

2022 年全国各地法院知识产权典型案例

商标篇



扫描二维码获取案例判决

知产财经全媒体

2023. 5

2022 年全国各地法院知识产权典型案例——涉商标案件索引

	案件名称	案 号	判赔额度	评选法院
01	上海万翠堂餐饮管理有限公司与温江五阿婆青花椒鱼火锅店侵害商标权纠纷案	(2021)川知民终2152号		最高人民法院
02	罗某洲、马某华等八人假冒注册商标罪案	(2022)粤03刑终514号		最高人民法院
03	海亮教育管理集团有限公司、海亮集团有限公司等与浙江荣怀教育集团有限公司、诸暨荣怀学校侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2022)最高法民再131号		最高人民法院
04	德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司、德禄(太仓)家具科技有限公司与德禄家具(上海)有限公司、德禄家具(南通)有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)苏民终2636号		最高人民法院
05	京山市粮食行业协会、湖北国宝桥米有限公司与武汉什湖知音粮油食品有限公司侵害商标权纠纷案	(2022)鄂知民终483号		最高人民法院
06	卡地亚国际有限公司与梦金园黄金珠宝集团股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)津民终63号		最高人民法院
07	广州阿婆餐饮管理有限公司与藁城区安东街阿婆家常菜馆侵害商标权纠纷案	(2022)冀知民终528号		最高人民法院
08	内蒙古恒丰集团银粮面业有限责任公司、内蒙古恒丰食品工业(集团)股份有限公司与益海嘉里食品营销有限公司、益海嘉里(沈阳)粮油食品工业有限公司、北京华联综合超市股份有限公司呼和浩特兴安北路分公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)内知民终91号		最高人民法院
09	舍得酒业股份有限公司与柳梧鑫旺达商贸、刘晓培侵害商标权纠纷案	(2022)藏知民终5号		最高人民法院
10	烙克赛克公司(ROXTEC AB)与上海怡博船务有限公司侵害商标权纠纷案	(2021)沪73民终228号		最高人民法院
11	广州市碧欧化妆品有限公司与广东碧欧国际化妆品有限公司等侵害商标权纠纷案	(2020)粤73民终5237号		最高人民法院
12	沈阳狮子王农业有限公司与辽宁沈	(2021)辽01民		最高人民

	抚农村商业银行股份有限公司商标许可使用合同纠纷案	初 3346 号		法院
13	百度在线网络技术(北京)有限公司、北京百度网讯科技有限公司与广西百度房地产经纪股份有限公司、广西百度房地产经纪股份有限公司柳州五星分公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)桂 01 民初 2718 号		最高人民法院
14	广东好太太科技集团股份有限公司与国家知识产权局、佛山市凯达能企业管理咨询有限公司商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)最高法行再 3 号		最高人民法院
15	王某假冒注册商标罪案	(2022)苏 0214 刑初 579 号		最高人民法院
16	“Merck”侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)京 73 民终 1625 号 (2018)京 0105 民初 73620 号	经济损失 55 万元及合理开支 10 万元	北京市高级人民法院
17	“聚丰园”商标权无效宣告行政纠纷案	(2022)京行终 3410 号		北京市高级人民法院
18	“新浪大眼睛图形”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)京行终 4207 号 (2021)京 73 行初 9626 号		北京市高级人民法院
19	“梅赛德斯”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)京行终 4971 号 (2021)京 73 行初 2430 号		北京市高级人民法院
20	“新神榜 杨戬”商标申请驳回复审行政纠纷案	(2022)京行终 6309 号 (2022)京 73 行初 4131 号		北京市高级人民法院
21	“哔哩哔哩 BILIBILI”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)京行终 2944 号 (2021)京 73 行初 12721 号		北京市高级人民法院
22	“百威”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)京行终 4298 号 (2021)京 73 行初 13816 号		北京市高级人民法院
23	“宅电舍”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2021)京行终 9516 号 (2021)京 73 行		北京市高级人民法院

		初 5825 号		
24	“永安堂”商标权无效宣告请求行政纠纷案	(2022)京行终1884号 (2021)京73行初3940号		北京市高级人民法院
25	“鞋面缝线”三维标志商标申请驳回复审行政纠纷案	(2021)京行终5797号 (2020)京73行初14440号		北京市高级人民法院
26	“晨光笔”三维标志商标申请驳回复审行政纠纷案	(2021)京行终8370号 (2021)京73行初2129号		北京市高级人民法院
27	“千页豆腐”商标权撤销复审行政纠纷案	(2022)京行终51号 (2020)京73行初18107号		北京市高级人民法院
28	卡地亚公司诉梦金园公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案			天津市高级人民法院
29	晋城市向前走商贸有限公司诉晋城市吴扬商贸有限公司、山西杏花村汾酒集团有限责任公司侵害商标权纠纷案			山西省高级人民法院
30	山西诚意合食品销售有限公司诉闻喜县任诚意煮饼食品开发有限公司侵害商标权纠纷案			山西省高级人民法院
31	杭州拾袜品牌管理有限公司诉太子龙服饰有限公司商标特许经营使用许可合同纠纷案			山西省高级人民法院
32	恒丰面业公司、恒丰集团公司与益海嘉里公司、益海嘉里沈阳公司、北京华联兴安北路公司商标侵权纠纷案		500 万元	内蒙古自治区高级人民法院
33	被告人戴某某销售假冒注册商标的商品罪案			内蒙古自治区高级人民法院
34	杜某某、陈某某犯销售假冒注册商标的商品罪一案			内蒙古自治区高级人民法院
35	林某某犯非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪一案			内蒙古自治区高级人民法院
36	“华润”侵害商标权纠纷案		3000 元	辽宁省高级人民法

				院
37	“广福”侵害商标权及不正当竞争纠纷案		合理开支 8 万元	辽宁省高级人民法院
38	“沈抚”商标使用许可合同纠纷案			辽宁省高级人民法院
39	被告人武某某、田某、王某犯销售假冒注册商标的商品罪案			辽宁省高级人民法院
40	被告人薛某销售假冒注册商标的商品罪			吉林省高级人民法院
41	延边某农特产品公司与延边某农业发展公司侵害商标权纠纷案		赔偿损失 2 万元	吉林省高级人民法院
42	深圳某文化有限公司与沈某龙侵害商标权纠纷案		经济损失 8000 元	吉林省高级人民法院
43	内蒙古大窑饮品有限责任公司与哈尔滨活力啤酒有限公司、黑龙江昆仑啤酒有限公司侵害商标权纠纷案	(2021)黑 01 民初 1578 号 (2022)黑民终 668 号	经济损失及合理开支 4 万元	黑龙江省高级人民法院
44	贵州茅台酒股份有限公司与齐齐哈尔市龙沙区酒柜名烟名酒商行侵害商标权纠纷案	(2022)黑 0204 民初 1733 号	经济损失及合理费用 10,000 元	黑龙江省高级人民法院
45	齐齐哈尔市宝华农业机械有限公司与李某某等 6 人假冒注册商标罪、销售假冒注册商标的商品罪案	(2021)黑 02 刑初 44 号 (2022)黑刑终 91 号		黑龙江省高级人民法院
46	“十万个为什么”商标侵权及不正当竞争纠纷案	(2020)沪 0107 民初 2585 号 (2021)沪 73 民终 600 号	经济损失及合理开支共计 60 万元	上海市高级人民法院
47	“天地华宇”物流商标侵权及不正当竞争纠纷案	(2019)沪 73 民初 401 号 (2021)沪民终 269 号		上海市高级人民法院
48	“龙井茶”地理标志行政诉讼案	(2021)沪 0115 行初 399 号 (2022)沪 73 行终 1 号		上海市高级人民法院
49	“怡宝”商标侵权及不正当竞争纠纷案	(2020)沪 73 民初 787 号	经济损失 500 万元及合理开	上海市高级人民法

