

竞争法视角下的企业名称权保护

张 蕾

摘 要 企业名称是一企业区别于其它企业的重要象征符号,其作为企业信誉的载体是企业的无形财产。本文着重从竞争法的角度,对企业名称专用权进行研究,区分认定侵犯企业名称权的侵权行为和利用企业名称进行的不正当竞争行为,明确对企业名称权予以竞争法保护的特殊意义,以更好地保护权利人的企业名称权。

关键词 企业名称专用权 混淆 不正当竞争

中图分类号:D922.29

文献标识码:A

文章编号:1009-0592(2010)05-102-02

企业名称是一企业区别于其它企业的重要象征符号,其作为企业信誉的载体是企业的无形财产。国际上,《保护工业产权巴黎公约》或世界知识产权组织发布的《关于反不正当竞争保护的示范规定》的中文译本中,都将企业名称翻译为厂商名称。厂商名称虽然在各国外法律中解释不同,但是一般而言,就是指标识自然人或法人的企业名称。我们在进行企业名称权保护研究中,首先必须厘清商号、字号及企业名称等近似概念的内涵,根据我国《企业名称登记管理规定》第7条规定:企业名称应当由行政区划、字号、行业、组织形式依次组成,法律、行政法规另有规定除外。因此,企业名称权所保护的对象在广义上泛指企业名称,狭义仅指企业名称中的字号。而在我国学者的有关学术研究中,商号一般可以理解为与企业名称同阶的概念。

一、我国现行立法关于企业名称权的保护

企业名称是企业的人格表现,企业名称权首先是一种人格权,受到民商法的保护,我国现阶段有关企业名称权的民商方面的法律规定,主要有《中华人民共和国民法通则》(以下简称《民法通则》)、《企业名称登记管理规定》(以下简称《管理规定》)。《民法通则》在人身权一节中规定,法人、个体工商户、个人合伙享有名称权,《管理规定》第3条规定,企业名称经核准登记注册后方可使用,在规定的范围内享有专用权。第6条规定,企业只准使用一个名称,在登记主管机关辖区内不得与已登记注册的同行业企业名称相同或者近似。两法共同规定了企业名称专用权以及企业名称权受侵害时的救济措施。

我国企业名称权是受到侵权法与竞争法的双重保护的。竞争法保护企业名称等识别性标示的基本功能在于防混淆和反淡化。所谓混淆是指不正当使用他人识别性标志,使相关公众混淆或误认经营者或权利人的商品来源,无法辨认真伪,从而误购或减少消费最终影响权利人的利益,淡化就是削弱商业标志与其特定商品或服务之间的联系,进而使识别性标志的商誉、社会吸引力和资产价值被削弱或消失。^①这体现在《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)及其解释中,《反不正当竞争法》第5条第3款规定,擅自使用他人的企业名称或者姓名,引人误认为是他人的商品是一种不正当竞争行为。据此,明确了对企业名称权的竞争法保护的的法律依据。

在2004年最新出台的《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第六条第一款将企业名称和姓名界定为“企业登记主管机关依法登记注册的企业名称,以及在中国境内进行商业使用的外国(地区)企业名称”,对“企业名称权”进行了界定。

“和”“姓名”作出了进一步的确定。这些规定可以从以下方面进行理解。

首先,从立法目的上看,反不正当竞争法对于企业名称和姓名的保护立足于制止仿冒行为。具有识别商品来源作用的企业名称或者姓名因他人擅自使用而引起市场混淆,构成反不正当竞争法第五条第(三)项规定的仿冒企业名称或者姓名的不正当竞争行为。

其次,从保护范围上看,反不正当竞争法对企业名称的保护及于国内的企业名称和国外的企业名称。对于在我国境内设立的企业,应当保护其依法登记注册的企业名称,有一定市场知名度的企业字号,按照企业名称予以保护,对国外企业名称的保护,则不要求其必须已在我国登记注册,但应要求已在我国作商业使用。《解释》对于企业名称保护的规定,既立足于国内企业名称的登记管理制度和使用实际,又履行《巴黎公约》关于厂商名称保护的义务。

