



因跟魅族的“MEIZU”太像了，美图注册“meitu”商标被驳回……

国际金融报 蒋佩芳 08-07 02:30

因为长得太像，还未注册的“meitu”商标和“MEIZU”发生了“碰撞”。

因为长得太像，还未注册的“meitu”商标和“MEIZU”发生了“碰撞”。

8月5日，中国裁判文书网发布的厦门美图网科技有限公司(下称“美图”)与国家知识产权局一审行政判决书显示，法院驳回美图申请撤销原国家工商行政管理总局商标评审委员会作出的“meitu”商标驳回复审决定。

8月6日，美图方面在接受《国际金融报》记者采访时回应称，此次被驳回的是第45类，美图申请该类目主要用于防御性保护，并不涉及美图业务，因此，驳回不影响美图正常经营。

法院：外形与服务均构成类似

一审行政判决书显示，美图曾于2017年5月9日申请“meitu”商标，但国家知识产权局(原国家工商行政管理总局商标评审委员会相关职责现由国家知识产权局统一行使)认为，该商标与珠海市魅族科技有限公司2015年6月26日申请的“MEIZU”商标(核定使用服务：第45类)在字母构成、呼叫发音等方面相近，仅在个别字母和字母大小写方面存在不同，整体上不存在显著差异，容易造成相关公众混淆误认，因此拒绝了美图的商标注册请求。

与此同时，本案中，诉争商标除了前文所述的外形类似，在服务方面也构成类似。

据了解，类似服务是指在目的、内容、方式、对象等方面相同，或者相关公众一般认为其存在特定联系、容易造成混淆的服务。

判决书指出，诉争商标“meitu”指定使用的“社交陪伴;社交护送(陪伴);服装出租;婚姻介绍;计划和安排婚礼服务;交友服务;在线社交网络服务;计算机软件许可(法律服务);域名注册(法律服务);知识产权许可”服务，与引证商标MEIZU核定使用的“社交陪伴;服装出租;交友服务;计划和安排婚礼服务;计算机软件许可(法律服务)”等服务在《类似商品和服务区分表》中属于类似服务，且美图公司对此明确表示认可。



律师：被驳回后或将继续上诉

不过，美图并未放弃，随后向北京知识产权法院提起上诉。今年4月25日，北京知识产权法院一审驳回美图的请求。

美图认为，诉争商标“meitu”与引证商标“MEIZU”在含义、呼叫及整体视觉效果方面差异显著，不构成近似商标，依法应当予以核准注册。美图在国内市场竞争中具有较高知名度，申请商标“meitu”经过美图长期大量使用已经具有较大影响力，消费者已能够将原告与诉争商标一一对应，不会导致消费者混淆误认。

对此，法院认为，美图提交在案的证据不足以证明诉争商标在指定使用服务上经使用获得了足以与引证商标相区分的显著特征，故美图据此提出诉争商标应予核准注册的主张不予支持。

此外，美图还指出，诉争商标“meitu”与引证商标“MEIZU”在其他多类别商品上，有众多含有“meitu”和“MEIZU”的相关商标已经被核准注册，且两商标均能共存于市场中，根据审查一致的原则，应核准诉争商标的注册申请。

对此，法院认为，商标授权审查因个案事实情况不同可能结论各异，美图公司关于其他商标的获准注册情况并非本案诉争商标获准注册的当然依据。原告的相关主张缺乏事实及法律依据不予支持。

那么，美图是否会为了商标继续上诉？

中国政法大学知识产权中心特约研究员、北京志霖律师事务所副主任赵占领在接受记者采访时表示，“美图上诉的可能性很大，但能否胜诉不好判断。不过，个人认为‘meitu’与‘MEIZU’不构成近似，读音和字母虽然比较接近，但两者的含义明显不同，且‘meitu’商标也已经过长期大量使用，具有较大影响力，消费者混淆误认的可能性比较低。”

赵占领还向记者强调，“美图的主要业务包括社交，属于第45类服务核心类别。如果美图未能成功注册商标，继续使用会存在侵权风险。未来不仅可能会被魅族起诉商标侵权，也难以禁止其他企业或个人在该类别的服务上使用‘meitu’，难以保护自身权益。”

(国际金融报记者 蒋佩芳)

分 享



[关于我们](#)

[加入我们](#)

[问题反馈](#)

[联系方式](#)
明

[合作伙伴](#)

[服务条款](#)

[广告业务](#)

[版权声](#)

[最新动态](#)

The Financial Times Ltd 2018 FT and 'Financial Times' are trademarks of The Financial Times Ltd.



沪公网安备 31011502006336号

沪ICP备17008573号-1