

知识产权每周 国际快讯

2024 年第 38 期（总第 256 期）

中国保护知识产权网

2024年10月11日

目 录

开曼群岛知识产权局公布 2024 年上半年业务数据.....	3
美国伊利诺伊州禁止使用生成式人工智能制作未经授权的 数字复制品.....	5
特斯拉与 Rivian 之间的法律对决.....	8
华硕子公司在 UPC 和慕尼黑第一地区法院起诉联想.....	10
美国 Amyce1 公司在统一专利法院胜诉.....	12
欧洲航天局“太空砖”创新：为月球建设铺路.....	14

印度德里高等法院作出有利于阿迪达斯 AG 品牌的裁决..... 19

开曼群岛知识产权局公布 2024 年上半年业务数据

根据开曼群岛知识产权局（CIPO）公布的最新统计数据，在开曼群岛保护其品牌的企业和公司实体比以往任何时候都要多。

在 2024 年 1 月至 6 月这段期间，CIPO 总共收到了 329 件商标注册申请，达到了 2023 年全年注册总数的一半以上。上述时间内的收入为 131 万开曼元。

截至目前，CIPO 的知识产权登记簿上共有 7900 个项目，其中包括专利和外观设计。此外，自于 2017 年 8 月开启直接注册商标的通道以来，申请人共提交了 3773 件申请。

CIPO 的局长坎迪斯·韦斯特比（Candace Westby）表示：“这些数据反映出国际品牌越来越希望在开曼群岛寻求知识产权保护。我们的办公室将会继续加强我们的业务，并为保护知识产权提供便利。”

为了在开曼群岛实施最佳实践，以改善客户的知识产权体验，CIPO 的工作人员在 1 月至 6 月期间参与了多个项目。

2023 年 8 月至 2024 年 2 月期间，4 名工作人员参加了由英国知识产权局（UKIPO）主办的商标审查虚拟培训。

2024 年 4 月，CIPO 与国际商标协会（INTA）共同举办了一次在线商标圆桌会议，受众是加勒比英语区的各知识产权局。

2024 年 5 月，一名工作人员与来自金融服务和商务部的

两名成员参加了 INTA 年会。

2024 年 6 月，CIPO 的员工参加了公开演讲培训。

同时，CIPO 还开展了几项外联活动，以增强当地对于知识产权的了解程度。

CIPO 与来自开曼群岛各执法机构的官员举行了一次专项培训课程，其中包括皇家开曼群岛警察局、海关和边境管制机构以及商务和投资部。同样是在 6 月，CIPO 向海关和边境管制机构的招聘人员提供了有关知识产权保护问题的指导。

针对开曼群岛的企业家和创意人士，CIPO 在于开曼群岛商业发展中心举办的研讨会上，以及在 4 月份为纪念世界知识产权日而举办的其他活动中，提供了有关如何保护其知识产权的信息。

展望未来，CIPO 将会继续实施其战略项目，为本土居民和国际客户改善知识产权保护框架。

在今年余下的时间里，CIPO 将会重点关注下列事项：

取消申请人需通过注册代理人提交商标注册申请的要求，并取消个人、小微企业主的 200 开曼元申请费；

通过 CIPO 的在线数据库，为所有开曼群岛的已注册知识产权的检索提供便利，并取消 50 开曼元的简易检索费用；

实现直接的专利注册（在 UKIPO 的协助下，将国际性的《专利合作条约》扩展到开曼群岛）；

进一步实现知识产权立法框架的现代化，以引入国际最佳做法；以及

扩大公众教育活动，提高各个社区的知识产权意识。

（编译自 www.mondaq.com）

美国伊利诺伊州禁止使用生成式人工智能制作未经授权的数字复制品

近期，美国伊利诺伊州州长普利兹克（J.B. Pritzker，民主党）签署了 HB4875 法案，对该州的《形象权法》（Right of Publicity Act）进行了几处修改，为使用人工智能（AI）生成系统制作未经授权的个人数字复制品的当事人创造了诉讼理由。伊利诺伊州现已成为全美第二个通过立法防止未经同意使用个人形象、肖像或声音的州。

