

.....

涉体育赛事的知识产权司法保护问题

浙江高院 王亦非

.....

Contents



01 大型体育赛事涉及的知识产权法律问题

02 杭州亚运会标志司法保护相关法律问题

03 杭州亚运会知识产权司法保护工作情况



01

大型体育赛事涉及的 知识产权法律问题

三 （一）体育赛事标志保护

体育赛事商业价值主要体现在与赛事相关的知识产权中，名称、徽记、旗帜及吉祥物等赛事标志是赛事重要的知识产权，不但具有彰显赛事品牌独特性的功能，同时还是赛事商业开发的主要载体，用以实现赛事的财产价值。

体育赛事标志保护普遍适用知识产权法律，不同标志适合不同的法律保护。



（一）体育赛事标志保护---著作权法

著作权保护赛事标志最为直接，无需经过注册，赛事徽记、吉祥物、体育图标等标志，可作为美术作品直接受到保护。

- 受保护的作品应具有独创性
- 独创设计美术作品的著作权人是设计者，需要在设计合同中明确作品的著作权属于赛事权利人。
- 著作权保护期限问题

三 （一）体育赛事标志保护---商标法

序号	申请/注册号	国际分类	申请日期	商标名称	申请人名称
51	G1127000	5	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
52	G1127000	35	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
53	G1127000	39	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
54	G1127000	37	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
55	G1127000	32	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
56	G1127000	4	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
57	G1127000	16	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
58	G1127000	28	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
59	G1127000	2	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
60	G1127000	3	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
61	G1127000	25	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
62	G1127000	40	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE
63	G1127000	18	2012年09月17日	奥运会	COMITE INTERNATIONAL OLYMPIQUE

文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等都可以注册商标。

商标注册对标识没有独创性的要求。

商标保护力度较强，在同一或类似商品上使用相同或相似的标识构成侵犯商标权。

商标专用权可无限续展



（一）体育赛事标志保护---反不正当竞争法

《反法》用于制止仿冒行为，第六条规定擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识，引起混淆的，属于不正当竞争行为。

对于无法注册为商标或受著作权保护的赛事名称、核心图形、主色调等标志，未经授权在商品或包装上使用，假冒赛事授权商品，可利用《反法》加以制止。



（一）体育赛事标志保护--特殊标志管理条例

特殊标志管理条例

(1996年7月13日中华人民共和国国务院令第202号发布 自发布之日起施行)

第一章 总则

第一条 为了加强对特殊标志的管理，推动文化、体育、科学研究及其他社会公益活动的发展，保护特殊标志所有人、使用人和消费者的合法权益，制定本条例。

第二条 本条例所称特殊标志，是指经国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的，由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志。

第三条 经国务院工商行政管理部门核准登记的特殊标志，受本条例保护。

第四条 含有下列内容的文字、图形组成的特殊标志，不予登记：

- (一)有损于国家或者国际组织的尊严或者形象的；
- (二)有害于社会善良习俗和公共秩序的；
- (三)带有民族歧视性，不利于民族团结的；

《条例》旨在对经国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志进行保护。

特殊标志采取了类似商标的保护机制，需经国务院工商行政管理部门核准登记，不得与在先申请的特殊标志相同或近似，也不得与在先申请或注册商标相同或近似或侵犯他人的在先权利。标志应具有显著性，只限于国务院批准举办的全国性和国际性体育赛事的标志，不适用其他体育赛事。



(一) 体育赛事标志保护---

特殊标志VS商标

● 针对性更强：

商标的侧重点是标志本身，而特殊标志的侧重点则是其所代表的活动。

01

02

● 保护目的更直接：

商标更多的是从保护商品或服务的经营者个人利益的角度出发，而特殊标志更多的是从公共利益的角度出发。

● 权利的取得程序更严格：

特殊标志备案除要符合《特殊标志管理条例》的相关要求外，还要提交国务院批准举办该文体或社会公益活动的文件以及允许他人使用该特殊标志的条件和管理办法的文件。

03

04

● 权利的存续和续展更体现公共利益：

特殊标志的制度设计，体现出在特定活动结束后，尽可能将特殊保护的文字、图形回归公共领域的立法本意。



（一）体育赛事标志保护——体育法



2022年6月24日，第十三届全国人民代表大会常务委员会第三十五次会议修订了《中华人民共和国体育法》，第五十二条规定：“在中国境内举办的体育赛事，其名称、徽记、旗帜及吉祥物等标志按照国家有关规定予以保护。”

新修订的体育法中丰富了有关体育赛事特殊标志的保护条款，进一步强化了法律对于体育赛事特殊标志的保护。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志管理条例

