

Expertise Makes It  
Possible

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

## 最高法院认定“这！就是街舞”商标不缺乏显著性

日期：2024.07.09  
作者：[张强](#)/赵楠

@Wanhuida Intellectual Property

[www.wanhuida.com](http://www.wanhuida.com)

## Expertise Makes It Possible


# 最高法院认定“这！就是街舞”商标不缺乏显著性

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

导言：

商标作为识别和区分商品或服务来源的重要商业标识，其被相关公众识别和认知的本质在于商标标志本身的显著特征，此种显著性决定着商标是否能发挥其区分商品或服务来源的核心作用。近年来无论是商标确权阶段还是行政诉讼阶段，“缺显”条款适用广泛，给企业选择商标以及寻求注册获权均造成一定困扰。近日，最高人民法院针对“这！就是街舞”商标驳回复审案作出了再审判决，此判决从商标本身的固有显著性和通过使用获得显著性、行业使用、注册类似商标几个方面充分考量，对诉争商标显著性作出审查，最终认定诉争商标具有显著性，此判决对于商标“显著性”判断及《商标法》第十一条的适用作出了正向指引。


### 一、基本案情

《这！就是街舞》系优酷网络技术（北京）有限公司（以下称“优酷公司”）于2018年推出的街舞选拔类真人秀，至今已推出六季，深受国内外年轻舞者和观众的欢迎。同时，基于节目获取的巨大成功，与《这！就是街舞》同名的服装及周边衍生品一经推出便获得了不错的市场成绩。优酷公司于2020年7月31日提出申请注册第48585981号“”商标，核定使用在第25类“T恤衫、服装、鞋、帽、袜、手套(服装)、围巾、腰带、睡眠用眼罩、浴帽、婚纱”商品上。2021年1月19日及2021年9月14日，国知局先后作出驳回通知及复审决定，以诉争商标使用在指定商品上缺乏显著特征，已构成《商标法》第十一条第一款第三项规定情形为由，驳回了该商标在复审商品上的注册申请。

优酷公司不服被诉决定，陆续向北京知识产权法院及北京高院提出一审及二审程序，但一二审法院经审理后均认为，诉争商标为日常生活用语，本身不具有显著性，同时亦无法证明该商标经使用取得显著特征，故均未支持优酷公司的诉讼请求。

万慧达代理优酷公司向最高人民法院就本案申请再审，同时提交了诉争商标在指定的服装等商品上的使用证据及在先其他知名综艺节目以其同名名称作为商标在第25类服装商品上获准注册的有力证据等，最高人民法院在审查后决定对本案进行提审，并于2024年6月27日作出再审判决，支持了优酷公司的再审申请。

### 二、裁判要点

最高院从诉争商标固有显著性、诉争商标使用情况以及商标注册审查标准一致性三个方面对本案进行了论述。从商标固有显著性方面，最高院认为诉争商标“”系由优酷公司为综艺节目《这！就是街舞》臆造而成的词语，并非日常生活中固定搭配的词语或者词汇，亦非与复审商品相关的宣传用语或描述性词语，诉争商标指定使用在第25类服装等商品上具有显著性。从诉争商标经使用获得显著性方面，最高院考虑了优酷公司提交的在第25类服装商品上的使用证据，认为该组证据能够证明优酷公司在服装商品上对诉争商标已进行了一定程度的使用，并且可以与优酷公司平台综艺节目形成一定对应关系，能起到识别商品来源的作用。从商标注册审查标准方面，最高院亦考量了优酷公司提交的在先多个知名综艺节目将其同名名称作为商标在第25类服装等商品上成功获准注册的商标情形，例如“爸爸去哪儿”“极限挑战”“奔跑吧兄弟”“乐队的夏天”“向往的生活”等，认为诉争商标的显著性判断标准应当保持一致。

### 三、缺显条款适用标准亟待厘清

《商标法》第十一条是规定商标显著性构成要件的条款，亦是判断普通商标是否具有显著性的主要依据。该条款共分为两款，第一款是判断何种情形“缺乏显著性”，即本文讨论的商标是否“缺显”，包括第1项规定的“通用性标志”（通用名称、图形、型号），第2项规定的“描述性标志”，第3项规定的“其他缺乏显著特征的”兜底性情形；第二款则是“经使用获得显著性”。在判断商标是否具有固有显著性时，通常会从商标与指定商品的关系（是否具有描述性），商标标识含义是否直接引起消费者对于产品属性直接关联，抑或需要通过联想、暗示等

方式才能关联几方面予以考虑；而通过使用获得显著性则需要审查商标申请人所提交的使用证据，是否足以在固有显著性缺失的情况下可以通过使用获得显著性，但通常实践中对于“通过使用获得显著性”的主张较难获得支持。

目前在缺显案件的确授权及司法审查程序中，对于商标是否符合《商标法》第十一条的缺显情形，并未结合标志本身与其所申请注册的商品或服务之间的关系进行综合判断，而是行政机关的主观判断占据了主导因素，甚至对于相同标识在不同类别上的申请注册认定标准亦存在区别，导致审查标准不一，也使得在商标审查过程中权利人对于其申请商标的标识如何才能符合行政机关认定构成“显著性”的标准亦无从把握。笔者认为，《商标法》第十一条第一款第（三）项作为绝对理由条款，其个案衡量空间应当受到严格限制，行政机关在适用该条款时通常会以“个案审查”为由回避其审查标准不一，适用边界模糊不清的事实是错误的。不同于相对理由条款的适用，绝对理由条款对于商标专用权的保护范围及禁用范围都相对较广，其立法本意应当是更充分地保护商标权利人以及社会公众利益和公共秩序的稳定运行，若随意适用则会导致商标专用权保护及禁用的标准摇摆不定，违反了立法本意。

而最高法院在“这！就是街舞”商标驳回案中对于诉争商标是否属于“缺显”情形的审查中，首先从诉争商标本身显著性入手，结合其与指定使用的服装等商品之间的关系，是否为服装商品的描述性词汇或与之相关的广告宣传用语，认定诉争商标可以发挥识别商品来源的作用，其次考虑了诉争商标与同名综艺节目之间的对应关系，认定其经使用所获得的更高显著性的事实，最后表明了显著性判断标准应当统一的态度。该判决对于《商标法》第十一条第一款第三项在行政及司法阶段的广泛适用作出正向指引，也让各级机关能够充分理解最高法院的裁判精神，将商标是否能够发挥商品识别来源作用的判断交给市场。

日期：2024.07.09  
作者：[张涵](#)/赵楠

[新闻中心](#) > [万慧达观点](#) > [商标](#)