

制止商業侵權 保護消費者

「我這個名字後面，代表着我的經歷、汗水、傷病和心血，我應該對它有起碼的尊重，所以我要維權。我相信米高佐敦以及很多像我們這樣的人，會有一樣的感受。而且，把事實澄清、把真相告訴大家，讓一些有目的、誤導性的商業行為停止下來，對消費者也是一種保護。」這是姚明12日接受新華社專訪時，就近來備受關注的「體育名人維權」現象，專門發出的聲音。



■2011年底，姚明告贏「姚明一代」。網上圖片

2011年底，姚明告贏「姚明一代」。「姚明一代」這個案子一審勝訴後，我們繼續提起上訴，因為我們認為30萬元人民幣的罰款並不足以起到有效的懲戒效果，還是會讓對方感覺違規成本很低。」姚明說，從2001年發現「姚明」被註冊相關企業名稱，到2003年發現「姚明一代」被申請註冊商標，自己的團隊已經展開了近10年的維權過程，直至2011年底武漢市中級人民法院一審判決武漢雲鶴大鯊魚體育用品有限公司侵犯姚明姓名權，賠償人民幣30萬元。

請人「高抬貴手」 不如依法維權

「我必須對自己姓名有起碼的尊重，也要對消費者進行保護，因為他們對我的名字給予了充分信任，但假借我的名字的商標或者品牌，顯然會產生有目的的誤導。」姚明說。

10年前當姚明進入NBA打球的時候，「姚之隊」就有意地把他的名字去進行相應註冊。姚明說：「那個時候我們就發現，已經有人在用我的名字在進行各種註冊了。當時我們還想着請對方『高抬貴手』，不要繼續使用我的名字。但發現這樣的溝通沒有用，就只好借助法律途徑來解決了。」

姚明坦言，展開法律維權後，對方曾主動與自己的團隊溝通，希望通過經濟方式開展合作，但姚之隊拒絕了，「理由很簡單，這就好比有人招呼都不打就把你的東西拿去用，回頭跟你商量說『以後我們一起用吧，賺的錢一人一半』。有這樣的道理嗎？」

遵守規則才能良性發展

姚明表示，目前自己還沒有用自己的姓名開發體育品牌的打算，「這個事情是要有興趣愛好的，而且也要看有沒有成熟的、好的商業計劃。我的做事風格是，如果沒有好的計劃，做不出和我自己的品牌相匹配的東西，我寧願先放在那兒不做。」但他強調，這不代表自己不去維護自己的正當權益。

當姚明對「姚明一代」侵權提出高價索賠的同時，也有質疑認為姚明2003年起訴某國際知名品牌包裝侵犯肖像權時僅提出「1元索賠」，有些厚此薄彼。對此姚明表示，採取不同的方式維權，其實考慮的是要針對侵權方的「要害」來採取行動。

「國際知名品牌在乎的是它的品牌的聲譽，付出聲譽的代價是他們的最大成本，而『姚明一代』的最大成本是什麼？直接就是經濟。我們維權，就是要讓對方感受到成本太大，從而停止侵權。」姚明說。

姚明認為，近些年來，中國的體育與市場融合度越來越高，體育市場化、職業化的程度也不斷推進，體育名人的效應也越來越多地被人們所關注、認可，一些體育產業和品牌希望借助名人效應來開拓市場，也是無可厚非的，但應該在法律法规的範疇之內，「任何事情都是有規則的，球場上有球場的規則，商場上有商業的規則，大家都遵守，才能形成良性競爭和良性的發展。所以我們國家相應的法律法规，也應該跟上去，更加完善。」

「一直模倣、永遠無法超越」

談起「飛人」米高佐敦(中國譯名為喬丹)狀告喬丹體育侵犯姓名權一案，姚明表示這個案子尚在進行中，他不便發表評論，但他強調說：「這件事給了我們一個很好的提醒：一個企業要有自己的生命，必須要有自主創新能力。」他笑道：「記得有一句話叫『一直被模倣，從未被超越』，其實反過來說，就是『一直模倣，永遠無法超越』。」

事實上，中國企業品牌「傍名人」、「傍洋貨」的現象一直備受詬病，着實為中國品牌的長遠培育敲響了警鐘。在姚明看來，怎麼看待自己的品牌、如何發展企業的品牌，與企業的發展目標直接相關。

「品牌的建設是需要很長時間的。」姚明說，「其實國內已經有一些品牌取得了不錯的成果，這中間當然包含了他們的長期努力。但客觀來說，我們的產業發展經歷了較長的『抄襲與借鑒』的階段。

當然，如果一個企業只是為了經濟利益，它可能不會在乎這些，但如果一個企業是有目標、希望對社會帶來一點影響和改變，那就應該有自己想法，不能永遠都是抄襲、借鑒。」

姚明認為，目前發生的一系列「體育名人維權」事件，不僅會讓人們更多去思考和探討企業品牌與知識產權的保護，也會先從「規則」的層面來推動中國加強對知識產權的保護，「我相信，在我國的法律框架內，知識產權保護是可以做得很好的。」