特殊标志管理条例

(1996年7月13日中华人民共和国国务院令第202号发布 自发布之日起施行)

第一章 总则

第一条 为了加强对特殊标志的管理，推动文化、体育、科学研究及其他社会公益活动的发展，保护特殊标志所有人、使用人和消费者的合法权益，制定本条例。

第二条 本条例所称特殊标志，是指经国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的，由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志。

第三条 经国务院工商行政管理部门核准登记的特殊标志，受本条例保护。

第四条 含有下列内容的文字、图形组成的特殊标志，不予登记：

- (一)有损于国家或者国际组织的尊严或者形象的；
- (二)有害于社会善良习俗和公共秩序的；
- (三)带有民族歧视性，不利于民族团结的；

特殊标志作为可识别性标志与商标非常相似，两种知识产权保护方式之间体现出很强的可转换性，《特殊标志管理条例》与《商标法》《著作权法》《反不正当竞争法》等知识产权法律法规共同构成多层次保护特殊标志的立法格局。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

案号：(1998)一中知初字第93号、(1999)高知终字第32号

原告：中国奥林匹克委员会（以下简称中国奥委会）

被告：汕头市金味食品工业有限公司（以下简称金味食品公司）

案由：侵犯奥林匹克五环标志专用权

案情：金味食品公司在其生产、销售的“金味”麦片产品包装上使用了奥林匹克五环标志，并通过路牌户外广告和有线电视台进行广告宣传。中国奥委会起诉金味食品公司，要求其承担侵权责任。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

一审法院认定，奥林匹克五环标志属于知识产权保护的范畴，该标志由国际奥林匹克委员会在我国进行了商标注册，受商标法保护。根据《奥林匹克宪章》的规定，奥林匹克五环标志的专用权属于国际奥委会。根据我国法律、《奥林匹克宪章》和《中国奥委会章程》的规定，中国奥委会有义务维护奥林匹克五环标志不受侵害，并且可以根据国际奥委会的授权对侵犯奥林匹克五环标志专用权的行为在我国法院提起诉讼。金味食品公司未经国际奥委会的许可，在其生产、销售的“金味”麦片产品包装上使用奥林匹克五环标志，同时还在多种场合宣传使用了奥林匹克五环标志的“金味”麦片产品，造成严重后果和不良影响。据此判决金味食品公司立即停止侵权、公开致歉并赔偿中国奥委会500万元。

金味食品公司不服一审判决，向北京高院提出上诉。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

北京高院认为，首先，根据中国奥委会的诉讼请求和本案的事实，可以认定中国奥委会在本案中主张的权利是奥林匹克五环标志的专用权，一审法院认定中国奥委会主张保护的权利是奥林匹克五环标志的商标专用权有误。其次，金味食品公司所提交的《标志使用许可证》是第二十六届奥运会中国体育代表团经费征集委员会颁发的，但没有证据证明该许可证是经中国奥委会同意颁发的，况且《标志使用许可证》许可使用的是第二十六届奥运会中国体育代表团的标志称号，而不是奥林匹克五环标志。因此金味食品公司以《标志使用许可证》证明其使用奥林匹克五环标志是经中国奥委会许可的理由不能采纳。金味食品公司未经许可使用奥林匹克五环标志的行为属于商业性的使用，已构成侵权，二审判决金味食品公司立即停止使用奥林匹克五环标志，赔偿中国奥委会500万元，并向其公开致歉。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

案件解读：中国奥委会是否有权提起诉讼

根据《奥林匹克宪章》和《中国奥委会章程》的规定，中国奥委会有义务维护奥林匹克五环标志不受侵害，并且可以根据国际奥委会的授权对侵犯奥林匹克五环标志专用权的行为在我国法院提起诉讼。中国奥委会在一审审理期间出具了国际奥委会法律事务部主任签署的《授权证明》，在二审期间又补充提交了经过瑞士司法部门公证和我国驻瑞士使馆大使认证的国际奥委会法律事务部主任的授权证明书，符合我国法律和《奥林匹克宪章》的规定。因此，中国奥委会就奥林匹克五环标志的法律保护提起诉讼。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

奥林匹克五环标志商标专用权or奥林匹克五环标志专用权

一审法院与二审法院对于此种行为侵犯商标专用权还是奥林匹克五环标志专用权产生了分歧。国际奥委会基于《奥林匹克宪章》对奥林匹克五环标志享有专用权，同时又在商标局对奥林匹克五环标志进行了商标注册，对奥林匹克五环标志享有商标专用权。因此“奥林匹克五环标志的专用权”和“奥林匹克五环标志的商标专用权”是两个不同的权利，行为人未经许可在麦片产品上使用奥林匹克五环标志的行为既侵犯了商标专用权，也侵犯了奥林匹克五环标志专用权。在权利竞合的情况下，应当根据权利人的诉讼请求确定侵权纠纷类型。本案中，二审阶段明确了中国奥委会在本案中主张的权利是奥林匹克五环标志的专用权。



