

李佳琦“oh my god 买它”，也能注册商标？

律师：声音商标审查，关键看“显著性”

近日，李佳琦持股的公司申请注册声音商标“oh my god, 买它买它！”引发网友关注。采访中，律师向扬子晚报记者普及了声音商标应该满足的条件，并认为，李佳琦申请商标的声音不具有显著性，从现有材料也很难认定该声音已经因长期使用而与其广告销售服务建立对应关系，要申请成功，怕是有点难。

李佳琦公司申请注册，系保护性注册

4月7日，上海妆佳电子商务有限公司申请注册声音商标“oh my god, 买它买它！”商标国际分类为35-广告销售，目前状态为等待审查。天眼查数据显示，上海妆佳电子商务有限公司成立于2019年3月，注册资本100万人民币，公司经营范围包括电子商务（不得从事增值电信、金融业务），服装、箱包、鞋帽、皮革制品的销售，企业形象策划，企业管理咨询等。李佳琦为该公司股东之一，持股49%。

本件声音商标加以知名网络主播李佳琦人声，念出“oh my god, 买它买它买它！”语速较快，奔放有力，极具情绪调动性，声音具有极强的个人风格和辨识度。让人不禁开始脑补。李佳琦方面对记者透露，系保护性注册。

这次申请令不少网友表示“涨姿势”了。北京德恒（南京）律师事务所龚奎律师告诉记者，声音商标，是指由用以区别商品或服务来源的声音本身构成的商标。声音商标可以由音乐性质的声音构成，如一段乐曲，也可以由非音乐性质的声音构成，例如动物或人的声音，当然也可以由二者兼有的声音构成。

我国《商标法》第八条提到，任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。

《商标法实施条例》第十三条：以声音标志申请商标注册的，应当在申请书中予以声明，提交符合要求的声音样本，对申请注册的声音商标进行描述，说明商标的使用方式。对声音商标进行描述，应当以五线谱或者简谱对申请用作商标的声音加以描述并附加文字说明；无法以五线谱或者简谱描述的，应当以文字加以描述；商标描述与声音样本应当一致。《商标法》将声音纳入可以作为商标进行申请注册的标识，为进行声音商标的注册提供了法律依据。

“小喇叭开始广播了”……声音商标就在耳边

声音商标的例子身边有很多。比如微软和英特尔的声音对很多人来说都很熟悉，2012年12月12日，美国专利和商标署正式批准苹果公司把它经典的Macintosh电脑的开机声音作为商标注册的申请。还记得米高梅公司标志性的“狮子吼”声音吗？经过数年的延长和耽搁之后，最终胜诉。

2016年，“中国国际广播电台广播开始曲”通过核准获得在第38类和第41类的商标专用权，成为新商标法修订以来中国首例成功注册的声音商标。大家熟悉的核准注册的声音商标还有苏菲广告，就是苏菲广告末尾发出的女声“SOFY”。当年风靡大江南北的小霸王学习机，还记得吗？电视上成龙大哥的

一句“望子成龙小霸王”，有没有唤醒你们儿时的美好回忆？这句声音于2016年10月7日获得核准注册。“嗒嘀嗒，嗒嘀嗒，嗒嘀嗒嗒……小喇叭开始广播了……”来自中央人民广播电台的《小喇叭》节目声音商标也于2017年3月7日核准注册。

此外，还有雅虎广告、诺基亚和弦铃声“Nokia Tune”、二十世纪福克斯电影公司的电影片头、英特尔声音商标、宝马广告片末尾2秒旋律、三星铃声商标等等。

对于经常使用QQ的用户来说，对其提示音很熟悉：好友上线时，连续3个“噔”的提示音，有好友发送消息时对方头像的不停闪烁，同时伴着连续6个“嘀”。2018年10月，北京市高级人民法院终审判决，认定腾讯公司申请的“QQ提示音”声音商标具有显著性，支持QQ提示音注册商标。这也是我国商标法领域经司法判决的首例声音商标案件。

能申请成功吗？关键在于如何判断“显著性”

许多人关心“买它买它”申请靠谱吗？律师告诉记者，对声音商标的审查，以是否具有显著性作为审查的核心，李佳琦申请的声音商标只有在具备显著性时才能获得商标局的核准注册。与视觉商标不同的是，一般情况下，声音商标需经长期使用才能取得显著特征。

对于李佳琦声音商标注册申请的审查，律师认为，李佳琦申请商标的声音不具有固有显著特征。商标标志在其指定使用服务上是否具有显著特征，需要结合相关公众的一般认知加以具体判断。李佳琦申请商标的声音仅由“oh my



god”和“买它买它”构成，相关公众通常情况下不易将其作为区分广告服务来源的标志加以识别。该声音也是行业内通用的音乐或声音，缺乏显著特征的标志。李佳琦“oh my god, 买它买它”是在广告销售服务中的一种功能性声音，在正常广告销售中必然会如此引导消费者，该声音因具备功能性特征而作为显著性界定的绝对排他理由。

在否定固有显著特征后，再进一步审查是否经过长期使用而获得显著特征。特定的标志其本身在特定的商品或者服务上可能缺乏商标注册所需的显著特征，但是当其经过使用而能够发挥识别作用时，则可以根据商标法的规定予以核准注册。如果使用者可以证明全国范围的相关公众对使用在特定商品或服务的某一标志已广为知晓，且能够将其与使用者之间立起对应关系，则可以认定该标志在一商品或服务上具有获得显著性。

有看法认为，“网络带货”的销售模式产生时间较短，李佳琦申请商标的声音更谈不上长期使用，该声音的持续使用时间较短，尚不足以保证客观上相关公众已经就声音商标，建立与特定商品或服务的联系。但至于最终如何判断显著性，还是相关审批部门说了算。

扬子晚报

做精特色农产品
脱贫致富奔小康
——岳西翠兰篇

