

# 关于知识产权您知道多少？

知识产权是指民事主体对创造性智力成果依法享有的专有权利的总称。广义的知识产权包括著作权、邻接权、商标权、商号权、商业秘密权、产地标记权、专利权、集成电路布图设计权、植物新品种等各种权利。狭义的知识产权,包括著作权、专利权、商标权三种,其中的专利权与商标权合称工业产权。

## 著作权

### (一)著作权的概念

著作权,也称版权,是指著作权人对文学、艺术和自然科学、社会科学作品依法对作品所享有的人身权利和财产权利的总称。

### (二)著作权的内容

既包括人身权,也包括财产权。

人身权包括4项:发表权、署名权、修改权与保护作品完整权。

财产权包括13项:复制权、发行权、出租权、展览权、表演权、放映权、广播权、信息网络传播权、摄制权、改编权、翻译权、汇编权、获得报酬权。

### (三)著作权保护的对象

著作权的客体为作品,指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果。该独创性要件是指形式上的独创,而非思想上或观点上的创新。

著作权保护的“作品”的范围:作品及其数字化形式,受著作权保护,包括:1.文字作品;2.口述作品,如演讲、报告、授课等;3.音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品;4.美术、建筑作品;5.摄影作品;6.视听作品;7.工程设计图、产品设计图、地图、示意图等图形作品和模型作品;8.计算机软件;9.符合作品特征的其他智力成果。

### (四)合理使用范围

在下列情况下使用作品,可以不经著作权人许可,不向其支付报酬,但应当指明作者姓名或者名称、作品名称,并且不得影响该作品的正常使用,也不得不合理地损害著作权人的合法权益:(1)为个人学习、研究或者欣赏,使用他人已经发表的作品;(2)为介绍、评论某一作品或者说明某一问题,在作品中适当引用他人已经发表的作品;(3)为报道新闻,在报纸、期刊、广播电台、电视台等媒体中不可避免地再现或者引用已经发表的作品;(4)报纸、期刊、广播电台、电视台等媒体刊登或者播放其他报纸、期刊、广播电台、电视台等媒体已经发表的关于政治、经济、宗教问题的时事性文章,但著作权人声明不许刊登、播放的除外;(5)报纸、期刊、广播电台、电视台等媒体刊登或者播放在公众集会上发表的讲话,但作者声明不许刊登、播放的除外;(6)为学校课堂教学或者科学研究,翻译、改编、汇编、播放或者少量复制已经发表的作品,供教学或者科研人员使用,但不得出版发行;(7)国家机关为执行公务在合理范围内使用已经发表的作品;(8)图书馆、档案馆、纪念馆、博物馆、美术馆、文化馆等为陈列或者保存版本的需要,复制本馆收藏的作品;(9)免费表演已经发表的作品,该表演未向公众收取费用,也未向表演者支付报酬,且不以营利为目的;(10)对设置或者陈列在公共场所的艺术作品进行临摹、绘画、摄影、录像;(11)将中国公民、法人或者非法人组织已经发表的以国家通用语言文字创作的作品翻译成少数民族语言文字作品在国内出版发行;(12)以阅读障碍者能够感知的无障碍方式向其提供已经发表的作品;(13)法律、行政法规规定的其他情形。

## 商标权

### (一)商标权的概念

商标权,是指商标注册人或者其合法继受人对注册商标享有的专有使用权。

### (二)商标权的特征

- 权利内容的单一性。商标权只具有财产内容,不具有人身内容。所以,商标权是纯粹的财产权。
- 行政授予性。行政授予性是指商标权并非自动产生的权利,必须经商标注册申请人申

请和行政部门授予才能取得。

3. 商标权虽然也具有时间性,但其时间性具有相对性的特征,只要商标权人愿意继续使用,就可以通过不断续展,使商标权长期甚至永久有效。

### (三)商标权保护的对象

商标权的客体是注册商标,即经商标局核准注册的商标。在我国,未经注册的商标虽然在不得侵害他人注册商标的前提下可以使用,但不能取得商标专用权。

注册商标的类型:1.商品商标,又分为制造商标和销售商标;2.服务商标,用以标示和区别无形商品,如餐饮、宾馆、娱乐等服务的经营者;3.集体商标,以团体、协会或者非法人组织名义注册,供该组织成员在商事活动中使用,以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。例如:中国银联标志等;4.证明商标,是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制,而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务,用以证明该商品或服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。例如:绿色食品标志、安全认证标志等。

### (四)商标权的内容

注册商标专用权以核准注册的商标和核定使用的商品为限。注册商标专用权的内容,即商标权的主要权利,具体包括:

- 独占使用权。商标一经注册,商标权人即对注册商标在法定范围内享有专有使用的权利,他人未经许可不得使用。否则,就构成侵权。
- 商标转让权。商标权的原始主体是指商标注册人。商标权人有权依照法律规定,将商标权转让给他人。商标转让后,原商标权人的权利丧失,受让人取得商标权。
- 使用许可权。商标权人有权通过签订商标使用许可合同,许可他人使用自己的注册商标。在此种情形下,商标权并未发生转移,仍属于许可人。

