

## 试论广播电视栏目名称的知识产权保护——从知名广播电视栏目名称频遭商标抢注说起

作者：石月平

文章来源：《北方传媒研究》

点击数：114

更新时间：2009-7-9

产品和服务的识别标志，受到了越来越多人的重视，一些具有很大社会知名度的广播电视栏目名称，其无形资产价值也被一些人所觊觎，有的甚至被人抢注为各种商品的商标。比如《超级女声》被用在卫生巾系列产品上，《大风车》被抢注在儿童食品、服装及玩具上，《艺术人生》被抢注为避孕用品商标。这些行为，对广播电视媒体和栏目的声誉以及广电媒体开发衍生产品，带来了严重的不良影响，并引发了一些纠纷和讼累。由此，也引起了笔者对广播电视栏目名称的知识产权保护这一课题的关注。本文拟从知识产权法的角度，在比较分析著作权法、商标法和不正当竞争法对栏目名称提供保护的基本条件和途径的基础上，寻求对栏目名称知识产权保护的最大可能性和最佳有效性，以供广播电视业界同仁参考。

### 一、广播电视栏目名称有没有知识产权

广播电视栏目是广播电台、电视台定期、定时编辑播出的有固定名称，特定内容的节目播出单元。广播电视栏目的名称，是一档栏目的受众对象与内容定位乃至节目形态的高度概括，也是受众选择节目的一个标识，便于受众根据自己的需要，定期收听收看自己喜欢的节目。比如《舞林大会》、《快乐大本营》，让人意识到是歌舞类娱乐节目；再比如《百家讲坛》，让人明白地了解到这是一档演讲类节目。

正因为栏目名称具有十分重要的识别作用，因此各家广播电视媒体，多精心地为自己的广播电视栏目取一个既具有较深的涵义，又明白易懂、朗朗上口、容易记忆的名字。有的栏目名称，还不足独创性，具有鲜明的个性特点，像《焦点访谈》、《同一首歌》、《我爱记歌词》等等，都给受众留下了深刻的印象。

那么，这些媒体精心选取的栏目名称，是不是具有法律意义上的知识产权，而受到相关的法律保护呢？

从法学理论来说，知识产权一般是指公民或法人等主体依据法律的规定，对其从事智力创作或

创新活动所产生的知识产品所享有的专有权利，又称为“智力成果权”和“无形财产权”。知识产权包括著作权和工业产权两部分。其中著作权亦称版权，是指作者对其创作的文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术等作品所享有的专有权利。工业产权包括专利、商标、服务标志、厂商名称、原产地名称等。