		(2022)沪民终73号	支137,240元	院
50	“百强家具”商标侵权及不正当竞争纠纷案	(2018)沪73民初515号 (2020)沪民终256号	经济损失及合理费用1,196万元	上海市高级人民法院
51	“威乐”商标侵权及不正当竞争纠纷案	(2019)沪0104民初19337号 (2021)沪73民终744号	1,500万元	上海市高级人民法院
52	“华为”商标侵权纠纷案	(2022)沪0116民初11663号	经济损失及维权合理费用200万元	上海市高级人民法院
53	“N”标识仿冒商品装潢不正当竞争纠纷案	(2017)沪0115民初1798号 (2020)沪73民终327号	经济损失及合理开支1,080万元	上海市高级人民法院
54	假冒“美心”月饼注册商标罪案	(2021)沪03刑初113号 (2021)沪刑终122号刑事裁定		上海市高级人民法院
55	剧本杀”诉前禁令案	(2021)沪0107行保1号民事裁定		上海市高级人民法院
56	稳健医疗用品股份有限公司诉苏州稳健医疗用品有限公司、苏州航伟包装有限公司、滑某侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)苏05民初1725号 (2022)苏民终842号	损失及维权合理费用1021655元	江苏省高级人民法院
57	德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司、德禄(太仓)家具科技有限公司诉德禄家具(上海)有限公司、德禄家具(南通)有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)苏05民初271号 (2021)苏民终2636号	损失5000万元	江苏省高级人民法院
58	被告人王某假冒注册商标案	(2022)苏0214刑初579号		江苏省高级人民法院
59	华为技术有限公司与深圳市尚派科技有限公司、刘某亮侵害商标权纠纷案	(2021)浙01民初886号	损失500万元	浙江省高级人民法院
60	埃·雷米马丹公司与山东玲珑酒业有限公司、烟台圣盟菲珑商贸有限公司、孙某强、义乌市幻讯电子商务有限公司侵害商标权纠纷案	(2021)浙07民初528号	经济损失100万元	浙江省高级人民法院

61	永嘉县赛标鞋业有限公司、杜某生、杜某平、赵某明假冒注册商标、销售假冒注册商标的商品案	(2022)浙 0382 刑初 957 号	被告单位赛标公司赔偿经济损失 120 万元, 被告人杜某生对该款项承担连带责任, 被告人杜某平对该款项在 25 万元范围内承担连带责任; 被告人杜某生赔偿 75 万元, 被告人杜某平对该款项在 15 万元范围内承担连带责任; 被告人杜某平赔偿 18 万元; 被告人赵某明赔偿 40 万元。	浙江省高级人民法院
62	龙泉市御剑堂刀剑厂与龙泉市市场监督管理局、第三人浙江省龙泉市宝剑厂有限公司撤销行政处罚决定案	(2022)浙 11 行初 7 号 (2022)浙行终 749 号		浙江省高级人民法院
63	霍山县某产业协会与六安开发区某特产店侵犯商标权纠纷案		6000 元	安徽省高级人民法院
64	被告人刘某某假冒注册商标罪案			安徽省高级人民法院
65	广东骆驼服饰有限公司诉厦门市梦幻旅途户外用品有限公司、厦门傲风之旅户外用品有限公司侵害商标权纠纷案		100 万元	福建省高级人民法院
66	福建正山堂茶业有限责任公司与叶庆奇、三分之二(武夷山)包装制品有限公司侵害商标权纠纷案		叶庆奇赔偿经济损失 80000 元、三分之二公司赔偿经济损失 30000 元	福建省高级人民法院
67	格里什科公司与天虹公司侵害商标权纠纷案		经济损失 327000 元及合理支出 100000 元	福建省高级人民法院

68	“味全”商标侵权纠纷系列案			福建省高级人民法院
69	厦门铸远教育科技有限公司与厦门元林教育咨询有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案		三被告就抖音平台上的侵权行为连带赔偿铸远公司经济损失 300,000 元, 元林教育公司和林祥令就微信平台上的侵权行为连带赔偿铸远公司经济损失 500 元	福建省高级人民法院
70	厦门兴茂贸易有限公司诉厦门易朗浦进出口有限公司、漳州山姆食品有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案			福建省高级人民法院
71	厦门优迅高速芯片有限公司与大连优迅科技股份有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案		经济损失(含合理费用)合计 100 万元	福建省高级人民法院
72	原告三养食品(上海)有限公司与被告河北华统食品有限公司、泉州泉港育智百货商行侵害商标权及不正当竞争纠纷案		经济损失(含)合理费用 45 万元	福建省高级人民法院
73	台州莹行网络科技有限公司诉秀屿区埭头洪丽敏果蔬经营部商标侵权及不正当竞争纠纷案		经济损失 12000 元(含合理支出)	福建省高级人民法院
74	陈某与江西凌渲电子商务有限公司、武汉猫人云商科技有限公司著作权侵权纠纷案	(2021)赣 10 民初 491 号	经济损失 34165.5 元和合理开支 1635 元	江西省高级人民法院
75	涉“SPALDING”篮球商标侵害商标权纠纷案	(2021)赣 01 民初 641 号 (2022)赣民终 127 号	93 万元及维权合理开支 10 万元	江西省高级人民法院
76	涉网上销售“仁和”药品商标侵权及不正当竞争案	(2022)赣 09 知民初 26 号	惩罚性赔偿款及合理维权费用 共计 712702 元	江西省高级人民法院
77	“环球”商标侵权案			山东省高级人民法院

78	“肛泰”商标侵权案		经济损失 100 万元	山东省高级人民法院
79	“老板”商标侵权及不正当竞争案		经济损失 500 万元	山东省高级人民法院
80	“Haier”假冒注册商标罪、销售假冒注册商标的商品罪案			山东省高级人民法院
81	陈某申、钱某城、王某冉销售假冒注册商标的商品罪案	(2022)豫 09 刑初 15 号 (2022)豫刑终 378 号刑事裁定书		河南省高级人民法院
82	河南花花牛乳业集团股份有限公司与河南郑牛生物科技有限公司等商标权属纠纷案	(2021)豫 01 知民初 1103 号 (2022)豫知民终 194 号	经济损失及维权合理开支合计 200 万元	河南省高级人民法院
83	京山市粮食行业协会与武汉什湖知音粮油食品有限公司侵害商标权纠纷案	(2021)鄂 01 知民初 11363 号 (2022)鄂知民终 483 号		湖北省高级人民法院
84	北京微播视界科技有限公司与襄阳企飞科技有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)鄂 06 知民初 181 号 (2021)鄂知民终 671 号	经济损失及合理费用共计 167.869 万元	湖北省高级人民法院
85	常国强、张宗义等假冒注册商标罪案	(2021)鄂 0102 知刑初 34 号		湖北省高级人民法院
86	湖北福康生茶叶有限公司与宜昌市夷陵区综合行政执法局行政处罚案	(2022)鄂 0591 知行初 2 号		湖北省高级人民法院
87	华中师范大学与华中师范大学随州附属学校侵害商标权纠纷案	(2022)鄂 1321 知民初 140 号	经济损失及合理开支 228000 元	湖北省高级人民法院
88	纳爱斯集团有限公司诉湘潭市雨湖区超霸王百货店侵害商标权纠纷案			湖南省高级人民法院
89	樟树镇辣椒产业协会诉高某侵害商标权纠纷案			湖南省高级人民法院
90	中国国新控股有限责任公司诉中湘旺投资控股(湖南)集团有限责任公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案			湖南省高级人民法院

