

商标法32 | “金龟子”艺名获姓名权保护（2019）

日期：2019.09.10 作者：张涵/丁金玲

提起“金龟子”相信很多80、90后都非常熟悉，金龟子（刘纯燕）和毛毛虫（何炅）主持的《大风车》是我们童年不可磨灭的美好记忆。在节目里金龟子和毛毛虫通过游戏式的演绎方式，向小观众们传授了许多为人处世的道理。刘纯燕塑造的头上长长的触角，背着七星瓢虫壳的金龟子形象，已深入孩子们的心，成为了许多走出童年的人们心中永远不会忘记的形象。

案情简介：

2013年南京一自然人李某申请“金龟子”商标，指定使用的服务为“教育、培训、组织表演（演出）、娱乐”等服务上，2015年核准注册。金龟子刘纯燕对该商标提起无效宣告申请，认为该商标侵犯了其在先的姓名权，商评委经审理支持了刘纯燕的无效请求，认为“金龟子”作为刘纯燕的艺名，在争议商标申请日前，已经在教育、娱乐领域具有一定知名度，为相关公众所熟知，建立了较为稳定的关系。李某注册相同文字的商标难谓巧合，争议商标的注册和使用易使相关公众误认为其所标识的服务与刘纯燕具有某种特定关联，从而损害刘纯燕享有的在先姓名权。

李某不服起诉至北京知识产权法院，刘纯燕作为第三人参诉。原告称：“金龟子”只是第三人在电视节目中扮演的角色名称，并非其艺名，且知名度仅在影视娱乐领域。“金龟子”也是一种昆虫名称，与第三人并没有唯一对应化。原告没有攀附恶意，且经过多年使用在南京具有一定知名度。

诉讼中我所继续代理第三人，并补强了第三人主动使用“金龟子”作为艺名的证据；参加的其他综艺节目，其他第三方以“金龟子”称呼第三人的证据；获得的荣誉显示奖杯及证书也是以“金龟子”来称呼第三人；第三人2006年出版的自传《我是金龟子》节选；第三人参加的儿童教育方面的公益活动；消费者已经产生误认的媒体报道等作为补强证据。

北京知识产权法院经审理认为：第三人自主决定并认可“金龟子”作为其艺名，相关公众亦以“金龟子”指代第三人，且“金龟子”在少儿节目相关领域具有较高知名度，并与第三人刘纯燕建立起稳定的对应关系，“金龟子”属于第三人刘纯燕的艺名。第三人主持的少儿类节目多为寓教于乐性质，与争议商标核定使用的“教育、培训”等服务存在较大关联性，尤其是相关公众多为看过第三人节目的少年儿童和家长，容易导致相关公众对服务来源产生误认。有关原告“角色名称权”的主张，法院认为，“金龟子”既属于第三人在节目中扮演的卡通角色名称，也属于其艺名，二者并不是非此即彼的关系。【北京知识产权法院，合议庭：王东、刘敬文、李淑云，案号：（2018）京73行初10552号】

短评：

艺名、笔名是否能成立姓名权，最高院在2017年司法解释以及“乔丹”案中已有明确的标准，即是否与使用该特定名称的自然人建立了稳定的对应关系，相关公众能够以其指代该自然人，并非要求形成“唯一对应”关系。“金龟子”虽是自然界昆虫的名称，但这种昆虫并不常见，以该名称作为自然人艺名的也仅第三人自己。提到“金龟子”，相关公众更多的反应是联想到刘纯燕，尤其是在争议商标使用的儿童教育培训领域，在相关公众的认知中，“金龟子”作为一个姓名符号的含义要强于昆虫的名称。因此，“金龟子”即便是一种昆虫的名称也不妨碍构成刘纯燕的艺名，受姓名权保护。

姓名权属于我国《民法通则》、《民法总则》中明确规定的法定权利，又属于人身权。角色名称往往是指文学作品或影视作品中具有特定性格的人物名称，有较高的知名度。司法实践中也出现了给予角色名称商品化权保护的案例，如“邦德007BOND”案、“功夫熊猫”案，此外角色名称在民事案件中还可以获得反不正当竞争法保护，但我国法律并未明确规定角色名称权的概念。退一步讲，即便成立角色名称也不影响权利人以姓名权主张权利，并获得姓名权保护。

刘纯燕不但致力于把快乐教育，寓教于乐的理念传播出去，还热衷于儿童公益教育，多年来一直积极参加各种形式的儿童公益活动。2017年成立“金龟子梦想基金”，刘纯燕作为发起人，聚焦少年儿童的健康成长，同年“金龟子梦想基金”走进安徽和湖南的两所希望小学。三十年来，金龟子和喜欢金龟子的观众一同成长，未来，刘纯燕也希望打造一个真正属于自己的儿童品牌。因此，基于“金龟子”所承载的积极正面的影响力，以及“金龟子”公益相关的社会责任，争议商标也不应该由任意第三方注册和使用。