



### 知识产权的私权属性和奥林匹克标志的官方属性：一个冲突及其解决

发表时间：2006-10-17

作者：吕炳斌

点击：196

#### 【摘要】

知识产权在本质上是一种私权。本文首先探讨了知识产权的私权属性，然后以奥林匹克标志的特殊性为例探讨知识产权作为私权的例外情况，并且从法律设计角度提出解决方案。奥林匹克标志带有一定的官方性质，这也是《奥林匹克宪章》对奥林匹克标志保护提出的要求。面对知识产权的私权属性和奥林匹克标志的官方属性这一冲突，本文提出应该通过官方标志的保护模式加强对奥林匹克标志的法律保护。官方标志保护是一种特殊的知识产权保护形式，我国相关法律制度应以此为契机得以进一步完善。

【关键词】奥林匹克标志；知识产权；私权；冲突；官方标志

#### 1 知识产权的私权属性

关于知识产权的基本属性问题，我国理论界一直未予足够的关注。20世纪80年代的教科书及相关著述，多将知识产权表述为一体两权，即认为知识产权具有财产权与人身权的双重属性；90年代的知识产权学说，一般从民事权利体系出发，将知识产权区别于财产所有权，对其作出无形财产权的定性分析。上述情形说明，我国学者关于知识产权性质的探讨在不断深化，并趋于理论上的成熟。本文首先再次探讨和强调一下知识产权的私权属性，然后以奥林匹克标志的特殊性为例探讨知识产权作为私权的例外情况，并且从法律设计角度提出解决方案。

知识产权在本质上是一种私权。知识产权作为私权在国际条约当中得到承认和强调。《与贸易有关的知识产权协议》（以下简称为TRIPS协议）在前言中指出“知识产权属于私权”这一个原则，并不允许成员对该协议的该条款作出保留。TRIPS明确提出的“承认知识产权为私权”的原则，应该适用于各类知识产权。TRIPS协议强调知识产权是私权，意义十分重大。其本意在于强调知识产权主体的平等性。权利主体平等的情况下，才有适用最惠国待遇原则和国民待遇原则的余地。

TRIPS协议强调知识产权为私权，是强调知识产权的权利性质。这种私权属性表明，在对待知识产权问题上，任何成员不能因为主体或者客体的原因而采取歧视政策。知识产权的私权保护要求对这种专有权以适当的、公正的保护。我国是TRIPS协议的成员，该协议对我国具有约束力。TRIPS协议将知识产权规定为私权，我国也需将知识产权作为私权对待，即知识产权是私权的法律原则应当得到尊重。在修改完善我国知识产权法的过程中，重视知识产权的私权性，具有深远意义。在某种意义上，“知识产权属于私权”的原则是现代知识产权法的核心内容。作为私权的知识产权与物权是私有财产权的一部分。在当代知识产权是私有财产财产权最重要的一部分。随着知识经济时代的进一步发展，知识产权作为私权将具有越来越重要的意义。

知识产权作为法律制度，它所设定的权利，首先是基于创新实践产生的、极为重要的民事权利。知识产权反映了知识产品创造者的人格和财产利益，属于民事权利范畴。我们知道知识产权有许多不同于一般民事权利的特殊性，但其在私权性上与其他民事权利是一致的。

在我国，尽管关于知识产权法的地位和归类尚有不同的认识，知识产权是一种民事权利，这不仅在我国学界达成共识，也为我国的《民法通则》等立法所确认。因此，在原则上，要用民法的基本原理、精神和理论、概念去认识知识产权，使其立足于民法制度，同时又考察其自身特殊的质

的规定性。知识产权属于民事权利，也就是具有私权属性，不能忽视知识产权私权的本质。总之，知识产权是一种私权，这里所说的私权可以被理解为属于具体的、特定的私人的权利。