91	被告人张某销售假冒注册商标的商品罪案			湖南省高级人民法院
92	被告人程某等 19 人销售假冒注册商标的商品罪案			湖南省高级人民法院
93	被告人段某等销售假冒注册商标的商品罪案			湖南省高级人民法院
94	山东长彤生物科技发展有限公司诉湖南汇泽生物科技有限公司侵害商标权纠纷案			湖南省高级人民法院
95	武汉润禾生物医药有限公司诉江西伊珍美药业有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案			湖南省高级人民法院
96	湖南希箭智能家居有限公司诉桑植银海大酒店、长沙市芙蓉区涛燕建材商行侵害商标权纠纷案			湖南省高级人民法院
97	广州爱帛服饰有限公司与蒋某某侵害商标权、侵害作品发行权纠纷案			湖南省高级人民法院
98	广东永泉公司诉东莞永泉公司、申核公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020) 粤民终 1588 号	500 万元	广东省高级人民法院
99	碧欧公司诉碧鸥国际公司等侵害商标权纠纷案	(2020) 粤 0111 民初 5287 号 (2020) 粤 73 民终 5237 号		广东省高级人民法院
100	马某华等八人犯假冒注册商标罪案	(2021) 粤 0307 刑初 1686 号 (2022) 粤 03 刑终 514 号		广东省高级人民法院
101	谢某龙诉玖弟卤鹅店侵害商标权纠纷案	(2021) 粤 0511 民初 4468 号 (2022) 粤 05 民终 1025 号		广东省高级人民法院
102	马某华等八人犯假冒注册商标罪案			广东省高级人民法院
103	柳州市林盛贸易有限公司诉广西第九派食品科技有限公司等侵害“璟螺香”螺蛳粉商标权案	(2021) 桂 02 民初 118 号	经济损失及维权合理开支共计 85756.15 元	广西壮族自治区高级人民法院
104	南宁市多丽电器有限责任公司、南宁	(2021) 桂民终		广西壮族

	市联广家电经营部 与中山市多丽电器制造有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	35 号		自治区高级人民法院
105	凭祥市航宝越进出口贸易有限公司与（越南）中原投资股份有限公司关于“TrungNguyen 中原”和“G7 咖啡”侵害商标权纠纷案	（2021）桂 14 民初 58 号		广西壮族自治区高级人民法院
106	北京微播视界科技有限公司诉广西楚晶网络科技有限公司“抖音”群控产品侵害商标权及不正当竞争纠纷案	（2021）桂 03 民初 281 号		广西壮族自治区高级人民法院
107	中铁商业投资集团（海南）有限公司与海南省市场监督管理局、海南省人民政府请求撤销行政决定及行政复议决定案			海南省高级人民法院
108	科纳国际有限公司与海南福达建材有限公司、海南亚特兰蒂斯酒店管理有限公司、海南中瑞华辰投资控股有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案		经济损失及合理支出共计 100 万元	海南省高级人民法院
109	海南艳阳下农业发展有限公司与海南琦祥实业有限公司、海口琦强贸易有限公司侵害商标权纠纷案			海南省高级人民法院
110	陈某销售假冒注册商标的商品罪再审案	（2019）渝 0155 刑初 4 号 （2019）渝 02 刑终 590 号 （2021）渝刑再 1 号		重庆市高级人民法院
111	罗某销售假冒注册商标的商品罪案	（2022）渝 0112 刑初 413 号 （2022）渝 01 刑终 487 号		重庆市高级人民法院
112	三之三文化事业股份有限公司与重庆两江新区三之三爱加丽都幼儿园著作权侵权纠纷案	（2020）渝 0192 民初 11914 号 （2021）渝 01 民终 10159 号		重庆市高级人民法院
113	重庆市沙坪坝区互旺食品有限公司与重庆市磁器口陈麻花食品有限公司侵害商标权纠纷案	（2020）渝 0192 民初 1882 号 （2021）渝 01 民终 2670 号 （2022）渝民再 22 号		重庆市高级人民法院
114	中国东方电气集团有限公司与德阳	（2022）川 06 知	经济损失及合	四川省高

	东方电气设备有限公司、德阳广通机械厂不正当竞争纠纷案	民初 137 号	理 开 支 共 计 20 万元	级人民法 院
115	袁克贵、曹晓丽犯假冒注册商标罪案	(2022) 川 01 刑 终 15 号		四川省高 级人民法 院
116	陈清怀、胡太祥、王华犯假冒注册商 标罪，何拥东、蒲勇犯销售假冒注册 商标的商品罪案	(2022) 川 17 刑 初 12 号		四川省高 级人民法 院
117	李某假冒注册商标罪案			贵州省高 级人民法 院
118	某酿酒集团公司与某酒业股份公司、 贵州某酒业有限公司、河南某酒业有 限公司侵害商标权纠纷案			贵州省高 级人民法 院
119	贵州某酒业有限公司与贵州某窖酒 酒业有限公司、某文化发展有限公司 侵害商标权纠纷案			贵州省高 级人民法 院
120	云南中茶茶业有限公司诉聂某灵侵 害商标权纠纷案		经 济 损 失 500000 元	云南省高 级人民法 院
121	汉庭星空（上海）酒店管理有限公司 诉曲靖市麒麟区全季商旅酒店侵害 商标权纠纷案		经济损失人民 币 50 万元	云南省高 级人民法 院
122	云南天宝饮料有限公司诉云南槟榔 山饮品有限公司侵害商标权纠纷案		经 济 损 失 10000 元	云南省高 级人民法 院
123	胡某、刘某、郑某销售假冒注册商 标的商品案			云南省高 级人民法 院
124	何某某、何某假冒注册商标案			云南省高 级人民法 院
125	被告人梁士果犯销售假冒注册商 标的商品罪案	(2022) 陕 01 知 刑初 5 号		陕西省高 级人民法 院
126	原告宜宾五粮液股份有限公司与被 告西安经济技术开发区伟伟商贸烟 酒店侵害商标权纠纷案	(2022) 陕 0112 诉前调确 746 号		陕西省高 级人民法 院
127	被告人霍某某假冒注册商标刑事附 带民事公益诉讼案			甘肃省高 级人民法 院
128	山东招金集团有限公司诉敦煌阳关 招金矿业有限公司侵害商标权及不 正当竞争纠纷案			甘肃省高 级人民法 院

129	铂爵旅拍文化集团有限公司诉赵某某侵害商标权纠纷案			甘肃省高级人民法院
130	原告沈阳某农业有限公司与被告辽宁沈抚农村商业银行股份有限公司商标许可使用合同纠纷案			沈阳知识产权法庭
131	原告北京快手科技有限公司与被告辽宁省快手健康管理有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案			沈阳知识产权法庭
132	原告乐高博士有限公司与被告沈阳欧澜教育信息咨询有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案			沈阳知识产权法庭
133	被告人武某、田某、王某犯销售假冒“冰墩墩”注册商标商品罪案			沈阳知识产权法庭
134	皓月公司诉某牛羊肉摊床侵害商标权纠纷案			长春知识产权法庭
135	阿克苏地区苹果协会与某生鲜超市侵害商标权纠纷案			长春知识产权法庭
136	安格洛联营公司诉高某商标权侵权纠纷案		经济损失共计109万余元	长春知识产权法庭
137	桑某某销售假冒注册商标的商品罪			长春知识产权法庭
138	吴某某假冒注册商标罪、李某销售假冒注册商标的商品罪			长春知识产权法庭
139	上海市崇明绿色食品产销联合会与海安兴雅米业有限公司等侵害商标权纠纷案	(2022)苏0192民初11435号	被告张雪飞粮油店赔偿原告经济损失及合理费用共计6000元,被告兴雅米业公司赔偿原告经济损失及合理费用共计30000元	南京知识产权法庭
140	广东佳隆食品股份有限公司与安阳市傲厨食品有限责任公司等侵害商标权纠纷案	(2021)苏0115民初5434号 (2022)苏01民终3059号	包括合理费用在内的经济损失30万元	南京知识产权法庭
141	德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司等诉某家具(上海)有限公司、朱某军等侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)苏05民初271号	5000万元	苏州知识产权法庭
142	稳健医疗用品股份有限公司诉某医疗用品有限公司、滑某舟等侵害商标	(2021)苏05民初1725号	经济损失及维权合理费用	苏州知识产权法庭

