

城事

因自家广告语“查公司 查老板 查关系”被竞争对手冒用

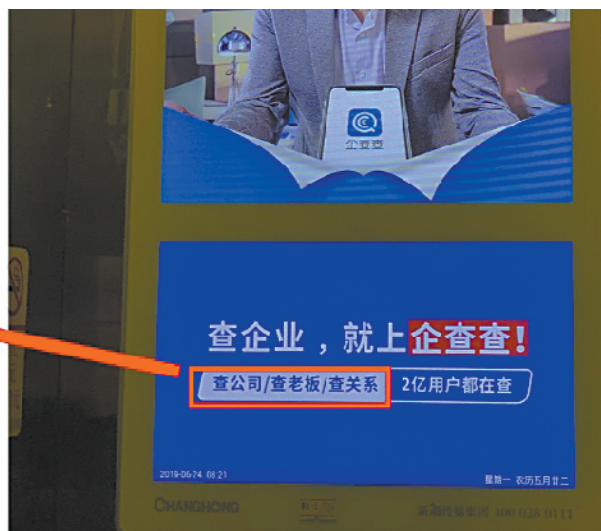
“天眼查”告“企查查”获法院支持

北京海淀法院作出禁令:企查查停止使用“三查”广告语

因不满自家的“查公司,查老板,查关系”品牌广告语被长期有意冒用,2019年7月,商业信息查询企业“天眼查”一纸诉状将同业竞争对手“企查查”告上法庭。

2020年4月8日,北京市海淀区人民法院就此案作出禁令,要求“企查查”运营主体立即停止在产品与服务的经营活动中使用上述广告语以及容易引起混淆误认的类似用语。

■新快报记者 郑志辉



■双方广告语对比。

天眼查因广告语起诉企查查

北京金堤科技有限公司(下称“金堤公司”)系“天眼查”的运营者,2019年7月,因认为苏州朗动网络科技有限公司(下称“朗动公司”)运营的“企查查”在经营中使用其拥有在先权益的“查公司,查老板,查关系”(下称“三查”)广告语及类似用语,金堤公司将其诉至法院,并就后者的上述行为于2020年1月提出禁令申请。

今年4月8日,北京海淀法院就此案作出禁令,要求“企查查”停止使用“三查”广告语。同日,海淀法院还在其官方微信公号中通报了本案的相关情况。

通报内容显示,金堤公司认为,其于2017年首创“三查”广告语并在其“天眼查”产品和服务中大量使用,二者建立了紧密联系,金堤公司对“三查”广告语拥有稳定的在先权益;朗动公司作为与金堤公司均系提供企业信息查询产品及服务的公司,通过各媒体平台为其“企查查”产品和服务进行宣传时擅自使用了“三查”广告语及类似用语,并持续扩大使用范围,导致金堤公司商誉及市场份额被侵占,给其造成巨大损失。

在组织听证过程中,朗动公司抗辩称“三查”系描述产品和服务功能的有限表达,金堤公司对其不享有权益基础,双方广告画面完全不同,不会使用户产生混淆等。不过,经审慎审查双方证据、组织听证充分听取双方意见,海淀法院认定,“三查”广告语属于可为天眼查带来竞争优势和经济利益的商业标识,应受法律保护。

法院认定“三查”应受法律保护

北京海淀法院在通报中认为,广告是市场经营主体在经营活动中宣传推广产品或服务、提升知名度的重要途径。对于经营者所独创的简洁凝练、明白易懂、朗朗上口并能体现其产品特色的广告语,经过其使用宣传而获得显著性特征,相关公众能够通过广告语识别产品来源时,该广告语可以成为指代产品来源的商业标识,相应市场主体对该广告语享有应受法律保护的权益。

然而,企查查作为天眼查的同行业竞争者,在宣传产品及服务时非但未进行避让,反而使用相同以及类似用语。另一方面,结合企查查被申请行为的持续情况,以及在听证过程中明确不予停止部分行为等因素,如不作行为保全裁定将导致天眼查受到难以弥补的损害。同时,“三查”广告语或类似用语并非公共领域或有限表达,禁止企查查用不会损害消费者利益等社会公共利益。

综上所述理由,海淀法院最终作出了相关禁令,金堤公司当庭表示对裁定结果不持异议,朗动公司代理人表示需与当事人沟通后决定是否申请复议。

海淀法院在通报中还强调,本案诉讼禁令的作出明确了特定广告语作为商业标识的可保护性,及时遏制了擅自使用他人广告语的不当行为,有利于促进企业信息查询市场的良性发展。

天眼查在多项数据指标中占优势

据记者了解,在商业信息查询领域,天眼查在多项数据指标中占优势。此次天眼查以不正当竞争为由诉诸法律,似乎更像是一场“尊严之战”,是被对手步步抄袭而忍无可忍的反击。

天眼查相关负责人介绍,“三查”广告语是其核心功能,自2017年3月起就启用,是公司动用巨大人力、物力的结果,已经在全国各大城市线下、线上等多个渠道进行了大范围宣传,至2019年6月已累计花费超两亿元。

