特别关注

□ 本报记者 董 磊

一起具有典型意义的知识产权司法保护案件——

“非诚勿扰”缘何被“灭灯”？

1月16日晚，当许多电视观众坐在电视机前，准备像往常一样观看江苏卫视节目《非诚勿扰》时，却发现其名称已更改为《缘来非诚勿扰》。一档开播了6年的名牌电视栏目，为何改变其已经取得极大知名度的栏目名称？这还要从一起持续了近3年的商标侵权案说起。

江苏卫视“缘来非诚勿扰”官方网站截图（2016年1月26日）。

名牌被诉，三年两审终见分晓

《非诚勿扰》系江苏卫视播出的一档婚恋交友类电视节目，于2010年元月开播，很快走红，成为国内家喻户晓、收视率极高的电视节目。

然而这一名牌栏目，却在2013年2月被诉侵权。2009年2月16日，原告金阿欢向国家商标局申请“非诚勿扰”商标，并于2010年9月7日获得了商标注册证，核定服务范围为第45类，包括“交友服务、婚姻介绍所”。

江苏卫视《非诚勿扰》开播后，金阿欢认为，《非诚勿扰》是婚恋交友节目，与自己获得注册商标专用权的第45类的“交友服务、婚姻介绍所”服务类别相同，同时《非诚勿扰》与自己商标的名称也完全相同，故认为江苏卫视一方侵害了自己的商标专用权，遂于2013年2月向深圳市南山区法院起诉江苏省广播电视总台及合作伙伴深圳市珍爱网信息技术有限公司，要求停止侵权。

一审法院认为，江苏电视台的《非诚勿扰》电视节目虽然与婚恋交友有关，但终究是电视节目，相关公众一般认为两者不存在特定联系，不容易造成公众混淆，两者属于不同类商品（服务），不构成侵权，遂于2014年12月驳回原告金阿欢的诉讼请求。

随后，原告金阿欢提起上诉。2015年12月，深圳市中级人民法院作出终审判决：撤销广东省深圳市南山区法院的一审判决；被上诉人江苏省广播电视总台立即停止侵害上诉人金阿欢“非诚勿扰”注册商标行为，即其所属的江苏卫视频道于本判决生效后立即停止使用《非诚勿扰》栏目名称；被上诉人深圳市珍爱网信息技术有限公司立即停止侵害上诉人金阿欢“非诚勿扰”注册商标行为，即于本判决生效后立即停止使用“非诚勿扰”名称进行广告推销、报名筛选、后续服务等行为。

商标侵权，反向混淆不可忽视

本案中，被告应诉的主要抗辩理由包括：1、《非诚勿扰》栏目名称不是商标性的使用；2、《非诚勿扰》是电视文娱节目（第41类），与原告的“交友服务、婚姻介绍所”（第45类）类别不同，不存在交集、不存在识别混淆。故不构成对原告商标权的侵害。

对此，原告认为：电视节目本身是一种服务，电视栏目名称的使用本身就是商标性使用，《非诚勿扰》栏目名称就是将“非诚勿扰”作为服务的标识即服务商标使用。

其次，从商标的定义与功能看，当从事某一类服务超出该行业的一般性特征并延伸覆盖其他类服务时，必须予以必要的审慎并避免与覆盖类别服务中的他人注册商标专用权发生冲突。《非诚勿扰》电视节目不是通常的娱乐节目，而是婚恋交友节目，并非专业演员上场，而是求婚“真人秀”。《类似商品与服务区别表》不构成对本案商标侵权认定的障碍，应让位于司法解释关于类似商品和服务的认定标准。《非诚勿扰》婚恋交友服务与原告的服务应认定为相同类别。

深圳中院二审认定，江苏电视台《非诚勿扰》节目，从服务目的、内容、方式、对象等判定，其均是提供征婚、相亲、交友的服务，与上诉人“非诚勿扰”商标注册证上核定的服务项目“交友、婚姻介绍”相同。

同时，江苏电视台通过江苏卫视播出《非诚勿扰》，收取大量广告费用，也在节目后期通过收取短信费获利，足以证明系以营利为目的的商业使用，其行为构成侵权。在判定本案被上诉人是否构成侵害商标权时，不能只考虑《非诚勿扰》在电视上播出的形式，更应当考虑该电视节目的内容和目的等，客观判定两者服务类别是否相同或者近似。

