

# 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）

作者：李瑗希（北京大学法学院，2025 届法学理论研究生）

审校：蔡果律师，金茂（北京）律师事务所

本文参考并鸣谢金茂律师事务所谢瑞强、蔡果及周棒：

[“直播吧”VS“懂球帝”：商标权强制执行风云背后的法律迷局](#)

## 【导言】

商标作为企业无形资产，不仅承载着巨大的商业价值，其交易还会对市场竞争秩序和消费者权益产生重要影响。因此，商标的注册、转让和质押往往伴随着复杂且严格的法律程序。由于我国现行法律法规并未就“商标拍卖”做出明确规定，但商标拍卖作为能够盘活商标资源并为债权人提供权利救济的有效方式，在市场交易中存在现实需求，因而频频引发争议。围绕商标拍卖及后续权利纠纷，国内知名体育资讯平台“懂球帝”与“直播吧”之间上演了一场风云变幻的市场角逐和持久商战。本系列评论聚焦二者之间的商标争夺战，透视法律真空中的实践迷局，在澄清案件事实的基础上浅析商标拍卖及强制执行过程中的法律问题，以期为企业知识产权保护、筹划定纷止争策略提供助益。

本系列共三篇，本文为首篇《风云突起：“懂球帝”商标拍卖事件始末概览》着重在事实层面上梳理懂球帝与直播吧之间就商标拍卖及后续发生的商标侵权纠纷，还原事件全过程并对相关法律问题进行全局呈现；第二篇《拨云见日：如何保护商标权人及买受人利益》从法律层面分别站在懂球帝和直播吧，即原商标权人和商标买受人权利保护的角度，分析商标拍卖给竞争对手的影响、相同或近似商标如何处理、买受人如何完成商标专用权移转从而避免侵权风险等法律实务问题；第三篇《未雨绸缪：企业如何通过商标规划保护核心知识产权》从个案延伸到更普遍地为企业商标权保护的借鉴，如通过注册防御性商标并在商标使用过程中定期监测与及时维权等。

## 一、“懂球帝”商标拍卖事件始末

“懂球帝”于 2013 年 12 月发布，最初是一款为广大足球迷量身打造的足球软件应用，后发展成为全国规模的体育内容平台和社区，其商标运营公司为北京多格科技有限公司（简称“多格科技”）。2014 至 2018 年间，多格科技就“懂球帝”中文图形组合申请注册了一系列商标（但并未申请注册“懂球帝”纯中文文字商标），此外还申请注册了例如“懂球弟”、“懂球妹”、“懂球号”、“懂球姐”、“懂球霸”、“懂球兄弟”、“董求帝”、“董球蒂”等众多类似商标，并在不同类型的商品上提出对上述商标的注册申请。通过如此覆盖广泛的商标注册活动，多格科技巩固了其品牌知识产权保护策略，在市场竞争中占据了有利地位。

**“商标拍卖”本质上拍卖的是商标权：**由于商标权是财产权的一种，因此它可以通过有偿转让而成为交易标的。但商标权作为一项重要的知识产权又不同于一般的财产权，而是一项依法申请、经国家机关核准后取得的特殊权利，因此**商标权的执行不同于一般财产。法院对被执行的商标进行拍卖必须遵守《商标法》的相关规定，如必须对被执行人所有相同或类似商标进行一定拍卖。**同时，对买受人而言，商标权的拍卖取得是一种要式法律行为，即买受人必须履行法律规定的移转手续才能完成过户并最终获得商标专用权。

“懂球帝”商标拍卖的发起人为多格科技投资方之一——北京天星开元投资中心（有限合伙）（以下简称“天星资本”）。2016 年，多格科技推进 C 轮融资，天星资本以 3000 万元融资入股，成为多格科技股东。随后，天星资本出现经营困难，要求从多格科技撤资。经协商，双方约定将天星资本 3000 万元投资款转为多格科技应当对天星资本履行的债务（股转债）。有关该债务的履行，双方始终无法达成一致。2022 年 4 月 26 日，天星资本向中国国际经济贸易仲裁委员会提交书面仲裁申请。8 月 5 日，经天星资本申请，北京市第一中级人民法院经审查裁定对多格科技对包括“懂球帝”商标在内的价值 3300 余万的财产进行了保全。12 月 18 日，仲裁结果公布，多格科技输掉仲裁，不仅需返还天星资本的投资款 3106 万元，还需向其支付违约金 887 余万元和保全费等其他费用。依据仲裁裁决，天星资本向法院申请强制执行，北京市一中院于 2024 年 4 月 26 日对多