首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

侵权损害赔偿数额的确定

金味食品公司未经中国奥委会许可使用奥林匹克五环标志的行为构成侵权，并且在中国奥委会就侵权行为与其进行交涉后，仍继续实施侵权行为，造成了严重的损害后果和不良影响，应当承担损害赔偿 responsibility。考虑到奥林匹克五环标志有巨大的商业价值，金味食品公司的行为属于商业性的使用，一二审法院参照了国际奥委会许可使用奥林匹克标志的使用费标准，结合金味食品公司侵权的时间、情节、后果、主观过错等，确定其应承担500万元的赔偿数额。



（一）体育赛事标志保护——特殊标志司法保护典型案例

首例涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件

在当时我国并没有特殊标志专门立法的情况下，司法实践作出的大胆探索，创造性地将奥林匹克标志作为知识产权客体加以保护，在当时的历史条件下彰显了我国保护知识产权的决心，在奥运标志保护的进程中具有里程碑意义。

在我国申办2008年夏季奥运会成功之后，《奥林匹克标志保护条例》正式出台，这标志着我国奥林匹克标志规制体系正式建立。2018年为了适应新形势的需要，对条例的内容又进行了部分修改，进一步完善了奥林匹克标志的知识产权保护体系。

三 （二）体育赛事直播类



根据国家统计局和国家体育总局的统计数据显示，2015年至2019年期间，我国体育产业总规模不断扩大，至2019年达到**2.95万亿**，其中奥运会、世界杯、欧洲杯等国际著名体育赛事成为最具商业价值和影响力的赛事。

根据我国《体育产业发展“十三五”规划》，至2020年我国体育产业总规模超过**3万亿**。

2021年我国体育赛事版权交易类服务贸易进口总额达到**38.7亿元**。



(二) 体育赛事直播类

我国体育赛事转播权纠纷司法案例概览

案件	客体	原告主张的权利	争议焦点	裁判要旨
央视国际诉世纪龙(2008)	"圣火耀珠峰"直播节目（可回放）	信息网络传播权和广播权	涉案赛事节目的性质；原告的权利；被告是否侵权	信息网络传播权
体奥动力诉上海全土豆(2012)	亚足联赛事（直播）	独家网络传播权	原告主张的物权属性的独家播放权是否成立	缺乏法律依据，不予支持
央视国际诉北京我爱聊(2013)	伦敦奥运会比赛（含直播）	广播组织权、不正当竞争侵权	涉案赛事节目的性质；是否构成不正当竞争侵权	不正当竞争侵权
央视国际诉华夏城视(2015)	巴西世界杯足球赛（直播）	著作权人享有的其他权利、不正当竞争侵权	原告是否适格；涉案赛事节目性质；是否构成不正当竞争侵权	原告适格；录像制品；不正当竞争
央视国际诉上海悦体(2015)	巴西世界杯足球赛（直播和点播）	著作权、不正当竞争侵权	原告是否适格；涉案赛事节目性质；是否构成不正当竞争侵权	不构成作品也不构成录像制品；不正当竞争侵权
天盈九州诉北京新浪(2014)	2013-2014中超联赛（直播）	著作权、不正当竞争侵权	涉案赛事节目性质；原告的权利；是否构成不正当竞争侵权	作品；著作权人享有的其他权利；不予支持不正当竞争诉请
央视国际诉暴风影音(2015)	2014巴西世界杯短视频（点播）	信息网络传播权	涉案电视节目短视频的性质；原告是否适格；被告是否侵权	录像制品；信息网络传播权

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事转播权

三个节点：赛事、公共信号和体育赛事节目

作为体育赛事转播的底层机制，控制赛事的赛事组织者允许公共信号制作机构摄制赛事；

公共信号制作机构摄制赛事并制成传播赛事实况的公共信号；

赛事组织者授权的广播公司，在公共信号的基础上附加解说、慢动作以及广告等内容，制作成面向观众的体育赛事节目。

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事转播权

体育赛事分为赛事举办、赛事信息采集和赛事传播三个阶段：

在赛事举办阶段，各国体育法对此都有比较成熟的规定。

在赛事信息采集阶段，谁对赛事的信息享有权利，能否控制他人获取赛事信息等，目前尚未有立法明确应当归属于哪个主体，因此业界在《体育法》修订中增加“体育赛事转播权”的呼声很高。