先来分析一下，栏目名称有没有著作权。“著作权，是指基于文学、艺术和科学作品依法所产生的权利”。[1]可以说，栏目名称要享有著作权的话，首先必须构成作品。那么，栏目名称是不是属于著作权法律意义上的作品呢？我国《著作权法》对作品的范围，采取的是例举式立法方式，在《著作权法》第3条规定的9大类作品中，并未将广播电视栏目的名称明确列入作品的范围。同时，我国《著作权法实施条例》第2条又规定：著作权法所称的作品，指文学艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力创作成果。这说明在形式和内容上，作品有4个构成要件：1. 著作权法保护的对象限于文学、艺术和自然科学、社会科学、工程技术范围内的智力创作成果；2. 作品应当具有独创性；3. 作品应当具有一定的表现形式；4. 能够固定在某种有形物体上并能复制使用。对照这4个构成要件，栏目名称具备1、3、4，问题在于2。因为栏目的名称，一般为短句或词语的组合，如《我爱记歌词》为一个短句，《百家讲坛》为词语组合。这样简短几个字的栏目名称，在内容上是否具有独创性呢？虽然有的栏目名称，诸如《非常6+1》、《我爱记歌词》（浙江卫视）、《黄金口岸88福》（山西交通广播电台）等具有一定的独创性。但相当一部分栏目的名称，不过是人们常用词语的一种组合而已，如《新闻联播》、《东方夜新闻》、《纪实》、《金色田野》等等，很难能说有什么独创性。如果这样的栏目名称也能受到著作权保护的话，其他广播电视媒体就无法运用这些词语来为自己的栏目取名了。这在一定程度上会限制他人对相关内容的创新与发展。因此在我国《著作权法》实施以来的司法实践中，有关方面尚未把栏目的名称，直接列入著作权法保护的范畴。但是，如果栏目有自己的背景图案、独特的标志或独创的美术文字等，还是可以以美术作品得到著作权保护的。如湖南电视台娱乐频道在《超级女声》栏目运作中，创作并使用了“超级女声”字样及图形，在该字样及图形中，文字以特殊的书写方法表现，在文字的周围则以特殊的图案加以修饰，整体形成一个具有独创性及审美意义的平面组合。2005年12月29日湖南省版权局对这一“超级女声”图形颁发了作品版权证，作品登记号为湘作登字18-2005-F-245号。后来，湖南电视台娱乐频道凭着这一美术作品著作权，在诉北京世纪金手指科技有限公司、万昊著作权侵权、不正当竞争纠纷一案中获得胜诉，长沙中院和湖南省高院两级法院经过审理，都认定被告确实侵权，并判决被告停止使用与原告湖南电视台娱乐频道“超级女声”相似的“超级女生”文字及图形，赔偿原告2万元，被告万昊在1.2万元限额内对上述赔偿义务承担连带责任。[2]

接下来，再来分析栏目名称是否具有工业产权。工业产权包括专利、商标、服务标志、厂商名称、原产地名称等。我国《专利法》所称的发明创造指的是发明、实用新型、外观设计。该法律规定对某些事项不授予专利权：科学发现、智力活动的规则和方法等。可见栏目名称的文字，要想直接申请专利也很难行得通。但栏目如有独特的标识图案，是可以申请“外观设计”专利，并得到保护的。

在商标保护方面，栏目名称是完全可以按照《商标法》的规定，申请注册商标，获得相应的保护。这也是目前国内广电媒体对栏目名称知识产权保护中运用最为普遍的方式。早在1999年，当时

的上海有线电视台《小小看新闻》栏目，就正式注册了“小小”卡通形象作为商标，成为沪上荧屏出现的第一个经过“商标注册”的电视节目标志。[3]目前，已有越来越多的广播电视栏目已经注册或正在注册自己的商标。

## 二、广播电视栏目名称知识产权的保护形式和途径

广播电视栏目名称的知识产权流失严重和屡遭侵权的现状，引起了广电媒体的重视，纷纷出招谋求保护。笔者认为，在目前我国知识产权法律的框架下，广电媒体可以采取立体的保护方式，全方位出击，主动来保护自身栏目名称的知识产权。

首先，还是著作权保护。尽管如前所述，凭着简短的栏目名称，难以直接享有著作权，受到法律的保护。但是，栏目名称，还是可以以自己独特的节目模板或样式，作为一个整体向著作权（版权）登记部门登记，虽然著作权（版权）登记并不是依法取得著作权的一个必要条件，但至少可以向外证明这一栏目早已问世，这一栏目名称已有媒体使用，也是对自身拥有这一名称著作权的一种声明。万一遭遇著作权纠纷，也是一种较为明确的初步证明。如2006年1月，江西电视台的《传奇故事》节目在江西省版权保护中心进行了版权登记，成为江西省首个依法进行版权保护登记的电视栏目。2007年江西电视台又对《中国红歌会》、《杂志天下》栏目的版权进行了登记。[4]