二审判决书还特别指出，由于被上诉人江苏电视台的知名度及节目的宣传，而使相关公众误认为权利人的注册商标使用与被上诉人产生错误认识及联系，造成反向混淆。

法律专家表示，本案与一般商标侵权案件的不同之处，就在于这是一起典型的反向混淆侵权案件。在一般案件中，商标持有人的商品或服务具有一定的知名度，而未经许可的商标使用人的商品或服务并不出名，其商标使用行为使得公众误认为其商品或服务与商标持有人的商品或服务具有关联，从而造成两种商品或服务的混淆。而在本案中，“非诚勿扰”商标持有人金阿欢的交友、婚介服务并不广为人知，而江苏卫视的电视节目却具有很高知名度，因此江苏卫视使用“非诚勿扰”商标的行为使得公众误认为金阿欢的服务与江苏卫视的节目之间存在一定的关联，造成了反向混淆。

在本案二审上诉过程中，原告也反复强调，由于江苏电视台的强力宣传，已客观上淹没了原告的商标，不可避免地压缩了法律预留给商标注册人的权利空间、压缩了权利人今后正常的品牌运行空间。

规避风险，注册在先尤须牢记

在本案审理过程中，有人质疑金阿欢起诉江苏卫视有商业炒作、恶意诉讼之嫌。

法律专家表示，这一质疑在法律层面上是不成立的。金阿欢是在2009年初向国家商标局申请“非诚勿扰”商标，并于2010年9月获得通过，从此“非诚勿扰”就成为受国家相关法律保护、具有知识产权的商标，任何人和单位都不能侵犯。而江苏卫视相亲节目《非诚勿扰》是在2010年才正式开播，并且没有申请注册商标，按照“先到先得”的原则，该商标自然属于金阿欢。法院作出侵权成立判决，既是对《商标法》等国家相关法律的维护，同时也是对商标持有人合法权益的保护。客观而言，作为一个已经开播6年之久，在全国已经具有相当影响力和知名度，同时也得到无数观众喜爱的相亲真人秀节目，《非诚勿扰》一朝改名，对节目的美誉度、影响力都会带来不利的影响，但法律的权威性不容挑战，它维护的是公平与公正，并不以人的感情为转移。

江苏卫视在解释其更名时也表示：“为维护法律权威，尊重法院判决，并满足广大观众要求，我台从本期节目开始，对已录制好的节目尽最大程度作出修改，并对该节目名称附加区别性标识，暂时更名为《缘来非诚勿扰》。”

业内人士认为，本案是一起具有典型意义的知识产权司法保护案件。在越来越多的现实服务以电视节目或互联网等方式呈现的时候，电视台、互联网公司等法人应当注意商标使用问题。电视台、互联网公司在给其制作节目“命名”的时候，不但要考虑到著作权问题，还要考虑到商标权问题，注意检索已经注册或在先使用的与其节目的实质性内容相同或相似的产品或服务的商标，避免使用相同或相似商标构成侵权行为的后果。

同时，本案也给诸多市场主体上了一堂生动的普法课：不管是创办一个栏目，还是一个品牌，不能只有品牌意识，却没有商标意识，否则再著名的品牌，也可能产生商标侵权，最终不得不改名，遭受巨大品牌价值损失。事实上，越是名牌，如果不注重商标权保护，就越容易陷入反向混淆的商标侵权之中。几年前，唯冠与苹果之间的IPAD商标权大战，最终迫使苹果支付了6000万美元。如今，以“灭灯”走红的《非诚勿扰》开播6年后，自己的名称却被“灭灯”了，知识产权保护的教训都是极为深刻的。

至于《非诚勿扰》改名后，是否已与金阿欢的注册商标有显著区别，主要是依据相关公众能不能对两者进行区分，不至于造成混淆。应当认为，改名后，关注交友婚介的相关公众能够对两者进行区分，可以认为具有显著区别。这样的话，就不构成侵权了。

专家观点

首都师范大学政法学院副教授刘召成：

江苏卫视《非诚勿扰》被判商标侵权合理

江苏卫视《非诚勿扰》节目侵害他人注册商标一案，随着深圳市中级法院的终审判决而尘埃落定。本案的案件事实并不复杂，但两审法院的判决结果却截然不同，其背后的法理基础与法律依据值得分析。