与录音艺术家签约的唱片公司可以行使权利

伊利诺伊州的《形象权法》于 1999 年首次生效，该法案已经规定，在个人生前和死后 50 年内，出于商业目的使用其肖像必须获得书面同意。除了对使用个人肖像的现有限制外，新的州法案还规定，任何人不得在明知录音或音像作品包含未经授权的数字复制品的情况下，故意发行或公开该作品。新的州法案将“数字复制品”定义为通过计算机、人工智能系统或其他技术新创建的个人声音、形象或肖像的电子表现形式，其中并没有出现真实的个人，但有理智的人会认

为模仿的是某个特定的个人。

除了明知故犯的发布行为之外，伊利诺伊州的新法律还规定，任何人在实际知晓发布者侵犯了他人的形象权之后，协助或诱使他人传播未经授权的数字复制品，都要承担民事责任。在没有实际知情的情况下，故意无视会造成实际知情的事实或情况，也会在新法律规定下构成责任。

对于违反州法律的活动，当事人如果实际知晓或得到书面通知，并迅速采取行动禁止访问该材料，或通知有权禁止访问该材料的人，则可避免承担法律责任。此外，新法律还纳入了《美国法典》第 17 编第 512 条中的《数字千年版权法》（Digital Millennium Copyright Act, DMCA）中有关传输版权侵权材料的安全港条款。

伊利诺伊州《形象权法》修正案的另一个特点是加强了对录音艺术家个人的执法机制。录音艺术家本人或与录音艺术家签订合同以获得独家许可的各方，均有权对新法禁止的未经授权的数字复制行为行使权利。

宽带提供商制作未经授权的复制品可能要承担新法律责任

根据伊利诺伊州最近通过的《形象权法》条款，对个人肖像或数字复制品的若干使用是不可诉的。在新闻、体育转播中使用个人身份，或出于政治或公共利益目的使用个人身份，都不会产生法律责任，除非使用数字复制品的目的是制

造并实际制造了作品是真实音像制品的假象。在纪录片或传记作品中使用数字复制品表现个人，无论是否有虚构成分，也不承担责任，除非使用数字复制品给观众造成了错误印象，认为复制品是真实的音像制品。最后，为讽刺或戏仿目的使用数字复制品不产生责任，伊利诺伊州《形象权法》允许使用的宣传材料或商业公告也不产生责任。

伊利诺伊州关于数字复制品的新法律主要针对未经授权的个人图像或声音描述，但该法律对生成式人工智能采用了宽泛的定义，包括创建文本输出的系统。此外，新法律还对“人”进行了定义，因此宽带服务提供商可能面临责任，但前提是这些服务提供商对创建未经授权的数字复制品负有责任。

在伊利诺伊州针对未经授权的数字复制品制定新法律之前，田纳西州于今年3月颁布了《确保肖像、声音和图像安全（ELVIS）法案》，成为全美第一个对通过人工智能生成个人肖像的行为进行处罚的州。伊利诺伊州新法的大部分条款与田纳西州通过《ELVIS法案》颁布的条款一致。虽然目前没有联邦形象权，但美国参议员组成的两党联盟在7月底提出了《培育原创、促进艺术和确保娱乐安全（NO FAKES）法案》，建议设立这种权利。美国版权局在其关于数字复制品的报告中建议通过这样一项法律，该报告在《NO FAKES法案》公布的同一天发布。

特斯拉与 Rivian 之间的法律对决

来自美国加利福尼亚州的法官暂时为特斯拉 (Tesla) 亮起了“绿灯”，准备在 2025 年 3 月份就该公司向其竞争对手 Rivian 提出的指控进行审判。这意味着，当前电动汽车行业中的两个主要参与者将会在一场关于专有电动汽车电池和制造技术的高风险法律战中正面交锋。

早在 2020 年 7 月，特斯拉就对其在电动汽车行业中的竞争对手 Rivian 提起了诉讼。Tesla 声称 Rivian 招募并雇用了特斯拉的员工。据特斯拉称，Rivian 随后要求这些员工泄露了特斯拉的专有商业机密。特斯拉在起诉书中也将个别前雇员确定为被告，就每一位前雇员都违反了特斯拉的保密政策的具体事实情况提出了指控，而且在某些情况下，上述员工还拒绝归还有关特斯拉电动汽车制造方法的高度敏感的商业秘密和专有信息。根据案件的诉状，Rivian 涉嫌鼓励这些员工窃取特斯拉的商业机密和机密文件，并将这些信息直接带给 Rivian。