其次，是商标权保护。商标是商品或者服务在市场流通过程中区别于他人的一个标志，也是该项商品和服务的质量状况、声誉高低的一个象征。对广播电视栏目注册相应的商标，寻求商标权的保护，是栏目名称知识产权保护的一个重要途径。一是可以防止其他媒体取同样的栏目名称，二是有利于品牌的衍生开发，三是避免栏目名称滥用造成负面影响。近年来，我国一些广播电视媒体已经看到栏目名称注册商标的重要性和必要性，开始为自己的知名栏目和重点栏目注册商标。2007年3月，湖北楚天广播电台《事事关心》栏目，经过长达3年的注册之旅，终于拿到了商标注册证。其商标涵盖的服务项目包括无线电广播、电视广播、新闻社、有线电视播放、电子邮件、电子公告牌等10项。有专业人士称，《事事关心》栏目在无线电传播等服务项目上成功注册商标为全国首家。[5]2005年5月，山西交通广播向国家工商总局商标局提出申请，要求对《出门早知道》、《交广传真》、《我为车狂》等10个栏目注册商标。经过国家商标局的专家们三个月的排查、审核、认定，国家工商总局商标局已经将十份商标注册受理决定书发送山西交通广播。据了解，这是山西省广播电视节目首次在国家商标局申请注册，而且一注就是十个。[6]据有关资料，中央电视台的《焦点访谈》、《东方时空》、《东方之子》、《实话实说》等栏目，也已经注册了服务性商标。利用商标权来保护栏目名称的知识产权。当栏目名称商标，达到或者具有驰名商标的程度时，还能享受到在非同类商品上的跨类保护。我国商标法第13条规定，“就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。”也就是说，栏目名称商标一旦被法院认定为“驰名商标”时，其受保护的范围不限于注册的这一类服务或商品，可以延展至所有类别。

第三，还可以《反不正当竞争法》为武器，谋求对栏目名称知识产权的法律保护。反不正当竞争法是以维护市场经营者公平、诚实信用的商业道德为立法宗旨，制止不正当的竞争行为。由于“傍名牌”者违背诚信原则，抢注、移用广播电视媒体的栏目名称，让人产生误解，影响广播电视

媒体和栏目的声誉，导致栏目收听率、收视率下降，广告收入降低，并对广电媒体开发衍生产品带来不利因素，从而构成不正当竞争。湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司诉广东省佛山市顺德区美洁卫生用品有限公司、刘祥富、汤阳春不正当竞争纠纷一案，为广电媒体以《反不正当竞争法》维护自身的知识产权树立了一个成功的典范。湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司2007年7月2日向湖南省长沙市中级人民法院提起民事诉讼。法院经审理后认为，原告娱乐频道自2003年以来创作、使用“超级女声”字样及图形作为其电视节目的名称，使“超级女声”在全国乃至全世界有着很高的知名度。原告天娱传媒作为品牌运营商基于合法授权对“超级女声”品牌享有使用权和获益权。被告刘祥富和美洁公司自2005年12月以来开始使用“超级女声”作为其卫生巾产品的商业标识，足以使消费者和相关公众对商品来源产生误认。被告刘祥富和美洁公司出于商业目的，擅自使用“超级女声”的商业标识的行为是一种不正当地获取竞争优势的“搭便车”行为，违背了诚实信用原则，损害了正常的市场竞争秩序，构成针对原告的不正当竞争，应承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。被告汤阳春销售涉嫌侵权产品，未向法庭提供证据证明其所销售商品的合法来源，也构成对原告的不正当竞争，应停止不正当竞争行为，并承担一定的损失赔偿责任。2008年4月23日，长沙中院判决被告广东省佛山市顺德区美洁卫生用品有限公司、被告刘祥富立即停止生产、销售以“超级女声”作为商品标识的系列卫生巾的不正当竞争行为，并销毁侵权商品、包装、装潢。被告汤阳春停止销售以“超级女声”作为商品标识的系列卫生巾。赔偿原告湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司经济损失1,352,709.75元，被告汤阳春在5000元范围内承担连带赔偿责任。[7]美洁卫生用品有限公司不服一审判决，向湖南省高级人民法院提起上诉。2008年9月5日湖南高院经审理后认为，一审判决认定事实基本清楚，但适用法律存在错误，应予纠正。终审判决撤销一审判决，判决美洁卫生用品有限公司停止生产、销售以“超级女声”作为商品标识的系列卫生巾的不正当竞争行为，并销毁侵权商品、包装、装潢。汤阳春停止销售以“超级女声”作为商品标识的系列卫生巾。美洁卫生用品有限公司赔偿湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司经济损失50万元，汤阳春在5000元范围内承担连带赔偿责任。同时因为刘祥富不是本案的适格被告，驳回湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司对刘祥富的起诉。[8]

