别、辨别和形象传递等功能的整体解决方案(如: 会徽、LOGO、吉祥物、纪念品、会标、会展指示牌等)。

会展带来的经济发展不容小觑, 据英联邦展览业联合会调查, 认为展览会是优于专业杂志、直接邮寄、推销员推销、公关、报纸、电话等手段的最有效的营销中间体。权威资料表明, 国际展览业是高效益、无污染而且对相关产业带动能力极强的产业, 利润率超过 25%, 具有 1:9~10 的带动效益。在改革开放以来我国展览业以平均 20% 的速度递增, 其美好前景正在让人们把展览业誉为国民经济的推进器和新亮点。

但随着会展经济的发展, 会展的知识产权侵权问题也越显突出。会展知识产权不仅包括展览会本身的知识产权, 例如展览会的设计理念、展台搭建设计、展览会的 LOGO 及名称等, 还包括展会期间参展者与第 3 方的知识产权, 涉及专利、商标和著作权等多个方面。由于展会本身具有流动性、短暂性的特征, 加之会展业在中国还是个相对不成熟的新兴行业, 所以, 目前我国的展会知识产权保护制度不健全, 尚有诸多问题值得商榷。大部分研究者都是泛泛而谈整个会展的侵权问题, 并没有针对具体问题进行分析。因此该文针对会展标识这一权利客体的知识产权保护问题来分析, 以期起到抛砖引玉的效果。

1 会展标识知识产权侵权现状

近些年来, 随着会展业的迅猛发展, 在利益的驱动之下, 会展业的智力成果时常被商家及主办方复制、模仿, 这种日渐突出的侵权行为也愈演愈烈。这一现象也引来了许多学

者的思考和研究, 但大部分学者往往关注的只有会展中商品、展台的侵权问题, 却忽视了会展标识知识产权侵权问题的重要性。众所周知, 2010 年上海世博会的吉祥物“海宝”, 带来了无限商机。但在世博会举办期间吉祥物被大量仿制生产, 导致市场上出现了各种版本的产品。这种未经权利人许可, 任何人擅自使用、生产、销售或进出口的会展标识的行为, 都侵犯了会展的知识产权。另外, 国内举办的各种大型品牌会展, 都在一定程度上被复制模仿, 这种侵犯会展标识知识产权的现象, 屡见不鲜。以“广告四新展”为例, 1993 年中国国际电子国际展览广告有限责任公司与中国对外经济贸易广告协会经过近一年的国内外市场调研和精心策划于 1994 年在北京成功举办首届展会, 到 2001 年为止, 在全国各省市自治区有近 40 个类似标识的展会, 侵权行为可谓“泛滥”二字形容。

2 会展标识侵权形式、侵权现象分析及侵权后果

2.1 会展标识的作用 会展标识的作用可以归纳为: 第一, 立信誉。会展标识对主办方就是一种质量保证, 可激发消费者对该会展的热情和兴趣, 这也是会展在进行过程中不可估量的无形价值。第二, 防混淆。会展标识的可辨识、可确认、可区别于其他标识的显著特性, 可在一定程度上避免混同、欺骗或讹误。第三, 反淡化。所谓淡化就是降低社会公众对某一特定识别性标识的商誉及广告资产价值。如提起“可口可乐”, 人们自然会联想到“饮料”。会展标识卓越的信誉, 显著的个性, 使人自然联想到相关品牌的产品及服务。他人若将会展标识使用到其他服务或者产品, 这种“搭便车”式的行为, 将使相关会展在消费者中的原有特定形象受到冲击。

2.2 会展标识侵权形式 从侵权的趋势来看, 侵犯北京奥运吉祥物知识产权形式主要有: (1) 利用网络侵权。随着互联网的普及, 越来越多的不端行为都是利用网络传播, 比如会展相关标识的中文域名、通用网址被抢注。(2) 利用广告和宣传进行侵权。例如部分企业利用会展相关标识的知名度, 使人们误以为该企业和相关会展有某种直接或简介联系, 来扩大自己的市场价值和市场地位。(3) 利用商品造假并制造侵权商品。由于大型会展的相关标识, 尤其是吉祥物容易被模仿、造假, 假冒和侵权是相关标识另一主要侵权形式, 这导致侵权案例一年比一年多。

2.3 会展标识侵权性质 笔者认为会展标识知识产权的侵权行为可分为: 一是打擦边球, 对会展相关知识产权有所了

解,存在一定的故意性质,以明示或暗示其与相关知名展会存在联系,或虽具有一定关联但未经上述机构授权的广告、宣传、商业识别或其他活动。简言之就是巧立名目搭便车的商业促销活动;二是利用展会标识的相关知识产权进行有组织有规模的从事假冒生产,牟取商业利益,这是最为严重的侵权行为;三是出于对某些品牌的热情,缺乏一定的知识产权意识,属于善意的使用,但是在客观上是违规行为;四是利用目前大多数展会名称等相关展会标识无法得到商标法的保护,因为许多展会的名称缺乏显著性特征而无法得到商标法的保护。如“上海汽车展”这一展会名称是同类活动通用的名称,以致于无法形成注册商标^[2]。