自 2020 年以来，Rivian 一直在努力驳回特斯拉的指控，而特斯拉则是一再修改其起诉书，以具体说明与特斯拉专有电动汽车电池技术有关的盗用情况。Rivian 一直否认自己有任何不当行为，并辩称特斯拉的诉讼只是一种竞争性的商业

策略，旨在损害 Rivian 在行业中的声誉。然而，尽管 Rivian 多次通过法律手段反驳了特斯拉的指控，但都没有成功。虽然 Rivian 辩称，它就这些指控进行了调查并采取了一些纪律处分作为回应，但是法院认为，“Rivian 的调查和回应是否充分”这个问题依然存疑。因此，该案目前定于在 2025 年开庭审理。

近些年来，就涉及电动汽车的诉讼而言，特斯拉针对其竞争对手保障自身知识产权的积极态度一直是处于最前沿的。就在近期，特斯拉对其设备供应商马修斯国际公司（Matthews International Corp.）提起了诉讼，指控马修斯涉嫌盗用商业秘密和不公平的商业行为。据称马修斯将这些商业秘密提供给了特斯拉的竞争对手。不过，针对 Rivian 的案件可能是特斯拉在庭审程序中的第一次考验，因为特斯拉要针对主要的竞争对手实施其电动汽车商业秘密。

特斯拉一再针对前雇员、竞争对手和制造商保障其知识产权，这反映出了一种在电动汽车行业中日益增长的趋势，即依靠商业秘密诉讼来保护竞争力和机密信息。特斯拉的做法突显出电动汽车公司在管理商业秘密时保持警惕的重要性。这包括要实施严格的内部政策来保护敏感信息，定期对员工进行保密义务培训，积极监控任何可能的知识产权盗窃迹象，并准备好在发生违规行为时立即采取果断的法律行动。

(编译自 www.mondaq.com)

华硕子公司在 UPC 和慕尼黑第一地区法院起诉联想

背景：2023 年底，联想向美国国际贸易委员会（USITC 或 ITC）和美国地区法院提交了针对竞争对手个人计算机制造商华硕的专利侵权诉讼。

新消息：7 月份，统一专利法院（UPC）的案件登记簿显示，Innovative Sonic 公司就一项 5G 标准必要专利（SEP）对联想提起了侵权诉讼，而该专利的发明人正是华硕的一名雇员。可以肯定的是，Innovative Sonic 诉联想是代表华硕或间接由华硕提起的反诉。此外，媒体 ip fray 还从慕尼黑第一地区法院获悉，针对联想及其子公司摩托罗拉移动的另一项 ISL 无线专利（也是由华硕雇员发明）的诉讼正在审理中，审判时间定于 2024 年 9 月 18 日。

直接影响：联想现在面临的风险是，早在美国潜在的进口禁令生效之前，华硕就通过 ISL 在德国市场获得了影响力。不过，由于 InterDigital 正在德国对联想实施 SEP 执法，联想和摩托罗拉移动有可能暂时从德国市场撤回其智能手机和其他具有蜂窝连接功能的产品。

更广泛的影响：很明显，华硕正试图通过非 SEP 诉讼对这家公司的 SEP 施加影响。这也是摩托罗拉移动公司（在被谷歌收购之后，但在出售给联想之前）在 2010 年左右对苹

果和微软的尝试。

在 UPC 案中，Innovative Sonic 起诉了以下实体：联想国际合作有限公司、联想法国子公司、联想意大利有限责任公司、Digital River 爱尔兰有限责任公司、联想德国有限责任公司、摩托罗拉移动（法国）子公司、摩托罗拉移动控股公司/摩托罗拉移动国际销售子公司和摩托罗拉移动（德国）子公司。

诉讼专利为 EP2765731（“无线通信系统中的小基站增强方法和装置”）。UPC 案正在杜塞尔多夫地方法庭待审。

近期，慕尼黑第一地区法院的一位女发言人确认了这对相关案件的待审状态：Innovative Sonic 因 EP2802185（“在无线通信系统中增加服务小区的方法和装置”）起诉摩托罗拉移动及其母公司联想。法院还确认，审判将于 2024 年 9 月 18 日举行。因此，很有可能在 10 月份作出判决。此案由第 21 民事法庭审理（主审法官：格奥尔格·维尔纳博士）。

案件编号显示诉讼是去年提交的，而 UPC 诉讼的正式提交日期为 2024 年 6 月 28 日。显然，华硕决定在联想实际执行美国进口禁令（如果成功获得）之前，发起另一项仍有很大机会获得裁决的执法行动。