	权及不正当竞争纠纷案		1021655 元	
143	昆山市阳澄湖骏马堂大闸蟹有限公司诉某农业科技有限公司、某电子商务有限公司等侵害商标权纠纷案	(2021)苏 05 民初 222 号		苏州知识产权法庭
144	某技术有限公司与深圳市某科技有限公司、刘某某侵害商标权纠纷案	(2021)浙 01 民初 886 号	经济损失 500 万元	杭州知识产权法庭
145	杭州某化妆品有限公司与深圳市龙华区某彩妆贸易商行、杭州某广告有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2022)浙 0114 民初 2357 号	经 济 损 失 30000 元	杭州知识产权法庭
146	邓某、余某某、胡某某、祝某某、邵某某假冒注册商标罪案	(2021)浙 0110 刑初 753 号		杭州知识产权法庭
147	某专用车辆有限公司(简称某车辆公司)与湖北某专用汽车有限公司(简称湖北某公司)、任某侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2022)浙 0282 民初 984 号 (2022)浙 02 民终 3781 号	经 济 损 失 16 万元	宁波知识产权法庭
148	宁波某商贸有限公司与太仓市某商行侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)浙 0281 民初 9011 号 (2022)浙 02 民终 3441 号	经济损失及合理费用 10 万元	宁波知识产权法庭
149	江苏某文化发展有限公司(简称江苏某公司)与新昌县某照护服务有限公司(简称新昌某公司)、童某、宁波市某教育科技有限公司、宁波市贸城某托育服务有限公司、宁波市江湾某托育服务有限公司侵害商标权、不正当竞争纠纷案	(2021)浙 0212 民初 16160 号 (2022)浙 02 民终 3515 号	经 济 损 失 80000 元、合理维权开支 16 610.10 元	宁波知识产权法庭
150	原告格里什科有限责任公司与被告福州天虹舞蹈鞋有限公司侵害商标权纠纷案			福州知识产权法庭
151	原告智盾科技(福州)有限公司与被告福州市鼓楼丹山茗苑茶业有限公司、武夷山市手尚工夫茶业有限公司、武夷山市品珍苑茶业有限公司、陈志强、贾梦丹侵害商标权纠纷案			福州知识产权法庭
152	原告锦泓时装集团股份有限公司与被告许马榴、浙江淘宝网络有限公司侵害商标权纠纷案		120000 元(含制止侵权行为的合理费用)	福州知识产权法庭
153	路 易 威 登 马 利 蒂 (LouisVuittonMalletier) 诉龙岩苑旭贸易有限公司、泉州立帮顺医疗用品有限公司、陈双颜侵害商标权纠纷		经济损失及合理费用 30 万元	厦门知识产权法庭
154	厦门优迅高速芯片有限公司诉大连优迅科技股份有限公司侵害商标权		经济损失和合理费用共计	厦门知识产权法庭

	及不正当竞争纠纷案		100 万元	
155	减字控股有限公司诉福建东兴伞业有限公司等不正当竞争纠纷案		经济损失（含合理费用）8 万元	厦门知识产权法庭
156	李宗熙诉湖南宝达食品有限公司、厦门国贸实业有限公司、第三人李宗智商标使用许可合同纠纷案		赔 偿 损 失 300000 元	厦门知识产权法庭
157	某平陶瓷经营部涉嫌侵犯注册商标侵权案			景德镇知识产权法庭
158	陈某某销售假冒注册商标商品案			景德镇知识产权法庭
159	周某某假冒注册商标案			景德镇知识产权法庭
160	“安踏”注册商标权案			济南知识产权法庭
161	“宏济堂”商标及不正当竞争案			济南知识产权法庭
162	“鲁葫 1 号”植物新品种权案		50 万元	济南知识产权法庭
163	非法制造、销售非法制造的“HP”注册商标标识罪案			济南知识产权法庭
164	“红岛湾”商标侵权案			青岛知识产权法庭
165	“爱马仕”商标侵权及不正当竞争案		经济损失及维权合理开支 200 万元	青岛知识产权法庭
166	“海尔”系列商标侵权及不正当竞争纠纷案		经济损失 300 万元	青岛知识产权法庭
167	“宜家”侵犯商标权及不正当竞争纠纷案		宜家楼梯公司、名德宜家公司赔偿原告 300 万元，王某承担连带责任，红星美凯龙日照公司赔偿 5 万元	青岛知识产权法庭
168	孙某、林某、张某、王某犯假冒注册商标罪案			青岛知识产权法庭
169	河南某投资公司诉南京某公司、连云港某食品公司、郑州某商业公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案		经济损失及合理支出共计 169 万元	郑州知识产权法庭

170	杨某兴、古某朝等人犯销售假冒注册商标的商品罪案			郑州知识产权法庭
171	上诉人湖南省原味老饭铺餐饮有限公司与被上诉人湘阴县樟树镇辣椒产业协会商标权纠纷案	(2021)湘 01 民终 163 号		长沙知识产权法庭
172	中联重科股份有限公司诉青岛青科重工有限公司、长沙国际会展中心管理有限责任公司侵害商标权纠纷案	(2019)湘 01 民初 2626 号		长沙知识产权法庭
173	原告山东长彤生物科技发展股份有限公司与被告湖南汇泽生物科技有限公司侵害商标权案	(2020)湘 01 民初 2158 号		长沙知识产权法庭
174	原告湖南守护神制药有限公司与被告武汉东信医药科技有限责任公司、武汉天地人和药业有限公司、广东恒金堂医药连锁有限公司侵害商标权纠纷案	(2018)湘 01 民初 3915 号		长沙知识产权法庭
175	上诉人北京字节跳动科技有限公司与上诉人北京小度互娱科技有限公司、被上诉人北京百度网讯科技有限公司、原审被告长沙七丽网络科技有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2021)湘 01 民终 8394 号		长沙知识产权法庭
176	碧欧公司与碧欧国际公司等侵害商标权纠纷案	(2020)粤 73 民终 5237 号		广州知识产权法院
177	“今日头条”诉“今日油条”侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)粤 73 民初 2332 号		广州知识产权法院
178	徐定朋与壹欣公司侵害商标权纠纷案	(2021)粤 73 民终 7380 号		广州知识产权法院
179	被告人周飞假冒注册商标罪刑事附带民事公益诉讼案	(2021)粤 0112 刑初 80 号		广州知识产权法院
180	马尼株式会社诉吴某侵害商标权纠纷案		经济损失及合理维权开支合计 300 万元	深圳知识产权法庭
181	深圳市分期乐网络科技有限公司、深圳乐信控股有限公司等诉深圳乐信互动科技有限公司、金某侵害注册商标专用权及擅自使用他人有一定影响的企业名称纠纷案			深圳知识产权法庭
182	范斯公司与温州某鞋业有限公司、成都某科技有限公司、金某侵害商标权纠纷案	(2021)川 0193 民初 5246 号 (2022)川 01 民终 4100 号	经济损失 4889924.2 元及合理开支 10072.8 元	成都知识产权法庭
183	方某“谭鸭血”假冒注册商标罪案	(2021)川 0104 刑初 514 号		成都知识产权法庭