格科技拥有的“懂球帝”系列商标司法拍卖。

根据法院评估报告，“懂球帝”系列商标的估值只有人民币 21,893 元，引发众多公司对这些商标的激烈争夺。最后，“懂球帝”的直接竞争对手——“直播吧”成功以 **2091.8624 万元** 拍得“懂球帝”40 个商标，其运营公司为厦门傲播网络科技有限公司（以下简称“傲播网络”）。2024 年 6 月 13 日，多格科技向北京市一中院提出执行异议申请，并于 7 月 25 日正式开庭质证。9 月 5 日，国家知识产权局向多格科技出具《商标转让申请补正通知书》，告知其被拍卖的 40 个商标中有 22 个与尚未被拍卖的部分商标存在近似，应当一并办理转让；多格科技另需提交知晓并同意转让/转移另外 18 个商标的声明。10 月 20 日，商标局核准共计 18 个商标从多格科技转让给傲播网络。10 月 28 日，法院分别又向多格科技和傲播网络下发（2024）京 01 执异 430 号《执行裁定书》，以“多格科技同时还拥有多件类似商标，法院在未审查类似商标并要求一并转让的情况下，不能仅对 40 件商标进行拍卖”为由，撤销了前述 40 件商标的司法拍卖。

## 二、“懂球帝”商标权纠纷基本案情

利用短暂拍得的“懂球帝”商标，“直播吧”开发者将其重新包装为一款同样名为“懂球帝”的体育资讯 APP（为方便区分，以下称为“新懂”）并于 2024 年 6 月 20 日在各大平台上线。事实上，早在 2024 年 4 月 30 日，一家名为“厦门懂球帝信息技术有限公司”的公司已注册成立，其实际控制人正是“直播吧”创始人。多格科技的“懂球帝”（以下称为“老懂”）在失去商标后也有自己的应对策略：他们将之前的“懂球帝（极速版）”改名升级，使用 2014 年申请注册的类似商标“懂球弟”对“老懂”做了全方位复制（以下称为“弟站”）。据部分用户于 5 月的测试，在一些平台上搜索“懂球帝”显示的还是“老懂”和“弟站”，需要通过“直播吧”的开发者信息才能找到“新懂”。但在部分手机中，检索“懂球帝”即可同时出现“老懂”、“新懂”和“弟站”。

2024 年 7 月 9 日，多格科技向北京海淀法院起诉傲播网络不正当竞争和商标侵权并索赔 3000 万元，得到海淀法院受理。为避免争议，傲播网络于 2024 年 10

月 28 日主动将其开发的“新懂”在苹果 App Store 和 vivo 应用商店下架。2024 年 11 月 19 日，可能因为上月（2024 年 10 月）法院又撤销了此前对懂球帝系列商标的拍卖，此前被苹果和安卓应用商店下架的“老懂”全面恢复上架。

### 三、涉及法律问题

本案中，多格科技的“懂球帝”商标因强制拍卖，被其竞争对手“直播吧”买走并“套壳发布”直接引起市场混淆的竞品，对企业发展、市场秩序和消费者权益保护产生不利影响，由此可能涉及以下法律问题：**从商标权人角度**，依据现有法律法规，企业存续期间其核心商标能否被拍卖？相同或近似商标应如何处理？特别是当竞拍人包含直接竞争者时，如何保护商标权在拍卖后不被竞争者滥用从而损害原商标权人的利益？**从买受人角度**，重金拍得的商标应如何使用，才能在发挥商标价值的同时规避侵权风险？如果确有侵权，买受人的权利如何得到救济？**从规则制定角度**，如何通过立法和司法对拍卖过程进行更加严格的审查和规制，从而平衡双方利益并防止不正当竞争？在下一期“直播吧”VS“懂球帝”商标拍卖案例评述中，我们将深入这场商标权强制执行风云背后的法律迷局，这些问题的回答不仅涉及商标的特殊属性、价值功能等理论命题，更对企业合规经营、保护核心知识产权具有实务意义。

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。