联想通常是一个防御性很强的专利所有者。但联想和华硕在全球 Windows PC 市场的竞争十分激烈，因此去年联想显然决定对可能构成差异化特征的专利提出主张。

大约几个月前，华硕主动就无线专利起诉三星。不过，华硕也发现自己在专利主张方面的受害程度要比维护自身知识产权的程度高得多。

(编译自 ipfray.com)

美国 Amycel 公司在统一专利法院胜诉

长期以来，尽管为植物提供专利保护的问题一直都存在着争议，但是对蘑菇的保护却是另一回事。目前，海牙地方分院已经就美国 Amycel 公司与波兰生产商之间有关蘑菇专利的纠纷中发出了初步禁令。

总部位于美国的 Amycel 公司是蘑菇菌株的开发者，并会为蘑菇种植商提供蘑菇菌株与相关服务。该公司第 EP1993350 号专利可保护用于商业生产的棕色蘑菇。该发明的目的是提供具有改良商业特性的棕色双孢蘑菇品种。这些特性包括更高的生产率、更深和更厚的菌帽以及用于形成遗传疾病屏障的与现有菌株的不兼容性。

尽管来自荷兰的 Limgroup 公司以及来自法国的 Somycel 公司对该专利提出了异议，不过均未获得成功。2019 年，异议部门维持了修订后的 EP1993350 号专利。欧洲专利局没有看到相关的待决上诉。

口译费用自理

Amycel 指控波兰蘑菇生产商 Szymon Spyra 侵犯了其专

利，后者以 Spyra 这个公司的名义销售了名为“Cayene”的棕色蘑菇菌株。Amycel 这家美国公司请求海牙地方分院在荷兰、德国、法国和意大利采取临时措施。法院目前已批准这一申请。

法官在判决书中指出：“法院已经坚信在缔约国荷兰境内供应和分发实施例的行为侵犯了申请人的权利（参见《统一专利法院协定》（UPCA）第 25 条 a 款）。”

由主审法官埃德加·布林克曼（Edger Brinkman）领导的合议庭成员包括鲁特·洛佩斯（Rute Lopes）和玛格特·科克（Margot Kokke），以及具备技术资格的法官斯蒂恩·瓦兹科夫—汉森（Steen Wadskov-Hansen）。相关程序以英语进行。

目前尚不清楚 Spyra 是否会就该裁决提出上诉。

在海牙地方分院举办听证会的前一个晚上，Spyra 在米兰中央分院提交了针对 Amycel 专利的无效诉讼。

被告曾要求 UPC 在听证会上提供波兰语的同声传译。Amycel 辩称，此举将增加诉讼费用。在 6 月 25 日的程序令中，法官报告员科克驳回了 Spyra 的请求。然而，她允许被告自费聘请口译人员。

真菌不属于植物王国

Szymon Spyra 辩称，该专利的权利要求违反了《欧洲专利公约》第 53 条 b 款的规定。上述规定将“植物或动物品种”

排除在了可获得专利的主题之外。被告的观点是，由于蘑菇菌株应等同于植物品种，因此应该属于不可获得专利的主题。

然而，法院指出，上述排除条款仅涉及植物和动物品种，因此并不包含蘑菇等其他生物。后者属于真菌界，在分类学上与植物界和动物界是不同的。

此外，法院认为 Amycel 关于侵权的论点是具有说服力的，并批准了初步禁令请求。

重要的经济意义

根据波兰经济发展与技术部的数据，欧洲蘑菇市场每年的价值有 15 亿欧元。该部门最近的一份报告显示，波兰在 2022 年生产了 35 万吨的蘑菇。这使该国成为了欧洲最大的生产国，其次是荷兰，产量为 23 万吨。

因此，这项专利的经济价值很高。Amycel 销售的是蘑菇菌株 BR06。该公司第 EP1993350 号专利的权利要求 1 将其称为“传家宝（Heirloom）”。这是世界上最畅销的棕色蘑菇菌株。

（编译自 www.juve-patent.com）

欧洲航天局“太空砖”创新：为月球建设铺路

欧洲航天局（ESA）已启动了一个创新项目，利用月球风化层开发三维（3D）打印的“太空砖”，这可能会彻底改变

月球上的建筑结构。这项涉及 3D 打印和受乐高启发的模块化技术的计划不仅推动了空间工程领域的发展，而且在知识产权（专利）方面也有重大的意义。

理念：利用月球资源进行建造

ESA 的“太空砖”项目的核心是原位资源利用（ISRU）的理念。这一理念既简洁又具有深远的意义。未来的月球基地可以使用月球表面现成的材料来建造，而不是将建筑材料从地球运输到月球——这一过程将是非常昂贵且在物流方面具有挑战性的。

