互联网环境下商标权的法律保护

——以合一公司与优酷支付公司侵害商标权纠纷案为例

◆纪维林

（高邮市人民法院，江苏 扬州 225600）

【摘要】在互联网经济时代，网络技术的创新和广泛应用，传统知识产权法中的调整领域出现了显著的变化。尤其是在《商标法》领域中，电子商务的迅速发展给商标权保护带来了挑战，最典型的就是网络域名与商标的冲突。域名在商业领域的深入使用，日益成为经济活动的一种商业标识。域名中包含的要素容易与他人已经注册的商标发生重叠，网友在使用该域名时容易将网络域名和注册商标混淆，网络域名与注册商标的混淆使用，严重损害了商标权人的合法权益。尽管我国《商标法》在2013年作出修订，但现行法律制度对网络环境下商标权人的合法权益难以进行有效保护，有待我们进一步思考应对之策。

【关键词】互联网；域名；混淆；商标权保护

一、问题的提出

优酷是合一集团旗下的国内知名视频网站，从2006年上线至今不断发展，积累了大量的用户群体，在国内视频网站中颇具影响力。2016年初，北京市石景山区人民法院受理了合一集团与北京优酷支付服务有限公司（以下简称“优酷支付公司”）商标侵权及不正当竞争一案，该案作为互联网金融领域第一起商标侵权和不正当竞争类案件，受到该领域及其他人的关注，优酷又一次占据公众的视野。合一集团旗下的优酷主张，“优酷”以及相应“YOUKU”标识在公司的经营运作下长期且持续地被使用，已被相关领域的消费者所熟悉。而优酷支付公司依旧在其经营的网站上使用“yokucn.com”这一域名，并且为网名提供移动支付等服务，故其行为已经侵害了原告优酷公司的注册商标权，影响了合一集团的商业信誉，存在不正当竞争，要求其停止使用“优酷”字样并更改企业名称，并索赔300万元。北京市石景山区人民法院经过审理认定优酷支付公司使用“优酷”以及相应“YOUKU”注册商标标识的行为构成侵权，故判令其变更“优酷支付”企业名称，停止侵权，并赔偿经济损失及合理支出共计50万元。

本案中争议焦点在于网络域名与商标之间的冲突。在市场双方主体都享有商标权的情况下，某个市场主体的域名同他人的注册商标相同或近似时，是否形成混淆，如何认定其使用商标的行为是否构成商标侵权，损害商标权人的利益。

二、互联网环境下商标权保护面临的挑战

在传统知识产权理论中，知识产权是权利人依法对其在科学、技术、文学、艺术领域等，从事智力活动而创造的精神产品所享有的权利。但在“互联网＋”的大背景下，计算机技术和信息技术的普及与发展，使知识产权的内涵进一步扩大，出现了以域名为代表的各类新客体。

（一）网络域名等新型标识使商标专用权保护面临挑战

域名作为连接互联网中计算机的地址，因易记方便，广泛用作商业标记。在市场经济领域，商家为了使消费者更熟悉自家企业及产品服务等，通常在设置网站域名时，会将企业名称或企业知名商标的英文缩写作为第一选择。互联网时代，抓住大众眼球就是抓住了经济命脉，企业域名的大众化可以助力企业进一步扩大市场知名度、提升企业综合影响力。商标在长期使用过程中，会自主建立起商誉，商标专用权的保护就是来源于此。而他人对注册商标的不正当使用会使商誉受到损害，《商标法》对于企业商誉的保护是有限度的，他人对于已注册商标的使用并未完全被禁止。在传统市场领域，为实现自身利益最大化，在商标权效力范围人不正当使用注册商标，进而引发商标权纠纷的案例数不胜数。同样在互联网环境下，网络域名为代表的新型标识，其在对商标的使用过程中更是复杂，使得商标权的保护面临更大的挑战。

（二）商标权侵权的认定有待厘清

商标权保护中最大的障碍在商标使用过程中的侵权认定。使用与他人商标相同或相似的域名，是否构成商标侵权，学者们也是争论不一。有学者认为电子商务是不可能离开传统的商品或服务的生产者、经营者而独立存在的，真正引导消费者的应该是网站提供信息中所反映的实体内容，并非网站的名称，所以域名不可能普遍导致消费者对商品或服务的混淆，也就不会干扰正常的经济竞争秩序。也有学

