



齐鲁法学文库 2007·2

法律视野下的奥运会

FALUSHIYEXIAD E AOYUNHUI

FALUSHIYEXIAD E AOYUNHUI

FALUSHIYEXIAD E AOYUNHUI

◎主编 肖金明 黄世席

FALUSHIYEXIAD E AOYUNHUI



中国人民公安大学出版社

齐鲁法学文库 2007·2

法律视野下的奥运会

主编 肖金明 黄世席

中国人民大学出版社

·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

法律视野下的奥运会/肖金明 黄世席主编. —北京: 中国人民公安大学出版社, 2008.4

(齐鲁法学文库. 2007·2)

ISBN 978-7-81139-029-2

I. 法… II. ①肖…②黄… III. 奥运会—知识产权—保护—学术会议—文集 IV. D913.04-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 026634 号

齐鲁法学文库 2007·2

法律视野下的奥运会

FALU SHIYEXIADE AOYUNHUI

主编 肖金明 黄世席

出版发行: 中国人民公安大学出版社

地 址: 北京市西城区木樨地南里

邮政编码: 100038

经 销: 新华书店

印 刷: 北京兴华昌盛印刷有限公司

版 次: 2008 年 4 月第 1 版

印 次: 2008 年 4 月第 1 次

印 张: 212.5

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

字 数: 4284 千字

ISBN 978-7-81139-029-2/D·029

定 价: 465.00 元 (全套 10 册)

本社图书出现印装质量问题, 由发行部负责调换

联系电话: (010) 83903254

版权所有 侵权必究

E-mail: cpep@public.bta.net.cn

www.phcpps.com.cn

www.porclub.com.cn

奥林匹克知识产权研究

- 奥林匹克标志的知识产权保护初探 冯玉军 黎晓园(3)
- 奥运知识产权的特征及其法律保护 赵伟伟 王 蕾(16)
- 我国奥林匹克标志法律保护有关问题研究 马法超(24)

奥运会争议解决机制

- 北京奥运会仲裁四题 黄世席(33)
- 国际体育仲裁院奥运会特别分院的临时措施 王 蓉(43)
- 略论国际体育仲裁院裁决的司法监督 周 江(53)
- 论北京 CAS 临时仲裁与我国现行法律的冲突及解决 许添元(63)

奥林匹克运动员权利问题

- 关于变性人参加奥运会的思考 汤卫东 厉成晓(73)
- 奥运会志愿者服务活动法律责任问题初探 肖 浩(80)
- 奥林匹克运动中运动员权利问题研究 韩新君(88)
- 奥运会对男足运动员年龄限制问题研究 王学辉 朱 琳 魏 薇(96)
- 奥林匹克价值观与儿童运动员人权保护 魏 静 王春文(105)

北京奥运会所涉法律问题

- 北京奥运会安全保障问题探讨 郭树理 夏骄阳(115)
- 北京奥运会对我国国际法领域的影响浅析 陈华荣 杨卫东(125)
- 奥运场馆设施代建中的法律问题研究 陈元欣(135)
- 北京奥运会与我国志愿者立法 田思源(142)

奥林匹克运动商业化的法律规制

- 奥运会电视转播权法律问题初探 朱文英(163)
- 从法律视角看奥林匹克中的伏击营销 许晓鑫(173)
- 规制奥运会隐性市场行为的立法探索 谢 潇(188)
- 反埋伏式营销与奥林匹克知识产权保护研究 田 雨(205)
- 奥运会埋伏营销的法律规制 徐 超(216)

一般体育法问题

- “博斯曼案”与欧盟竞争法 裴 洋(227)
- 论我国反体育观众暴力和不良行为规范体系的构建 张振龙(243)
- 体育赛事观众伤害赔偿法律问题研究 韩 勇(249)
- 法治视角下退役运动员出路解析 罗嘉司 屈晓宇(258)
- 体育法的概念和特征 郭树理 周青山(267)
- 我国体育知识产权法律保护初论 周 勇 李 燕 何琼秀(278)
- 浅论体育赛事合同法律关系及其律师实务 杨黎明 余 宇(295)
- 美国运动员形象权初探 侯永言 闫 侠(302)
- 体育自治与欧共体竞争法 程 叶(311)
- 体育赞助合同的法律适用 许 琦(318)
- 论完善我国体育经纪人管理的法律制度 高永刚(324)

后记 山东省法学会(332)