## 2 奥林匹克标志的官方属性

奥林匹克标志的官方属性在理论上和实践上还没有引起应有的注意。在实践上，中国对奥林匹克知识产权保护主要是通过商标、特殊标志、专利、作品和其他创作成果等形式进行保护。对奥林匹克标志的保护主要是通过商标和特殊标志进行。商标是一种典型的和传统的知识产权。所谓特殊标志，根据我国法律规定，是指经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。这种保护途径类似于商标，具有期限性，这就决定了这种保护模式也不是奥林匹克标志知识产权保护的最佳途径。因为，奥林匹克标志具有无期限性的特点。根据《特殊标志管理条例》第九条规定，特殊标志有效期为4年，自核准登记之日起计算。特殊标志所有人可以在有效期满前3个月内提出延期申请，延长的期限由国务院工商行政管理部门根据实际情况和需要决定。这种保护期限的设计模式实际上类似于注册商标权的保护期限，只不过注册商标权是10年，特殊标志是4年，但是两者均可续期。目前，根据“第29届北京奥运会组委会关于会徽知识产权的公告”，奥林匹克徽记的商标注册申请已在国内外进行；任何机构或个人均不得为商业目的（含潜在商业目的）使用该徽记；如果将该徽记用于非商业目的时，必须明显区别于商业行为，并不得与商业广告相邻使用；任何机构或个人，在任何情况下，均不得将该徽记进行拆分、歪曲、篡改等变形使用，亦不得将该徽记作为其他图案的组成部分使用。由此可见，目前第29届北京奥运会组委会主要还着眼于对奥林匹克标志的商标保护途径。

奥林匹克标志和商标有着明显的区别。通过商标权或特殊标志的形式对奥林匹克标志进行保护并不是最佳方案。为了寻求一种更佳方案，本文认为有必要对奥林匹克标志的特殊性也就是官方属性进行探讨。

从主体上看，以北京2008奥林匹克运动会为例，奥林匹克标志知识产权所有人是指国际奥委会、中国奥委会以及第29届奥林匹克运动组织委员会。对于国际奥委会的性质，存在着一些争议。虽然《奥林匹克宪章》第15条规定国际奥委会为非官方性国际组织。但是实践中却带有明显的政府间组织性质。这可以通过对国际奥委会同中国的关系这个例子中看出中国体育组织早在1910年10月成立，1922年即为国际奥委会所承认。新中国成立后，1954年5月在雅典举行的国际奥委会第49届会议上通过决议被继续承认。但在1956年第16届奥运会时，由于国际奥委会某些负责人制造“两个中国”，允许台湾当局也派队参加奥运会，对此中华全国体育总会提出抗议，中国奥委会于1958年8月宣布与国际奥委会断绝关系，1979年11月26日，经国际奥委会全体委员表决，又恢复了国际奥委会在中国合法地位。设在台北的奥委会作为中国的一个地方机构，用“中国台北奥林匹克委员会”的名称留在国际奥委会内。国际奥委会的性质的模糊性是国际组织中一个比较典型的例子。本文认为国际奥委会至少应该被认定为具有半官方性质。中国奥林匹克委员会简称“中国奥委会”，是以推动奥林匹克运动和发展体育运动为宗旨的全国性体育组织，也是一个具有官方或半官方性质的全国性组织。第29届奥林匹克运动会组织委员会成立于2001年12月13日，由北京市政府、国家体育总局、中央和国务院有关部门负责人、奥林匹克事务专家、优秀运动员代表、教育界、科技界、文化界人士，以及企业家和社会其它知名人士组成。北京奥组委现阶段由秘书行政部、总体策划部、国际联络部、体育部、新闻宣传部、工程部、环境活动部、市场开发部、技术部、法律事务部、运动会服务部、监察审计部、人事部、财务部等14个部和信息中心组成。关于第29届奥林匹克运动会组织委员会的法律性质，很难说这是一个完全的非政府组织，应该认定为带有官方性质。这也可以从北京市政府、国家体育总局、中央和国务院有关部门负责人在该组织中的参与和重要作用看出。实际上，我国非政府组织的形成按照发生方式和特点，大致可以分为四种类型，即自上而下型（官办型）、自下而上型（草根型）、合作型（半官半民型）、外部输入型。而第29届奥林匹克运动会组织委员会就属于自上而下型（官办型）的非政府组织，具有官方性质。值得指出的是，“官方标志”的主体不必是政府部门，比如作为官方标志最典型例子的“红十字”就是非政府间国际组织国家红十字会的标志。“红十字”在各国均被明确列为不得作为商标使用的标志。所以从主体上，奥林匹克标志完全可以像“红十字”那样