本案属于侵犯商标专用权案件，对于此类侵权行为我国《商标法》第57条有专门规定。这一条文列举了多种侵害商标专用权的侵权行为类型，而与本案相关的就是其中第（一）项的规定：“未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的。”根据这一法律规定，江苏卫视《非诚勿扰》节目是否构成侵犯商标专用权的侵权行为，需要综合三个要件予以判断：其一，江苏卫视使用“非诚勿扰”指代其电视节目，是否属于商标性使用；其二，江苏卫视使用的商标是否与金阿欢在先注册的商标相同；其三，江苏卫视是否与金阿欢在同一种商品或服务上使用该商标。

关于第一个要件的判定，其核心在于判断江苏卫视是否将“非诚勿扰”作为商标使用。金阿欢一方认为，江苏卫视是将“非诚勿扰”作为商标使用，“非诚勿扰”就是商标；而江苏卫视一方则认为，《非诚勿扰》仅仅是栏目名称而非商标。学理以及司法实践一般认为，商标是商品的生产者、经营者在其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品上或者服务的提供者在其提供的服务上采用的，用于区别商品或服务来源的，由文字、图形、字母、数字、三维标志、声音、颜色或上述要素的组合，所构成的具有显著特征的标志。简而言之，商标就是生产者或经营者采用的用于指代其商品或服务从而与他人的商品或服务得以区别的显著标志。江苏卫视以“非诚勿扰”指代其节目，通过该标志其电视节目得以特定化，从而与其他众多的交友类电视节目相区别，也就是说，“非诚勿扰”具有了指代商品或服务并与他人的商品或服务相区别的作用，因此，“非诚勿扰”就是商标，江苏卫视实质上是将“非诚勿扰”作为商标使用。

第二个要件的判定相对比较简单，就是将金阿欢和江苏卫视使用的商标进行比对，从而判断两者是否相同。金阿欢在先注册的商标为“非诚勿扰”，而江苏卫视栏目名称也是《非诚勿扰》，两者完全相同。

本案的疑难之处，同时也是双方当事人争议焦点以及两审法院分歧之处，在于第三个要件的判定。关于商品或服务是否相同或近似，主要依据我国工商总局颁布的《类似商品与服务区分表》进行判断。金阿欢注册的“非诚勿扰”商标被核定的服务项目为《类似商品与服务区分表》第45类下的内容，包括“交友服务，婚姻介绍所”等，如果江苏卫视《非诚勿扰》节目也属于第45类下的“交友及婚姻介绍服务”，那么两者就属于在同一种服务上使用“非诚勿扰”商标，江苏卫视的行为就构成侵犯金阿欢商标专用权的侵权行为，否则江苏卫视的行为不构成侵权。双方争议的焦点在于江苏卫视的《非诚勿扰》节目到底是电视文娱节目还是交友、婚姻介绍服务，两者分属《类似商品与服务区分表》的第41类和第45类。

江苏卫视的《非诚勿扰》节目虽然从形式上看是一种娱乐节目，但其与《跑男》等其他真人秀类娱乐节目存在显著区别。《非诚勿扰》电视节目的娱乐效果只是次要的，其主要功能在于提供一个未婚男女相互了解与婚恋交往的平台，也就是说，其本质是提供交友和婚恋介绍服务。只不过其采用的方法比较特殊，通过电视节目这一公开的平台将通常情况下相对隐秘的婚恋交友的服务过程展现在大众面前，通过大众对于这一过程的体验并与主人公同喜同悲，从而间接获得文艺娱乐的效果。因此，江苏卫视《非诚勿扰》的本质属性并非电视文娱节目，而是一种向公众提供的交友和婚姻介绍服务，属于《类似商品与服务区分表》的第45类，与金阿欢“非诚勿扰”商标核定的服务项目相同。一审法院之所以判决江苏卫视不构成侵权的原因在于，其不当地将江苏卫视《非诚勿扰》节目认定为《类似商品与服务区分表》的第41类下的电视文娱节目，这一认识没有揭示其真正的本质。

由以上分析可见，江苏卫视在《非诚勿扰》交友类节目中，未经注册商标“非诚勿扰”持有人金阿欢的同意，在同样的交友、婚恋服务中使用“非诚勿扰”商标，符合我国《商标法》第57条第（一）项的构成要件，构成对金阿欢注册商标专用权的侵害，深圳市中级法院的判决是合理的。

失

四十四部门

老

将

本报记者 李 哲

俗话说，欠债还钱，天经地义。然而，不少俗称为“老赖”的失信被执行人却拒不履行法院判决。记者日前从最高人民法院获悉，为打击老赖行为，由国家发展改革委和最高人民法院牵头，44家单位于1月20日联合签署了《关于对失信被执行人实施联合惩戒的合作备忘录》，失信被执行人将面临“一处失信、处处受限”的联合惩戒局面。

