

专家及消费者相关评论

为保护自身的姓名权以及不让中国消费者受误导，迈克尔·乔丹向中国一家法院提起诉讼，指控中国运动服饰生产商乔丹体育股份有限公司在未经授权的情况下使用其姓名及品牌。

以下是来自专家和消费者的评论：

姚明：NBA 球星

“我这个名字后面，代表着我的经历、汗水、伤病和心血，我应该对它有起码的尊重，所以我要维权。我相信迈克尔·乔丹以及很多像我们这样的人，会有一样的感受。而且，把事实澄清、把真相告诉大家，让一些有目的、误导性的商业行为停止下来，对消费者也是一种保护。”（*新华网*，2012年4月12日）

链接：http://news.xinhuanet.com/sports/2012-04/12/c_122969437.htm

单均圩：北京单纯设计事务所创始人、设计总监

“坦白说，我也一直以为乔丹体育就是飞人迈克尔·乔丹的公司，居然被骗了这么多年，乔丹体育面对起诉的态度实在让人恶心，居然好意思说乔丹体育跟非人乔丹无任何关系，还要上市融资，我认为，为了我们心目中的英雄乔丹，应该一起抵制乔丹体育的所有产品！！支持的请自觉转发！！”（*新浪微博*，2012年3月6日）

链接：<http://weibo.com/1280484280/y8F8IzDUI>

高鹏：禾木空间会务总监

“虽然说美国乔丹不一定告得了乔丹体育，但是我身边确实不少人被这个乔丹体育误导了。既然说是名族品牌，何不学学人家耐克呢？耐克还签了不少 NBA 球员代言呢，这才是名族品牌成功的例子，而不是像乔丹体育那样误导人家……”（*新浪微博*，2012年3月1日）

链接：<http://weibo.com/1716309251/y7QWI4yl1>

刘国锋：中国证券报记者

“从高一时就自己就频繁买乔丹的体育用品，用了十几年才发现，这彻彻底底的是山寨品牌。作为高中生就意识到如果不经迈克尔乔丹授权是不会有乔丹体育的，真是一切皆有可能。想到此，眼前一黑，电闪雷鸣！雷死人！！”（*新浪微博*，2012年2月26日）

链接：<http://weibo.com/2230370473/y7gP32fVI>

赵虎：北京市汉卓律师事务所律师

“一个企业使用这种方式最大的受害者其实不是权利人，而是消费者。消费者之所以购买这种商品，是因为消费者们误认为这是飞人乔丹授权的，处于对飞人乔丹的信任，对飞人乔丹价值的了解，可以相信能跟乔丹合作的企业应该不会差（也许有人会认为是乔丹的企业，或者乔丹有股份）。就这样，飞人‘乔丹’的品牌价值就输送到了商品‘乔丹’上。现在大家终于明白了，原来两者根本没有什么关系，大家被骗了。”（*新浪博客文章*，2012年2月25日）