者提出了初始兴趣混淆的概念，认为第三人使用与注册商标相同或相似的商标误导消费者在实际购买前会发生混淆行为。 一般情况下，未经许可在相同商品上使用与注册商标符号相同的商标，往往会直接导致公众混淆、误认，可以认定构成商标侵权，但并非绝对侵权。 以本案为例，优酷支付公司使用“优酷”标识和“yokucn.com”域名，尽管“优酷”标识获得优酷商标权人的同意使用，但是优酷作为知名商标，不管优酷支付公司是否善意使用，都有利用优酷商标进行牟利的嫌疑。 此外，“优酷”商标经过商标权人的同意使用，但是优酷支付公司注册的域名和优酷的域名极其相似，这种情况下，网络用户在利用域名搜索相关网站内容时，是否会产生混淆？ 尽管本案最终裁决优酷支付公司构成商标侵权并存在不正当竞争，但实践中对于这类商标侵权的认定，有待厘清。

三、互联网环境下商标侵权的认定及应对之策

在互联网领域，通过商标标识的使用以达到吸引消费者的形式呈现多样化，例如，关键词搜索、网络域名传播、广告弹窗等。 在电子商务时代下，恶意商标侵权人在侵害商标权时已不再是“拿来主义”，而是通过技术手段对注册商标进行二次加工。 这种既不在商标权效力范围内且有别于传统的商标使用方式，在产生商标权纠纷时应该如何认定侵权，是亟须解决的问题。

（一）网络域名使用造成商标权纠纷的几种类型

1.域名注册侵犯已有商标权

在权利人已有商标权还未注册域名时，擅自使用注册商标中的文字、单词或者字母，恶意抢注域名；或者尽管没有恶意，但是在多个主体同时对一个商标享有商标权时，其中一个商标权人在先对该商标注册了域名。 对于恶意抢注域名的，严重侵害了商标权人的合法利益，各国立法均普遍予以禁止。 而对于善意注册域名的情形，法律规定了域名的“先申请先注册”原则，但域名与商标权权利之间的利益无法达到平衡。

2.已有商标注册域名后的混淆使用

商标权利人在注册商标后，为了达到更好地宣传企业名称或者商品服务的目的，会结合商标去注册域名。 这里的网络域名使用会造成商标纠纷，主要表现在后注册商标的权利人将他人已经注册的域名中的核心部分，或者是在低一级域名中使用与他人域名相同的部分，作为自己的域名加以使用。 此外，虽未注册商标，但是取得商标权利人的许可使用也应归属此种类型。 对域名的使用仅仅只是吸引消费者的关注，而非指示商品服务的来源，理论上是否就不会产生混淆误认的结果，需要进行区分。

（二）商标权纠纷下的侵权认定

网络域名使用造成的商标权纠纷，对商标权侵权的认定要根据不同情形并且有原则地进行判断。 这里的原则，简而言之就是在平衡公共利益的基础上，根据商标使用行为产生的后果来认定是否构成侵权。 商标权本身的无形性，使得其难以限定在注册申请时确定的范围，商标权不可避免会扩张。 在充分考虑到商标权人的利益保护时，不可单一认为域名这类新型互联网营销模式在对注册商标使用会形成初始兴趣混淆而认定侵权。 在侵权认定过程中，要结合商标使用过程中产生的结果，平衡好商标权人和公共主体之间的利益。 其中，对于上述多个主体同时对一个商标拥有商标权时，善意注册域名的情形需要考虑到公共利益，应该按照商品或服务的类别，保护本行业类别中在先注册标识。 在商标与域名发生冲突时，应根据不同情况做出不同处理，既要保护商标权人的利益，又要保护域名注册人的合法权益并促进互联网的发展。 而对于已有商标注册后域名使用造成纠纷时的侵权认定，则要根据已注册商标的类型、域名使用是否混淆消费者并带来市场替代风险来综合判断。 如果已注册商标是驰名商标，对驰名商标域名的使用，即使是善意使用也是不正当竞争，有搭便车之嫌。 而已注册商标不是驰名商标，就需结合域名使用过程中有无混淆消费者并带来市场替代风险来判断商标侵权。

（三）互联网环境下商标侵权的应对之策

1.将初始兴趣混淆限制为对驰名商标侵权的认定标准

初始兴趣混淆在我国《商标法》中还未曾作为商标侵权的认定标准，但各国司法实践中逐渐出现将商标使用对混淆的认定标准从销售中向销售前推移的倾向。 初始兴趣混淆来源于美国布鲁克菲德通信有限公司诉西海岸娱乐公司案的判例，在该案中被告将原告享有商标权的注册商标作为网页标识进行使用。 原告认为被告的行为侵害了自己享有的商标权，故向联邦地方法院申请禁令，要求被告停止在网页使用该注册商标，但联邦地方法院认为原被告提供服务的领域不同，不会使公众产生混淆。 后原告上诉，联邦第九巡回上诉法院认为混淆误认应该包括初始兴趣混淆，认定被告西海岸娱乐公司构成商标侵权。 在我国《商标法》中，对于混淆的发生主要集中在商品或服务出售的过程。 是否构成侵犯注册商标专用权，原则上要以是否存在造成公众误认、混淆可能性作为基础判断。