奥林匹克知识产权研究

奥林匹克标志的知识产权保护初探

冯玉军 黎晓园*

中国北京将于2008年主办奥运会,这不仅为我们迎来了千载难逢的发展机会,更为我们带来了前所未有的巨大挑战。对奥林匹克知识产权的法律保护是其中最为重要的课题之一。保护好奥林匹克知识产权,既是我国在《第29届奥林匹克运动会主办城市合同》中对国际奥委会的一项承诺,是评价承办2008年奥运会成功与否的一个重要标准,也是对我国知识产权保护制度、法治环境及中国政府行政执法能力进行综合评价的重要因素。近年来,我国大力加强奥林匹克知识产权的立法、司法和行政执法工作,取得了十分显著的成就。^①

奥林匹克知识产权的范围非常广,包括奥运会的门票销售、电视转播权、纪念品销售及奥林匹克标志等多方面的内容。本文的侧重点是奥林匹克标志的知识产权保护问题。

一、奥林匹克标志知识产权保护概述

(一) 国际奥委会、奥林匹克标志及奥林匹克知识产权

国际奥委会是奥林匹克运动会的最高权力机构,也是全球最大的非政府组织(NGO)之一。根据《奥林匹克宪章》(以下简称《宪章》)第2章第19条的规定,国际奥委会是一个国际性、非政府、非营利、无限期的组织,以协会的形式具有法人地位,得到瑞士联邦议会的承认。截至1998年12月,国际奥委会共拥有200个成员国或地区。

奥林匹克标志是国际奥委会所拥有的唯一财产。奥林匹克标志是奥运会乃至整个奥林匹克运动的重要象征,是奥林匹克精神极为重要的载体,它包含了设计人的智力创作和奥委会的筛选,是一种劳动成果,非经权利人许可,他人不能使用。获得权利人授权许可使用的,必须在许可使用合同约定的地域范围、期间内使用奥林匹克标志。

* 冯玉军,中国人民大学法学院副教授;黎晓园,中国人民大学法学院法学硕士研究生。

本文系作者主持的2005年度国家社会科学项目《全球化背景下的东亚法治问题研究》(05BFX001)的阶段性成果。

①2002年2月4日,国务院颁布《奥林匹克标志保护条例》(第345号令),并于2002年4月1日开始施行。通过专门的行政法规对奥林匹克标志进行保护在中国尚属首次,在世界上也是领先之举。据北京市知识产权局局长刘东威在2004年3月30日举行的“北京知识产权保护”新闻发布会上透露,在过去两年中,北京市已成功处理了144起侵犯奥林匹克标志案件,有效地保护了奥林匹克知识产权。参见 <http://www.qianlong.com/2004年4月1日>。

匹克标志。按照中国自2002年4月1日起开始实施的《奥林匹克标志保护条例》第2条之规定,奥林匹克标志是指:“(一)国际奥林匹克委员会的奥林匹克五环图案标志、奥林匹克旗、奥林匹克格言、奥林匹克徽记、奥林匹克会歌;(二)奥林匹克、奥林匹亚、奥林匹克运动会及其简称等专有名称;(三)中国奥林匹克委员会的名称、徽记、标志;(四)北京2008年奥林匹克运动会申办委员会的名称、徽记、标志;(五)第29届奥林匹克运动会组织委员会的名称、徽记,第29届奥林匹克运动会的吉祥物、会歌、口号,‘北京2008’、第29届奥林匹克运动会及其简称等标志;(六)《奥林匹克宪章》和《第29届奥林匹克运动会主办城市合同》中规定的其他与第29届奥林匹克运动会有关的标志。”概括地说,奥林匹克标志的表现形式可分为四类:一是平面图案或三维图形类,如五环标志、五色中国结标志(奥申委徽记)、五环长城徽记等;二是专有名称类,如奥运会、奥林匹克等专有名称;三是文字类,如奥运会口号、奥林匹克格言等;四是其他表现形式,如会歌、会旗等。

奥林匹克知识产权,是指国际奥委会、各国奥运组委会和经合法授权的被许可人,对于奥林匹克有关的商标、特殊标志、专利、作品和其他创作成果享有的专有权利。^①像奥林匹克、奥林匹亚等这样一些奥运标志,凝练地概括了奥林匹克运动在长久历史中积累的无形资产,同时,也构成奥林匹克运动的信誉基础及其社会价值的精华。因此,在奥运会和奥林匹克运动改革与发展的进程中,显现出日益增长的市场价值。在近20年来的历届奥运会中,利用奥林匹克标志进行市场开发活动,已经成为国际奥委会和奥运会组委会的重要收入来源。从历届奥运会看,奥林匹克知识产权都转化为