### (五)商标侵权的主要情形:

- 未经许可,在同一种商品或类似商品上使用与他人注册商标相同或类似近似的商标的;
- 销售侵犯注册商标专用权的商品的;
- 伪造、擅自制造或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的;
- 未经同意,更换注册商标并将更换商标的商品又投入市场的;
- 将与他人注册商标相同或者近似的文字作为企业字号在相同或者类似商品上突出使用,容易使相关公众产生误认的;
- 在同一种商品或者类似商品上将与他人注册商标相同或者近似的标志作为商品名称或者商品装潢使用,误导公众的;
- 给他人注册商标专用权造成其他损害的。



图片来源于网络



## 以案说法

# KTV 被诉侵权 有些歌不是“想唱就唱”

## 案情回顾

原告某协会系经民政部批准成立的社团法人。2024年3月,原告与某公司签订了《音像著作权集体管理合同》,约定原告以自己的名义集中行使某公司音像著作权,原告有权以自己的名义向使用者提起诉讼。原告提供了出版物《流行歌曲经典(第二辑)》,收录了著作权人标注为某公司的368首音乐电视作品。2023年12月17日,原告指派调查人员到被告长治某公司的卡拉OK经营场所发现该场所播放上述音乐作品,并对该过程进行证据保全。经比对,取证光盘的播放画面中显示有与案涉音乐电视作品同名的作品,取证光盘播放的上述作品与原告拥有著作权中对应作品的画面、歌词内容、声音、词曲作者及演唱者信息均构成一致。因被告未经许可放映上述歌曲,故原告起诉至法院要求被告停止侵权并赔偿损失。

## 裁判结果

被告作为KTV经营者,以盈利为目的、以包房为空间,以使用海量音乐电视作品的曲库供消费者点播来获得利益,其应对点播设备中的音乐电视作品是否取得权利人的合法授权尽到审慎审查义务,在使用原告管理的曲库作品时,应经原告许可并向其交纳著作权许可使用费。被告在未与原告签订案涉音乐作品著作权许可使用合同亦未支付费用的情形下,以盈利为目的,在其经营场所通过点歌系统向消费者播放原告管理的作品,侵害了作品权利人享有的放映权,依法应当赔偿原告的经济损失。综上,法院判决被告赔偿原告经济损失及维权合理开支。

## 法官提醒

市场各类经营主体尤其是KTV经营者在经营过程中要注重自主创新及知识产权的保护,安装的点播设备中的音乐电视作品是否取得权利人的合法授权要尽到审慎审查义务,避免侵犯他人的知识产权。通过提高自身的知识产权保护意识,为优化营商环境作出贡献。

# 销售假冒花露水该担何责？

## 基本案情

原告上海某公司经国家工商行政管理总局商标局核准,注册了第1116603号“六神”商标。核定使用商品(第3类):香皂;洗面奶;洗手液;沐浴露;化妆品;护肤品;雪花膏;花露水;爽身粉;痱子粉等,注册有效期限1997年10月7日至2007年10月6日,该商标经续展注册有效期至2027年10月6日。2021年6月30日,通过公证处人员在潞州区某门店购买了含有“六神”字样的花露水两瓶,并带回公证处。2021年7月20日,原告的法务专员对上述购买物品进行鉴定,经鉴定后认为系假冒产品。上述门店经营者为潞州区某个体工商户。原告遂以该个体工商户为被告起诉至法院要求其承担侵权赔偿责任。

## 裁判结果

未经商标注册人的许可,在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的,或者销售侵犯注册商标专用权商品的,均构成商标侵权。被控侵权的花露水与原告注册商标核定使用商品为相同商品,其包装上使用的“六神”标识与第1116603号“六神”注册商标视觉上无差异,构成相同。经原告鉴别,被告销售的花露水与原告正品花露水有明显的区别,系假冒第1116603号“六神”注册商标的商品。在被告未能提供充分有效证据证明涉案商品系由原告生产或由原告授权生产的情况下,被控商品属于侵犯原告注册商标专用权的商品。被告销售该商品的行为侵犯了原告享有的注册商标专用权,应承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。综上,法院判决被告赔偿原告经济损失及维权合理开支等费用。

## 法官提醒

个体工商户要提高法律风险防范意识。在进货时要严格把关产品来源,选择正规渠道进货,明确经销方是否获得相关授权,对于进货价格明显低于市场行情的产品要谨慎购买,同时注意留存相应的进货凭证。另外,提醒广大消费者如果购买到假冒伪劣产品,既可以到市场监管部门投诉,也可以到人民法院起诉维护自身合法权益,同时共同营造知识产权保护的良好氛围。

(本版稿件由潞州区人民法院提供)