		(2022)川01刑 终174号		
184	被告人党志红犯假冒注册商标罪案	(2020)陕01知 刑初2号		西安知识 产权法庭
185	被告人王亚宗犯假冒注册商标罪、被 告人胡世章犯销售假冒注册商标的 商品罪暨附带民事公益诉讼赔偿案	(2021)陕01知 刑初4号		西安知识 产权法庭
186	北京大明眼镜股份有限公司与蓝田 县大明眼镜行侵害商标权及不正当 竞争纠纷案	(2022)陕0116 知民初123号		西安知识 产权法庭
187	被告人梁士果犯销售假冒注册商标 的商品罪案	(2022)陕01知 刑初5号		西安知识 产权法庭
188	日本A公司与日本B公司、广州某公 司侵害商标权诉中证据保全案	(2022)陕01知 民初1426号		西安知识 产权法庭
189	李楠与付鹏、武智慧侵害商标权纠纷 案	(2022)陕0113 知民初84号		西安知识 产权法庭
190	宜宾五粮液股份有限公司与未央区 商户侵害商标权纠纷诉前调解司法 确认案	(2022)陕0112 诉前调确746号		西安知识 产权法庭
191	全国首例认定直播带货场景下的直 播平台为电商平台侵害商标权案		经济损 30 万元及合理开 支 10 598 元	北京市海 淀区人民 法院
192	涉网络平台用户认证侵害商标权案		经济损失及合 理开支共计 25 777 元	北京市海 淀区人民 法院
193	英国某公司诉北京某电子商务公司 等侵害商标权及不正当竞争纠纷案		停止侵犯原告 涉案商标专用 权的行为,并 赔偿经济损失 及合理支出共 计 140 万元; 被告停止涉案 不正当竞争行 为,并赔偿经 济损失及合理 支出共计 40 万元	北京市朝 阳区人民 法院
194	德国某医药公司与上海某保健品公 司侵害商标权及不正当竞争纠纷案		经济损 55 万元、维权合 理支出 10 万 元	北京市朝 阳区人民 法院
195	香港某贸易公司诉云南某公司等不 正当竞争纠纷案			北京市朝 阳区人民 法院

196	北京某建筑设计咨询公司诉北京某建筑规划设计公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案			北京市朝阳区人民法院
197	美国某公司诉杭州某贸易公司等知识产权及不正当竞争纠纷案		经济损失 29 万元	北京市朝阳区人民法院
198	德国某公司诉北京某公司商标侵权及不正当竞争纠纷案		经济损失 150 万元及维权合理开支 20 万元	北京市朝阳区人民法院
199	百度公司与沃玺公司等侵害商标权及虚假宣传纠纷案	(2019)沪 0115 民初 56156 号	被告沃玺公司因商标侵权行为赔偿原告经济损失 350 万元 (被告雅兰公司对其中的 2000 元承担连带赔偿责任)、因虚假宣传行为赔偿原告经济损失 10 万元,被告雅兰公司因虚假宣传行为赔偿原告经济损失 1 万元,两被告分别赔偿原告合理开支 12 万元、2 万元。	上海市浦东新区人民法院
200	汉涛公司与千络公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2020)沪 0115 民初 59328 号	经济损失及合理开支共 70 万余元	上海市浦东新区人民法院
201	中国重型汽车集团有限公司与长沙某进出口贸易有限公司侵害商标权纠纷案	(2020)津 0116 民初 3814 号	经济损失以及合理开支共计 15 万元	天津自贸区人民法院
202	BURBERRY LIMITED 与天津某皮具商行、天津某城投公司侵害商标权纠纷案	(2021)津 0319 民初 18738 号		天津自贸区人民法院
203	天津市金桥焊材集团股份有限公司与彭某某、河北省石家庄市某金属线材厂侵害商标权及不正当竞争纠纷案	(2022)津 0319 民初 24049 号	经济损失和维权合理开支共计 110 万元	天津自贸区人民法院
204	NIKE INNOVATE C.V.与安新县某商贸	(2022)津 0319	各项损失及合	天津自贸

	公司、单某某侵害商标权纠纷一案	民初 20657 号	理支出共计 20 万元	区人民法院
205	被告人韩某销售假冒注册商标的商品罪案	（2020）津 0116 刑初 230 号		天津自由贸易 区人民法院
206	被告人周某某假冒注册商标罪案	（2023）津 0116 刑初 182 号		天津自由贸易 区人民法院

涉“青花椒”商标侵权纠纷案（评选法院：最高人民法院）

上海万翠堂餐饮管理有限公司与温江五阿婆青花椒鱼火锅店侵害商标权纠纷案（四川省高级人民法院（2021）川知民终 2152 号民事判决书）

【案情摘要】

上海万翠堂餐饮管理有限公司（以下简称万翠堂公司）系第 12046607 号注册商标 、第 17320763 号注册商标 、第 23986528 号注册商标“”的权利人，核定服务项目均包括第 43 类饭店、餐厅等，且均在有效期内。2021 年 5 月 21 日，万翠堂公司发现温江五阿婆青花椒鱼火锅店（以下简称五阿婆火锅店）在店招上使用“青花椒鱼火锅”字样，遂以五阿婆火锅店侵害其注册商标专用权为由诉至法院，请求判令五阿婆火锅店立即停止商标侵权行为并赔偿万翠堂公司经济损失及合理开支共计 5 万元。一审法院认为，五阿婆火锅店被诉行为构成商标侵权，遂判令五阿婆火锅店停止侵权并赔偿经济损失及合理开支共计 3 万元。五阿婆火锅店不服，提起上诉。四川省高级人民法院二审认为，青花椒作为川菜调味料已广为人知。由于饭店、餐厅服务和菜品调味料之间的天然联系，使得涉案商标和含有“青花椒”字样的菜品名称在辨识上相互混同，极大地降低了涉案商标的显著性。涉案商标的弱显著性特点决定了其保护范围不宜过宽，否则会妨碍其他市场主体的正当使用，影响公平竞争的市场秩序。本案中，五阿婆火锅店店招中包含的“青花椒”字样，是对其提供的菜品鱼火锅中含有青花椒调味料这一特点的客观描述，没有单独突出使用，没有攀附万翠堂公司涉案商标的意图，不易导致相关公众混淆或误认。五阿婆火锅店被诉行为系正当使用，不构成商标侵权，遂判决撤销一审判决，驳回万翠堂公司的全部诉讼请求。

【典型意义】

该案二审判决明确了商标正当使用的认定标准，讲出“权利有边界，行使须诚信”的“大道理”。二审判决充分尊重人民群众的常识、常情和常理，依法维护诚信、正当经营的小微企业的合法权益和公平竞争的市场秩序。

罗某洲、马某华等八人假冒注册商标罪案（评选法院：最高人民法院）

罗某洲、马某华等八人假冒注册商标罪案（广东省深圳市中级人民法院（2022）粤 03 刑终 514 号刑事裁定书）

【案情摘要】

“AIRPODS”“AIRPODS PRO”商标权人为苹果公司，核定使用商品包括耳机等。被告人罗某洲、马某华等生产假冒苹果公司注册商标的蓝牙耳机对外销售牟利。涉案蓝牙耳机及包装无论是否印有苹果公司注册商标，经蓝牙连接苹果手机后均

弹窗显示“Airpods”或“Airpods Pro”。广东省深圳市龙岗区人民法院一审认为，被告人均构成假冒注册商标罪，分别判处被告人罗某洲等人有期徒刑二至六年及罚金。一审宣判后，部分被告人提起上诉。广东省深圳市中级人民法院二审另查明，本案已销售侵权耳机金额应调整认定为 22106296.08 元。二审法院认为，假冒注册商标犯罪中“使用”不限于将商标用于商品、商品包装或者容器等有形载体中，只要是在商业活动中用于识别商品来源的行为，就属于商标性使用。蓝牙耳机的消费者通过蓝牙配对建链寻找设备，对蓝牙耳机产品来源的识别主要通过设备查找正确的配对项实现蓝牙耳机功能。被告人生产的侵权蓝牙耳机连接手机终端配对激活过程中，在苹果手机弹窗向消费者展示“Airpods”“Airpods Pro”商标，使消费者误认为其使用的产品是苹果公司制造，造成对产品来源的混淆和误认，构成假冒注册商标罪。二审法院裁定驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案是数字经济环境下利用物联网技术实施新形态商标犯罪的典型案例。本案裁判把握商标犯罪行为的实质，正确界定商标使用行为，有力打击了利用新技术侵犯知识产权犯罪。

海亮教育管理集团有限公司、海亮集团有限公司等与浙江荣怀教育集团有限公司、诸暨荣怀学校侵害商标权及不正当竞争纠纷案（最高人民法院（2022）最高法民再 131 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司、德禄（太仓）家具科技有限公司与德禄家具（上海）有限公司、德禄家具（南通）有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（江苏省高级人民法院（2021）苏民终 2636 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