①为实施《奥林匹克标志保护条例》,海关总署已于2002年4月3日发布了《中华人民共和国海关总署公告》(2002年第6号),以便于社会了解和自觉尊重奥林匹克标志专有权人的相关权利。所列《奥林匹克标志专有权备案目录》内容如下:一、权利人:国际奥林匹克委员会;代理人:第29届奥林匹克运动会组织委员会。(一)奥林匹克五环图案标志;(二)奥林匹克格言:更快、更高、更强,Citius. Altius. Fortius;(三)奥林匹克、奥林匹亚、奥林匹克运动会及其简称等专有名称:奥林匹克,奥林匹亚,奥林匹克运动会,奥运会,奥运,Olympic, Olympics, Olympiad, Olympic Games, Olympique, Olympiques, Olympiade, Jeux Olympiques。二、权利人:第29届奥林匹克运动会组织委员会。(一)北京2008年奥林匹克运动会申办委员会名称:北京2008年奥林匹克运动会申办委员会,北京奥林匹克运动会申办委员会,2008年奥林匹克运动会申办委员会,北京2008年奥运会申办委员会,北京奥运会申办委员会,2008年奥运会申办委员会,北京2008年奥运会申办委,北京奥运会申办委,2008年奥运会申办委,北京2008年奥申委,北京奥申委,2008年奥申委,奥申委,Beijing 2008 Olympic Games Bid Committee, BOBICO;(二)北京2008年奥林匹克运动会申办委员会标志;(三)第29届奥林匹克运动会组织委员会名称:第29届奥林匹克运动会组织委员会,第29届奥运会组织委员会,第29届奥运会组委会,北京奥运会组委会,奥运会组委会,北京奥组委,奥组委,Beijing Organizing Committee for the Games of the XXIX Olympiad, BOCOG;(四)第29届奥林匹克运动会口号:新北京,新奥运;New Beijing, Great Olympics;绿色奥运,科技奥运,人文奥运;Green Olympics, Hi-Tech Olympics, People's Olympics;(五)北京2008:北京2008, Beijing2008, 北京二〇〇八, 北京二零零八;(六)第29届奥林匹克运动会及其简称:第29届奥林匹克运动会,第29届奥运会,北京奥运会,2008年奥运会。三、权利人:中国奥林匹克委员会。(一)中国奥林匹克委员会名称:中国奥林匹克委员会,中国奥委会(中文简称),CHINESE OLYMPIC COMMITTEE, COC;(二)中国奥林匹克委员会会徽;(三)奥林匹克委员会商用徽记;(四)中国体育代表团标志。

巨大的无形资产,成为解决奥运会经费的主渠道,占全部收入的60%左右。

（二）奥林匹克标志的权利人

《奥林匹克宪章》,亦称奥林匹克章程或规则,是国际奥委会制定的关于奥林匹克运动的最高法律文件,其地位相当于奥林匹克运动方面的“宪法”。该《宪章》第2章第11条关于奥林匹克运动会的产权是这么规定的:“奥林匹克运动会完全属于国际奥委会,国际奥委会拥有其中有关的全部权利,特别是(而且没有限制地)涉及该运动会的组织、开发广播电视和复制的权利,不论以何种方式或以现存的或将来发展的何种手段或机制。关于与奥林匹克运动会及奥林匹克运动会范围内比赛和运动成绩有关的数据的获取条件和使用条件由国际奥委会决定。”

毋庸置疑,按照《宪章》的规定,奥林匹克标志是国际奥委会当然的权利。换言之,国际奥委会是奥林匹克标志的知识产权所有人。同时,需要指出的是,具体到第29届奥运会的奥林匹克标志权利人,(在不同的时期)还应包括:中国奥委会、原北京奥申委和北京奥组委(继承原北京奥申委)。

（三）奥林匹克标志的使用规则

依照《奥林匹克标志保护条例》,正确、合法使用标志应该遵循下列规则:

1. 奥林匹克标志权利人依法对奥林匹克标志享有专有权。这种专有权肯定了知识产权的排他性,排除了在同一知识产品上有两个权利人的情况。这种专有权包括了占有权、收益权和处分权。

2. 未经奥林匹克标志权利人许可,任何人不得为商业目的(含潜在商业目的)使用奥林匹克标志。这里所指的“商业目的使用”,是指以营利为目的,以下列方式利用奥林匹克标志:将奥林匹克标志用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上;将奥林匹克标志用于服务项目中;将奥林匹克标志用于广告宣传、商业展览、营业性演出以及其他商业活动中;销售、进口、出口含有奥林匹克标志的商品;制造或者销售奥林匹克标志;可能使人认为行为人与奥林匹克标志权利人之间有赞助或者其他支持关系而使用奥林匹克标志的其他行为。

