

Expertise Makes It

Possible

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

商标法13 | Michelin指南和轮胎再获认 驰，成功对抗音同形异的傍名牌餐厅 (2022)

日期: 2022.08.12
作者: [杜世奥](#)

@Wanhuida Intellectual Property

www.wanhuida.com

Expertise Makes It Possible

商标法13 | Michelin指南和轮胎再获认驰，成功对抗音同形异的傍名牌餐厅（2022）

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

米其林轮胎，作为米其林集团的核心产品，可谓家喻户晓。除了轮胎之外，米其林集团还通过《米其林指南》使旅行变得更加便利，为驾驶者提供多方位的服务。其中，提供餐厅评级服务的红色《米其林指南》被全球的美食家奉为至宝，在中国大陆也正变得越来越普及。《米其林指南》在中国大陆地区的餐厅评级开始于2016年上海，之后分别于2018年、2019年、2021年增加了广州、北京、成都，到目前为止已经推出了14本。



《米其林指南》

随着《米其林指南》的推广，市面上不断出现各种傍名牌餐厅，包括各种音同形异的“米其林”、“米奇淋”等，甚至“艾米奇淋”。米其林集团虽然自己不开餐厅，但是对任何想借助其长久以来积累的与轮胎或指南相关的良好声誉的傍名牌餐厅都是零容忍的态度，通过主张指南和轮胎两个类别上的驰名商标，成功对抗上述傍名牌餐厅。

米其林牛腩餐厅

米其林牛腩餐厅不但在经营中使用“米其林”和“MIQILIN”，注册了包含“米其林”的企业名称，还申请了商标“米其林牛”。米其林公司同时启动民事诉讼和商标异议程序，均获得胜诉判决/裁定。米其林系列商标在指南类别上再次获认驰名，并在民事诉讼程序中跨类保护到餐饮行业。



米其林牛腩餐厅在成都有两家连锁店，双流米其林牛腩餐饮店和金牛区米其林牛腩餐厅，先后成立于2019年1月和6月。餐厅经营人江某某于2018年10月在35类和43类上申请“米其林牛”商标。

因双流米其林牛腩餐饮店注销并关闭，米其林公司只针对金牛区米其林牛腩餐厅（起诉后变更为金牛区江志洪餐厅），于2020年3月以第16类指南商品上注册的“MICHELIN”和“米其林”商标为权利基础、以商标侵权及不正当竞争为由，起诉至成都市中级人民法院，主张驰名商标跨类保护。

一审法院于2021年9月做出判决【（2020）川01民初2024号】，认定第16类“MICHELIN”商标构成驰名商标，上述使用侵害了米其林公司的注册商标专用权，“米其林”字号构成不正当竞争，判赔经济损失10万元和合理开支4万余元及登报消除影响。被诉餐厅上诉后，二审法院在2021年12月做出二审判决【（2021）川知民终2024号】，对一审判决予以维持。

日期：2022.08.12

作者：[杜彬彬](#)

[新闻中心](#) > [万慧达观点](#) > [商标](#)

法院认为：

“‘米其林’和‘MIQILIN’构成对‘MICHELIN’驰名商标的翻译与摹仿，使用在不相同或者不相类似的餐饮服务上，会消耗‘MICHELIN’驰名商标的独特性和识别性，削弱该驰名商标与米其林公司及其商品的唯一联系性，弱化驰名商标的显著性，影响其在公众心中的印象，甚至逐步使该商标丧失消费力和吸引力，从而贬低其市场声誉，损害了商标权人的利益。”

“作为餐厅经营者，应当知道米其林公司核定使用在第16类印刷品商品上的‘MICHELIN’商标具有广泛的市场知名度，同时亦应当知道‘米其林’为‘MICHELIN’对应的中文翻译已为消费者所熟知，但在选择企业名称时对此未予合理避让，而以翻译、摹仿‘MICHELIN’驰名商标的‘米其林’文字作为其企业字号注册并使用，其行为明显具有攀附米其林公司驰名商标声誉的主观故意，客观上削弱了该驰名商标与米其林公司及其商品的唯一联系性，弱化该驰名商标的显著性，损害了米其林公司的合法权益，通过前述命名和使用字号的行为获得更多交易机会和经营利益，该行为属于违反诚实信用原则和商业道德的不正当竞争行为。”