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事转播权

鉴于“转播权”并非我国法律上的概念，需要进一步的界定和厘清，新修订的《体育法》并未采用“转播权”的概念，而是在第52条增设第2款“未经体育赛事活动组织者等相关权利人许可，不得以营利为目的采集或传播体育赛事活动现场图片、音视频等信息”的规定。

——可称之为“体育法上的赛事转播权”

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事转播权

在赛事传播阶段，体育赛事转播核心的是现场直播，而赛事直播中播放的并不单纯是体育赛事实况，而是加入解说、慢镜头回放等娱乐要素制作成的与比赛同步的体育赛事节目，赛事节目构成了体育赛事转播权的终极体现形式，可称之为“著作权法上的体育赛事转播权”，也就是体育赛事直播画面的权益，其性质和保护路径是理论界和实务界争议的核心之所在。

三 （二）体育赛事直播类--体育赛事节目

央视国际网络有限公司诉世纪龙有限公司案

广州中院认为，以现场直播体育赛事为目的的体育电视节目，虽在独创性方面尚未达到影视作品所要求的高度，但已构成音像制品，故被告侵犯了原告作为音像制作者的信息网络传播权。该判例承认赛事节目是信息网络传播权，但对赛事转播权的保护存在局限性。该案主要保护了音像制作的权利，体育赛事节目虽然经过了电视台加工和制作，但不能否认原始信息来源于体育赛事，在未经体育赛事主体许可的前提下盗播，显然侵犯了赛事举办者的权益。

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事节目

体奥动力诉土豆网案

上海一中院认为，体育赛事转播权无法构成独创性的作品，原告所主张的“转播权”“独家转播权”“因特网转播权”等并不是法定的专有权，而是赛事组织基于章程或相关协议享有的**商业权利**。该判决认为赛事转播权为一种合同权益，通过合同法保护赛事转播权是目前的一种现实的作法，但是合同法保护存在一定局限性。因为合同法适用于当事人对赛事转播权有约定的情况，而随着信息技术的快速发展和互联网的普及，人们通过网络传播信息非常便捷，如通过偷拍上传网络通常难以被发现，通过合同法保护就很困难。

三 （二）体育赛事直播类——体育赛事节目

北京新浪公司诉北京天盈九州公司案

北京朝阳法院认为，中超赛事直播画面不同于赛事现场，需要权利人对赛事录制的镜头进行选择、编排，赛事录制形成的画面符合我国著作权法对作品独创性的要求，应当认定构成具有独创性作品，被告侵害了原告的著作权。此判决认为赛事转播节目可以受到著作权法的保护，但没有保护赛事转播权的初始来源以及赛事组织者主体。



（二）体育赛事直播类——体育赛事节目



“新浪诉凤凰案”历经一审、二审、再审三个程序，三级法院分别持三种不同观点。

一审法院认为，涉案“中超”足球赛事录制镜头的选择、编排，形成可供观赏新的画面，是一种创作性劳动，且该创作性因不同的选择、不同的制作，会产生不同的画面效果反映了其创作性。即赛事录制形成的画面，构成我国著作权法对作品独创性的要求，应当认定为作品。

