



運動場上的商標三兩事



賴安國*

在不同的智慧財產權中，商標權可以說是與運動產業最容易發生聯想的智財權了，國人應該都還記得2016年里約奧運時，我國羽球選手戴資穎女士與中華羽球協會間關於是否應穿著日本品牌Yonex球鞋的爭議¹，也應該都聽說過美國知名籃球選手麥克喬丹的名字一再被註冊商標所產生的爭議，然而，除了這些爭議外，商標權的保護其實對於運動產業其實是有促進的效果的，品牌的商業價值在運動產業中甚為明顯，不管是運動賽是主辦單位、參賽隊伍或是運動員個人的名稱、標識、吉祥物甚至是標語等等，都可能與商標保護有關，本文將從幾個面向，包括賽事主辦者、運動員、企業贊助廠商等不同的面向，來討論商標權在運動產業中的運用或趣事，並希望藉此讓讀者對於商標與運動的關係有更多的瞭解。

壹、賽事主辦者的商標保護

說起賽事主辦者辦者的商標權，最常被提及的便是奧林匹克與國際足球總會（FIFA）的商標了。國際奧會組織為了保護其標誌，早已開始要求奧運舉辦城市之申請國家，必須就奧林匹克標誌及名稱予以保護，而全世界已有許多國家訂有法律保護奧林匹克標誌及名稱，例如，法國、英國、澳洲、紐西蘭、德國等。對岸的中

DOI : 10.3966/221845622019040037004

收稿日：2019年3月26日

* 巨群國際專利商標法律事務所主持律師／執業律師／專利師。

¹ <https://tw.sports.appledaily.com/daily/20160824/37357768/>.

國大陸在2002年已訂定「奧林匹克標誌保護條例」，並在去年（2018年）進行修訂。依據中國大陸「奧林匹克標誌保護條例」規定，奧林匹克標誌權利人對奧林匹克標誌享有專有權²，未經奧林匹克標誌權利人許可，任何人不得為商業目的使用奧林匹克標誌³。

關於賽事主辦者商標的保護，近年來在運動場上受到主辦單位正式議題便是「突襲行銷」（ambush marketing）的手法。突襲行銷是指非活動贊助者，在活動期間進行相關行銷活動，讓消費者誤認為其與活動之舉辦有贊助關係，或藉由活動的舉辦增加其曝光率。例如，1996年亞特蘭大奧運時，當時Reebok（銳跑）是大會指定贊助商，Nike（耐吉）於是出奇招，在運送觀眾的巴士接駁中心裡發送印有Nike商標的帽子，讓他們戴著進入比賽場館，廣告效果比現場的付費廣告看板還好⁴。由於突襲式行銷會影響贊助廠商的廣告效果，也會影響賽事主辦者的贊助收入，故賽事主辦者也不能毫無作為，例如，FIFA便在其官方網站上清楚表達禁止突襲行銷（ambush marketing），且在2018年的俄羅斯世界盃前，FIFA除了在俄羅斯也註冊了多件商標（包括將主辦城市名稱與2018年相結合的標誌）外，俄羅斯總理在2013年6月即已簽屬聯邦第FZ-108號法案，依該法案規定，未經國際足聯許可，將國際足球總會或世界盃與任何產品或服務作直接或間接連結使用，將受到非法貿易的處罰⁵。且，FIFA的官方指南（Guidelines for the use of official marks）也以圖文方式，將被禁止使用的情境加以說明，並且特別表明受到保護的標誌包括但不

² 中國奧林匹克標誌保護條例第3條規定：「本條例所稱奧林匹克標誌權利人，是指國際奧林匹克委員會、中國奧林匹克委員會和中國境內申請承辦奧林匹克運動會的機構、在中國境內舉辦的奧林匹克運動會的組織機構。國際奧林匹克委員會、中國奧林匹克委員會和中國境內申請承辦奧林匹克運動會的機構、在中國境內舉辦的奧林匹克運動會的組織機構之間的權利劃分，依照《奧林匹克憲章》和相關奧林匹克運動會主辦城市合同確定。」

³ 中國奧林匹克標誌保護條例第5條規定：「本條例所稱為商業目的使用，是指以營利為目的，以下列方式利用奧林匹克標誌：(一)將奧林匹克標誌用於商品、商品包裝或者容器以及商品交易文書上；(二)將奧林匹克標誌用於服務專案中；(三)將奧林匹克標誌用於廣告宣傳、商業展覽、營業性演出以及其他商業活動中；(四)銷售、進口、出口含有奧林匹克標誌的商品；(五)製造或者銷售奧林匹克標誌；(六)其他以營利為目的利用奧林匹克標誌的行為。」

⁴ <https://www.bnext.com.tw/article/2507/BN-ARTICLE-2507>.