3. 得到奥林匹克标志权利人许可,为商业目的使用奥林匹克标志,应当同奥林匹克标志权利人订立使用许可合同。通过签订使用许可合同,奥林匹克标志权利人可以根据自愿原则,在一定的条件下,允许他人有偿地使用奥林匹克标志,这种做法

受法律保护。^①

4. 依照上述规定订立使用许可合同的,被许可人只得在合同约定的地域范围、期间内使用标志。权利人在使用许可合同中,往往对被许可人使用奥林匹克标志的时间、地域范围有具体的规定,这就进一步体现了奥林匹克标志知识产权的专有性。

二、奥林匹克标志知识产权的性质与特性

奥林匹克知识产权保护是我国知识产权保护工作中的重要组成部分。但是,相对于一般的知识产权保护而言,奥林匹克知识产权保护的客体比较特殊,表现为它在专有性、地域性和时间性等方面都具有特殊性。

(一)从知识产权的专有性考察奥林匹克标志的特殊性

知识产权是一种具有专有性的民事权利,是无形财产的所有权。就其本质而言,知识产权乃是一种“全新的特殊权利”,^②它可以分为独占权和禁止权。独占权,是指排他地、独有地支配其客体的权利,该类权利主要有著作权、专利权、商标权等;禁止权,是指对违反不正当竞争义务进行制裁的权利。知识产权的专有性主要表现在两个方面:一是无形财产为权利人所独占,权利人垄断这种专有权利并受到严格保护,没有法律规定或未经权利人许可,任何人不得使用权利人的知识产品;二是对同一项知识产品,不允许有两个或两个以上同一属性的知识产权并存。

知识产权的专有性效力,即排他性方面的特点表现在:一是知识产权的排他性,主要是排斥非专有人对知识产品进行不法仿制、假冒或剽窃;二是知识产权的独占性是相对的,这种垄断权利往往要受到权能方面的限制(如著作权中的合理使用、专利权中的临时过境使用、商标权中的先用权人使用等),同时,该项权利的独占性只有在一定空间地域和有效期限内才产生效力。

显而易见,国际奥委会对奥林匹克标志所拥有的权利是一种知识产权,具有知识产权的特点,具体表现在:

1. 奥林匹克标志知识产权专属于国际奥委会,体现了权利的独占性。根据《宪章》第1条的规定,国际奥委会是奥林匹克运动的最高权力机构;第11条规定(如前所述);第12条附则,详尽阐述了奥林匹克五环标志、旗帜、格言、徽记、会歌及其产

^①国际奥委会要求在有关国家(地区)乃至全球范围内进行登记、注册奥林匹克特殊标志;按规定由有权机构使用或授权使用。不论出于何种目的,未经许可均不得使用;保证合法使用者通过奥林匹克知识产权获取商业收益,杜绝违规使用;对违规使用者追究法律责任,包括索取赔偿。随着现代奥林匹克运动的发展,特别是奥林匹克知识产权日渐显现出巨大市场价值后,国际奥委会对其成员尤其是奥运会主办城市所在国家提出了一些超标准的知识产权保护特殊要求。由于奥运会的经费来源最终在于赞助商,所以国际奥委会绝不允许未获许可者尤其是国际奥委会赞助商的同业竞争者,与奥林匹克知识产权发生任何商业使用上的关联,即不允许其利用奥林匹克知识产权对国际奥委会赞助商实施不正当竞争。

^②小岛庸和著:《无形财产权》,日本创成社1998年版,第5~9页。

权的内容和保护要求,明确规定国际奥委会可采取一切措施使上述奥林匹克标志在各国和国际上获得法律保护,要求各国奥委会按照国际奥委会的指示并通过国家法律保护奥林匹克标志,并细致规定了国家奥委会奥林匹克徽记的制作和批准。在奥林匹克标志的知识产权上,仅存在一个权利人,即国际奥委会,而不允许存在第二个权利人。