再次,姓名在具有商品来源的标识意义时,受反不正当竞争法第五条第(三)项规定的保护。特别是对于图书、光盘等文化产品而言,作者、演唱者等的姓名往往成为购买者识别商品来源的重要依据,倘若在商品上擅自使用他人姓名,会导致购买者产生混淆误认。而且,在文化市场领域,使用笔名、艺名等的情形较为常见,笔名、艺名等与姓名具有同样的商品来源识别意义。因此,《解释》第六条第二款将“具有一定的市场知名度、为相关公众所知晓的自然人的笔名、艺名等”纳入到反不正当竞争法第五条第(三)项规定的“姓名”的范围。^②

按我国现行立法规定及司法实践,企业名称权一般作为知识产权被知识产权法所保护,而本文着重从竞争法的角度,对企业名称专用权保护进行研究,区分二者的意义在于两法虽均涉及知识产权的保护,但属不同的法域,知识产权法调整的是平等主体之间的关系,侧重于保护权利人的私权;而反不正当竞争法调整的是包括国家作为一方主体的不平等主体关系,目的在于规范市场、建立公平的竞争秩序,更侧重于社会公益的保护。由此两法在对企业名称权保护的法益性质、诉讼程序、主体范围等都存在差别。正确认定侵犯企业名称权的行为和利用企业名称进行的不正当竞争行为是研究对企业名称竞争法保护的前提。

二、企业名称权之侵权行为和不正当竞争行为

在对企业名称权保护中,侵权法和反不正当竞争法之间是相互独立的保护体系,以两法保护企业名称权的保护方法为划分标准,侵权法之保护方法在于禁止侵权行为,而反不正当竞争法之

保护方法在于禁止不正当竞争行为 亦是相互独立的两种行为。各国对企业名称等到识别性标识侵权行为的规定较为严格 要在考虑到侵权行为的构成要件、行为人的主观状态及责任分担等问题后才涉及追究责任,很多行为都无法认定为侵权行为,而竞争法以混淆为判定标准,扩大了对企业名称权保护的力度与范围。

(一) 企业名称权之侵权行为

关于侵犯企业名称专有权利行为的具体表现形式,有关立法并没有详细规定。在司法实践中,一般将侵犯企业名称权的行为分为:假冒他人的企业名称行为、仿冒他人企业名称行为以及将他人企业名称中的字号用作商标的行为。侵权认定侵犯企业名称权的行为必须具备以下条件,首先违法行为直接侵害了经营者的企业名称权,其次该行为使相关经营者的合法权益遭到损害,最后违法行为与损害后果间存在因果关系,当这三个条件同时具备时则认定构成侵权。

(二) 利用他人企业名称的不正当竞争行为

竞争法认定针对企业名称不正当竞争行为以造成市场混淆为原则。当然根据我国企业名称登记分级分区管理的体制,发生企业名称的相近似是不可避免的,而相近似也必然造成混淆——包括对于商品来源关系的混淆和企业关联关系的混淆,但并不必然的构成不正当竞争。当发生市场混淆时,要看后注册的企业是否出于善意,如果明知在先注册的企业名称的存在,恶意注册则构成不正当竞争。淡化这一标准多用于对知名企业的企业名称的跨行业保护中,运用这一标准的前提是企业名称权利人要证明跨行业保护的必要性,也就是说在跨行业的商品或服务中使用企业名称也会造成联想,使企业名称的社会吸引力和资产价值被削弱和淡化。不但企业名称权之间存在冲突而造成混淆,企业名称权与商标权、域名权等其它企业识别性标识之间的冲突,也造成了混淆的可能。

综上,利用企业名称的不正当竞争行为具体表现如下:

1. 企业名称权之间冲突所造成的混淆。同行业、同区域间的企业名称之间的相近似,对相关公众造成误导,从而破坏该范围内的竞争秩序的混乱是显而易见的。跨行业、跨区域企业名称权冲突所造成的混淆,即相同或近似行业在辖区外、非同行业在全国范围内将他人企业名称中的字号登记为自己名称字号使用,引起他人误解的行为也受到竞争法的规制。根据《国家工商行政管理局关于企业名称行政辖区问题的答复》规定,企业名称所冠行政区划不同,其他组成部分相同的,在使用中引起公众误认,以不适宜的企业名称予以处理。本条规定扩大了《企业名称登记管理规定》第6条对企业名称权的保护范围。