2.4 展会标识受到侵害的法律后果 展会标识受到侵害的法律后果,主要表现为展会的无形资产的流逝和声誉的损害,尤其针对部分品牌展会而言。对于我国会展业,尤其是品牌展会,应主动按照我国《商标法》的规定,对展会的相关标识申请商标,从而在第一时间维护自己的权利。商标或商号的主要功能是表明商品与服务的出处,标示商品与服务的质量。如果商标被不当使用或者经营不力,商品与服务的质量低劣,自然会损及该高校的声誉。

3 展会标识与特殊标志、展会标识与商标的关系

根据《特殊标志管理条例》第2条规定,特殊标志是指经国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的,由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志。然而,特殊标志能够获得工商行政管理部门登记的前提条件,首先是具有显著性,便于识别;其次是组成该特殊标志的文字、图形或其组合不得有损于国家或国际组织的尊严或形象,不得有害于社会善良风俗和公共秩序,不得带有民族歧视性,不利于民族团结,也不得含有法律、行政法规所禁止的其他内容。展会标识是会展传递信息、吸引注意力,并且具有显著性的象征符号,它包括:会徽、LOGO、吉祥物、纪念品、会标、会展指示牌等。从理论的角度,可以断定部分具有显著性的展会标识可以申请特殊标志,得到《特殊标志管理条例》的法律保护。然而事实上《特殊标志管理条例》的“高门槛”,使得能够达到《特殊标志管理条例》第2条规定的展会标识甚少,毕竟大部分会展是商业型的,纵使些许品牌会展规模大、影响力强,然而严格的要求使得许多展会标识徘徊不前,得不到有效的法律保护。

《特殊标志管理条例》自1996年7月发布以来,并没有得到修改。然而随着社会的发展、经济的转型,在高速运转的时代背景下经济犯罪及知识产权侵权行为越显嚣张,而会展业作为一大经济体系也难免逃脱不法分子的“恶魔之手”。在过去的16年内,《特殊标志管理条例》并没有得到修改,展会标识是否能够纳入《特殊标志管理条例》的保护范围之内,值得商榷。如果不能申请特殊标志,即部分具有显著性的展会标识得不到法律保护,是否意味会展相关标识侵权行为会越来越严重,会展主办方的利益会得到更多的损害;如果采取保护,应该如何让会展商标挤进特殊标志的“门槛”,是扩大《特殊标志管理条例》的保护范围,将具有显著性的会展标

识的保护纳入其中,还是降低《特殊标志管理条例》的最低门槛,让符合最低标准的会展标识达到要求,得到有效保护,这都是值得管理部门及学者探讨的问题。

《商标法》中商标象征着商品的品质、信誉、评价和名声,通过对商标本质的分析可看出商标具有如下特征:1、商标具有依附于商品的从属性,即商标是商品经济的必然产物;2、商标具有财产属性;3、商标具有竞争性;4、商标具有排他性。而展会标识也是会展业的代名词,是会展的标志,要想让会展标识得到法律保护,申请商标是必不可少的,从商标的角度对其进行法律保护。众所周知,商标只能针对某一类别商品进行申请,唯独驰名商标才能享受跨类保护的待遇,而展会标识代表的是某一个或某一类商品会展的形象,因此展会标识的涵盖面广而且复杂,如果单单就某一类商品申请商标,可想而知这不能在一定程度上达到保护权利不受侵犯的效果。针对一些很具有影响力的会展及品牌会展,应当在展会标识申请商标的基础上,请求给予驰名商标的待遇——跨类保护的权力,这样才能尽可能全面的保护会展的知识产权,使得会展业在良好的环境下蓬勃发展。

由于展会标识涵盖面广,因此并不是所有的展会标识都能得到有效的法律保护,总会有“落网之鱼”。对于既不能申请特殊标志也不能申请商标的展会标识,它们最终的归属也是值得探讨的。《著作权法》、《反不正当竞争法》等相关法规是否应当扩大保护范围对展会标识进行法律保护,亟待思考。

4 完善展会标识知识产权保护工作的几点建议

我国在保护展会标识知识产权的措施选择上,除了借鉴国际上一些出名的品牌会展的相关制度和经验外,应结合国内政治、经济、社会、法制等实际发展水平和展会标识知识产权保护的特点,制定出相关细节的法律制度,以实现对其进行有效保护。中国的会展业还处在初级水平,要为会展争取一个较长的稳定的发展时期,保护知识产权尤为重要。我国虽然建立了一系列保护知识产权的法律、法规,但是保护知识产权的意识与西方发达国家相比明显有差距,虽然出台了《展会知识产权保护办法》,在一定程度上减少了知识产权侵权案件,但并不能达到提前遏制、中期有效解决问题的效果。对于这些指导性质的“管理办法”,如何通过法律途径来有效解决侵权纠纷,仍需要进一步的探索。