2. 奥林匹克标志知识产权具有排他性,这种排他性又分为三个层次:(1)《宪章》第11条第1款和第2款分别规定,“国家奥委会奥林匹克徽记的使用只在该国家奥委会所在国家内有效;该徽记以及与奥林匹克有关的国家奥委会的任何其他标志、徽记、标识或名称,除非事先得到另一个国家奥委会的同意,不得在该国家奥委会所在的国家中用于任何广告,商业或营利目的”,“奥运会组委会的奥林匹克徽记以及与奥林匹克有关的任何其他标志、徽记、标识或名称,除非事先得到另一个国家奥委会的书面同意,不得在该国家奥委会所在国家中用于任何广告,商业或营利目的”。这是以国际性法律文件的形式,对奥林匹克知识产权排他性的规定。(2)随着奥林匹克运动会的商机被日益发掘出来,一些企业和公司开始利用奥林匹克标志作为自己产品或服务的宣传标志,严重损害了奥委会的利益。为了保护国际奥委会对奥林匹克标志的知识产权,各国开始订立国际性条约来支持国际奥委会维护自己的权利。1981年,由21个国家缔结的《保护奥林匹克会徽条约》规定:成员国非经国际奥林匹克许可,有义务拒绝为任何包含奥林匹克五环会徽图形或相似图形的标志进行商标注册,并应采取适当措施禁止出于商业目的不经许可使用这种标志。这是以各个主权国家之间共同签订的国际条约的形式,对奥林匹克知识产权排他性的规定。(3)2008年中国北京奥运会《奥林匹克标志保护条例》第4条第2款中规定:“未经奥林匹克标志权利人许可,任何人不得为商业目的(含潜在商业目的,下同)使用奥林匹克标志。”这是以奥运会主办国之政策法规(内国法)的形式,对奥林匹克知识产权排他性进行的规定。

3. 从奥林匹克标志知识产权的权利主体来看,其权利来源和属性也具有特殊性。作为奥林匹克标志知识产权的权利主体,国际奥委会是一个国际性的非政府组织(Non-Governmental Organization, NGO)^①和非营利性的法人组织,其组织的奥林匹克运动会在世界范围内具有广泛影响,能够在世界范围内独立地承担民事责任。而对于这么一个具有重大影响的国际组织,其拥有的知识产权就不同于一般意义上的个人或者集体的知识产权。这集中表现在其权利来源的特殊性方面。依据有关

^①国际性非政府组织是由个人或者民间团体设立的组织,主要在于协调各国国内的同类型组织之间的活动。非政府组织不能行使国家权力,但这并非是说非政府组织就不能影响国际关系。由于非政府组织代表着不同方面的利益,并有着自身的机构,因此往往成为国际组织的对话伙伴。参阅沃尔夫刚·格拉夫·魏智通主编,吴越、毛晓飞译:《国际法》,法律出版社2002年版,第357页。

国际组织之国际法主体资格理论中的“缔约国授权论”,^①可以知道:国际奥委会是依据各个成员国之间共同协商同意的组织宪章而设立的,因此,国际奥委会的主体资格并非源自该国际组织本身,而是产生于各个主权国家之间通过法律文件而形成的《宪章》。各国在加入国际奥委会、签署《宪章》之时,必须首先明确承认国际奥委会对奥林匹克标志知识产权的主体权利。而基于国际惯例,这种得到了签署国广泛承认的权利是需要充分尊重的。当然,国际奥委会毕竟还是一个非政府、非营利性的组织,其维护自身知识产权的行为还要受到该组织相关章程规定的限制,它必须恪守《宪章》及《宪章》规定的奥林匹克运动会的原则和宗旨来维护权利,其权利不得滥用。

(二)从知识产权的地域性考察奥林匹克标志的特殊性

知识产权的地域性,就是对权利的一种空间限制。任何一个国家或地区所授予的知识产权,仅在该国或该地区的地域范围内受到保护,而在其他国家或地区不产生法律效力。如果知识产权所有人希望在其他国家或地区也享有这种独占权,则应依照其他国家的法律规定登记注册或经审查批准。一般来讲,除本国已经加入的国际公约、条约或双边协定另有规定之外,任何一个国家都不承认其他国家所授予的知识产权。随着一些保护知识产权的国际公约的签订,在世界范围内建立了一套知识产权国际保护制度。国际公约关于国民待遇原则的规定,是对知识产权地域性限制的重要补充和协调。^②由于这一原则,使得一国承认或授予的知识产权,根据国际公约在缔约国发生域外效力成为可能。

《奥林匹克标志保护条例》第8条规定:“取得奥林匹克标志权利人许可,为商业目的使用奥林匹克标志的,应当同奥林匹克标志权利人订立使用许可合同……依照前款规定订立使用许可合同的,被许可人只得在合同约定的地域范围、期间内使用奥林匹克标志。”由于国际奥委会本身就是一个国际性的组织,有200个成员国或地区加入,并签署了《宪章》,因此,奥林匹克标志的知识产权保护从成立的根据上就具有广泛的国际地域性。当然,由于奥林匹克知识产权是一种具有多方约定性质的权利,国际奥委会的知识产权保护也要得到各个成员国的承认和保护。不过,在每个成员国加入国际奥委会和签署宪章的过程中,已经获得了对这种广泛地域内知识产权保护的认可和承诺。这是个人在获得知识产权保护方面所不具有的优越条件。

