

## 李佳琦为“OMG 买它”申请声音商标，可行吗？

2020年05月14日 05:41 来源：新京报



如今，直播卖货已然是潮流，而作为第一批吃螃蟹的人，“口红一哥”李佳琦这句“oh my god，买它！买它！”几成经典。而李佳琦要给这句原声注册商标一事，也在近日引发关注。

据报道，在一次直播中，李佳琦提到是不是可以给自己的口头禅“买它”的原声注册商标的问题，粉丝均表示支持。此后，他还邀请了国家知识产权局专家来到直播间，对此问题进行解答。

李佳琦所说的原声商标，属于我国《商标法》中的“声音商标”，并非新鲜事物。2014年5月1日起实施的新《商标法》，将声音要素纳入商标注册申请范围。只不过因为声音商标的通过率低，公众视野中较为少见。

有数据统计，自新《商标法》施行以来，全国共有546件声音商标申请注册，但仅15个注册成功。比如，我们熟悉的腾讯QQ“嘀嘀嘀嘀嘀”提示音也曾因缺乏显著性被驳回，在企业坚持4年多时间后，终于成功注册。而“Hello，酷狗”的声音商标也是经过多年复审才注册成功。

由此可见，一件声音商标的注册并不简单。正如知识产权专家在李佳琦直播间所说，商标的核心是区别商品和服务来源，通俗讲就是具有识别性，只要能够将自然人、法人或者其他组织的商品，与他人的商品区别开的标志，声音也可作为商标申请注册。

比如，诺基亚手机经典铃声“Nokia Tune”，摩托罗拉的“Hello MOTO”，英特尔的“噚！噚噚噚”，这些都是具有代表性的声音商标。

回到李佳琦“oh my god，买它！买它！”这个原声上，是否可以注册成声音商标？我认为并不容易。

从商标注册的考量因素来看，一般我们理解的声音商标，可以由一段音乐声音构成，如一段曲调；也可以由非音乐的声音构成，例如人或动物的声音；也可以由音乐与非音乐兼有的声音构成。通常情况下，声音商标只有经过长期使用，才能取得显著特征。也就是说，只有消费者在某种声音与商品或服务提供者之间

建立起特定联系时，声音才有可能获得核准注册为商标。

以此而言，虽然李佳琦的这一句“oh my god，买它！买它！”是一句常规用语，但因为李佳琦的表达、语音、语调，而使得这一句话与其提供的服务本身挂钩，也可能使得这句话具有了区别于其他声音的标志，经过长期使用和循环，也的确容易让人联想到李佳琦提供的服务，一定程度上具备了区分商品来源的作用。

但正如前述，连腾讯、酷我这些已具非常高显著性的声音，都在注册路上挣扎良久，李佳琦这句带有“普通广告语”性质的“oh my god，买它！买它！”可能还会遇到更多注册障碍。

也有人疑惑，如果这句“oh my god，买它！买它！”注册成功了，以后再有人用这句话，属于侵权吗？

我认为，“oh my god，买它！买它！”如果只是作为广告语使用，并不存在侵权问题。声音商标是对这句话的曲调、节奏甚至是感觉的一种保护，如果有人效仿李佳琦的语调说出这句话，并作为商业用途使用，就有可能构成侵权。

实际上，无论李佳琦的这句原声能否注册成功，他申请注册的这份知识产权意识也值得称道。商标作为商家最为重要的无形资产，为其付出了较多心血，在普遍重视知识产权的今天，我们也期待有更多新类型商标注册成功。

nàrù	shīxíng	bóhuí	tōngsú
单词：纳入	施行	驳回	通俗
kǎoliáng	xiǎnzhù	yǔdiào	hézhǔn
考量	显著	语调	核准
chángguī	xúnhuán	guàgōu	zhēngzhá
常规	循环	挂钩	挣扎
yíhuò	qīnquán	zhùcè	chēngdào
疑惑	侵权	注册	称道

讨论：1. 请问申请声音商标存在哪些困难？

2. 您有口头禅吗？请说出一句您经常使用的口头禅。

源新闻：<http://www.chinanews.com/sh/2020/05-14/9183798.shtml>

音声 URL：<http://ttcn.co.jp/sound/text/2043n755.m4a>