2. 企业名称权与商标权冲突所造成的混淆。即将他人企业名称中的字号用作非注册商标,或申请商标注册,能引起他人误解的行为。或将他人企业名称中的字号作为包装装潢或商品名称进行不当使用引起他人误解的行为。根据《国家工商行政管理局关于解决商标与企业名称中若干问题的意见》中规定,将与他人企业名称中的字号相同或者近似的文字注册为商标,引起相关公众对企业名称所有人与商标注册人的误认或者误解的,认定为构成不正当竞争行为,应当依法予以制止。

3. 企业名称权与域名权冲突所造成的混淆。即将他人企业名称中的字号注册为域名使用,引起他人误解的行为。根据最高

人民法院发布《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》规定,将他人企业名称中的字号注册为域名使用的行为构成侵权或不正当竞争。^③

4. 知名企业名称淡化行为。即将他人知名企业名称中的字号为以上用途使用没有引起误解的行为。这种行为降低了知名企业名称的社会吸引力,淡化知名企业名称的财产价值,不以混淆或他人误解为标准。淡化作为认定不正当竞争目前在我国并没有相应的立法规定。知名企业名称反淡化是笔者借鉴发达国家驰名商标保护中的反淡化立法拓展的。

5. 其他能够引起混淆或淡化他人企业名称的行为。

三、结论

从以上针对企业名称所进行的侵权行为与不正当竞争行为进行分析上来看,虽具体违法行为的表现形式上存在着重合的部分,但侵权法与竞争法保护企业名称所侧重的法益性质是不同的,由此在违法行为的认定标准上存在区别,在认定企业名称的侵权行为时更注重侵权行为是否对直接受害者即相关经营者的合法权益造成损害为标准,在认定不正当竞争行为时则多从是否造成混淆而引起相关公众的误认为衡量标准,这是其一。

其二,当企业的名称权受到不法行为的侵害,向法院起诉时,诉因区分有二:一个是侵犯企业名称专用权;一个是构成不正当竞争。对于第一个诉因,法院可以援引的法律法规是《企业法人登记管理规定》和《企业名称登记管理规定》,受侵害的企业可以申请停止侵权。关键的是第二个诉因,因为利用名称只是一种手段,其实质是不正当竞争。法院可以援引《反不正当竞争法》,原告可以申请被告停止不正当竞争行为,并要求被告赔偿因其侵权而造成的损失。不仅如此,违法行为人所实施的仿冒行为,其目的是排除和限制竞争,以便于更好地销售商品,而消费者是直接购买者,是受到错误信息干扰和混淆的直接受害人,可以说,消费者是经营者仿冒企业名称行为的最后买单者。当以构成不正当竞争行为为诉因提起诉讼时,诉讼主体是否包括消费者这一个问题,在学界仍存在争议,我国现行立法法规中也没有明确的规定,但随着我国市场经济与法制理念的发展进步,借鉴西方国家先进立法经验,将消费者个人纳入不正当竞争行为之诉的诉讼主体范围也表现了对公民私益保护的重大进步,这无疑增强了竞争法对广大市场主体的保护力度,其效力范围比《企业法人登记管理条例》和《企业名称登记管理条例》更广。

从以上两点分析来看,对于企业名称权的保护区分为侵权法与反不正当竞争法,不仅在法学理论上具有论证的必要,在司法实践中也具有重大意义。

注释:

- ① 谢晓尧. 论识别性标识的竞争法保护. 法学评论, 2003(3): 101.
- ② http://blog.sina.com.cn/s/blog_4d48de5601000a0ft.html, 2010/3/20.
- ③ 依此司法解释,北京法院判决了国内首例企业商号域名纠纷案——弗兰卡(鹤山)厨业有限公司诉佛山装饰材料公司案。

参考文献:

- [1] 吴汉东. 知识产权基本问题研究. 中国人民大学出版社, 2005.
- [2] 郑成思. 反不正当竞争——知识产权的附加保护. 知识产权, 2003(5).
- [3] 孔祥俊. 反不正当竞争法的适用与完善. 北京: 法律出版社, 1998.
- [4] 梁祺. 企业名称权法律保护问题探讨. 商业时代, 2009(23).
- [5] 孙曼曼. 论企业名称权保护中的侵权行为和不正当竞争行为. 宁夏大学学报(人文社会科学版) 2009(1).