(三)从知识产权的时间性考察奥林匹克标志的特殊性

按照民法一般理论,时间性,是知识产权与所有权的主要区别之一。时间性,是指知识产品所有人有权在一定时期享有垄断使用的利益,但有义务将其智力成果向

^①基亚平等著:《当代国际法论》,法律出版社1998年版,第121页。

^②吴汉东:《关于知识产权本体、主体与客体的重新认识——以财产所有权为比较研究对象》,载刘春田主编的《中国知识产权评论》第1卷,商务印书馆2002年版,第186页。

公众公开。就其本质而言,知识产权乃是以国家面貌出现的社会公众与知识产品所有人之间签订的特殊契约。^① 知识产权在时间上的有限性,是世界各国为了促进科学文化发展、鼓励智力成果公开所普遍采用的原则。这一制度既要促进科学、技术、文化的广泛传播,又要注重保护知识产品创作者的合法利益,协调知识产权专有性与知识产品社会性之间的矛盾。

而国际奥委会所拥有的奥林匹克标志知识产权在时间性上则有所不同。《宪章》第7条第7款明确规定:“只要条件允许,不论何时何地,国家奥委会的奥林匹克徽记得由国家奥委会在该国进行注册(即得到法律)保护。”第11条第3款规定:“在任何情况下,奥运会组委会所签任何合同的有效期限不得超过有关奥林匹克运动会举办当年的12月31日。”而《宪章》第11条第3款又进一步规定了国际奥委会与国家奥组委之间的合同权利义务关系,该合同约定了国家奥委会对奥林匹克标志所拥有的权利截至奥运会举办当年的12月31日,在这一日期之后,这一权利将悉数收归国际奥委会所有。

当然,国际奥委会对奥林匹克标志的知识产权虽然在时间性上与一般的知识产权有所不同,但要切实保护其知识产权,仍须得到各成员国法律的承认和保护,因此,此项规定及相应权利要落实到各国的法律实践中,还会在时间上受到各国知识产权法律具体规定的限制。从这一点上来说,奥林匹克标志的知识产权也并非完全不受限制。

三、我国奥林匹克标志知识产权保护的制度与实践

(一) 法律制度建构

奥林匹克标志属于知识产权的范畴。我国对奥林匹克标志的知识产权保护承袭了我国知识产权保护制度的特点,并将之纳入知识产权法的调整范围内。近年来,我国先后修订和制定了《著作权法》、《商标法》、《专利法》和《特殊标志管理条例》等规范性法律文件。在著作权法方面,我国加入了《保护文学艺术作品伯尔尼公约》、《世界版权公约》、《保护录音制品公约》三个国际公约,国务院为此又颁布了《著作权法实施条例》、《计算机软件保护条例》以及《实施国际著作权条约的规定》等行政法规。在商标权法方面,新修订的我国《商标法》在商标的行政保护方面加强了对商标侵权行为的打击力度和对商标权的保护力度。最高人民法院发布了《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》和《关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》,有力地促进了包括奥林匹克标志在内的相关知识产权法律保护制度的发展和完善。

但是,奥运会标志的知识产权保护毕竟有其特殊性,不能为我国现有《商标法》、《著作权法》、《专利法》以及《特殊标志保护条例》等现行法律规范完全涵盖。例如,

^①中国科学技术情报所专利馆编:《国外专利法介绍》,知识出版社1981年版,第12页。

国际奥委会严令查禁的“隐性市场”在我国尚无明确予以禁止之法律依据。国内冠以“奥运会”、“奥运”、“奥林匹克”、“北京 2008”等名义的各类促销、展览及收费研讨会等活动与日俱增,国际奥委会对此作出了强烈反应,但我们在工商管理和知识产权管理上却是无法可依。此外,我国现行法律法规和国际通行的奥林匹克知识产权法也不能完全衔接,其在权利保护内容、范围、救济程序等方面都有冲突。为此,我们需要从全面保护奥林匹克标志,保障权利人合法权益,维护并推动奥林匹克运动发展的角度,进行奥林匹克标志知识产权保护的专门立法。

