

新闻商务舱

张世禹怎么也没想到自己会以这样的方式与大名鼎鼎的腾讯及其掌门人马化腾打交道。

“7月20日,我们突然收到来自腾讯科技(深圳)有限公司(以下简称腾讯)的《商标异议申请书》,其对我们申请注册的‘ROCO’商标提出异议。而事实上,‘洛可可 ROCOCO’汉字+字母的‘组合商标’我们已申请注册了近10年,与腾讯的‘洛克王国 ROCOKINGDOM’系列商标没有任何关系,也不近似……”在大连洛可可婚纱摄影有限公司负责人张世禹看来,腾讯此举有“大公司下山抢果子”的嫌疑。

“目前,我们已经写好了针对腾讯所提出商标异议的答辩书,为了保卫‘洛可可’的字母商标‘ROCO’,我们将与腾讯争到底。”

请放下我的商标

面对商标异议大连企业表态,要与腾讯争到底



“苦心运营的品牌绝不能被抢走！”

虽然此时身在澳洲,但提起“与马化腾争商标”这件事,张世禹仍然难掩愤懑,“看到腾讯的《商标异议申请书》那一刻,我甚至有些蒙圈了,觉得腾讯所提出的异议理由‘莫名其妙’。很显然,我们的实力远不及腾讯,但也绝不能将自己在先申请的商标拱手让人!”

在大连乃至全国的婚纱摄影行业中,“洛可可”并非是无名之辈。“我们在大连、三亚,以及韩国都有门店,其中,大连总店的面积有几千平方米,每年都能为几千对

新人拍摄婚纱照;而且,为打造‘洛可可 ROCOCO’品牌,这些年来,我们在传统媒体、户外大牌、网络渠道、公交车等渠道投入了大量广告,并参加各种展会等,广告及推广费用累计投入了上千万元。在婚纱摄影行业

内,‘洛可可 ROCOCO’早已是知名品牌,国内有不少同行假冒‘洛可可 ROCOCO’注册商标,我们也去维过权。”张世禹表示,他苦心打造、运营的品牌绝不能被他人抢走,哪怕对方是腾讯这样的超级大公司。



腾讯请求不予核准注册商标

此次纷争所围绕的商标是“ROCO”,其核定使用商品/服务项目为第41类,该类别包括学校(教育)、摄影、在计算机网络上提供在线游戏、组织教育或娱乐竞赛等等。

记者查阅出自腾讯的“商标异议理由书”了解到,《洛克王国》是由腾讯运营的中国最大的儿童网上健康乐园,是腾讯研发的一款在线绿色社区网页游戏,于2010年发行。

“腾讯通过打造《洛克王国》这一卡通品牌,把其形象和故事授权给各个领域最专业的合作伙伴,衍生出‘洛克王国’舞台剧、电

影、图书、玩具等系列产品……腾讯的《洛克王国 ROCO》具有极高知名度,并已与腾讯形成了公众普遍认可的唯一对应关系……”腾讯方面认为,洛可可方面申请注册的“ROCO”商标与其在先注册的“洛克王国 ROCO”系列商标已构成了使用在相同或类似商品上的近似商标,违反了《商标法》有关规定,容易误导公众,并损害了腾讯的权益,因此,请求商标局不予核准注册“ROCO”商标。



这场“官司”最快半年见分晓

据大连仓丰商标事务所创始人仓丰介绍,此次,腾讯提出异议,所引证的商标为:“洛克王国 ROCOKINGDOM”等4件注册商标。“简单地说,腾讯认为洛可可方面申请注册的‘ROCO’与其引证的4件注册商标构成了近似商标,按照《商标法》规定,不应对其予以核准。然而,查询那4件引证商标的信息不难发现,它们最早的申请日期为2011年4月13日;最早的注册公告日为:2014年2月14日。相比之下,洛可可方面的‘洛可可 ROCOCO’商标,申请注册在先。”仓丰随后梳理了“洛可可”相关商标申请注册的脉络:2009年12月7日,“洛可可 ROCOCO”这个汉字+字母的组合商标正式申请注册,其注册公告日为2013年5月14日,均早于腾讯所引证的那4件商标;后来,洛可可方面又将上述组合商标拆开,于2011年6月7日申请注册了“洛可可”商标,并于2013年9月份获得核准注册;2017年