月球表面覆盖着一层岩石和矿物碎片，被称为风化层。这种材料是由陨石撞击和其他地质过程在数十亿年的时间里形成的，并有可能成为月球结构的主要建筑材料。然而，在地球上，真正的月球风化层材料的稀缺对 ESA 希望测试这一理念的科学家构成了重大挑战。

创新解决方案：基于陨石的月球风化层模拟物

为了克服真正的月球材料的缺乏，ESA 的科学家们设计了一个巧妙的解决方案。他们通过研磨一块有 45 亿年历史的陨石创造出了月球风化层模拟物。这种方法使他们能够近似地模仿实际月球风化层的特性，为他们的实验提供逼真的材料。

使用陨石尘作为风化层模拟物本身就具有创新性。它展示了太空研究中必要的创造性思维。在太空研究中，科学家

们必须经常找到创造性的方法在地球上复制地球外的条件。这些技术本身就有可能获得专利。

3D 打印技术：从陨石尘到砖块

凭借他们的月球风化层模拟物，ESA 的科学家们采用了另一项尖端技术：3D 打印。他们使用基于陨石的混合物来 3D 打印乐高风格的砖块，展示了增材制造技术在月球建造中的潜力。

选择类似于乐高的积木设计既实用又充满灵感。与塑料砖块一样，这些太空砖的设计也是互锁的，可实现模块化建造。这为设计提供了灵活性和轻松修改结构的能力，这在不确定和具有挑战性的月球环境中是一个至关重要的优势。

这样制作出来的太空砖虽然在外形上与乐高积木相似，但却有其独特的特性。它们的质地更粗糙，并采用单一的“太空灰”色，反映了它们的成分和制造工艺。这些特性对于理解用这些砖块建造的结构在月球环境中的表现是不可或缺的。

测试和实验

太空砖的模块化性质使 ESA 的工程师能够进行广泛的测试和实验。ESA 的科学官员艾丹·考利（Aidan Cowley）称：“没有人在月球上建造过结构体，所以能够用我们的太空砖灵活地尝试各种设计和建造技术，这真是太棒了。”

这一阶段包括测试结构设计，评估砖的强度和耐久性以及探索不同的建造技术。从这些实验中收集的数据对于设计

实际的月球栖息地和其他结构将是非常宝贵的。

使用这些砖块快速进行原型设计和测试不同设计的能力代表着一个显著的优势。它使研究人员能够在投入全面建设之前识别潜在的问题并进行优化设计，从而有可能在未来的月球任务中节省大量的时间和资源。

知识产权及专利的影响

ESA 太空砖的开发也开辟了知识产权的新领域。这种新颖的月球建筑材料和方法提出了几个潜在的专利保护领域：

1、材料成分：用于从陨石尘中提取月球风化层模拟物的特定混合物可以申请专利，确切的比例、加工方法和用于实现所需特性的任何添加剂都可能构成一种新的物质成分；

2、3D 打印技术：用于从模拟材料中创造结构合理的砖块的特定 3D 打印技术可能会受到专利保护，这可能包括打印参数、任何特殊设备修改或后处理技术；

3、砖块设计：虽然互锁砖块的一般概念并不新鲜，但针对月球条件和 3D 打印进行优化的特定设计可能会获得专利，这可能涵盖诸如精确的联锁机制、尺寸比例或为月球使用而设计的特殊功能等方面；

4、建造方法：为在月球条件下使用这些砖组装结构而开发的新技术可以申请专利，这可能包括确保稳定性、密封接缝或与其他月球基底组件集成的方法；

5、测试协议：为在模拟月球条件下测试和验证这些砖

块的性能而开发的方法也可能受到专利保护。

潜在挑战

为这项技术申请专利的一个潜在挑战是执法的地域管辖权问题。传统的专利法是以国家或司法管辖区为基础，但月球不受任何单一国家主权的管辖。1967年《外层空间条约》（Outer Space Treaty）宣布，外层空间的探索和利用应造福全人类。这就提出了如何处理月球技术专利的复杂法律问题。