被纳入官方标志保护。

奥林匹克标志的特殊性还体现在它的无期限性，其实这种无期限性在法学理论上的根源就在于其官方性质这个特殊之处。知识产权保护具有期限性，这是因为知识产权本身是私人利益和公共利益平衡的结果。为了鼓励知识创新，国家要对创作人提供知识产权的法律保护。为了使知识进步能够造福人类，法律又对这种私权保护设置了种种限制，知识产权保护的期限性就是这种基于利益平衡考虑的限制之一。可见，知识产权的期限性是基于知识产权的私权性质。正是由于奥林匹克标志的官方属性，知识产权保护期限性的法理基础也就不存在了。

国内现有的关于奥林匹克法律保护的研究大多意识到了奥林匹克知识产权与传统知识产权的最大区别，也就是无期限性。奥林匹克是无限期的，其他传统知识产权如注册商标权、著作权、专利权有保护期的限制。注册商标专用权保护期满，希望继续享册商标专用权，需要进行续展申请。而奥林匹克知识产权则不同，保护奥林匹克知识产权是一项国际义务，奥林匹克知识产权的保护期无需续权。奥林匹克知识产权的无限期性在奥林匹克宪章中有明确的规定。例如，奥林匹克宪章第7条规定，对于奥林匹克标志、奥林匹克旗、奥林匹克格言和奥林匹克会歌的一切权利完全属于国际奥委会，并且这种权利没有限制。

由此可见，奥林匹克标志确实具有特殊性。主要表现在它的权利主体和保护期限上。这些特殊性本文试将之归纳为奥林匹克标志的官方性质。作为一种带有官方性质的奥林匹克标志，商标权保护这种纯粹的私权保护模式已经难以完全满足其需要。针对这个冲突，有必要从理论上和实践上探讨一个更佳的保护途径。

### 3 冲突及其解决：官方标志保护模式

从知识产权保护体系上看，知识产权保护制度自身也需要不断创新。目前知识产权的法律保护体系，已经形成一个复杂体系。其基本类型是版权、专利权、商标权、商业秘密权。知识产权法律保护的主要目的是为建设创新型国家服务，知识产权自身也需要随着科技发展、时代进步而不断完善和创新。目前特殊类型知识产权已经初步凸现。所谓的特殊类型知识产权主要是：（1）类版权，典型例子是计算机软件和集成电路布图设计；（2）类专利，典型例子是植物新品种保护、中药新品种保护等；（3）类商标，典型例子是特殊标志和奥林匹克标志。我们应该充分的认识到奥林匹克标志的特殊性，从而探索保护其知识产权的新途径。

有原则就有例外。知识产权属于私权这个原则也有例外，经过以上分析，奥林匹克标志可以作为一个典型的例外。另外有人把地理标志也当作知识产权作为私权的例外，因为在地理标志的知识产权问题上，某一级政府是可以或应当成为当事人的。