展会标识知识产权保护主要涉及立法保护、行政保护和司法保护。立法方面已有商务部出台的《展会知识产权保护办法》,立法层次不高,同时对展会标识的保护没有明确规定;而司法上过于冗长的时间和繁琐的程序又与会展的短暂性相冲突,因此加强相关行政保护也是完善工作的一大重心。知识产权行政管理部门可以在会展短暂期内发挥关键性的作用。在现有普通处理程序的基础上,针对会展的特点、坚固效率与协调的原则,快速公正地解决展会期间相关标识的侵权纠纷。

笔者对于展会标识知识产权的保护问题,提出几点建议:(1)在展会标识尤其是会标(LOGO)方面,权利人可对此进

表1 2011年我国典型省区能耗及主要污染物排放情况^[3-4]

地区	节能			减排						
	GDP能耗		化学需氧量	氨氮		二氧化硫		氮氧化物		
	指标值//t标准煤/万元	排名	变化幅度//%	排名	变化幅度//%	排名	变化幅度//%	排名	变化幅度//%	排名
北京	0.459	30	-3.53	2	-2.98	3	-6.22	2	-4.75	1
江苏	0.600	27	-2.66	8	-2.48	6	-2.93	13	4.34	9
辽宁	1.096	21	-2.19	13	-1.21	19	-3.91	7	4.17	8
山东	0.855	18	-1.68	22	-1.98	8	-2.86	14	2.89	4
宁夏	2.279	1	-2.67	7	-1.14	20	7.18	31	9.71	25

4.2 因地制宜开展节能减排工作 开展节能减排工作,要特别注意与经济社会发展保持一致,决不能将二者对立起来,节能减排的根本目的之一就是推动经济社会科学发展。各区域节能减排工作必须与该区的发展紧密联系,充分利用各项政策合理安排节能减排重点领域和工程。如循环经济和低碳发展试点省市可率先进行循环经济、低碳发展、碳交易市场探索。河南、山东、安徽、河北、山西等部分地区可以“中原经济区”为契机,通过国家层面重点开发区域,探索具有地方特色的节能减排路径等。

4.3 加强节能减排交流沟通 节能减排牵涉单位众多、地域广阔、利益复杂,如果协调工作不到位,仅靠一个部门、一

个省(市、区)绝难以完成。国家发改委应在对我国节能减排形势整体评价基础上,建立职责明晰、独立负责的区域间节能减排协调机构,必要时可以打破省份限制。涉及的各省节能减排主管领导参加节能减排联席会议,各省定期公开发布节能减排等方面的信息。

参考文献

- [1] 坚定不移沿着中国特色社会主义道路前进,为全面建成小康社会而奋斗——在中国共产党第十八次全国代表大会上的报告[M].北京:人民出版社,2012.
- [2] 2011年各省、自治区、直辖市单位GDP能耗等指标公报[R].2011.
- [3] 2010年各省、自治区、直辖市主要污染物排放量指标公报[R].2010.
- [4] 2011年各省、自治区、直辖市单位GDP能耗等指标公报[R].2011.

(上接第1869页)

行商标注册或申请外观设计专利,一旦发现他人使用相同或类似的图案作为其他展会会标时,权利人就可依据商标法或专利法的有关规定追究其责任;(2)会展主办方在对其具有显著性特征的会展名称或部分标识申请注册商标时,为避免可能出现的不必要的纠纷,建议对相类似的名称也予以注册,以及时保护相关知识产权;(3)应当就会展标识申请特殊标志,经国务院工商行政管理部门核准登记的特殊标志,权利人取得相应的知识产权,受到法律保护。特殊标志所有人对经过核准登记的特殊标志享有排他性的权利,可以在与其公益活动相关的广告、纪念品及其他物品上使用该标志,并有权许可他人在国务院工商行政管理部门核准使用该标志的商品或者服务项目上使用,以达到减少侵权行为、维护知识产权的目的;(4)实施会展平台网络,建立会展标识相关数据库,对一些侵权会展标识进行黑名单管理,给主办方查询会展标识带来便利,同时也大力度的遏制了会展标识的知识产权侵权行为;(5)尽快建立全国性的相关会展行业协会,通过行业协会对会展实行登记备案,避免重复办展,以行业协会自律

方式,提前有效解决会展标识的侵权等问题。

5 结语

在知识产权保护这条道路上,我国企业显得任重而道远。我国政府、协会和企业坚持不懈且细致地工作着,将能取得知识产权保护工作的成功壮举。在过去的10年里,各方始终坚持“履行承诺、适应国情、完善制度、积极保护”的工作方针,妥善处理保护知识产权与巩固自主创新、促进科技进步、推动经济发展的关系,坚决遏制展会期间侵犯知识产权行为。因此可以认为,通过政府、协会、企业共同的努力,一定会让中国知识产权保护水平有更高的提升,让展览业有更加健康的发展。知识产权是自主创新的基础和衡量的指标,是自主创新的重要环节,唯有完善的知识产权保护体系,中国的自主创新能力才能得到充分的释放,产业才能得到提升。

参考文献

- [1] 王维晓.会展业与知识产权保护[J].法商,2008(9):186.
- [2] 刘飞龙.会展法律实务[M].北京:中国法制出版社,2010:75.