二审法院认为，涉案两场赛事公用信号所承载连续画面既不符合电影类作品的固定要件，亦未达到电影类作品的独创性高度，故涉案赛事公用信号所承载的连续画面未构成类电作品。



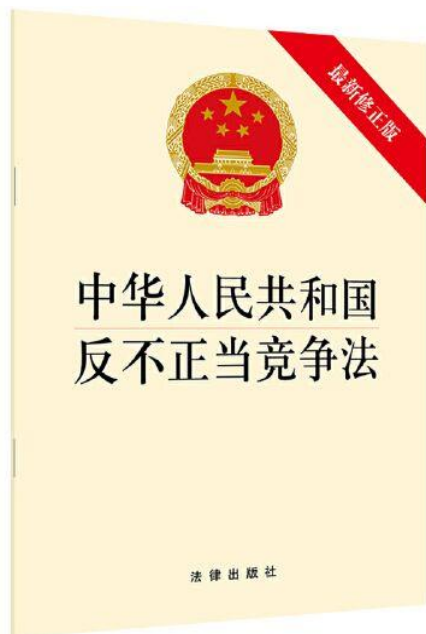
（二）体育赛事直播类——体育赛事节目



再审法院认为，电影类作品与录像制品的划分标准应为独创性之有无，而非独创性之高低。涉案赛事节目内容为涉案赛事公用信号所承载的连续画面，具体包括：比赛现场的画面及声音、字幕、慢动作回放、集锦等。其中，运动员比赛活动的画面、现场观众的画面、现场的声音、球队及比分字幕、慢动作回放、射门集锦等。为向观众传递比赛的现场感，呈现足球竞技的对抗性、故事性，包含上述表达的涉案赛事节目在制作过程中，大量运用了镜头技巧、蒙太奇手法和剪辑手法，在机位的拍摄角度、镜头的切换、拍摄场景与对象的选择、拍摄画面的选取、剪辑、编排以及画外解说等方面均体现了摄像、编导等创作者的个性选择和安排，故具有独创性，不属于机械录制所形成的有伴音或无伴音的录像制品，符合电影类作品的独创性要求。同时，涉案赛事节目在网络上传播的事实足以表明其已经通过数字信息技术在相关介质上加以固定并进行复制和传播，满足作品一般定义中“可复制性”的要求和电影类作品定义中“摄制在一定介质上”的要求。因此，涉案赛事节目构成类电作品。



（二）体育赛事直播类——体育赛事节目



司法实践中适用《反不正当竞争法》来规范体育赛事节目的实况转播，认为体育赛事的举办和转播具有商业属性，因此未获相关授权的主体不得擅自转播相关比赛。

在涉体育赛事节目的侵权纠纷中，原、被告均通过网络向用户提供体育赛事的观看服务，具有同业竞争关系。被告的盗播行为直接损害了原告独家网络转播的市场竞争优势，侵害了这种竞争优势能为原告带来的经济利益等合法权益，同时也扰乱了体育赛事转播业的正常竞争秩序，违反了诚实信用原则和公认的商业道德。因此，体育赛事网络实时转播的盗播行为有违自愿、平等、公平、诚实信用的原则和公认的商业道德，构成不正当竞争。

也有学者认为体育赛事直播画面及其制作者分别属于反不正当竞争法应该保护的法益与主体，应该适用反不正当竞争法一般条款予以保护。

三 （二）体育赛事直播类——平台责任认定

未经授权盗播赛事节目的侵权方式、侵权形式发生了重大变化：

侵权重地从传统的电视和电脑软件，转移到以短视频为代表的网络服务平台；

侵权方式从对赛事节目的完整盗播，转为对赛事片段和二次创作赛事片段的传播；

权利人维权重点从追究盗播者的直接侵权责任，转为追究网络平台的间接侵权责任。

三 （二）体育赛事直播类——平台责任认定

平台在重大体育赛事版权保护中负有较高的注意义务：

一是重大赛事节目权属明确，提高了平台的注意义务。

重大体育赛事节目的权利主体和授权链条非常明确，甚至成为“公知常识”。一旦网络平台上出现网络用户上传赛事内容的行为，网络服务提供者便能轻易判断是否构成侵权。因此，网络服务提供者对重大体育赛事节目负有更高的注意义务，难以以权利归属不清、是否构成侵权不明为由拒绝承担平台审核义务。

二是在先行为引发了注意义务的变动。

权利人的在先行为会成为法院判断平台注意义务的重要考量因素之一。国家版权局、中国版权协会、著作权人针对重大体育赛事节目发布的侵权预警是网络平台承担事先审核义务的重要基础。



02

杭州亚运会标志司法 保护相关法律问题

三 （一）杭州亚运会标志概述

《浙江省第19届亚运会知识产权保护规定》第四条规定：“本规定所称杭州亚运会知识产权，是指亚洲奥林匹克理事会、2022年第19届亚运会组委会以及其他相关权利人就杭州亚运会有关商标、专利、作品、商业秘密、特殊标志等客体享有的专有权利。”

根据2022年第19届亚运会组委会公告，杭州亚运会标志是指：1. 杭州亚运会的名称、会徽、会旗、会歌、口号、吉祥物、火炬造型、体育图标；2. 杭州亚组委的名称、徽记；3. 杭州亚组委享有专有权的其他标志。

亚奥理事会亚运会标志知识产权所有人，同时，杭州亚组委以及杭州亚组委授权的被许可人也是第19届亚运会标志的权利人。

三 （二）第19届杭州亚运会标志的使用规则

按照《浙江省第19届亚运会知识产权保护规定》，对亚运会标志的**正确、合法使用**应该遵循下列规则：

1. 亚运会标志权利人依法对亚运会标志享有专有权。

肯定了知识产权的排他性，排除了在同一知识产权上有两个权利人的情况。这种专有权包括占有权、收益权和处分权。

2. 商业性有偿使用。

未经杭州亚组委书面许可，任何组织或者个人不得为商业目的（含潜在商业目的）使用杭州亚运会标志。经过杭州亚组委书面许可，为商业目的使用亚运会标志的，应当同杭州亚组委签订书面合同，杭州亚组委可以根据自愿原则，在一定条件下，允许他人有偿使用杭州亚运会标志。



