

以案说法：从“懂球帝”拍卖风波看商标保护与执行之（二）： 拨云见日（如何保护商标权人及买受人利益）

作者：李瑗希（北京大学）

审校：蔡果律师，金茂（北京）律师事务所

首期评论着重从事实层面还原“懂球帝”商标拍卖的全过程以及后续发生在“懂球帝”与“直播吧”之间的商标权利纠纷，双方对“懂球帝”系列商标争夺战的激烈程度在一场“新老懂球帝”风波中体现得淋漓尽致（[见金茂评论|以案说法：从“懂球帝”拍卖风波看商标保护与执行之（一）：风云突起（事件始末概览）](#)）。本文为“以案说法看商标保护与执行”系列第二篇，将继续上期结尾引出的法律问题，结合商标法原理和我国现行法律规定，从法理层面拨开迷雾，站在不同立场当事人权利保护的角度为商标拍卖及使用提供较为全面的实务建议。

一、原商标权人的权利保护

（一）企业存续期间其核心商标能否被拍卖给竞争对手？

商标作为企业的一种无形资产，具有财产价值因而可以被转让、质押、拍卖。我国《拍卖法》《拍卖监督管理办法》等法律法规并未限制或禁止行业竞争者参与商标的司法拍卖或拍得商标。然而，**商标同时作为一种知识产权，具有不同于房屋、设备等普通有形财产的特殊属性：商标承载着企业通过长期投资和经营所积累的品牌价值，因此无法与被拍卖人全然分离。**知名商标往往代表着高品质的产品、良好的服务、可靠的信誉，能够为特定企业带来更高的市场份额和经济利益。通过打造围绕“懂球帝”系列商标的多元业务，“懂球帝”在体育资讯领域确立了出众的品牌形象，拥有较高知名度和稳定的消费群体。**此时将其商标强制拍卖给竞争对手并投入实际使用，可能对企业发展、市场秩序和消费者产生以下影响：**

首先，对企业自身而言，商标被拍卖可能会对原持有企业的商誉、字号等产生

不利影响，尤其是本案被直接竞争对手拍得的情况。如果新持有者利用商标进行不正当竞争或恶意宣传，原商标持有者的品牌价值更可能会受到严重损害。而竞争对手获得商标后，预计会利用该商标进行市场打压及混淆，削弱原商标持有者的市场份额。本案中，“直播吧”的运营者傲播网络正是针对“懂球帝”在体育资讯市场的领先地位，直接利用拍得的商标进行套壳，创立“新懂”并使“老懂”一度在应用商店下架，这必然对“老懂”的市场发展造成负面影响。

第二，造成在先权利冲突，干扰市场秩序。商标最基本的功能是识别商品或服务的来源，因而**显著性**是商标能够受法律保护的重要条件，确保与其他商标形成明显区别。在商标拍卖的情况下，虽然特定的商标专用权被竞争者拍走，但原商标持有者仍可能享有诸多类似商标。本案中，多格科技正是利用未被拍卖的相似商标成立“弟站”，作为反击“新懂”的手段。因此，当买受人使用拍得商标时，可能会由于与原持有者的类似商标具有高度相似性而产生在先权利冲突，对原商标持有者的商誉产生不利影响进而引发侵权。

第三，造成品牌混淆，损害消费者权益。商标的价值功能之一是保证特定产品或服务与其提供者具有同一性，从而发挥商标的品质保障功能。商标拍卖可能导致消费者对两个使用相同或相似商标的产品产生混淆。在本案中，若非细心的网友发现，少有人能够区分“新懂”和“老懂”属于不同的运营商，从而导致用户混淆并错误地注册账号并进行会员付费，遭受财产损失。

基于上述风险，虽然我国法律并未明确限制直接竞争人拍卖取得商标权，但由于商标权强制执行过程中，商标权人和买受人很难进行有效磋商和完善的在先权利处置，从而可能造成诸多不利后果及潜在的市场秩序和消费者权益损害。因此，本文建议司法机关应当在核心商标权的司法强制执行过程中采取较为谨慎的态度，并对流程进行一定区别性约束，如可以采取以下措施：

(1) 重点审查竞拍者的资质：对竞拍者的资质进行审查，特别是对可能产生的商号权、著作权等在先权利冲突的情况进行查证或质询。

(2) 商标权人有权在程序中提出异议，要求法院进行审查，在商标权人有意恢

复在先执行流程时，及时中止商标权强制执行程序。

(3) 对核心商标权的拍卖流程应采取更谨慎的告知程序，充分保证商标权人的知情权和答辩权。

(二) 相同或近似商标是否需要一并强制执行？

本案与一般的商标转让不同在于，多格科技并非自愿与傲播网络签订协议而转让“懂球帝”商标，而是因为被强制执行而被迫移转自己的商标。关于商标转让与移转的区别、二者的法律依据与申请条件，商标局在其《商标申请指南》“申请转让注册商标注册申请”中明确：

(1) 转让注册商标的，转让人和受让人应当共同办理注册申请的转让手续，双方均为申请人；(2) 因继承、企业合并、兼并或改制等其他事由发生移转的，接受该注册商标专用权的当事人应当凭有关证明文件或者法律文书到国家知识产权局办理注册商标的移转手续；(3) **依法院判决发生商标专用权移转的，也应当办理移转手续。**

申请注册商标转让/移转都适用《转让/移转申请/注册商标申请书》，但商标转让需要提供转让方和受让方签署的同意转让证明文件，而**商标移转则单独要求提交有关证明文件或者法律文书，证明接收方有权利继受相应的商标权。**我国现行《商标法》第 42 条只规定了“商标转让”，而在《商标法实施条例》第 32 条提到了商标移转，并在第 2 款特别规定了“相同或近似商标的移转”：