以反不正当竞争的理，来请求对栏目名称知识产权的法律保护，必须有一个前提，就是栏目名称本身要具有相当高的知名度。我国《反不正当竞争法》第5条规定，擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品的行为，即构成不正当竞争行为。

当然，广播电视媒体在寻求知识产权保护时，有时会发生请求权竞合的情况。如上述湖南电视台娱乐频道、上海天娱传媒有限公司诉广东省佛山市顺德区美洁卫生用品有限公司、刘祥富、汤阳春不正当竞争纠纷的案例，被告的行为既涉嫌侵犯著作权和商标权，也涉嫌构成不正当竞争，因而产生了法律竞合。这时，权利人可以自由处分各个竞合的请求权，即有自由选择适用法律的权利，既可以以侵犯著作权、商标权和不正当竞争为由提起诉讼，也可以选择其中之一二项提起诉讼。在本案中，原告方选择适用反不正当竞争法，最终法院也是以此为主要依据进行判决的。

### 三、完善和加强广播电视栏目名称知识产权保护的思路及相应立法建议

近年来，广播电视栏目名称除了受到其它行业抢注商标的困扰以外，还由于同质化竞争等原

因，频频受到同行业的有意无意的模仿与克隆。一些热门的栏目名称，甚至被好多家广播电视媒体运用。例如，在Google搜索中输入“对农节目金色田野”，就能发现浙江省平湖市广播电视台、内蒙古赤峰市电视台、湖北省天门市电台、河北省廊坊电视台等不知其数家广电媒体，都开办了名叫《金色田野》的广播电视栏目。另外，据相关资料，目前从中央到地方，以及海外的媒体，有20余家使用了《事事关心》这一栏目名称。[9]因此加强与完善栏目名称的知识产权保护与自我保护，

已经成为广播电视媒体的当务之急。特别是有意向要把自己的栏目打造成为名牌栏目或者品牌栏目的媒体，更应该对此引起足够的重视。为此，笔者提出如下建议：

1. 广电媒体要提高对栏目名称知识产权保护工作重要性和必要性的认识，采取多重措施妥善保护自身栏目名称的知识产权。毋庸讳言，目前国内一些广播电视媒体及主事者对栏目名称的知识产权保护，尚未引起足够的重视；有的虽然有创品牌栏目、维护品牌栏目的意识，也愿意在打造品牌栏目上投入大量的人、财、物，但缺乏实质性的知识产权保护性措施；导致栏目名称知识产权的流失与无形价值的贬值。因此，各地广播电视媒体要对本台的广电栏目进行一次梳理，对已经形成的品牌栏目或有潜质的、有可能打造成品牌的栏目，要及时通过版权登记、注册商标等途径，事先予以知识产权的保护，以防不测。同时，各家媒体也要加强自律，停止简单模仿或套用其他台的栏目名称，根据自身栏目的定位和特点，重新取一个具有独创性的栏目名称。