公众参与和教育

为了将科学研究与公众参与联系起来，ESA与乐高合作，于2024年6月24日至2024年9月20日期间在包括英国、德国和美国在内的全球选定的部分乐高商店展示其中一些太空砖。

通过将这些太空砖与人们熟悉的乐高产品一起展示出来，ESA正在使公众，特别是儿童能够接触到最前沿的太空研究。这种方法可以激发年轻人对科学、技术、工程和数学（STEM）领域和太空探索的兴趣，从而为培养出下一代太空科学家和工程师提供可能。

地球外的创新：展望未来

ESA的“太空砖”项目代表了地球外建筑和资源利用领域的一个重大进步。通过将创新材料科学、3D打印技术和灵感设计相结合，ESA的科学家们为未来的月球建造方法创造了

一个可感知的原型。

该项目不仅展示了就地利用月球资源的潜力，而且突出了在太空探索中创造性地解决问题的重要性。与乐高建筑的相似之处既服务于实用的科学目的，又提供了一种与公众建立联系的有吸引力的方式。

展望未来，当人类扩展月球任务和潜在的居住计划时，像 ESA 的太空砖这样的创新将发挥至关重要的作用。它不仅代表了一种建筑材料，更代表了一种思考人类如何在地球之外生活和工作的新方法。该项目证明了人类的聪明才智以及对拓展太空边界的不懈追求。

（编译自 www.lexology.com）

印度德里高等法院作出有利于阿迪达斯 AG 品牌的裁决

在充满各种风险的知识产权世界中，德里高等法院近期作出的一项裁决在整个行业内引起了轩然大波。该法院支持了阿迪达斯 AG（Adidas AG）就其商标权利向当地 3 家企业提出的指控。尽管这家全球性的运动服装巨头取得了一场重大胜利，但这也引发了有关如何在印度保护知识产权的讨论。随着造假者和侵权者们变得越来越狡猾，各大品牌是否还会继续信任印度的法律体系来保护自己的权利？这起涉及阿迪达斯 AG 的案件让人们对于商标法律的复杂性以及有

关各方正在为保护创新和创造力而进行的斗争有了更加深刻的理解。

阿迪达斯 AG 起诉 Keshav H. Tulsiani & Ors 的案件为印度的商标法开创了一个重要的先例。即在未获得授权的情况下就擅自使用诸如阿迪达斯等全球知名品牌的行可能会造成无法弥补的伤害并让消费者感到混淆。这一判决结果不仅有力地维护了阿迪达斯 AG 的权利，同时也对潜在的侵权者发出了警告，并强调了在印度这个不断成长的市场中保护好知识产权的重要性。

背景概述

来自德国的阿迪达斯 AG 自 1949 年以来就一直是一个家喻户晓的名字。其标志性的三道条纹标识以及阿迪达斯的标志成为了卓越、性能以及有型的代名词。该公司为推动创新和保证质量所付出的努力令其成为了运动服装行业中的领导者，其影响力遍及全球 160 多个国家和地区。

然而，伴随着巨大成功而来的还有大量的模仿者。2010 年，阿迪达斯 AG 发现 3 家印度本地的企业，即阿迪达斯织造厂（Adidas Weaving Mills）、阿迪达斯纺织工业（Adidas Textile Industries）以及阿迪达斯商品（Adidas Merchandise），在各自的产品上使用了阿迪达斯的商标，涉及服装、配饰和包装材料。尽管阿迪达斯 AG 向被告发出了停止和终止函，但这些公司选择继续使用涉案商标。由于被告的产品质量较

差，因此这可能会损害到阿迪达斯公司的声誉。

关于原告和被告双方的故事

原告

1948年，该公司的创始人阿道夫·达斯勒(Adolf Dassler)将他姓氏的前三个字母(即Das)与他个人的名字(即Adi)连接在了一起。这就是阿迪达斯名字的来源。1949年，达斯勒成立了阿道夫达斯勒阿迪达斯运动鞋厂(Adolf Dassler Adidas Sport Schuhfabrik)，这一商业品牌的业务包括生产和分销服装、配饰以及体育用品。在经历重组之后，该公司现在被称为阿迪达斯AG。

被告

被告Keshav H. Tulsiani声称，他从他的姐姐阿迪(Adi)那里获得了“阿迪达斯”这个名字，以纪念她的奉献精神(Das在信德语中代表着“奉献者”)。然而，这个理由在法庭上并没有被接受。