在这方面,我国立法的起步虽晚,但决心及成效却很大。《宪章》是奥林匹克标志知识产权保护最为基础的法律文件。从奥运会主办国内部适用的法律角度说,还有中国政府与国际奥委会签订的《第 29 届奥运会主办城市合同》和《中国奥委会章程》。为进一步加强奥林匹克知识产权的保护,从立法层面保障奥林匹克知识产权权利人和合法使用人的正当利益,中国政府还专门制定行政法规和地方性法规予以落实:2001 年 11 月 1 日,北京市正式实施了《北京市奥林匹克知识产权保护规定》,共 17 条;2002 年 2 月 4 日,国务院又颁布了《奥林匹克标志保护条例》,不仅完善了相关规范,而且,将原有北京市地方行政规章上升为国家行政法规层次,共 15 条,于 2002 年 4 月 1 日开始施行。这些举措,清楚地表明我国保护奥林匹克标志专用权的决心,但要将奥林匹克标志的保护落到实处,仍然是我国面临的艰巨任务。

(二) 行政执法与司法保护机制

保护奥林匹克标志的知识产权,不仅要有立法的支持,还应该有较强的行政和司法的保证,这需要工商行政部门、知识产权局、海关、法院、国家奥组委等多个单位的协力配合,严厉查处和打击侵犯奥林匹克知识产权的行为。随着 2008 年奥运会的日益临近,各类侵犯奥林匹克标志知识产权案件已发生多起,奥运法律行动也要由前期的立法行动进入执法和司法阶段。对此,如何积极有效地应对奥运标志知识产权保护的挑战,是中国法律界面临的迫在眉睫的现实课题。^①

按照西方发达国家解决知识产权纠纷的通例,绝大多数知识产权权利人都是依靠司法渠道,由自己提起诉讼的。但在我国,奥林匹克标志知识产权的法律保护机制,却是以工商行政机关的行政执法为主,人民法院的司法为辅的具有中国特色的“双轨制”^②办法,即对于知识产权侵权案件,知识产权所有人可以直接向工商行政管理部门投诉,也可直接向人民法院起诉,同时,行政管理部门也可以进行查处。

当前,大量的奥林匹克标志知识产权侵权案件,主要还是依靠工商行政管理部门以及其他行政机关进行查处的。北京市工商局统计结果显示:2002 年该局共办理涉及奥林匹克标志的案件 99 起,罚款 31 万元,消除侵权标志 27 万余件,整改大型

^①刘武俊:《“奥运司法行动”大有作为》,载《广州日报》2004 年 5 月 30 日。

^②黄晖:《驰名商标和著名商标的法律保护》,法律出版社 2001 年版,第 294 页。

广告牌 609 块,对 6.7 万辆出租车上发布的迎奥运标志的广告作出限期清除的处理,查扣带有侵权标识的商品及包装物 13 万余件;2003 年共受理侵犯奥林匹克标志案件 45 起,罚款 53 万元。侵权行为涉及房地产广告、公交车身广告、户外广告、印刷品广告、街头自动售货机、银行借记卡等介质。而涉及的商品范围也十分广泛,有商品房、食品、饮料、酒,也有化妆品、服装、鞋帽、日用百货,还有玩具、纪念品、礼品等。与此同时,我国海关严格依法行政,加大打击各种走私和侵犯知识产权行为的力度,多次查扣和严厉处罚假冒著名品牌运动服装、运动鞋帽的行为,维护了国际贸易的正常秩序。另据报道:作为奥林匹克标志权利人之一,北京奥组委积极按《奥林匹克标志保护条例》有关条款向国家工商行政管理总局备案各种奥林匹克标志。截至 2004 年 4 月 1 日,北京奥组委在国家工商总局商标局备案的奥林匹克标志已有 38 件。同时,北京奥组委还代表国际奥委会向国家工商总局提交了 20 多件标志的备案申请。^① 这些备案、公告和监督、查处工作,有效地保护了奥林匹克标志,为举办历史上最出色的一届奥运会营造了良好的法律和市场环境。

迄今为止,我国法院只审理了一件涉及奥林匹克五环标志的知识产权案件。^② 并且该案在国际奥委会确定 2008 年奥运会主办地前不久作出终审判决,表明了我国保护知识产权的决心和力度,其意义不言而喻。但可以想见,随着 2008 年奥运会的日益临近,“奥运经济”将持续升温,个别企业仍将想方设法利用奥运标志牟取非法利益,还有一些企业出于对体育的热情以及对奥运标志知识产权保护规定的不知情,也可能发生违规行为。因此,基于防微杜渐,“先规则、后处罚”的方针,北京市高级人民法院公布了对今后涉嫌侵犯奥林匹克知识产权案件的审理原则。该原则除明确界定了“奥林匹克标志”的保护范围外,还特别强调,未经奥林匹克标志权利人许可,以商业目的(含潜在商业目的)使用奥林匹克标志的行为都属于侵权行为。主要包括:将奥林匹克标志用于商品、商品包装、容器和服务项目中;将奥林匹克标志用于广告宣传、商业展览、营业性演出等活动中;销售、进口、出口含有奥林匹克标志的商品;制造或者销售奥林匹克标志等。如果行为人的行为可能使公众认为其与奥林匹克权利人之间有商业赞助或者其他支持关系的,也被认为是一种侵权行为。