互联网时代，初始兴趣混淆被部分侵权人运用到了极致。 社会在不断发展与进步，市场竞争也愈加激烈，部分商人认为即使不能让消费者误认为自身商品与商标权人的商品有关联，但能够吸引消费者目光，为自家产品和服务带来流量已经达到目的了。 进一步而言，域名与商标等标志相同并不必然直接导致网络用户的混淆，一般来说，消费者意识中不自觉地将域名与驰名商标相联系。 而对于一般商品商标使用行为，只要行为人能够证明自己行为存在合理事

由，不存在故意欺诈，就不会构成商标侵权。 在合一集团诉优酷支付公司一案中，“YOUKU”作为驰名商标，合一集团在诉前将优酷支付公司注册的“yokucn.com”域名通过向世界知识产权组织提起域名仲裁的方式，请求收回并关闭其网站。 经过仲裁专家组的认定，“yokucn.com”域名同合一集团旗下优酷商标混淆近似，构成商标侵权。 因此，对于目前出现的域名为代表的商标权纠纷，初始兴趣混淆在认定商标侵权时宜限制在对驰名商标的侵权认定内。

2.用《反不正当竞争法》替代补充规制商标侵权行为

新型营销手段引起对驰名商标侵权纠纷时，可以通过初始兴趣混淆来作为对商标侵权的认定。 在对非驰名商标时，行为人未经权利人许可，将已注册商标相同或相似的元素内容注册为域名，并通过该域名进行相关的电子商务交易，使公众产生误认的行为，当然可以将其作为恶意域名抢注由《商标法》进行处理。 然而，若行为人获得商标权利人的许可后，或者多个主体就同一个商标拥有商标权时，就该商标相同或相似文字作为域名注册进行使用。 如果对于此类非驰名商标的域名注册使用，借助初始兴趣混淆来认定商标侵权则显得苛刻。 鉴于此，可以借助《反不正当竞争法》中的“是否通过注册域名和使用域名实施不正当竞争来判断”，通过判断其是否构成不正当竞争，替代补充规制此类商标侵权行为。 如果行为人与商标权人存在竞争关系，行为人采用与商标权人近似的商业标识，目的是通过运用近似的商业标识以吸引消费者。 于此宜放松对《反不正当竞争法》“损害其他经营者合法权益”的严格适用，将重点转移到被告行为“不正当吸引消费者”的判断和认定上来，走出以域名注册、使用本身判断商标侵权难的困境。 通过对不正当竞争的认定，来更好地维护与保障公平竞争的市场秩序，维护商标权利人应有的合法权益。

四、结束语

在网络和新侵权方式的出现以及网络引起的商标侵权行为对知识产权法的压力下，《商标法》的蜕变已经走得太远。 在这个知识经济时代，创新作为时代的灵魂，企业如果因创新而产生的知识产权得不到有力的保护，那么创新便会很快被复制，不仅创新的成本无法回收，而且会因创新成本增加产品价格，使得新产品失去市场竞争力。 如何保证知识产权尤其是商标权的专有性不被削弱，不仅是理论问题，也是网络立法问题，值得我们认真探讨。 在商标权利扩张之时，我们要及时设计出完善的合理使用等权利限制制度。 一方面，要限制包括初始兴趣混淆的运用；另一方面，也要借助《反不正当竞争法》来减轻权利扩张产生的不公平竞争的疑虑不安的情绪，最大程度上合理保护商标权人的合法利益。

参考文献：

[1]刘春霖.论互联网上商标权的保护[J].河北法学,2005(06):60-63.

[2]谢冠斌.从域名的法律保护看知识产权制度的发展[J].法学评论,2001(03):61-66.

[3]刘燕.论互联网环境下商标侵权认定的标准及原则[J].兰州大学学报(社会科学版),2015,43(01):157-162.

[4]张德芬.商标侵权中“使用”的含义[J].知识产权,2014(09):3-10.

[5]赵林青.对域名法律保护的思考——以域名与商标的冲突为视角[J].法学杂志,2007(05):58-61.

[6]李友根.论消费者在不正当竞争判断中的作用——基于商标侵权与不正当竞争案的整理与研究[J].南京大学学报(哲学.人文科学.社会科学版),2013,50(01):44-54,159.

作者简介：

纪维林(1991－),男,汉族,江苏扬州人,本科,研究方向:民商法。