

商标法32 | 以永隆工程等侵犯理想汽车在先著作权纠纷案 看商标侵犯在先著作权案中“接触可能性”的认定

日期：2023.03.15 作者：晏倩岚、刘依然

随着新能源汽车不断发展，国产造车新势力已成为各企业争相试水的赛道。理想汽车作为最早一批国产智能汽车研发生产的企业，除不断研发新技术、新车型外，在知识产权上的投入也不断加大，尤其对核心车标“



”的维护，在近年来也取得阶段性成效。万慧达知识产权代理理想汽车，以《商标法》第三十二条在先著作权对“永隆装饰工程有限公司”等6件图形商标提起无效宣告申请，并获得国家知识产权局支持。

案情概要

北京车和家信息技术有限公司（以下简称“车和家”），即理想汽车品牌运营企业，2021年11月12日对“永隆装饰工程有限公司”及“浙江东阳逸成科技有限公司”注册的多件“



”及“



”商标提起无效宣告申请，详细案件表如下：

被申请人	永隆装饰工程有限公司	浙江东阳逸成科技有限公司
争议商标申请日	2019-05-11	2018-11-11
争议商标	 第 37 类第 38096389 号	 第 40 类第 34596970 号
	 第 20 类第 38106122 号	 第 9 类第 34598448 号
	 第 42 类第 38110130 号	 第 9 类第 34598629 号

“车和家”主张争议商标侵犯其在先著作权，对方抗辩商标申请日早于理想汽车首款交付车型“理想ONE”的上市时间，并未抄袭。经审理，国家知识产权局支持“车和家”无效理由，裁定上述商标无效。

国家知识产权局认为申请人理想汽车早在**2018年7月23日**对《理想智造品牌标识》进行著作权登记，并在互联网上进行宣传报道，被申请人可能通过公开途径了解到“



”标识，从而接触争议作品的在先著作权，损害申请人理想汽车的在先著作权，争议商标予以无效。

本案中，争议商标申请日晚于著作权登记日期不到**6个月**，且早于理想**one**汽车上市时间，被申请人与申请人行业领域差异较大，是否具有接触在先著作权的可能性，成为案件的核心争议。

“接触可能性”标准的认定评述

“接触可能性”在《商标审查审理指南》中包含两种情形，一是“接触过他人作品”，常见于争议双方存在业务关系、投资关系、雇佣关系等，证据组织上较为容易；二是“有接触可能性”，是一种推定式接触，需要对在先著作权人的证据进行综合性的认定，常见的情形包括争议双方处在同一行业、处在相同地区等。

但本案中，被申请人主要从事工程装修服务和合成材料制造，所处地区也位于山东省和浙江省，国家知识产权同样认定被申请人具有接触申请人理想汽车在先著作权的可能性，具体考量了以下特殊因素：

首先，申请人在争议商标申请日前，已将该图案进行部分类别商标申请，进行商标布局，以商标注册的形式公开在先著作权，理想汽车早在**2018年05月**，即争议商标申请日的**6个月**前，就已经在**12/36/37/09**等主要经营类别内申请“



”，而申请人的商标注册行为属于对于在先著作权的发布，公众可通过国家知识产权局发布的商标数据来获知在先作品，这也为相关公众接触争议作品提供了可能性。

其次，申请人在争议商标申请日前已经对在先著作权进行公开报道，并具有较高知名度。虽“理想**ONE**”实际交付时间为**2019年12月**，但是早在**2018年10月**期间就申请人就进行大量报道，积累了较高知名度。同时，美术作品“



”作为申请人生产汽车的车标，设计理念源自于理想汽车创始人李想的姓氏拼音，带有强烈的个人印记；简约时尚的设计，富有强烈的艺术美感，给消费者形成强烈的视觉感受。理想汽车相关车型在推出初期就深受消费者的关注，更是在上市后成为新能源**SUV**市场销量冠军，短期内积累的知名度，进一步增加了被申请人接触在先著作权的可能性。

最后，新能源汽车行业自身的系统性为跨行业认定具有接触可能性提供合理性基础。新能源汽车行业的系统性是相较于传统的汽车企业而言，前者要求产业整体性发展，进而带动相关产品和产业形成新的产业链条，最为直观的表现就在于新能源汽车行业对电池技术以及电子控制系统的依赖。本案中被申请人“东阳逸成”主要从事合成材料生产，新能源汽车行业对于轻量化材料、燃料电池材料等合成材料具有很强的依赖性；被申请人“永隆工程”从事工程服务，新能源汽车行业也已推出工程服务车型，经营领域具有交叉。因而，产业发展的全面性，为本案中跨行业领域认定存在接触可能性提供合理基础。

结语

“接触”的认定是著作权保护认定的前置性条件，在商标侵犯在先著作权案件中，由于“接触可能性”证明难度大、证明标准较为模糊等特点一直以来成为案件审理的难点，“永隆工程侵犯理想汽车在先著作权案”为相关案件的审理提供了参考意义。当然，本案取得胜利的重要原因也在于理想汽车自身的知识产权布局上的合理性，通过商标、著作权、外观设计等不同方式对企业的核心知识产权进行综合性保护，维护自身商业利益，保护品牌商誉。