诉讼

阿迪达斯AG对被告提起了诉讼，寻求向对方发出永久禁令，以及获得相应的损害赔偿和费用。阿迪达斯公司辩称，被告的行为构成了商标侵权，淡化了其品牌的独特性，并造成了无法弥补的损害。此外，他们还认为，被告在其产品上使用“阿迪达斯”的商标可能会引起消费者的混淆，令他们误以为被告的产品与阿迪达斯AG存在着关联或者已经得到了

阿迪达斯 AG 的认可。这种混淆可能会带来销售上的损失并对阿迪达斯 AG 的声誉造成损害。同时，原告还辩称，通过允许多个实体使用相同的商标，被告的行为破坏了阿迪达斯 AG 保持品牌形象的能力。

阿迪达斯 AG 认为被告使用“阿迪达斯”标志的行为本质上构成了商标侵权，具体理由如下：此举引起了消费者的混淆并淡化了阿迪达斯品牌的显著性；被告在未获得许可的情况下从与“阿迪达斯”有关的商誉和声誉中获利。

以“阿迪达斯”的名义销售了商品的被告辩称，对涉案商标的使用是“善意且诚实的”，并同时补充道，他们选择与原告阿迪达斯相同的商标的动机是“出于个人感情”以及对该品牌的敬佩之心，而不是为了欺骗消费者或者造成混淆。此外，被告声称他们使用阿迪达斯的商标只是为了向该品牌致敬。

法院的裁决

在判决书中，主审法官桑吉夫·纳鲁拉 (Sanjeev Narula) 裁定阿迪达斯 AG 是胜诉的一方。2024 年 7 月 19 日，德里高等法院作出判决，被告使用“阿迪达斯”名称的行为侵犯了阿迪达斯公司的商标权，理由是此举可能会让消费者造成混淆。法院驳回了被告有关“他的标志是以他姐姐的名字命名”的说法，并认为这些言论不具备说服力且缺乏证据。此外，法院还得出结论，即被告是故意使用了相似的名称，旨在利用阿迪达斯的声誉和商誉。

法院的判决主要是基于以下几个关键点。

在先使用

阿迪达斯自 1949 年以来就一直在商业层面上使用着“阿迪达斯”这个名字，而被告的行为则属于在后使用并有可能构成了侵权。

相似性

法院认为原告和被告使用的商标名称是相同，这提高了让消费者造成混淆的可能性。

意图

法院推定被告是故意使用了相似的名称，目的是利用阿迪达斯的声誉和商誉来获利。

混淆性

法院认定，被告使用“阿迪达斯”名称的行为可能会在消费者群体中造成混淆，导致他们可能会认为被告的产品与阿迪达斯存在着关联或者得到了阿迪达斯的认可。

根据法院的判决结果，被告需要停止使用“阿迪达斯”这个名称，并就商标侵权行为向阿迪达斯公司支付赔偿金。法院判给阿迪达斯 AG 大约 142.2 万卢比的赔偿金，其中包括 30 万卢比的名誉损害赔偿金以及 112.2 万卢比的诉讼费用。法院还禁止被告使用“阿迪达斯”的商标或者任何构成欺骗性相似的商标。

结语

法院作出的有利于阿迪达斯的裁决清楚地提醒着人们，建立在欺骗与模仿之上的成功是转瞬即逝的，终会变得不可持续。被告试图通过使用相似的名称来利用阿迪达斯的声誉和商誉，这向人们鲜活地展现出选择走捷径所需要面临的风险以及原创的重要性。在快节奏且竞争激烈的时尚界中，人们很容易就走上捷径，仰仗其他已经取得成功的人士。然而，这种做法不仅破坏了努力工作和创新的价值，同时还侵蚀了消费者的信任。

真实性是时尚界的终极奢侈品，因为它代表了某个品牌有关质量、工艺以及独特性的承诺。当品牌优先考虑真实性时，他们会与客户建立起信任并培养出忠实的追随者。另一方面，那些试图伪造产品的人士，无论其是想进行模仿、欺骗还是走捷径，总是会一败涂地。他们不仅会冒着承担法律后果的风险，而且还丧失了与客户建立起真正联系的机会。

最后，德里高等法院的裁决是有关真实性的胜利，并提醒着人们，建立在原创性、努力工作和创新基础上的成功才是唯一真正持久的成功。

(编译自 www.mondaq.com)