

商标法13 | “和睦家”手提包？“和睦家”茶叶？商评委Say NO——“和睦家”医疗服务被给予驰名商标保护（2018）

日期：2018.07.19 作者：明星楠/李晓莲

北京和睦家医院自1997年成立以来已经为数以百万计的在华外籍人士和中国家庭提供了高质量的医疗服务，是中国高端民营医院中的佼佼者，其在医院等服务上注册并使用的“和睦家”商标经过二十多年的宣传使用已经在国内外相关消费者中享有盛誉。由于其在业界的知名度和良好口碑，针对“和睦家”品牌的侵权行为不但在医疗行业内层出不穷，近年来一些非同业竞争者也纷纷将“和睦家”商标作为抄袭摹仿的对象，企图搭乘“和睦家”品牌良好声誉的便车谋取不正当经济利益。针对上述侵权行为，和睦家医院也一直在不遗余力地持续进行各种阻击战。

下面介绍的万慧达代理的针对在18类手提包、30类茶等产品上注册的“和睦家”商标的无效宣告案中，这两件商标的注册人皮山县和睦家农业开发有限责任公司（以下简称“皮山县和睦家公司”）作为一家主营农产品的新疆公司，其不但将“和睦家”作为其企业商号进行登记使用，而且还在数十个类别上同时申请注册了包含“和睦家”的商标，可谓恶意十分明显。案件具体介绍如下：

万慧达接受和睦家医疗管理咨询（北京）有限公司（北京、上海、广州、天津数家和睦家医院的实际控股公司）的委托，基于第44类医院、疗养院等服务上注册的“和睦家”商标构成驰名商标、应予以跨类保护的主张针对皮山县和睦家公司在第18类箱包等产品上注册的“和睦家INAKAILE及图”（图一）商标以及第30类茶等产品上注册的“和睦家HEMUJIA”（图二）商标提出无效宣告申请。在与和睦家医院进行充分沟通、并对民营医院行业的发展进程做了深入了解的前提下，我司收集并向商评委提交了大量证据，证明了“和睦家”品牌为中国相关消费者所熟知不仅仅因为其是为诸多影视明星所青睐并因此常见诸报端的高端私立医院，而且因为和睦家医院在多项医疗技术及服务上都是中国医疗行业（含公立医院）的领跑者，进而吸引到来自世界数百个国家以及中国数十个省份的患者，这也使其在销售收入、利润方面一直处于民营医院的领先地位，在民营医院的综合竞争力排名中北京和睦家医院曾连续四年蝉联国内高端医疗定位的民营医院榜首，并多次被反映中国民营医院发展历程的系列民营医院蓝皮书《中国民营医院发展报告》评价为“高端医疗服务领先品牌”。



图一



图二

近期我司收到商评委下发的无效宣告请求裁定书，商评委认为“申请人提交的在案证据足以证明在争议商标申请注册之前，通过申请人的广泛宣传、使用和销售，引证商标在“医院；保健；疗养院”服务上已为相关公众所熟知。。。被申请人将争议商标注册在手提包（茶）等商品上，易使消费者误认为其与申请人具有某种关联，进而减弱引证商标与申请人之间的紧密联系，不正当的利用申请人的市场声誉，误导公众，致使申请人的合法权益可能受到损害”。因此，商评委认为争议商标的注

册已经构成《商标法》第十三条第三款规定之情形，支持了我司关于“和睦家”商标构成驰名商标的主张并给予跨类别的保护，最终裁定争议商标予以无效宣告。

短评：

本案中在案证据可以证明“和睦家”商标为中国消费者所熟知是医院服务上的“和睦家”商标能被以驰名商标条款实现跨类保护的前提条件。客观地讲，本案中两件争议商标所指定的“背包”、“茶”等商品与和睦家的医疗服务在功能用途、销售渠道、消费群体等方面其实存在较大的差异，我认为商评委对“和睦家”商标给予驰名商标的跨类保护主要体现了其对本案在如下几个方面的考虑：

第一、和睦家医院主营的医疗服务行业的特殊性。一方面作为关乎消费者生命和健康的医疗服务的提供者，和睦家医院的商标直接代表着其服务的高端品质和良好声誉，其要比其他领域的商标权利人更加经不起对其品牌进行滥注滥用所致的损害行为，否则极易影响并损害其苦心经营的品牌形象；另一方面在医疗服务领域树立的良好品牌形象更容易帮助他人任其抢注的商品上给自己产品的品质和信誉进行背书，从而更便利地谋取不正当利益并对误认、误购的相关公众利益造成更大的损害。因此，搭乘医疗服务上知名品牌便车的行为更加需要予以遏制。

第二、维护诚实信用原则及打击恶意抢注的一贯态度。本案中对方当事人皮山县和睦家公司不但将“和睦家”作为其企业商号进行登记使用，而且还在数十个类别上同时申请注册了包含“和睦家”的商标，且并未在评审案件中对其将“和睦家”注册为商标和商号的行为给出合理解释。此外，我司通过提交在皮山县和睦家公司所处的新疆地区发现侵犯“和睦家”商标权的侵权医院信息的事实也证明“和睦家”品牌的知名范围已经及于新疆，皮山县和睦家公司明显是在主观上明知仍将“和睦家”作为商号和商标予以恶意抢注。评委的这一裁定结果再一次体现了官方近年来坚决打击商标申请、注册及使用过程中的恶意行为的一贯态度。

第三、对驰名商标防止淡化的功能价值的考量。在以往收到的评审裁定中，评委主要基于对驰名商标在不相同商品或服务上的注册和使用将会误导公众并损害驰名商标所有人的利益为出发点而支持驰名商标权利的驰名认定主张。上述两件无效宣告案件中，评委都明确提出他人在不相同类似商品服务上注册权利人的驰名商标易使消费者误认为其与权利人具有某种关联，进而减弱引证商标与申请人之间的紧密联系。其中，“减弱引证商标与申请人之间的紧密联系”属于对权利人商标显著性的淡化范畴，这是在驰名商标的声誉取得了超出区别商品服务来源的传统功能之外的价值时给予的更宽泛的保护，这种保护既包括可以禁止第三人从该商标的显著性或声誉中获取不当利益，也包括防止他人的商标注册和使用不正当地削弱或淡化驰名商标在市场上独一无二的地位以及与其赖以驰名的商品或服务之间的唯一对应关系。评委在裁定中这样的论述说明其在审理驰名商标相关案件中已经对驰名商标本身的意义予以考虑，这与近年来法院的一些判决是保持一致的。