链接：http://blog.sina.com.cn/s/blog_4e0248da0102dz87.html

杨小龙：成都六要素财务管理有限公司总经理

“乔丹体育的牌子并不是迈克尔乔丹的。我被误导了几年啊”（*腾讯微博*，2012年2月25日）

链接：<http://t.qq.com/p/t/127060072393443>

袁雪石：中国人民大学法学博士

“乔丹体育从商标名称、商品经营领域、商标标志的特点等方面来看，足以对消费者构成误导，因而涉嫌构成盗用他人姓名侵权。”（*新京报*文章，2012年2月24日）

链接：<http://www.bjnews.com.cn/opinion/2012/02/24/184354.html>

邓兴路：腾讯数码频道手机库点评成员，手机玩家

“我也一直以为乔丹这个牌子是迈克尔·乔丹创建的，公司名字还打成乔丹（中国）投资有限公司，误导消费者！”（*腾讯微博*，2012年2月24日）

链接：<http://t.qq.com/p/t/40256042691825>

杨先生：消费者

在没看到‘篮球明星乔丹起诉乔丹运动鞋’新闻报道前，我一直以为乔丹运动鞋与飞人乔丹是一家的。（*中国新闻网*，2012年2月24日）

链接：<http://world.chinanews.com/stock/2012/02-24/3694208.shtml>

亚洲华尔街日报

“尽管迈克尔·乔丹没有在中国对自己的中文名字进行商标注册，但法律专家说这一点可能影响不大。中国法律一般来说是保护持有商标注册以及较早申请注册的一方。但法律中也有这样一条规定，即公司不能随意使用名人的姓名，哪怕这些人没有对其姓名进行商标注册。去年12月，中国一家法院判决前NBA球星姚明在一桩姓名侵权案中胜诉。此前，姚明状告武汉云鹤大鲨鱼体育用品有限公司在产品上使用其姓名和“姚明一代”商业标识。败诉后，该公司被迫停止使用姚明的姓名。另一位NBA中国球员易建联与易建联体育用品(中国)有限公司也产生了命名权之争，2010年4月易建联胜诉。法院认为，个人姓名权应具有优先权。”（*华尔街日报*文章，2012年2月24日）

链接：<http://online.wsj.com/article/SB10001424052970204778604577240991687647450.html>

马光远：学者、中央电视台评论员

“我一直以为，乔丹体育是乔丹在中国开的公司，是一个洋品牌。今天去央视做节目，才知道这原来是一个‘民族品牌’。乔丹告上门，乔丹体育说：乔丹就是一个姓，姓乔丹的人多了去了，你怎么认定就是那个篮球巨星？还有英国那个大波艳星呢。但是，在体育界，提到乔丹，并且图标是一个拍篮球，谁还想到别人？”（*新浪微博*，2012年2月24日）

链接：<http://weibo.com/1435160552/y6SdoqwdD>

卢进勇：对外经贸大学国际经贸学院教授

“乔丹涉及的是两个问题。第一个问题，它不是一个一般名字，他是一位著名的篮球巨星。所以一提他，大家就想到，这是一个著名的篮球巨星。另外一个问题，你用它来注册商标，而人家又没有股权没有授权，这时候特别容易产生一种误导。”（*CCTV2 环球财经连线*节目，2012年2月24日）

链接：<http://jingji.cntv.cn/20120224/100013.shtml>

唐文胜：深圳电视台财经评论员

“公司一方面让消费者误认为‘乔丹’是耐克旗下打造的中文版品牌，一方面在申报材料中又努力将自己刻画成为民族品牌的形象。不仅从道义层面上说不过去，也是缺乏诚信的表现。”（*中广网*文章，2012年2月23日）

链接：http://finance.cnr.cn/jjpl/201202/t20120223_509199358.shtml

美国商业周刊

“NBA 球星的一些诉讼经历显示中国的确在知识产权保护方面取得了进步。去年 5 月，姚明起诉湖北武汉云鹤大鲨鱼体育用品有限公司擅自将包含姚明姓名的‘姚明一代’作为商业标识在其生产的服装、鞋等商品上使用。12 月 28 日武汉一家法院判决姚明胜诉。2010 年，另外一家法院判决易建联在为保护个人姓名权的起诉中获胜。” (美国商业周刊文章，2012 年 2 月 23 日)

链接: <http://www.businessweek.com/asia/michael-jordan-wants-respect-for-his-brand-in-china-02232012.html>

美国 NBC 广播公司

“自那时起，乔丹体育就一直借用迈克尔·乔丹的名望在中国开展产品促销。他们在运动服饰上大量使用具有迈克尔标志意义的 23 号，并在广告宣传和体育用品中使用与飞人标识相似度极高的商品标识。” (NBC 文章，2012 年 2 月 23 日)

链接: <http://behindthewall.msnbc.msn.com/news/2012/02/23/10484957-jordan-sues-for-control-of-his-name-in-china?chromedomain=worldnews>