如前文所说，国内学界已经充分认识到了奥林匹克标志的无期限性。但是，遗憾的是，至今为止，国内相关研究尚未认识到这种无期限性在法学上的理论根源。奥林匹克标志保护的无期限性的根源就在于其官方属性，奥林匹克标志的官方属性和知识产权的私权属性之间冲突的解决方法之一就是“官方标志”保护制度。中国商标法中已经有对“官方标志”进行保护的有关条款。比如第10条规定下列标志不得作为商标使用：（1）同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、军旗、勋章相同或者近似的，以及同中央国家机关所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的；（2）同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗相同或者近似的，但该国政府同意的除外；（3）同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记相同或者近似的，但经该组织同意或者不易误导公众的除外；（4）与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外；（5）同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的；（6）带有民族歧视性的；（7）夸大宣传并带有欺骗性的；（8）有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。在这些不能作为商标使用的第（1）至第（5）项，就是我们所说的“官方标志”。当然，这个“官方标志”的定义应该是广义的，中国商标法第10条规定的第四项中所提的官方标志只能理解为狭义的了，它将国家名称、国旗、国徽、军旗、勋章等排除在外，其实这些也应该理解为官方标志。以官方标志形式对奥林匹克标志进行保护所获得的利益和商业优势将是与以商标形式进行保护所无法比拟的。主办城市的奥林匹克组委会可以限制包括体育组织在内的其他所有组织使用奥林匹克标志。其次，以官方标志进行保护，不需要缴纳续期费用和进行续期申请，这就提供了

相对的限制保护。再次，官方标志权利人可以直接诉他人侵权，而不必证明损害的存在。

国外存在着对奥林匹克标志加以官方标志保护的做法，较为典型的国家是加拿大。在加拿大，商标法(Trade Marks Act)也有专门条款针对“官方标志”(Official Marks)。与商标的正常申请程序不同，官方标志的申请和许可并不需要加拿大知识产权组织(Canadian I.P.

Organization)的官方检索和审查。注册成为官方标志的唯一要求是这一组织是“公共权力机构”(Public Authority)。传统上，加拿大商标法中“禁止注册商标”条款对奥林匹克标志提供了强有力的保护。“公共权力机构”是取得官方标志保护的唯一要求。关于什么是“公共权力机构”在加拿大商标法中并没有规定。1982年，联邦法院经过审理，认为加拿大奥林匹克协会是一个公共权力机构，可以注册官方标志。加拿大是判例法国家，判例具有法律效力，从而这一判例确立了加拿大奥林匹克协会的公共权力机构地位。之后，加拿大通过官方标志保护途径对奥林匹克标志进行了大胆而广泛的保护。关于官方标志的核心要素也就是公共权力机构的判断，加拿大等英美法系国家通过案例长期发展而成的“三要素法”，也就是公共责任的履行、足够程度的政府控制以及为了公共利益。这在中国商标法中也没有规定甚至没有涉及。这是我国商标法应该完善之处。

对于奥林匹克组织或奥林匹克组委会到底是不是公共权力机构的争议焦点是：它虽然是一个自治组织，但是仍然受到了一定的政府控制，但是这种政府控制足够了吗？目前加拿大虽然还没有法院判决认为奥林匹克组织不是公共权力机构，但是有人已经提出了质疑。原因就在于，根据奥林匹克宪章规定，国家的奥林匹克组委会必须是一个自治组织，当然可以为了促进体育事业为目的与政府进行合作。另外，国家的奥林匹克组委会在财政来源上也逐步走向多元化，而不单单是政府资助，这些都有可能影响到对奥林匹克组委会的公共权力机构地位。但也有学者认为，即使如此，国家的奥林匹克组委会仍然可以满足条件成为公共权力机构从而获得官方标志的保护。这种观点和立场的主要理由是政府影响仍然存在。机关奥林匹克组委会是一个自治组织，但是政府仍然有持续的足够的影响。当然，这种影响不是直接的控制。本文也持这种观点。国家为了举办奥林匹克运动会而同意奥林匹克宪章的要求保持奥林匹克组委会的中立性，这是一种国家法上的主权让渡。政府实际上仍然在相当大的程度上干预奥林匹克事业。本文认为这种政府干预是恰当的和必然的，因为奥林匹克是国家和政府的大事。基于奥林匹克组织的特殊性质和地位，以及事实上政府的参与和间接控制，奥林匹克组织和奥林匹克组委会应该满足公共权力机构的标准。从而，奥林匹克组委会也可以有权利寻求通过官方标志的形式对奥林匹克标志进行保护。