44部门联手进行失信惩戒

人民法院“执行难”是个老问题，据统计，近几年，全国法院每年新收执行案件300多万件，其中70%以上的案件存在财产债务人不主动履行，并恶意逃避执行或者暴力对抗执行等现象。

“信用惩戒机制严重缺位，失信成本过低，这种行为对其他市场主体形成负面示范效应，隐匿财产、逃避执行的现象越发普遍和严重。”最高法院副院长江必新介绍。

破解人民法院执行难需要全社会的支持，此次《备忘录》有44个部门联手进行失信惩戒，惩戒措施达55项，惩戒部门和措施之多在联合惩戒历史上也属少见。在信用信息共享基础上，原来由一个部门在一个领域对失信当事人实施惩戒，现在变为由多个部门在多个领域对失信当事人共同实施惩戒。惩戒对象既包括失信的自然人，也包括失信的单位及其法定代表人、主要负责人、影响债务履行的直接责任人员、实际控制人。

据介绍，联合惩戒范围涉及金融机构审批、民商事交易安全、食品药品经营、安全生产、政府优惠性补贴、国有企业监督管理、法定代表人任职、工作人员招录、文明单位参评、旅游、度假、限制出境及定罪处罚等30多个重点领域。

“老赖”到底有多少？

截至2015年12月底，最高法院已向社会公众发布失信被执行人名单信息308.02万例。据悉，2013年，最高法院正式建立了失信被执行人名单制度，并积极参与国家发改委牵头的“信用中国”网站建设和全国信用信息共享平台建设，主动推送失信被执行人名单信息。

那么，这308.02万例失信被执行人到底是哪些人？江必新介绍，根据最高法院《关于公布失信被执行人名单信息的若干规定》，具体指具有履行能力而不履行生效法律文书确定的义务，并具有下列情形之一的被执行人：（一）以伪造证据、暴力、威胁等方法妨碍、抗拒执行的；（二）以虚假诉讼、虚假仲裁或者以隐匿、转移财产等方法规避执行的；（三）违反财产报告制度的；（四）违反限制高消费令的；（五）被执行人无正当理由拒不履行执行和解协议的；（六）其他有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务的。

火车飞机银行通通亮红牌

想乘飞机？不行。想坐高铁一等座？不行。想到银行贷款？不行……如果拒不履行生效法律文书，成为失信被执行人，那么诸多限制将让“老赖”寸步难行。

据统计，截至2015年12月底，共限制失信被执行人乘坐列车59.88万人次；乘坐飞机357.71万人次。记者了解到，2014年6月18日、7月1日，中国铁路总公司、中国民航信息网络股份有限公司分别正式上线限制失信被执行人购买列车软卧车票和飞机票。2015年8月25日零时开始，中国铁路总公司增加限制乘坐高铁和其他动车一等以上座位。

阿里巴巴旗下的支付宝、芝麻信用将失信被执行人名单信息，作为重要评价指标纳入信用评价体系，推动在互联网生产、经营场景下对失信被执行人进行信用惩戒。

国家工商总局也出台规定，限制失信被执行人在全国范围内担任任何公司的法定代表人、董事、监事和高级管理人员。据悉，全国工商失信被执行人信息共享交换应用系统上线运行仅3天，全国就有21个省区市工商、市场监管部门在公司登记注册环节限制失信被执行人471人次。

金融领域的限制则更加广泛。中国人民银行征信中心明确将失信被执行人名单信息纳入征信系统相关工作规程，在制作企业和个人信用报告时，将失信被执行人名单信息整合至被执行人信用档案中，并以信用报告的形式向金融机构等单位提供。

最高法院与中国银监会联合开展网络执行查控和联合信用惩戒工作，联合限制失信被执行人在全国金融机构贷款或办理信用卡；并分别与中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、中国交通银行等21家银行业金融机构就网络执行查控与失信被执行人信息共享工作达成一致，联网查询、冻结、扣划被执行人存款，金融机构在贷款和发放信用卡等事项上采取相应的控制和限制措施。

为进一步压缩失信被执行人的生存空间，江西在2015年12月4日正式启用“江西失信被执行人曝光平台”，滚动曝光7.8万余名“老赖”，被曝光者的姓名、照片、住址、失信情形等信息在平台上一目了然。 将月薪作 （新华社发）

本版编辑 许跃芝 张 虎