2. 对广播电视栏目知识产权保护的立法建议。虽然如前所述，目前栏目名称尚无直接认定具有著作权的先例，但笔者认为，根据我国著作权法律对作品的定义，对反映一定的思想或情感、有创造性的栏目名称，是可以视作作品，享有应该享有的著作权的。只要栏目名称符合著作权法所称的作品的四个构成要件，就应当认定其具有著作权，而字数的多少，并不定是作品的构成要件。类似的例子，中外皆有。如国内曾有一句10个字的广告，被法院认为属于著作权法的作品，受著作权法保护。山东新世纪酒店在报纸上刊出征集广告语的广告，承诺设1等奖1名奖金1万元。马某按要求寄去内容为“山东新世纪，聚散两依依”的广告语稿件。后来酒店没有对收到的广告语进行评奖，也未向马某支付报酬，却在报上刊出“相约新世纪，聚散两依依”的广告语进行宣传。马某诉诸法院，认为山东新世纪酒店使用的广告语是对其创作的广告语的修改，侵犯了他的著作权，要求被告停止侵权，赔礼道歉并赔偿损失1万元。一审法院认为广告语不是著作权法意义上的作品，不受著作权法保护；但法院又认定马某的广告语是其智力创作的成果，被告利用了原告的智力劳动成果，应当向原告支付相应的报酬。马某不服提出上诉。二审法院认为，马某创作的广告语虽然只有10个字，但具有高度的概括性，反映了一定的思想、情感，符合著作权法规定的文字作品的特征，应受著作权法保护。

因此，建议我国的立法部门和国家版权局等行政部门，对栏目名称的著作权问题作系统的研究和立法调研，通过修改《著作权法实施条例》或出台相应的司法解释等适当途径，规定对具有独创性的栏目名称，纳入著作权法意义上作品的范围，赋予其应有的“名份”，从而让广播电视从业人员呕心沥血构思创作的栏目名称能够得到著作权的全面保护。

注释：

[1]张革新：《现代著作权法》，中国法制出版社2006年版，第1页。

[2]湖南省高级人民法院（2006）湘高法民三终字第34号民事判决，中国知识产权裁判文书网：  
[http://ipr.chinacourt.org/public/detail\\_sfws.php?id=7592](http://ipr.chinacourt.org/public/detail_sfws.php?id=7592)。

[3]容榕：《沪上出现电视节目“商标注册”》，载《文汇报》1999年1月19日。

[4]《关于江西省版权管理和保护工作的调研和思考》，载《江苏版权》2007年第10期。

[5]、[9]《首家电台节目注册商标成功》，载全国打假网<http://www.daja.net.cn/newsHtm/2007-03/21090700.shtml>。

[6]徐文胜：《山西交通广播十档自办节目商标注册申请被国家商标局全部受理》，载山西视听网：

<http://news.sxrtv.com/link/0/122/content122933.jsp?pid=2&CatalogNumber=null&ProgramID=122933>。

[7]湖南省长沙市中级人民法院（2007）长中民三初字第0246号民事判决，中国知识产权裁判文书网：[http://ipr.chinacourt.org/public/detail\\_sfws.php?id=17048](http://ipr.chinacourt.org/public/detail_sfws.php?id=17048)。

[8]湖南省高级人民法院（2008）湘高法民三终字第47号民事判决，中国知识产权裁判文书网：  
[http://ipr.chinacourt.org/public/detail\\_sfws.php?id=25245](http://ipr.chinacourt.org/public/detail_sfws.php?id=25245)。

（作者单位：浙江省海宁市广播电视台）

（编辑：古文）

免责声明：作品版权归所属媒体与作者所有!!本站刊载此文不代表同意其说法或描述，仅为提供更多信息。有异议请联系我们。

文章录入：guwc 责任编辑：guwc

- 上一篇文章： 综艺晚会如何布光
- 下一篇文章： 用电视直播展现跳跃时空

[【发表评论】](#) [【加入收藏】](#) [【告诉好友】](#) [【打印此文】](#) [【关闭窗口】](#)

站内搜索

文章  下载  影视  关键字  · 搜索 ·

最新热门

最新推荐

会员评论（评论内容只代表网友观点，与本站立场无关！）

[| 设为首页](#) | [| 加入收藏](#) | [| 联系站长](#) | [| 友情链接](#) | [| 版权申明](#) | [| 管理登录](#) |

建议您使用1024\*768分辨率浏览本站效果更佳

中国广播电视协会 版权所有

联系电话：010-86091726 86091907 技术支持：9fcs.com

信息产业部ICP/IP地址信息备案号：京ICP备05037832号