据QuestMobile数据显示,天眼查活跃用户量保持在千万级水平,并长期是企查查3倍以上。即使是2020年春节低谷期,天眼查月活用户为865万,是企查查的3.63倍。就在春节前,天眼查的月活用户甚至比企查查多了820万。

回顾商业信息查询的市场发现,企查查成立于2014年3月,天眼查则成立于2014年10月,但却后来居上。2017年底,天眼查开启商业化之后当年就实现了盈利,并于2017年3月获得了由国家发展改革委和财政部等五大部委共同设立的国家发展基金领投的1.3亿

天眼查称损失或过亿 类似情况屡见不鲜

新快报记者了解到,天眼查在起诉状中提交的有据可查的损失超过500万。而该公司相关负责人则表示,自起诉以来,企查查的广告依旧铺天盖地,天眼查整体损失或过亿。这也是北京海淀法院作出行为保全裁定的原因,即通告中提到的“朗动公司(企查查)被申请行为的持续情况,及在听证过程中明确不予停止部分行为等因素”。

事实上,目前市面上广告冒用、故意误导消费者等行为屡见不鲜,“李鬼”与“李逵”难辨。例如,康师傅与康帅傅,阿迪达斯与阿迪王,奥利奥与粤利粤,清风与三青风……这些在品牌上故意造成的混淆让消费者傻傻分不清,仔细观察后才发现自己已上当受骗。

律师说法

作出禁令意味着法院的否定性评价

针对此事,广东保典律师事务所廖建勋律师表示,本案中天眼查申请法院作出的禁令也称为行为保全,在知识产权类案件中经常被使用。针对侵权行为持续发生的情况,禁令可以有效地防止侵害进一步扩大。换言之,天眼查可以凭借禁令,要求竞争对手立即下架涉嫌侵权的广告等,以保障自己的合法权益。

廖建勋说,禁令的作出,同时也意味着法院对于其中一方的行为有了否定性的评价,基本上认定其存

在A轮融资。2019年4月,央行重启征信备案,天眼查还成为首批获得资质的三家企业之一。随后,天眼查又获得华为手机预装“超级APP”身份,在Mate系列和P系列全线预装,这些都意味着天眼查正加快实现其战略目标。

“这或许是企查查在方寸大乱之下,想用‘搭便车’的方法混淆视听收割流量,铤而走险‘蹭’天眼查宣传利好的动机。”有商信查询领域的专业人士分析称。

不过,天眼查并未局限于“查公司,查老板,查关系”,而是随着业务场景的不断深化,围绕“商业安全”将“开公司”相关企业服务纳入平台,广告语也随之升级为“查公司,开公司,就用天眼查”。可以看出,天眼查围绕公开数据和商业安全深挖企业经营需求,构建“天眼查生态”,为自身生存和发展打造了较高的竞争壁垒。

一位天眼查的投资人对记者表示,“天眼查无论从商业模式还是从市场策略、广告创意上其实都是很有章法的,因为它有自己的套路,而且发展很快,别人是学不来的。”

公开报道显示,早在2012年2月23日,迈克尔·乔丹就宣布提起诉讼,指控乔丹体育在未经授权的情况下滥用其姓名和形象。同在今年4月9日,这场历时近8年的中美乔丹商标案终于告一段落,最高人民法院作出终审裁定,乔丹体育公司第25类服装鞋帽袜等商品上的6020578号“乔丹+图形”商标被撤销,并要求国家知识产权局就该商标重新作出裁定。可见,即便是AIR JORDAN这样的大品牌,也难逃被侵权的命运。

此次法院高调宣布支持天眼查、对企查查实施诉讼禁令,再次表达了国家保护知识产权、净化营商环境的决心和态度,明确了特定广告语作为商业标识的可保护性,对于用心做品牌、做产品的企业来说是一个非常积极利好的信号。

在侵权行为,因此在后续的诉讼过程中可能对其造成不利。

那么,被禁止一方能否采用调整语序、替换词汇等方式来继续使用相关广告语呢?廖建勋认为,对广告语调整的总原则是不能让普罗大众产生比较明显的混淆,像这样的“小修小补”还是可能引起混淆,进而被认定为侵权甚至是抄袭等,产生不利的影响。