2月16日,洛可可方面申请注册“ROCO”商标,同年11月20日该商标初审公告,不料,在初审公告期内,被腾讯异议。

“洛可可方面申请注册‘ROCO’商标,是对其既有的汉字+字母的组合商标所进行的分开申请注册,怎么会侵犯在后申请的腾讯那4件注册商标权益呢?在《商标异议申请书》中,腾讯不知是有意还是无意地回避了洛可可方面在先申请注册了‘洛可可 ROCOCO’这一组合商标的事实,而是孤立地拿正在申请注册中的‘ROCO’字母商标来说事,让人感到不解和遗憾。”仓丰表示,实际上,因为“洛可可 ROCOCO”商标的申请和注册均在先,大连洛可可方面本来可以对腾讯的相关商标提出异议,没想到如今却被大公司“反咬了一口”。另外,作为洛可可方面的商标代理机构,大连仓丰商标事务所创始人仓丰表示,这场官司最快将在半年后见分晓。

记者 曲家乙

CPI重回2时代

国家统计局9日发布数据,7月份,全国居民消费价格指数(CPI)同比上涨2.1%,涨幅比上月扩大0.2个百分点。

构成CPI的八大类商品和服务价格同比均有不同程度上涨。当月,食品烟酒价格同比上涨1%,影响CPI上涨约0.31个百分点。其中,蛋类价格上涨11.7%,禽肉类价格上涨6.6%,鲜菜价格上涨3.8%,畜肉类价格下降4.9%(猪肉价格下降9.6%),食用油价格下降0.7%。

其他七大类价格同比均上涨。其中,医疗保健、交通和通信、居住价格分别上涨4.6%、3%和2.4%,教育文化和娱乐、生活用品及服务价格分别上涨2.3%和1.6%,衣着、其他用品和服务价格均上涨1.2%。

从环比看,CPI上涨0.3%,主要受非食品价格上涨影响。

当日发布的数据还显示,7月份,全国工业生产者出厂价格指数(PPI)同比上涨4.6%,涨幅比上月回落0.1个百分点。

据新华社电

商标课堂

本期讲师:仓丰

简介:大连仓丰商标事务所创始人,被誉为“大连商标注册第一人”,大连青年创业导师。

注册国际商标真的不是可有可无的事儿

中国企业想要在国际市场上站稳脚跟,并实现长远发展,必须要高度重视商标的国际注册。本期商标课堂,我们就来聊聊注册国际商标的话题。

世界各国的商标法内容不尽相同,但都规定对注册商标的权益进行法律保护。中国一些企业曾对注册商标的重要性认识不够,尤其是对申请注册国际商标更显漠然,这往往导致了它们经过长期努力而树立起来的品牌被别人抢注,其中就包括被国外企业抢注的。比如,中国的“火炬牌”打火机曾在英国市场销售较好,但因为相关商标被瑞士商人抢先在英国申请注册了,结果,中国的“火炬牌”打火机最终被迫退出英国市场。

再比如,上海的某品牌珍珠霜在国际市场上享有盛誉,但未及时在其销售国和地区申请注册商标,结果其商标在印尼、新加坡等国家被

外商抢先申请注册了,导致上海这家企业不得不花几十万美元从外商手中将本来属于自己的商标买回来。

类似的案例不胜枚举,而每一件案例背后都是当事企业一次惨痛的教训。事实一再证明,注册国际商标绝不是可有可无的事情,凡是想把自己的产品打入国际市场的中国企业,都应及早在有关国家申请注册商标,以便使自己的商标权在销售国受到保护,进而实现更好的运营和发展。

申请注册国际商标可以使中国企业在其商品或服务的销售国获得注册商标的专用权保护,其他任何人都不能在相同或近似的商品或服务上使用相同或近似的商标,这将在很大程度上避免中国的那些名牌产品在国际市场上一再被仿冒。而且,一旦出现被仿冒、被山寨的情况,中国企业便可以通过提起诉讼,从而得到该国法律保护。