京山市粮食行业协会、湖北国宝桥米有限公司与武汉什湖知音粮油食品有限公司侵害商标权纠纷案（湖北省高级人民法院（2022）鄂知民终 483 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

卡地亚国际有限公司与梦金园黄金珠宝集团股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（天津市高级人民法院（2021）津民终 63 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

广州阿婆餐饮管理有限公司与藁城区安东街阿婆家常菜馆侵害商标权纠纷案（河北省高级人民法院（2022）冀知民终 528 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

内蒙古恒丰集团银粮面业有限责任公司、内蒙古恒丰食品工业（集团）股份有限公司与益海嘉里食品营销有限公司、益海嘉里（沈阳）粮油食品工业有限公司、北京华联综合超市股份有限公司呼和浩特兴安北路分公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（内蒙古自治区高级人民法院（2021）内知民终 91 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

舍得酒业股份有限公司与柳梧鑫旺达商贸、刘晓培侵害商标权纠纷案（西藏自治区高级人民法院（2022）藏知民终 5 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

烙克赛克公司（ROXTEC AB）与上海怡博船务有限公司侵害商标权纠纷案（上海知识产权法院（2021）沪 73 民终 228 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

广州市碧欧化妆品有限公司与广东碧鸥国际化妆品有限公司等侵害商标权纠纷案（广州知识产权法院（2020）粤 73 民终 5237 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

沈阳狮子王农业有限公司与辽宁沈抚农村商业银行股份有限公司商标许可使用合同纠纷案（辽宁省沈阳市中级人民法院（2021）辽 01 民初 3346 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

百度在线网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司与广西百度房地产经纪股份有限公司、广西百度房地产经纪股份有限公司柳州五星分公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（广西壮族自治区南宁市中级人民法院（2020）桂 01 民初 2718 号民事判决书）（评选法院：最高人民法院）

广东好太太科技集团股份有限公司与国家知识产权局、佛山市凯达能企业管理咨询有限公司商标权无效宣告请求行政纠纷案（最高人民法院（2022）最高法行再 3 号行政判决书）（评选法院：最高人民法院）

王某假冒注册商标罪案（江苏省无锡市新吴区人民法院（2022）苏 0214 刑初 579 号刑事判决书）（评选法院：最高人民法院）

“Merck”侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2021）京 73 民终 1625 号、（2018）京 0105 民初 73620 号

原告：默克股份两合公司

被告：默沙东动物保健品（上海）有限公司

【案情】

默克股份两合公司（以下简称德国默克公司）是一家主要从事医药健康、生命科学及高性能材料业务的德国公司。默沙东动物保健品（上海）有限公司（以下简称默沙东公司）是美国默克公司的关联公司，主要从事中国区域动物保健业务。德国默克公司与美国默克公司有共同的历史渊源，双方曾于上世纪 70 年代就全球范围内各自使用“Merck”标识达成协议。依据协议，在中国区域内使用“Merck”标识的权利归属于德国默克公司。在我国，德国默克公司在第 5 类“药品”、第 44 类医疗服务、兽医服务等上注册了“Merck”商标。默沙东公司在展销会上销售了一款使用“MERCK”标识的耳特净兽药，且其员工邮箱后缀为“@merck.com”，在联系网址中使用“merck”标识。德国默克公司主张，默沙东公司上述行为侵害其商标权，亦构成不正当竞争，请求法院判令停止侵权、消除影响、赔偿经济损失 300 万元及维权合理开支 10 万元。

一审法院认为，涉案耳特净药品系侵犯德国默克公司涉案商标权的商品，默沙东公司明知其及其关联公司无权在中国区域内使用“Merck”标识，仍销售涉案耳特净药品，侵害了德国默克公司的商标权。默沙东公司擅自使用德国默克公司具有一定影响的企业名称“merck”作为其电子邮箱和网站联系网址的核心识别部分，容易使消费者误认为默沙东公司与德国默克公司存在关联关系，不利于划清彼此之间重要商业标识的使用界限，引起相关公众的混淆，亦不利于各自品牌权益的保护，构成擅自使用他人企业名称的不正当竞争行为，故判决默沙东公司停止涉案侵权及不正当竞争行为、消除影响、赔偿经济损失 55 万元及合理开支 10 万元。默沙东公司不服上诉。二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案为知名跨国企业全球品牌经营战略引发纠纷后将我国作为知识产权纠纷解决“优选地”的典型案。德国默克公司和美国默克公司有密切的历史渊源，且均为国际知名医药企业。“Merck”标识在全球医药领域具有极高知名度。由于美国默克公司及其关联公司在协议约定范围外部分国家以邮箱后缀等方式使用“Merck”标识，德国默克公司在多个国家以合同、商标、不正当竞争纠纷等为由提起多个诉讼。我国为双方全球品牌经营战略的重要市场，也是知识产权诉讼的重要阵地。本案通过认定默沙东公司构成侵害商标权及不正当竞争行为，为双方正当使用品牌标识提供了依据。默沙东公司主动履行生效判决，并最终促成了两大跨国企业多年的品牌纷争得以妥善解决，彰显了北京法院知识产权专业化审判

能力和水平，有利于我国在知识产权国际治理中贡献中国方案。

“聚丰园”商标权无效宣告行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 3410 号

原告：无锡市聚丰园大酒店有限责任公司

被告：国家知识产权局

第三人：无锡产业发展集团有限公司

【案情】

“聚豐園”菜馆源于清朝同治年间，解放后公私合营，1990 年更名为“无锡市聚丰园菜馆”，1995 年更名为“无锡市聚丰园大酒店”，1996 年股份制改革成立“无锡市聚丰园大酒店有限责任公司”（以下简称国营聚丰园公司）。2007 年，经江苏省无锡市人民政府国有资产监督管理委员会批准，其资产纳入无锡产业发展集团有限公司（以下简称无锡产业发展公司）管理运营。2010 年，“聚豐園”被列入商务部颁发的第二批“中华老字号”名录。1994 年，无锡市聚丰园菜馆在“餐馆、住所（饭店供膳寄宿处）、旅馆”等服务上申请第 879965 号“聚豐園”商标（以下简称在先商标），1996 年被核准注册。该商标后转让至无锡产业发展公司，2019 年 9 月 6 日因连续三年不使用被撤销注册。

唐某在“聚豐園”菜馆任副经理多年，“聚豐園”菜馆进行股份制改革后，唐某担任法定代表人成立“无锡市聚丰园饭店管理有限责任公司”（以下简称私营聚丰园公司，诉争商标原注册人）并与“聚豐園”菜馆当时的权利人国营聚丰园公司签订租赁经营合同。后因私营聚丰园公司对外擅自授权“聚豐園”商标，各方于 2013 年解除租赁合同，约定私营聚丰园公司不得使用“聚豐園”商标、字号和相关形象标志。2016 年，唐某针对在先商标提起连续三年不使用撤销申请。同年，私营聚丰园公司申请与在先商标相同标志、相同服务的第 22395432 号“聚豐園”商标（即本案诉争商标），并获准注册。2019 年，唐某、私营聚丰园公司设立与国营聚丰园公司相同名称的公司。同年，诉争商标转让至该公司。

2019 年 9 月 23 日，无锡产业发展公司针对诉争商标提起无效宣告请求。被诉裁定认定诉争商标违反商标法第十五条第一款的规定，裁定对诉争商标予以无效宣告。一审法院认为，诉争商标申请时，权利人在先商标为已注册商标，故不能依据商标法第十五条第一款予以保护，且在案证据不能证明双方具有代理代表关系，判决撤销被诉裁定、国家知识产权局重新作出裁定。

国家知识产权局和无锡产业发展公司均不服上诉。二审法院认为，唐某及私营聚丰园公司与国营聚丰园公司及其权利继受人无锡产业发展公司之间已构成代理或者代表关系。唐某申请撤销在先商标后由私营聚丰园公司名义申请注册诉争商标的行为，攀附国营聚丰园公司“聚丰园”字号及在先商标商誉的主观恶意明显，其在相同或类似服务上注册相同标志“聚豐園”的不当注册行为应适用商标法第十五条第一款予以规制。