（二）第19届杭州亚运会标志的使用规则

3. 非商业性无偿使用。杭州亚组委可以通过公告、通知等形式，就其享有的杭州亚运会知识产权向不特定对象作出非商业目的使用许可，符合条件的组织和个人可以在许可范围内免费使用杭州亚运会知识产权。在非商业性活动中使用杭州亚运会标志，应当遵守杭州亚运会标志使用的技术性规范。杭州市中级人民法院、萧山区人民法院为建设、宣传亚运村人民法庭之用途，申请使用杭州亚运会标志并获得批准，这是杭州亚运会标志非商业性使用的首例申请。

4. 合规性使用。无论是商业性的有偿使用还是非商业性的无偿使用，被许可人只能在许可范围内使用标志杭州亚运会标志，且不得擅自许可第三方使用杭州亚运会标志。



（三）主要侵权行为方式

1. 依据是否得到授权以及授权范围的大小，分为：

① 未经授权的滥用行为

未经授权将杭州亚运会标志用于商品包装、服务项目、广告宣传、商业展览或者销售含有亚运会标志的商品。公开的、直接地利用杭州亚运会标志组织生产和经营活动，攫取商业利益。

② 合同越权行为

亚运会标志知识产权侵权行为中所产生的违约责任大多与侵权责任的竞合，违约情形主要包括不履行或不适当履行合同义务，违约主体是经授权的杭州亚运会标志合法使用者。企业通过与杭州亚组委签订使用许可协议后，只能按照合同的约定在一定范围内以合理的方式使用，超出合同约定使用范围的，要承担相应违约责任。若超出杭州亚组委授权的数量、时间或者区域而销售带有杭州亚运会标志的商品还可能构成对授权许可人或者利益相关人的不正当竞争。

三 （三）主要侵权行为方式

2. 依据使用亚运会标志侵权方式的不同，分为网络侵权行为和隐性侵权行为

①网络侵权行为

（1）恶意注册与杭州亚运会等相关的各类域名，它们或将所注册的域名长期闲置，或刊载与亚运会毫无关联的商业内容，或非法高价售卖恶意抢注的上述域名。域名作为互联网上的“电子商标”具有巨大的商业价值，该类行为不仅给亚运会权利人带来了直接经济损失，也损害了我国保护亚运会知识产权的形象。

（2）利用网站侵权。一是将杭州亚运会标志用于网站经营者的宣传，尤其是商业广告。二是为其他侵权行为人及其侵权行为发布广告、传播信息。三是完全复制他人网页，并且使用与原网站相似的域名，其主要目的就是迷惑网络用户以为该网站就是被模仿的网站，并与其发生交易行为从而盗取用户的账号和密码等个人信息。



（三）主要侵权行为方式

2. 依据使用亚运会标志侵权方式的不同，分为网络侵权行为和隐性侵权行为

②隐性营销侵权行为

“隐性营销”是指：侵权主体是非赞助商，行为方式是在经营过程中借用杭州亚运会的影响力，行为效果上使公众误以为该营销者是杭州亚组委的赞助商，从而直接或间接取得商业利益。

《浙江省第19届亚运会知识产权保护规定》第七条第五项的规定：“擅自使用亚奥理事会、杭州亚组委和杭州亚运会赞助商、合作伙伴的名称、标志开展广告宣传、募捐、征集、赞助等活动，以及其他足以引人误认为与杭州亚运会存在特定联系的混淆行为”，该规定进一步延伸了保护范围，将利用隐性营销等打“擦边球”等不正当竞争行为列入了侵权行为之列。凡是利用与杭州亚运会有关的元素开展活动，足以引人误以为其与杭州亚运会知识产权权利人有赞助或者其他支持关系，均构成侵犯杭州亚运会知识产权行为。



（三）主要侵权行为方式

3. 依据侵权的主观心态和目的的差异，非营利性的不当使用、营利性的故意侵权使用

①非营利性的不当使用

由于“全民亚运”的理念逐渐深入人心，某些未经授权的企业往往出于对于亚运会的热爱和支持，使用杭州亚运会标志进行支持亚运会的宣传活动。这类侵权行为基本上是没有恶意的误用和不了解规定的错用，不具有商业目的。按照《2022年第19届亚运会组委会公告》相关规定，非商业目的使用杭州亚运会标志，应向杭州亚组委申请，若应申请未申请即使用的，则属于非营利性不当使用。