另外，从主体上看，前文已经认识到了国际奥委会等组织性质的模糊性问题。退一步讲，即使承认国际奥委会是一个非政府间国际组织，这也不妨碍奥林匹克标志获得官方标志的保护。因为，作为官方标志最典型例子的“红十字”就是非政府间国际组织国家红十字会的标志。“红十字”在各国均被明确列为不得作为商标使用的标志。本文建议，中国应该借奥林匹克标志保护之际完善我国这方面的知识产权保护制度，加强对“官方标志”的法律保护，应该在《商标法》中明确官方标志的判断方法或者将奥林匹克标志和“红十字”一样明确在《商标法》中作为官方标志的典型例子列举。

总之，知识产权的私权属性和奥林匹克标志的官方属性存在着内在冲突。商标保护和特殊标志保护等保护模式都不是最佳选择。本文建议中国可以通过官方标志保护途径加强对奥林匹克知识产权的保护。具体的保护模式可以借鉴其他国家的经验，比如关于官方标志的判断方法可以参考加拿大等英美法系国家通过案例长期发展而成的“三要素法”，也就是公共责任的履行、足够程度的政府控制以及为了公共利益。这种官方标志的保护模式可以有效的解决奥林匹克标志官方属性和知识产权私权属性的冲突。当然，奥林匹克标志的保护并不可抛弃商标等传统的知识产权类型保护模式，而应该综合各种途径和模式以加强保护。本文提出奥林匹克官方标志的保护模式，并且试图从理论角度进行论证，抛砖引玉，期待着能引起学界对奥运会和知识产权保护问题作的进一步研究和探讨。

#### 【出处】

吕炳斌，知识产权的私权属性和奥林匹克标志的官方属性：一个冲突及其解决，《广州体育学院学报》(核心)，2006年(第26卷)，第3期。

### 【参考文献】

- [1] 《奥林匹克标志保护条例》(2002年2月4日中华人民共和国国务院令第345号发布).
- [2] 国际奥林匹克委员会. 奥林匹克宪章[Z]. 北京: 奥林匹克出版社, 1992.
- [3] 阳锡禹, 李泽波, 代天修. 奥林匹克知识产权及其法律保护[J]. 武汉体育学院学报, 2005, 37(5): 16-18.
- [4] 黄亚玲, 赵洁. 北京2008年奥运会奥林匹克知识产权保护研究[J]. 北京体育大学学报, 2005, 28(9): 1153-1155.
- [5] 陶鑫良. 世博会特殊标志知识产权保护探讨[N]. 中国知识产权报, 2001-11-1(第三版).
- [6] 吴汉东. 知识产权的私权与人权属性[J]. 法学研究, 2003(3): 66-78.
- [7] 冯晓青, 刘淑华. 试论知识产权的私权属性及其公权化趋向[J]. 中国法, 2004(1): 61-68.
- [8] 郑成思. 知识产权—应用法学与基本理论[M]. 北京: 人民出版社, 2005. 142-145.
- [9] 周俊强, 胡坚. 知识产权的本质及属性探析[J]. 知识产权, 2005, 15(2): 49-51.
- [10] Fogo, J.G. Going for gold[J]. Trademark Reporter, 1990, 80(4): 431-445.
- [11] Laura Misener. Safeguarding the Olympic Insignia: Protecting the Commercial Integrity of the Canadian Olympic Association [J]. Journal of Legal Aspects Of Sport, 2003, 13: 79-93.
- [12] Juda Strawczynski. Is Canada Ready for the Vancouver Winter Games?: An Examination of Canada's Olympic Intellectual Property Protection[J]. University of Toronto Faculty of Law Review, 2004, 62: 213-228.

添加评论:

留言人:  验证码: 七八九一

 打印本页  关闭窗口

[免责声明](#) - [关于本站](#) - [联系我们](#) - [意见反馈](#) - [网上投稿](#) - [网站管理](#) - [部长信箱](#)

地址: 山东济南洪家楼五号 邮编: 250100

山东大学体育法研究中心 版权所有 Copyright © 2006-2007