【点评】

本案为保护老字号商标权益的典型商标确权行政案件。通过对商标法第十五条第一款的准确适用，实现对老字号权益的充分保护，有效打击了代理或者代表人违反诚实信用原则、恶意攀附老字号品牌声誉的商标抢注行为，为助力老字号健康传承，强化品牌资源利用，充分发挥老字号在加强品牌建设、提升品牌价值中的作用。本案所提出的裁判规则为此类案件的审理提供了有益借鉴。

“新浪大眼睛图形”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 4207 号、（2021）京 73 行初 9626 号

原告：杭州嘶浪有约餐饮管理有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：新浪网技术（中国）有限公司



【案情】

杭州嘶浪有约餐饮管理有限公司（以下简称嘶浪有约公司）于 2012 年 3 月 23 日申请注册第 10665413 号新浪图形商标（以下简称诉争商标，标志图样附后），核定使用在第 35 类“广告、饭店商业管理”等服务上。新浪网技术（中国）有限公司（以下简称新浪网中国公司）以诉争商标是对其在先注册并使用的驰名商标的复制和模仿，扰乱了正常的商标注册管理秩序为由，依据 2001 年商标法第四十一条第一款向国家知识产权局提出无效宣告请求。国家知识产权局作出被诉裁定，认为诉争商标的注册行为具有明显复制、抄袭他人较高知名度商标的故意，构成 2001 年商标法第四十一条第一款所指“以其他不正当手段取得注册”的情形，裁定诉争商标予以无效宣告。

嘶浪有约公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院判决驳回嘶浪有约公司的诉讼请求。嘶浪有约公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，诉争商标与新浪网中国公司在先的具有较高知名度和较强显著性的“大眼睛”图形商标在

线条构成、整体视觉效果等方面相近，且根据查明的事实，除诉争商标之外，嘶浪有约公司、诉争商标原共同注册人及共同注册人之一费猛还在第 35 类和第 43 类服务上先后申请注册了多枚与新浪网中国公司知名的“新浪”文字商标和“大眼睛”图形商标相同或者相近的商标。对于前述系列商标的申请注册行为，嘶浪有约公司未给予合理解释，且未提交充分证据证明系出于真实使用意图抑或有真实、有效、持续的使用行为，其申请注册行为具有明显的复制、抄袭他人高知名度商标的故意，扰乱了正常的商标注册管理秩序，有损公平竞争的市场环境。诉争商标的注册违反了 2001 年商标法第四十一条第一款的规定。据此，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案为制止商标恶意注册的典型案例。缺乏真实使用意图、超过正常生产经营需要的商标申请行为严重影响了正常的商标注册审查秩序、损害了社会公共利益及正常经营者的经济利益，对此应予以坚决遏制和严厉打击。本案综合考虑诉争商标权利人嘶浪有约公司及原共同注册人的关联关系，以及上述主体除诉争商标外在其他服务上申请注册的商标情况，明确认定其商标申请注册行为扰乱了正常的商标注册管理秩序、有损公平竞争的市场环境，其商标应予以无效宣告。本案通过对恶意注册行为的规制，维护了良好的商标注册和管理秩序，对于打击恶意注册、加大知识产权保护具有重要意义。

“梅赛德斯”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 4971 号、（2021）京 73 行初 2430 号

原告：佛山拿破仑陶瓷有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：戴姆勒股份公司

【案情】

佛山拿破仑陶瓷有限公司（以下简称拿破仑公司）于 2017 年 7 月 10 日申请注册第 25239475 号“梅赛德斯”商标（以下简称诉争商标），核定使用在第 19 类“瓷砖”等商品上。戴姆勒股份公司于 2019 年 9 月 26 日针对诉争商标提出无效宣告请求。国家知识产权局作出被诉裁定，认为诉争商标的注册行为构成商标法第四十四条第一款所指“以其他不正当手段取得注册”的情形，裁定诉争商标予以无效宣告。

拿破仑公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院判决驳回拿破仑公司的诉讼请求。拿破仑公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，拿破仑公司在2017年至2020年期间在多个类别的商品和服务上申请注册了106件商标，其中包括“梅赛德斯”“MERCEDES”“迈巴赫”“MAYBACH”“乌尼莫克”等数十件与他人具有一定知名度的汽车品牌文字完全相同的商标，其商标注册行为已明显超出了正常的生产经营需要，属于不当占用公共资源、谋取不正当利益等扰乱商标正常注册秩序的行为。因此，诉争商标的注册违反了商标法第四十四条第一款的规定，应予无效宣告。据此，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案为打击恶意囤积商标行为的典型案例。商标注册人在不同类别的商品或服务上申请注册多件与他人具有较强显著性或者具有较高知名度的标志相近似的商标，明显以傍靠他人商誉、谋取不正当利益为目的，即使对诉争商标进行了实际使用，其商标注册行为亦属于扰乱商标注册秩序、损害公共利益的行为，应依据商标法第四十四条第一款予以规制。本案商标注册人在多个类别的商品和服务上申请注册了百余件商标，其中包括诉争商标在内的数十件商标与知名汽车品牌的文字完全相同，主观恶意明显，本案通过对诉争商标予以无效宣告，有效打击了此类商标恶意注册行为，对于推动商标申请注册秩序正常化和规范化具有积极意义。

“新神榜 杨戬”商标申请驳回复审行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 6309 号、(2022)京 73 行初 4131 号

原告：雪人追日文化传播（北京）有限公司

被告：国家知识产权局

【案情】

雪人追日文化传播（北京）有限公司（以下简称雪人追日公司）于2021年1月20日向国家知识产权局申请注册第53131550号“新神榜 杨戬”商标（以下简称诉争商标），指定使用在第20类“家具；玩具箱”等商品上。国家知识产权局作出商标驳回通知书，驳回诉争商标的注册申请。雪人追日公司提出复审申请，国家知识产权局作出被诉决定，认为诉争商标中“杨戬”为我国烈士姓名，指定使用在“玩具箱”等商品上可能产生不良社会影响，不得作为商标使用，决定驳回诉争商标在复审商品上的注册申请。

雪人追日公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院判决驳回雪人追日公司

的诉讼请求。雪人追日公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，诉争商标由经过艺术处理的繁体汉字“新神榜 杨戬”构成，其中“杨戬”占比较大，为其显著识别部分。“杨戬”为中华英烈网烈士英名录中记载的烈士姓名。英雄烈士事迹和精神是中华民族的共同历史记忆和社会主义核心价值观的重要体现，任何组织和个人不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商标、商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉。如果允许随意将其作为商标予以注册并作商业使用，将导致烈士名称的滥用，对烈士个人及社会公共利益产生消极、负面影响。诉争商标构成商标法第十条第一款第八项所指具有不良影响的标志。据此，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案为对烈士姓名予以保护的商标授权典型案例，通过对烈士姓名的尊重与保护，将社会主义核心价值观在商标授权确权案件审理中予以贯彻和体现。《中华人民共和国英雄烈士保护法》第二十二条规定，任何组织和个人不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商标、商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉。英雄烈士事迹和精神是中华民族的共同历史记忆和社会主义核心价值观的重要体现，对英雄烈士姓名、肖像、名誉、荣誉的保护与弘扬爱国主义精神紧密相连。本案中，“杨戬”系诉争商标显著识别部分，虽然其作为我国烈士姓名的同时还具有其他含义，但在商标文字较少、表达含义有限的情况下，仍不能排除会对烈士个人及社会公共利益产生消极、负面影响。本案在涉不良影响标志判断上坚持了正确导向，维护了英烈名誉，对此类案件的审理有较强指导意义。

“哔哩哔哩 BILIBILI”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 2944 号、（2021）京 73 行初 12721 号