实践中,奥林匹克标志的保护客体较为特殊,在保护要求上同商标、专利、著作权领域的惯常做法有些差异。因此,在奥林匹克标志能否作为特殊标志予以保护的

^①参见: <http://sports.qianlong.com/4713/2004/04/01/244@1976088.htm>, 载《中国体育报》2004 年 4 月 3 日。

^②汕头市金味食品工业有限公司在其生产、销售的“金味”麦片产品的包装上使用了奥林匹克五环标志,并在多种媒体上进行宣传。中国奥林匹克委员会认为该公司的行为违反了《宪章》、《中国奥委会章程》的有关规定。在中国奥委会就金味食品工业有限公司的侵权行为进行交涉后,金味食品工业有限公司仍未停止,中国奥委会起诉至法院,请求法院对其合法权利给予保护。2001 年 4 月 10 日北京中级人民法院终审判决金味食品工业有限公司立即停止使用奥林匹克五环标志,赔偿中国奥委会 500 万元,并向其公开致歉。参见 <http://www.sznews.com/n1/ca743241.htm>。

问题上产生了一些争议。要回答这个问题,关键是看奥林匹克标志是否属于《特殊标志管理条例》的调整范围。该条例的制定宗旨是为了推动文化、体育、科学研究及其他社会公益活动的发展,其所称的“特殊标志”,是指国务院批准举办的全国性和国际性的文化、体育、科学研究及其他社会公益活动所使用的,由文字、图形组成的名称及缩写、会徽、吉祥物等标志。奥运会作为非营利的全球体育盛会是世人共知的,而国际奥委会也已在中国商标局对在国际分类9、14、16、36、38、41类使用奥林匹克标志进行了商标注册,注册号为609694,有效期限自1993年10月1日至2013年止。^①因此,无论是就奥林匹克标志的国际影响,还是已实际获得之法律权利而言,奥林匹克标志都应当作为驰名商标予以保护。

四、奥运知识产权保护实例分析 I: 奥运域名保护

最近几届奥运会,在奥林匹克知识产权的保护方面都有成功的先例。以奥林匹克域名的保护为例,由于奥林匹克运动的深远影响和巨大商业价值,兼之国际域名注册的完全开放性,在历届奥运会中对奥林匹克运动的恶意国际域名注册与使用的现象十分猖獗。

国外各相关组织在数年的实践中,已经形成了比较成熟的奥林匹克域名保护战略,并收到了良好的效果。

(一) 国际奥林匹克委员会与都灵 2006 年冬季奥运会组委会

国际奥林匹克委员会(简称“IOC”)与都灵 2006 年冬季奥运会组委会(简称“TOROC”)高度重视与都灵 2006 年冬季奥运会有关的网络域名的法律保护。都灵 2006 年冬季奥运会组委会首先就(“都灵 2006”)有关域名进行了防御性注册,如国际顶级域名和意大利国内域名等。同时,国际奥林匹克委员会与都灵 2006 年冬季奥运会组委会分别就国际顶级域名向世界知识产权组织提起国际域名仲裁。2001 年 6 月和 8 月,世界知识产权组织分别认定上述 3 个域名的注册与使用为恶意,侵犯了国际奥林匹克委员会和都灵 2006 年冬季奥运会组委会的知识产权,并裁决将上述 3 个域名强制转让给 IOC 和都灵 2006 年冬季奥运会组委会。

(二) 美国奥林匹克委员会

美国奥林匹克委员会(简称“USOC”)十分重视与其有关的域名的法律保护,先后于 2000 年和 2001 年分别就国际顶级域名(表示“美国奥林匹克在线商店”、表示“奥林匹克在线商店”、表示“美国奥林匹克商店”)等向世界知识产权组织提起国际域名仲裁,并大获全胜。

(三) 盐湖城 2002 年冬季奥运会组委会

美国奥林匹克委员会和盐湖城 2002 年冬季奥运会组委会十分重视与盐湖城 2002

^①北京市第一中级人民法院编著:《知识产权审判实务》,法律出版社 2000 年版,第 461 页。