（三）主要侵权行为方式

②营利性的故意侵权使用

该种侵权是企业追求自身利益引发的，以故意作为主观要件。这类侵权行为在实践中占有相当庞大的数量，是法律重点规制的行为，也是主观上具有侵权恶意并可能导致更严重社会危害性的行为，应当特别予以重视。

- （1）未经许可，生产和销售带有杭州亚运会标志的商品，如设立盗版的杭州亚运会纪念品网站进行销售等。
- （2）非法使用杭州亚运会标志，如设立网站、创建新媒体账号，发布关于杭州亚运会的新闻、信息等，并植入一些假冒伪劣商品信息，诱导读者进行消费。
- （3）社会中介组织和企业等机构以亚运、亚运会为题目和名称，组织会议、论坛、展览、演出等，并且不同程度地进行征集广告、赞助行为。



03

杭州亚运会知识产权 司法保护工作情况

三 （一）加强组织保障，当好亚运会成功举办的“护航者”

- 杭州中院出台实施司法服务保障杭州亚运会的若干意见，建立“杭州法院司法服务保障杭州亚运会联络人制度”，在全市法院均确定专门人员，负责沟通协调涉亚运相关问题，落实专项工作；
- 杭州中院、萧山、富阳、桐庐、淳安等基层法院成立服务亚运保障领导小组，为辖区亚运场馆建设以及筹办工作的顺利推进提供优质高效的司法服务；
- 与杭州亚组委建立常态化沟通机制，构建亚运标识司法保护机制；
- 联合亚组委、公安、检察、市场监管等部门就涉“亚运”知识产权保护建立跨部门协商交流机制；
- 完成调研课题《亚运会标志知识产权保护机制研究》，报送《基层反映杭州亚运会召开在即存在三方面纠纷隐患需研判治理》信息等。



（二）加强多元化解，当好涉亚运纠纷的“调处者”



- 萧山法院设立宁围（亚运村）人民法庭，集中管辖涉亚运知识产权刑事、行政、民事纠纷等案件。
- 将司法触角深入社会治理“末梢”，发挥共享法庭在联结人民群众、基层组织、司法资源的桥梁和纽带作用，除了在亚运村设立共享法庭外，在其他11个设有亚运场馆的区县集中挂牌设立亚运“共享法庭”，专司涉亚运诉讼纠纷，运用数字化法院建设成果，为中外当事人提供国际化、专业化、便捷化的多元纠纷调处服务，降低当事人诉讼成本。
- 亚运村共享法庭设立“共享法庭”指挥中心——数据驾驶舱，充分发挥杭州亚运村共享法庭在亚运共享法庭的指挥中心作用，及时迭代省级亚运共享法庭数据驾驶舱，实时连线指导各亚运“共享法庭”工作，实现亚运“共享法庭”的快速调度，以信息共享、资源共享助力构建涉亚运纠纷预防、指导和调处。

三 （三）加强普法宣传，当好法治创新成果的“传播者”

通过参与亚运知识产权保护的重大宣传活动，传递法治声音。

- 注重扩大涉亚运知识产权典型案例示范效应，在“我是院长，现在开庭”活动中，萧山法院全程直播国内首例涉杭州亚运会知识产权案件庭审，及时传递尊重保护知识产权价值理念。
- 选取涉亚运典型案例进行普法宣传，共享驿站等设施内滚动播放亚运法律知识科普，超过400名当事人在候审过程中享受知识产权法治宣传视频等共享法庭普法资源。

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

- 2019年以来，杭州法院共受理涉亚运知识产权案件9件，审结8件，其中判决1件、调解2件、撤诉3件、移送2件，分别涉及侵害特殊标志专有权纠纷与著作权权属、侵权纠纷、侵犯著作权罪、侵害发明、实用新型、外观设计专利权纠纷、侵害作品信息网络传播权纠纷等案由。
- 通过建立两级法院涉亚运案件沟通研判机制、涉亚运舆情监督应对机制，加强对基层法院的业务培训与指导。其中第19届亚运会组委会诉被告杭州龙都置业有限公司、杭州百房网络科技有限公司侵害特殊标志专有权及不正当竞争纠纷案入选最高法院涉体育纠纷典型案例、2022年第19届亚运会组委会知识产权保护10大典型案例。