■香港文匯報記者 梁啟剛



■姚明稱中國的體育與市場融合度越來越高。新華社



■姚明為自己姓名維權。路透社

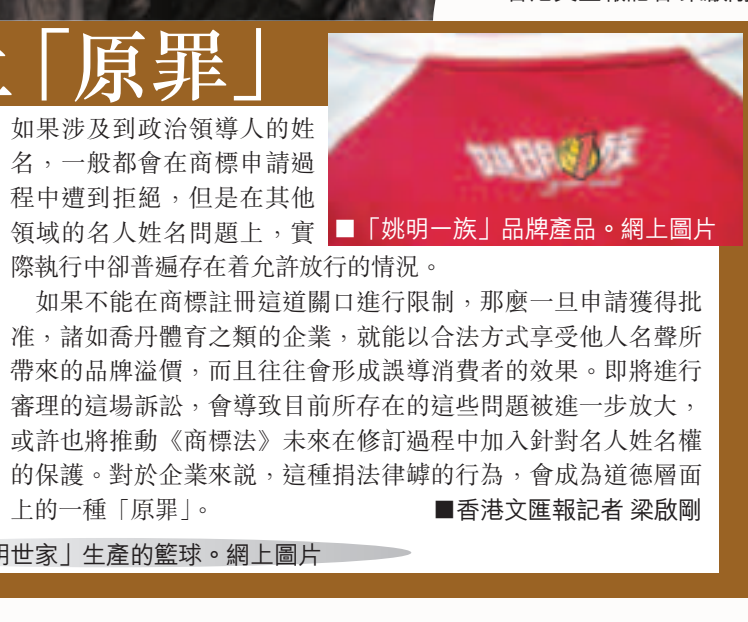
姚明為「名」發聲

喬丹告喬丹 侵犯姓名權案

美國前籃球巨星、「飛人」米高佐敦(中國譯名為喬丹)早前向中國一家法院提起訴訟，指控中國運動服飾生產商喬丹體育股份有限公司未經許可「蓄意且毫無顧忌」使用其姓名，並且誤導中國消費者。米高佐敦在聲明中表示：「當我了解有其他企業未經我許可便利用我的中文名字、球衣號碼，甚至試圖利用我孩子的名字開展商業活動，我感到非常失望，我採取這一行動的目的是保護我所擁有的姓名權及品牌。這項訴訟的目的不在於經濟訴求，而是旨在對姓名權的保護，是一個原則性問題，我計劃將訴訟有可能得到的所有經濟賠償用於發展中國的籃球事業。」

喬丹體育股份有限公司總部坐落在有着「中國鞋都」之稱的福建省晉江市，在這裡還誕生了安踏、匹克等眾多運動品牌。喬丹體育前身為成立於1984年的福建省晉江市陳埭溪邊日用品二廠，屬於集體所有制企業，由丁老歲、丁國雄父子注資13.6萬元設立；目前，公司實際控制人為丁國雄和丁也治夫婦，主要從事運動鞋、運動服裝、運動配飾產品的设计、生產和銷售。2009年12月，公司前身福建喬丹整體變更為股份有限公司，喬丹體育誕生。2010年，該公司實現營業收入約29.3億元，淨利潤5.2億元。2011年上半年的營業和淨利分別為17億元、2.8億元。

■香港文匯報記者 梁啟剛



■米高佐敦告喬丹體育股份有限公司。資料圖片

■「姚明一族」品牌產品。網上圖片

■香港文匯報記者 梁啟剛

企業走法律罅 道德上「原罪」

焦點評

在國內的諸多名人裡面，姚明已經算是維權意識較強的一個，當初剛剛登陸NBA，他就通過「姚之隊」註冊了一系列與自己名字有關的商標。即便如此，姚明還是防不勝防地成為了商標搶註的受害者。在市場上，人們可以看到「姚明一代」、「姚明一族」、「姚明世家」等諸多品牌。有趣的是，其中某一家企業的負責人，名字恰恰也是「姚明」，令人更加難以從法律層面上評判孰是孰非。

大多數情況下，那些山寨品牌往往可以頑強地存活於市場上。之所以會出現這種情況，主要還是基於現行《商標法》沒有專門的限制性條款。事實上，

如果涉及到政治領導人的姓名，一般都會在商標申請過程中遭到拒絕，但是在其他領域的名人姓名問題上，實際執行中卻普遍存在着允許放行的情況。

如果不能在商標註冊這道關口進行限制，那麼一旦申請獲得批准，諸如喬丹體育之類的企業，就能以合法方式享受他人名聲所帶來的品牌溢價，而且往往會形成誤導消費者的效果。即將進行審理的這場訴訟，會導致目前所存在的這些問題被進一步放大，或許也將推動《商標法》未來在修訂過程中加入針對名人姓名權的保護。對於企業來說，這種捐法律罅的行為，會成為道德層面上的一種「原罪」。

■「姚明世家」生產的籃球。網上圖片