⁵ <https://therussianreader.com/tag/russian-federal-law-no-fz-108/>.

限於：

- 一、官方活動標誌、獎盃、吉祥物；
- 二、FIFA標誌、FIFA、FIFA World Cup、2018 FIFA World Cup Russia、World Cup；
- 三、RUSSIA 2018、舉辦城市與年度之結合圖樣（例如 Moscow 2018）；
- 四、官方粉絲標誌（FIFA FAN FEST）；
- 五、比賽用球。

必須注意的是，並不是所有試圖與運動賽事有牽扯之行銷手法都該被禁止，這其中還牽涉到描述性用語普通使用的公眾合法權益，例如，國際商標協會（International Trademark Association, INTA）針對立法保護突襲式行銷一事，便曾提及⁶：「被禁止的『突襲行銷』應有一定範圍且明確定義，只有發生（或可能發生）不實暗示為贊助商或有關聯關係，或導致公眾對贊助關係發生混淆誤認之商業活動應該被禁止。」「不應針對不具識別性的文字或符號給予特別保護，且該等文字或符號應容許為交易上使用，只要文字或符號並未造成是活動贊助商的錯誤印象。」等原則，希望能在合法公眾權益與不法「突襲行銷」間找到一個平衡點。

貳、運動隊伍的隊名與商標保護

運動隊伍的商標保護在某程度上與賽事主辦者有所類似，主要涉及的標的為運動隊伍的名稱、隊徽、吉祥物等的文字或圖樣。不過，比較有趣的事運動隊伍名稱在註冊商標時，有時會涉及同樣隊名的運動隊伍，或是該名稱不適合給予商標註冊的爭議，例如，美國國家冰上曲棍球聯盟（National Hockey League）的隊伍中，位於拉斯維加斯的維加斯金色騎士隊（Vegas Golden Knights），在申請商標時便曾發生爭議，依據美國商標局的申請過程文件，維加斯金色騎士隊隊在申請「Vegas Golden Knights」作為商標⁷時，美國商標局曾經發出通知，認為「Vegas Golden Knights」商標圖樣與紐約聖羅斯學院（The College of Saint Rose）的註冊第3188463

⁶ 國際商標協會，<http://www.inta.org/advocacy/pages/ambushmarketinglegislation.aspx>。

⁷ 美國註冊第87147239號商標。

號「GOLDEN KNIGHTS THE COLLEGE OF SAINT ROSE」商標有構成混淆，而打算駁回維加斯金色騎士隊的商標申請，後來維加斯黃金騎士隊向美國商標局提出了回覆意見，說服了美國商標局而核准其商標註冊。除此之外，因為美國軍方的傘兵隊，長期以來也被稱作 Golden Knights，美國軍方也曾經對「Vegas Golden Knights」商標的註冊表示不同意，不過據報導，雙方應該已經達成合意，維加斯金色騎士隊可以使用「Vegas Golden Knights」作為隊名跟商標⁸。

另外，提及職業運動隊伍名稱的商標，國家美式足球聯盟（National Football League, NFL）的華盛頓紅人隊（Washington Redskins）商標案是應該是最知名的案件之一。華盛頓紅人隊早在1960年代便取得商標註冊，由於「華盛頓紅人隊」中的「Redskins」（紅皮）被許多美國原住民認為有污辱美國原住民之意涵，故美國原住民團體在1992年間便以該商標詆毀輕蔑美國原住民，違反美國商標法規定為由，向美國商標審理及上訴委員會（TTAB）申請撤銷華盛頓紅人隊的註冊商標，TTAB於1999年撤銷該商標，華盛頓紅人隊不服TTAB之決定，向法院提起訴訟，法院則認為尚無證據顯示在該商標註冊時有相當數量的美國原住民人口認為「紅皮」一詞具有詆毀輕蔑意涵。在1992年提出的案件不被法院支持後，之後又有其他美國原住民團體向TTAB申請撤銷華盛頓紅人隊商標，TTAB在2014年撤銷華盛頓紅皮隊之商標註冊，該案在地方法院審理時，地方法院維持TTAB的決定，但上訴至聯邦上訴法院時，上訴法院在2018年1月為判決時並沒有支持TTAB的決定，而是維持了紅隊商標的有效性⁹。

參、運動員姓名、暱稱

運動員將其姓名、暱稱申請商標註冊的情況並不少見，例如手握八面金牌的牙買加短跑運動員閃電Usain Bolt（尤賽恩·柏爾特）、華裔籃球明星林書豪等，均曾以自己的姓名註冊商標，而運動員的姓名、暱稱遭第三人不當搶先註冊，則是最常

⁸ http://www.espn.com/nhl/story/_/id/24143090/vegas-golden-knights-settle-trademark-name-us-army.