同时，米其林公司于2019年7月在公告期内对“米其林牛”商标申请提起异议，国家知识产权局于2020年9月裁定该商标不予注册。

上述判决和裁定均已生效，万慧达代理米其林公司参与本案。

后记：

米其林公司根据上述判决，要求江某某将已经关店的双流米其林牛腩餐饮店的招牌（下图）予以拆除。



米奇淋牛排海鲜自助餐厅

米奇淋牛排海鲜自助餐厅先后使用了“米奇淋”、“艾米奇淋”商标和字号，同时还申请了“米奇淋”和“艾米奇淋”商标。米其林公司先通过行政查处制止了“米奇淋”的使用，后针对“艾米奇淋”同时启动民事诉讼和商标无效程序，均获得胜诉判决/裁定。米其林系列商标在轮胎类别上再次获认驰名，在民事诉讼程序中跨类保护到餐饮行业，并成功对抗注册商标。该案获评“[2021年成都法院知识产权司法保护十大典型案例](#)”。



米奇淋牛排海鲜自助餐厅在南充和遂宁有两家连锁店，南充市顺庆区米奇淋牛排海鲜自助和遂宁市船山区米奇淋餐饮店，先后成立于2015年9月和12月。其关联主体南充市顺庆区果城毛家湘菜馆于2015年和2017年在43类两次申请“米奇淋”商标，均被驳回；于2017年在43类申请“艾米奇淋”商标，该商标于2018年获得注册，并于2019年12月转让给南充店的经营人徐某。

2019年下半年，米其林公司首先请求两地工商对两家餐厅使用“米奇淋”进行查处，工商下发责令改正通知书要求两家店对侵权使用进行整改，结果遂宁店配合对企业名称、实体店铺和网店均进行了整改，但南充店却将企业名称、实体店铺和网店里的“米奇淋”大部分改为“艾米奇淋”，并向工商出示了关联主体注册的“艾米奇淋”商标证。

米其林公司遂于2020年3月以第12类轮胎商品上注册的“MICHELIN”和“米其林”商标为权利基础、以商标侵权及不正当竞争为由，起诉至成都市中级人民法院，主张驰名商标跨类保护。

法院于2021年9月做出判决【（2020）川01民初2080号】，驳回了被告合法使用其自有注册商标的抗辩，认定对“米奇淋”和“艾米奇淋”的使用均侵害了米其林公司的注册商标专用权，“米奇淋”和“艾米奇淋”字号均构成不正当竞争，判赔经济损失25万元和合理开支6万余元及登报消除影响。

法院认为：

“米奇淋”、“艾米奇淋”构成对“MICHELIN”驰名商标的翻译与摹仿，使用在不相同或者不相类似的餐饮服务上，会消耗“MICHELIN”驰名商标的独特性和识别性，削弱该驰名商标与米其林公司及其商品的唯一联系性，弱化驰名商标的显著性，影响其在公众心中的印象，甚至逐步使该商标丧失消费力和吸引力，从而贬低其市场声誉，损害了商标权人的利益。”

“在“艾米奇淋”商标提出注册申请时，“MICHELIN”商标已达到驰名程度，且米其林公司就“艾米奇淋”注册商标提起无效宣告申请时，并未超过商标法第四十五条第一款规定的期限，故被告合法使用其自有注册商标的抗辩不成立。”

“作为餐厅经营者，应当知道米其林公司核定使用在第12类轮胎商品上的“MICHELIN”商标具有广泛的市场知名度，同时亦应当知道“米其林”为“MICHELIN”对应的中文翻译已为消费者所熟知，但在选择企业名称时对此未予合理避让，而以翻译、摹仿“MICHELIN”驰名商标的“米奇淋”文字作为其企业字号注册并使用，在被市场监督管理部门以其在经营活动中使用与“米其林”商标近似的“米奇淋”标识构成不正当竞争为由责令更名后，仅在原有字号前添加一个“艾”字进行工商变更登记，其行为明显具有攀附米其林公司驰名商标声誉的主观故意，客观上削弱了该驰名商标与米其林公司及其商品的唯一联系性，弱化该驰名商标的显著性，损害了米其林公司的合法权益，通过前述命名和使用字号的行为获得更多交易机会和经营利益，该行为属于违反诚实信用原则和商业道德的不正当竞争行为。”

同时，米其林集团总公司于2020年5月对商标“艾米奇淋”提起无效，国家知识产权局于2021年3月裁定该商标予以无效宣告。

上述判决和裁定均已生效，万慧达代理米其林公司参与本案。

后记：

米其林公司根据上述判决，向大众点评、百度地图、高德地图、腾讯地图、360地图等平台针对网络上遗留的南充店和遂宁店的侵权名称进行投诉，各平台予以强制改正或删除。