

新快视角

把知名 Logo 拆成“买 Log 送 o”就没事？

卖字母、送贴纸、教改装
商标拆分销售也侵权

律师提醒:导致公众混淆,商家就难逃法律责任

“宝宝们放心拍,咱们是正品‘mimi’,不是‘miumiu’!但下单我们就送‘uu’并提供帮粘服务!”近段时间,一个“买mimi发夹送uu”的直播间在网络上爆火。主播展示的一款售价19.9元的合金发夹,其外形设计与某奢侈品牌价值3000多元的发夹高度雷同。针对这种打擦边球的“拆变假货”现象,律师提醒,无论商标如何拆分,只要导致公众混淆,商家就难逃法律责任。

■新快报记者 麦婉诗 毛毛雨

记者调查

“买mimi送uu还帮粘”店铺被曝光后关停

在该爆火的直播间中,主播坚决否认销售任何大牌商品,仅以“mimi”发夹自称。但在交易达成后,商家表示会“贴心”地赠送两个字母“u”的配件,并附带提供帮粘服务。

“uu,加上原有的mimi,不就是miu miu吗?”当消费者收到货时,只需将赠送的配件粘贴在发夹指定位置,原

本普通的“mimi”发夹,瞬间摇身一变,成为视觉上与某奢侈品牌高度近似的仿品。

有网友调侃称,“买的本来就是这个梗,知道是仿品,没人会把19块9当成正品。”也有理性声音指出,“无论是单独卖近似Logo,还是送配件诱导拼装,都构成商标侵权,不可能因为你叫

‘mimi’就不是假货。”

这场热闹未能持续太久。5月下旬,随着媒体曝光及法律界人士指出其涉嫌侵权,相关平台迅速介入。

据悉,涉事店铺“奢美轻奢”等账号的相关产品销量已超4000件,店铺所在平台已对该店铺采取暂停营业处理,相关商品链接全部下架。

典型案例

“YSE”变“YSL”
商家擅改标识被判赔8万元

2020年,广州花都法院公布了一起“拆变假货”涉商标侵权纠纷。

2020年10月,曾某某在网店销售一款女包,该女包正面使用了YSE标识,该包“E”字母上的“两横”用铆钉铆住。根据宣传指引,消费者购买女包后将该标识中“E”字母的“两横”拆卸后,标识即可变形为“YSL”。花都法院经审理后判决,曾某某的上述行为构成商标侵权,应赔偿原告经济损失及维权合理开支共计8万元。

二手正品
拆改“变身”名牌包也侵权

路易威登马利蒂系全球知名奢侈品牌“LV”的商标权利人,其经典的“老花”图案及“LV”字母组合商标具有极高的市场知名度。

深圳某公司在电商平台开设店铺,大量销售所谓的“REMAKE”(再造)包袋。该公司从市场收购废旧或二手正品LV包袋,经消毒拆解后,将带有“LV”经典花纹及标识的皮料重新剪裁、缝制成全新款式的包袋进行销售。

路易威登公司通过公证购买固定证据后,以侵害商标权及不正当竞争为由将该公司诉至法院,要求停止侵权、赔偿经济损失及合理维权开支。

庭审中,该公司辩称其行为不构成商标侵权,主张其使用的均是正品LV包的原材料,属于对正品的“合理利用”和“升级改造”,且并未伪造商标,消费者也不会产生混淆,属于二手商品流通的自由。

浙江省杭州市中级人民法院认为,虽然该公司使用的是正品皮料,但其将正品皮料拆解后改变了原有形状和构造,制造出全新的商品,这种“拆解再造”行为已经不适用商标法规定的“商标权利用尽”原则范围,在再造包袋上保留经典标识和花纹,也足以导致公众对商品来源产生混淆,构成商标侵权及不正当竞争。法院最终判决该公司赔偿路易威登公司经济损失及维权合理开支共计105万元。

强Logo品类成“拆变假货”重灾区

“买mimi送uu”只是当下新型售假模式的冰山一角。如今,不少商家通过拆卸配件、变换Logo、拆分商标元素再搭配赠品拼装等方式,仿冒大牌商品,借此规避监管。这种“拆变假货”模式,即将近似商标拆分为“销售商品+免费赠品”,再以话术暗示消费者自行或代

劳拼装成侵权标识,企图借“用户DIY行为”逃避商标侵权责任。

记者发现,此类侵权行为主要集中在发饰首饰、箱包皮具、服饰鞋帽等强Logo属性的时尚消费品类,尤以奢侈品周边仿冒最为多见。

除了“买mimi送uu”,市面上还有

一种更直接售假套路,就是单独售卖大牌Logo配件,例如贴片、金属牌、刺绣贴等,让买家自行粘/缝/烫到素色商品上。记者在某电商平台直接搜索“名牌包配件”的关键词,便会弹出大量相关商品链接,多数为奢牌商品的Logo,售价在10元至100元不等。

律师说法

“拆分销售”也侵权,平台不处理或需担责

有些商家宣称“只卖mimi发夹,uu是赠品,不卖miumiu假货”,待消费者自行或商家帮粘“uu”后才形成近似miu miu标识。对于这种“拆分销售+赠品拼装+提供帮粘服务”的行为,汉盛律师事务所律师高级合伙人李旻认为,这显然已经构成商标侵权。

商标法第五十七条规定:“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,属侵犯注册商标专用权。”商家的最终销售的商品,因为商家提供帮粘服务,粘贴后即构成miu miu商标,实质上就是销售带有miu miu商标的发夹,已经符合了商标侵权的定义。

除发夹外,目前市场上还出现了一些试图规避商标侵权的新型手段,比如“单卖大牌Logo贴片/金属牌”“YSE包拆E变L”等。李旻指出,像这样用技术手段拆分法律构成要件,试图将一个完整的商标侵权行为“切割”为若干看似合法的环节,看似打了“擦边球”,本质上仍属于违法行为,在法律上根本行不通,商家也不可能根据这些手段完成规避。

商家也别以为卖单个大牌Logo贴片、金属牌、字母组件就没事,如果这些配件跟大牌注册的商品类目一致,长得也足以乱真,让公众误以为和真大牌产生关联,那么单独卖配件依然构

成直接侵权。就算不直接侵权,要是商家明知买家是用来组装假货,还配套提供“改装教程”,这就属于“帮助侵权”,照样要担责。

若平台在接到投诉后未及时下架,则可能构成商标法规定的“故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件,帮助他人实施侵犯商标专用权行为”,进而被认定为“帮助侵权”。

同时,这样的行为还涉嫌违反电子商务法及民法典中关于“平台经营者应当知道其销售商品涉及侵害消费者合法权益,而没有采取必要措施”等规定。平台一旦被认定存在过错,需与涉事商家共同承担连带赔偿责任。