⁹ <https://advertisinglaw.foxrothschild.com/2018/01/fourth-circuit-finally-rules-washington-redskins-trademark-case/>.

發生的商標爭議案件，從過往知名球星麥克喬丹的姓名在中國的一再被註冊、林書豪的「Linsanity」在美國被搶先註冊、籃球明星Kobe Bryant（柯比·布萊恩）的「The Black Mamba」在美國的商標註冊爭議¹⁰，到近來於2018年俄羅斯世界杯時，法國隊小將姆巴佩（Kylian Mbappe）的姓名在幾天內有超過百件申請案在中國大陸被提出¹¹，都是有關運動員姓名、暱稱遭不當搶先註冊的商標爭議。

另外，除了將運動員名稱、暱稱進行商標註冊外，教練、運動員將其標語、口頭禪申請商標註冊，也是運動場上的商標趣事。早在1990年代時，便有美國的一位籃球教練John Calipari以「Refuse to Lose」申請取得註冊商標。而近年運動員將標語、口頭禪申請註冊之情形則更屢見不鮮，例如：

一、美國NBA籃球皇帝Lebron James在2017年申請註冊的「Nothing Is Given. Everything Is Earned.」與「I Promise School Nothing Is Given. Everything Is Earned.」；

二、紐約巨人隊防守邊衛Michael Strahan於2012年註冊的「Stomp You Out」及「Stomp Them Out」；

三、紐約噴射機隊中後衛Bart Scott於2012年註冊的「Can't Wait」；

四、前世界第1網球選手John McEnroe於2008註冊的「You Cannot Be Serious」都是運動員標語、口頭禪的商標案例。

對於此種標語、口頭禪的商標註冊，一般引起爭議的是，這句話並不是該運動員發明的，怎能讓其取得商標註冊？然而，商標法對於申請註冊的要件並非如同專利法一般，需要是申請人的技術發明，既有的文字、用語也可申請註冊。只是，一般而言，以口頭禪或標語申請註冊，會面臨到是否具識別性的疑義，因此，不能是商品服務的描述性用語，且往往需要補強提出已經有相當識別性的證據。

¹⁰ <https://www.forbes.com/sites/darrenheitner/2017/02/07/kobe-bryant-in-a-trademark-battle-over-black-mamba/#7bc394757e1a>.

¹¹ <https://news.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/2489003>.

肆、企業贊助廠商與運動員的商標爭議

在運動場上，還會有一種有趣的商標爭議，那就是贊助廠商跟運動員之間的商標爭議，尤其是當一個運動員長期使用一個由贊助廠商取得註冊的商標，作為自己的專有個人品牌標誌時。例如，在網球運動界，創下20座大滿貫紀錄的天王Roger Federer（羅傑·費德勒）長期以來一直有一個同名品牌「RF標誌」，但當他在2018年3月與Nike終止贊助時，雙方便發生了商標爭議¹²，由於「RF標誌」之前是由Nike取得標註冊，而依據費德勒與Nike的贊助合約，Nike在贊助關係終止後，似乎也沒有將商標移轉給費德勒的義務，Nike將可以排除他人（包括費德勒）使用「RF標誌」，雖然也許會有認為，費德勒可以主張這是自己的名字，故加以使用¹³，然而，在這個案件中，費德勒要做如此主張恐非易事，一來「RF標誌」是經過設計的圖樣，能不能被直接認定為是費德勒的姓名，還有疑義，二來，費德勒的使用方式也會受到相當的限制，只能以有限的方式來表達這是自己的姓名，而不能被認為是商標使用。

伍、結語

透過上述運動場上的商標三兩事，不難發現商標權其實是相當有趣的一門學問，而激烈競爭的運動場上，其實處處充滿商標的影子，運動場上的標誌、名字、吉祥物圖樣或標語，轉化成商業、法律上的商標競爭時，其背後故事的趣味性有時也不下於運動場上激烈的賽事，隨著我國運動風氣的日益盛行，相信許多以往在國外看到的商標案例，也會陸續的發生在我們的運動場上。

¹² <https://www.novagraaf.com/en/insights/roger-federer-battle-nike-over-rf-trademark>.

¹³ 以我國商標法為例，商標法第36條第1款規定，以符合商業交易習慣之誠實信用方法，表示自己之姓名、名稱，非作為商標使用者，不受他人商標權之效力所拘束。