注册商标专用权移转的，**注册商标专用权人在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并移转；**未一并移转的，由商标局通知其限期改正；期满未改正的，视为放弃该移转注册商标的申请，商标局应当书面通知申请人。

《最高人民法院关于对注册商标专用权进行财产保全和执行等问题的复函》[参见：(2001)民三函字第 3 号]也表达了类似观点，“**转让注册商标的，商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标，必须一并办理。**

法院在执行注册商标专用权的过程中，应当根据上述规定的原则，对注册商标及相同或者类似商品上相同和近似的商标一并进行评估、拍卖、变卖等，并在采取执行措施时，裁定将相同或近似注册商标一并予以执行。”

因此，**懂球帝未被拍卖的商标如果与已被拍卖的商标构成相同或近似，理论上应当进行转让，以避免市场混淆和不正当竞争。**实际操作中，企业往往会分梯度地对核心商标进行有差别的防御性申请保护，如此次多格科技被拍卖的 40 个“懂球帝”及图形商标外，它还申请了“懂球弟”、“懂球妹”等有具有一定差别梯度的类似商标，它们没有被法院审查并一并移转最终构成了法院撤销拍卖的理由。如果商标转让是通过市场化的谈判过程实现，则可能实现打包转移，但法院拍卖等强制执行过程中就难以对所有相似商标进行确认，这也是司法机构进行商标权强制执行拍卖中应当谨慎处置的重要问题。

二、商标买受人的合规建议

（一）直播吧为何侵权

本案中，直播吧之所以被诉侵权，是因为不同于普通有形动产的所有权从交付时转移，商标拍卖的买受人竞拍成功并非立刻获得商标专用权，而是需要经过一定的法定程序。直播吧忽视了这一点，直接使用“懂球帝”商标包装自己打造“新懂”，侵犯了尚未从多格科技转移走的商标权。根据《商标法实施条例》第 32 条：

“注册商标专用权因转让以外的继承等其他事由发生移转的，接受该注册商标专用权的当事人应当凭有关证明文件或者法律文书到商标局办理注册商标专用权移转手续。

商标移转申请经核准的，予以公告。**接受该注册商标专用权移转的当事人自公告之日起享有商标专用权。”**

据此，商标拍卖情况下，买受人过户拍得商标的基本流程如下：

- 1、确认拍卖成交：**首先需要确认商标已经通过法院司法拍卖程序成功成交，并获取相关的拍卖成交确认书。
- 2、向商标局提出申请：**买受人需携带拍卖成交确认书等法律文书到商标局办理注册商标专用权移转手续。
- 3、商标局审核与公告：**商标局进行审核，如是否存在相同和近似商标的情况。如果审核通过，商标局将予以公告，受让人自公告之日起享有商标专用权。

如前文分析，本案不属于商标转让的情况，懂球帝显然也不会配合直播吧共同办理转让手续或者签署同意转让证明文件。根据《商标法实施条例》第 32 条规定和上述程序，在拍卖成功的前提下，直播吧只能依据司法拍卖成交确认的裁定向商标局申请办理移转商标的过户手续，否则其直接在自己的 app 上使用拍得商标的行为构成侵权。但根据该条第 2 款对相同或近似商标移转的规定，直播吧若无法完成近似商标的一并移转，商标局将视为放弃移转而不予核准公告。若无法完成商标移转手续，则意味着直播吧花费两千万人民币重金拍得的商标无法使用，“侵权者”似乎也处于两难境地。

（二）直播吧可能的救济途径

为跳出两难困境，直播吧曾寻求以较低价格全面受让与上述 40 件拍卖的注册商标近似的注册商标，从而满足“一并移转”的要求、消除法定障碍但遭到拒绝，直到法院裁定撤销已进行的拍卖。在此情形下，直播吧可以根据《民事诉讼法》第 236 条的规定就该裁定向上级人民法院申请行政复议。

如前所述，“懂球帝”商标被查封、拍卖并非自身意愿，故直播吧难以向懂球帝主张恶意磋商的缔约过失责任。但懂球帝商标的拍卖信息中明确告知了“对拍卖标的能否办理过户手续以及办理时间等情况，请竞买人在竞买前自行到相关职能部门咨询确认”，直播吧在参与此前的司法拍卖时，未尽到尽职调查义务，因而使自身作为买受人的合法权益存在风险，亦为商标买受人提供前车之鉴。

三、结语

商标的竞买人通过司法拍卖取得商标权，是盘活知识产权资产，加快实现知识产权市场价值的重要举措，能够促进新领域、新产业、新业态知识产权的加速流动，在进一步改善和优化营商环境中起到举足轻重的作用。但商标权的本质在于商标权所承载的商誉，实际使用是商标的核心所在。**对于通过司法拍卖取得的商标，竞买人在取得商标后，应使特定商标与特定商品或服务之间建立起真实的联系，从而持续的投入市场，发挥知识产权塑造营商环境的引领作用。**

下一期将发布“以案说法看商标保护与执行”系列第三篇，也是完结篇，将从懂球帝与直播吧个案争议延伸至更普遍的商标权保护经验借鉴，旨在帮助企业树立知识产权保护意识，形成风险防控、高效应对纠纷等保护策略，敬请关注。

免责声明：本资讯信息及解读仅作为一般法律信息参考，不代表金茂律师事务所或本所律师对具体法律问题的法律意见或建议。如果您需要针对特定问题的法律咨询和交流，欢迎与本所联系。