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

杭州亚运会特殊标志侵权诉讼第一案

案号：（2021）浙0109民初12877号

审理法院：杭州市萧山区人民法院

原告：2022年第19届亚运会组委会（以下简称亚组委）

被告：杭州龙都置业有限公司（以下简称龙都公司）、杭州百房网络科技有限公司（以下简称百房公司）

案由：侵害特殊标志专有权及不正当竞争纠纷案

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

基本案情：亚组委根据《特殊标志管理条例》的规定，向国家知识产权局提出对“2022年第19届亚运会”“杭州亚运会”等12件特殊标志的登记申请并予以核准。亚组委在百度网站搜索“杭州亚运会”时发现，第一条搜索结果为“杭州亚运会_旁山水时代 | 与全国第三座SKP面对面_热席..”，其内容系龙都公司开发楼盘“山水时代”的营销页面。经调查，该营销信息由百房公司发布。亚组委认为，“杭州亚运会”系亚组委的特殊标志。龙都公司、百房公司在明知“山水时代”楼盘与杭州亚运会无任何关联，其未经亚组委授权，擅自使用“杭州亚运会”作为该楼盘搜索关键词的行为侵犯了亚组委的特殊标志专有权，并构成不正当竞争。请求判令龙都公司、百房公司共同赔偿亚组委损失（含合理费用）共计150万元。

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

萧山法院经审理认为：特殊标志是指经国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的，由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志。“杭州亚运会”已经被亚组委提交国家知识产权局核准登记，并据此取得特殊标志专有权。龙都公司未经亚组委许可，擅自在其发布的互联网广告中将“杭州亚运会”设置为搜索关键词，其行为已构成对亚组委特殊标志专有权的侵害。同时将搜索“杭州亚运会”关键词的公众引流至其房产广告链接，该行为客观上使得相关公众误认为龙都公司所开发房产与“杭州亚运会”存在关联，构成不正当竞争。

龙都公司作为广告的使用者和受益者存在重复侵权，其作为房产开发公司，有理由相信广告产生的推动效应较为明显，虽然其侵权时间较短、链接点击次数较少，但系经亚组委交涉后停止侵权。百房公司作为专业广告公司，未尽合理审查义务，致使龙都公司发布的广告侵害亚组委的民事权利，依法应承担相应责任。

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

法院判决：一、杭州龙都置业有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿2022年第19届亚运会组委会损失（含合理费用）90万元；二、杭州百房网络科技有限公司对杭州龙都置业有限公司的上述第一项付款义务，在60万元范围内负连带责任。

典型意义：随着亚运会的逐渐临近，越来越多的亚运产品受到大家的关注。对蹭热点的行为如何加以评价并进行有效规范，不仅是对杭州亚运会知识产权的保护、对消费者合法权益的保护，更对切实保障杭州亚运会的顺利举行有重要意义。本案作为杭州亚运会特殊标志侵权诉讼第一案，受到了业界的广泛关注，中国法院网、人民法院报、中新网等媒体对案件进行了全面报道，庭审直播收看人数达两万余次。案件宣判后，被告表示服判息诉，并主动按时履行了生效判决所确定的内容。

三 （四）发挥审判职能，当好涉亚运知产诉讼的“裁判者”

同时萧山法院还妥善处理涉亚运场馆著作权侵权纠纷、涉亚运航拍大片侵害作品信息网络传播权纠纷案件，促进各方当事人握手言和，为精准服务保障亚运会顺利召开贡献司法力量。此外，杭州中院指定萧山法院管辖一起涉亚运会徽及吉祥物等图案标志侵犯著作权罪刑事案件，目前仍在审理中。

三 亚运之约，司法担当

（一）完善亚运司法服务和保障机制。将服务和保障“亚运”作为近期一切工作的重中之重，不遗余力做好亚运服务和保障工作。配齐配强涉亚运知识产权纠纷审判力量，建立专业审判团队，确保案件质效。充分利用亚运村展示窗口，进一步宣传杭州两级法院服务保障亚运工作。

（二）强化涉亚运知识产权司法保护力度。严格保护涉亚运知识产权，加强对亚运会标志标识、展馆设计、宣传文案、衍生产品等的保护力度，做好涉亚运知识产权纠纷的审判指导工作，优质、高效审理好涉“亚运”知识产权纠纷案件，扩大涉亚运知识产权典型案例示范效应，为社会公众及时提供司法指引。

（三）健全涉亚运纠纷多元化解机制。在亚运村人民法庭运行基础上，推行线上与线下审理相结合的智慧审判模式。发挥好特设亚运村共享法庭的功能和优势，建立一站式服务和国际化、专业化的多元纠纷调处服务，促进涉亚运知识产权纠纷的平稳有序化解。

.....

THANK YOU

.....