

Expertise Makes It  
Possible

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

## 商标法13 | 最高法院再审认定“米其林”轮胎可以跨类对抗“米奇琳”水槽（2018）

日期: 2018.02.09  
作者: [杜彬彬](#)

@Wanhuida Intellectual Property

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

日期: 2018.02.09  
作者: [杜彬彬](#)

@Wanhuida Intellectual Property

## Expertise Makes It Possible

# 商标法13 | 最高法院再审认定“米其林”轮胎可以跨类对抗“米奇琳”水槽（2018）

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

米其林集团总公司是一家拥有逾百年历史、主营轮胎产品的跨国公司，其轮胎产品的知名度家喻户晓，在轮胎上注册的“米其林”、“MICHELIN”系列商标已多次被认定为驰名商标。

被告佛山市顺德区超洁金属制品有限公司生产销售带有“米奇琳MIQILIN”标识的不锈钢水槽。米其林公司于2011年10月起诉至广州中院，请求在认定“米其林”“MICHELIN”为驰名商标的基础上认定商标侵权并判赔。

一审法院认为：12类轮胎与21类厨房用品的商品类别既不相同也不类似，也不具有关联性，使用被告商品的相关公众对原告商标核定使用的轮胎商品的知晓程度并不高，而且“米奇琳MIQILIN”与“米其林”“MICHELIN”既不相同也不近似，因此，在类别无关联的商品上使用不相同也不近似的商标标识不会造成相关公众混淆误认，不构成商标侵权。

二审法院首先认为“米奇琳MIQILIN”与“米其林”“MICHELIN”不属于相同或近似商标，被诉侵权商标的使用不足以使相关公众认为被诉侵权商标与原告公司具有相当程度联系，未误导公众，不至于损害原告商标权；进而认为鉴于侵权行为不成立，被诉行为因不具备法律规定的其它要件而不成立的，人民法院对于所涉商标是否驰名不予审查。

两审法院均将商标近似、商品类别有一定关联、被请求商标在被诉商品的相关公众中具有一定知晓程度作为驰名商标认定的前提条件，从而在未对是否构成驰名做出论述判断之前就已经下了不构成商标侵权的结论。

再审法院首先在商标近似的认定时就已经考虑了原告商标的知名度，认为构成商标近似：“米奇琳”与“米其林”虽然字形存在一定差异，但读音完全相同、字形也有近似之处，相关公众在整体认知上易产生混淆误认；“MIQILIN”与“米其林”的拼音一致，与“MICHELIN”既有近似读音又在字形上有较多相同元素，在整体辨识上同样易引起混淆误认；因此“米奇琳MIQILIN”与“米其林”“MICHELIN”构成近似。进而在认定驰名商标的基础上，认为水槽等厨房用品与汽车轮胎等商品的消费群体存在交叉和重叠，被诉侵权商标的使用足以使相关公众混淆误认，从而减弱原告驰名商标的显著性，损害原告的利益。

万慧达代理米其林集团总公司参与了本案。

短评：

本案是“米其林”的驰名商标跨类保护继电动车、音响设备、木地板、气动工具之后在保护范围上的进一步突破，而且是在侵权标识“米奇琳MIQILIN”与权利人“米其林”、“MICHELIN”商标有一定差别的前提下得到的跨类保护，经过三审程序最终全额支持10万赔偿的诉讼请求。

---

日期: 2018.02.09

作者: [杜彬彬](#)

[新闻中心](#) > [万慧达观点](#) > [商标](#)