原告：上海幻电信息科技有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：晋江健德食品有限公司

【案情】

四季自造(厦门)文化传播有限公司于 2019 年 1 月 7 日获准注册第 26264549 号“哔哩哔哩 BILIBILI”商标（以下简称诉争商标），核定使用在第 30 类“天然增甜剂；烹饪用葡萄糖；白糖；冰糖；烹饪用低聚糖”商品上。晋江健德食品有限公司（以下简称健德公司）于 2020 年 12 月 6 日经受让获得诉争商标。2020 年 10 月 27 日，上海幻电信息科技有限公司（以下简称幻电公司）以诉争商标构

成对该公司核定使用在第 41 类“提供在线电子出版物（非下载）；广播和电视节目制作”等服务上的第 15362394 号“bilibili”商标（以下简称引证商标）的复制、摹仿，违反商标法第十三条第三款为由向国家知识产权局提出无效宣告请求。国家知识产权局作出被诉裁定，认为在案证据不足以全面反映在诉争商标申请注册前引证商标核定使用的服务在中国大陆地区使用、销售、市场占有率、广告宣传的金额、规模或范围等情况，亦不足以证明在诉争商标申请注册日之前引证商标已在中国经过长期、广泛宣传使用，为中国消费者所熟知，具有为公众所熟知的商标所应有的广泛影响力、知名度以及声誉。故幻电公司请求认定引证商标为公众所熟知的商标的理由，因缺乏事实依据不予支持，且诉争商标核定使用商品与引证商标核定使用的服务关联性不强，不致误导公众，损害幻电公司合法权利。因此，诉争商标的注册未违反商标法第十三条第三款的规定，应予维持。

幻电公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院判决驳回幻电公司的诉讼请求。幻电公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，幻电公司自 2010 年将其运营的网站更名“bilibili”，自此开始使用“bilibili”标识，至诉争商标申请日之时，持续使用时间已达七年。幻电公司运营的 B 站作为在线视频分享网站，用户数量庞大，活跃用户数量大，其 APP 曾被评为十大受欢迎的应用程序。幻电公司运营的 B 站除提供用户上传的视频之外，还通过获得授权播放诸多动漫作品、纪录片、电影、电视剧等，同时幻电公司也制作或联合制作动漫作品、综艺节目、纪录片等，且播放量大，其中幻电公司自 2010 年推出“拜年祭”节目，在诉争商标申请日之前累计播放量大，诸多报纸媒体对“拜年祭”节目进行了报道。互联网平台具有传播速度快、传播范围广、内容灵活丰富等特点，引证商标作为 B 站标识，经过持续使用和广泛宣传推广，在诉争商标申请日之前，在“提供在线电子出版物（非下载）；广播和电视节目制作”服务上为相关公众广为知晓，构成驰名商标。诉争商标构成对引证商标的复制、摹仿、翻译。诉争商标在“天然增甜剂；烹饪用葡萄糖”等商品上的注册和使用，易使相关公众误认为诉争商标与引证商标具有相当程度的联系，从而减弱引证商标的显著性，不正当利用引证商标的市场声誉，致使幻电公司的利益可能受到损害。诉争商标的注册违反了商标法第十三条第三款规定，应予宣告无效。据此，二审法院判决撤销一审判决和被诉裁定，国家知识产权局重新作出裁定。

【点评】

本案为涉互联网驰名商标认定的典型案例。本案涉及“哔哩哔哩 BILIBILI”商标是否在诉争商标申请日之前，在“提供在线电子出版物（非下载）；广播和电视节目制作”服务上构成驰名商标的判断。在认定驰名商标时，可以结合所涉商品、服务的行业特点对在案证据予以综合考虑。互联网平台具有传播速度快、传播范围广、内容灵活丰富等特点，“哔哩哔哩 BILIBILI”商标在诉争商标申请注册时虽获准注册未满三年，但已持续使用五年以上，亦可认定为驰名商标。本案所体现的上述驰名商标认定标准，对数字经济下涉互联网相关的驰名商标认定提供了有益借鉴。

“百威”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法

院)

【基本信息】

案号：(2022)京行终 4298 号、(2021)京 73 行初 13816 号

原告：百威（中国）销售有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：中山市日威食品有限公司

【案情】

中山市日威食品有限公司（以下简称中山日威公司）于 2014 年 1 月 21 日获准注册第 11381396 号“百威 POWER 及图”商标（以下简称诉争商标），核定使用在第 30 类“月饼、糕点、饼干、曲奇饼干、华夫饼干、馅饼（点心）、蛋糕、乳蛋饼、米糕、燕麦片”商品上，专用期限至 2024 年 1 月 20 日。2020 年 11 月 26 日，百威（中国）销售有限公司（以下简称百威中国公司）以诉争商标系复制、摹仿其核定使用在第 32 类啤酒、无酒精饮料等商品上的第 1221628 号商标（以下简称引证商标），致使其相关利益受到损害为由对诉争商标提出无效宣告申请。国家知识产权局作出被诉裁定，认为百威中国公司提出无效宣告请求时距诉争商标核准注册日已超过五年法定期限，在案证据不足以证明诉争商标系恶意注册，故诉争商标的注册未构成 2001 年商标法第十三条第二款、第三十一条所指情形，裁定诉争商标予以维持。

百威中国公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院认为百威中国公司提起无效宣告请求已超出法定的五年期限，且在案证据不足以证明诉争商标存在恶意注册的情形，也不能证明引证商标在诉争商标申请注册日前已达到驰名程度，判决驳回百威中国公司的诉讼请求。

百威中国公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，在案证据可以证明在诉争商标申请日前，引证商标在“啤酒”商品上构成驰名商标。除诉争商标外，中山日威公司还申请注册了“百威啤酒搭档”“啤酒搭档”“百威伴侣”“百威搭档”“啤酒派对”等商标，在案证据显示中山日威公司的“百威月饼”在使用过程中已经有消费者误认为其与“百威啤酒”存在关联性，可能导致混淆误认。因此，中山日威公司注册诉争商标系攀附驰名商标商誉的行为，其主观意图难谓正当，构成恶意注册，诉争商标的注册已经符合 2019 年商标法第四十五条所指“对恶意注册的，驰名商标所有人不受五年的时间限制”的规定，对诉争商标的无效宣告请求审查不受五年的限制。诉争商标的显著识别部分“百威”与引证商标完全相同，构成对驰名商标的复制、摹仿。诉争商标核定使用的“月饼、饼干”等商品与引证商标据以驰名的“啤酒”商品均为消费者日常生活中常见的食品或饮品，在消费群体方面重合度较高，相关公众易认为二者来源于同一主体或者具有较高的关联性，从而误导相关公众，致使驰名商标所有人的利益受到损害。中山

日威公司虽然提交了“百威”月饼获得的相关荣誉证书和宣传报道，但上述证据不足以证明诉争商标的注册和使用不会误导相关公众。诉争商标的注册违反了2001年商标法第十三条第二款的规定，应予宣告无效。据此，二审法院判决撤销一审判决和被诉裁定，国家知识产权局重新作出裁定。

【点评】

本案为对恶意抢注驰名商标予以无效宣告的典型案例。本案对诉争商标的恶意注册情形、驰名商标的驰名程度及保护范围予以了详细分析，基于在案证据、显著性、知名度等因素对驰名商标科学划定相应保护范围。本案将攀附驰名商标知名度的恶意注册行为与规范的商标注册使用行为相区分，通过对诉争商标注册人恶意情形的甄别，援引2019年商标法第四十五条第一款、2001年第十三条第二款对诉争商标予以无效宣告，有效打击了商标恶意注册行为，维护了驰名商标权利人的合法权益。本案对准确适用商标法相关规定依法认定和保护驰名商标具有积极意义。

“宅电舍”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2021）京行终 9516 号、（2021）京 73 行初 5825 号

原告：杭州金浆品牌管理有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：扬州泰迪熊电子商务有限公司、杭州宅电舍贸易有限公司

【案情】

杭州宅电舍贸易有限公司（以下简称宅电舍公司）于2015年4月28日申请第14076256号“宅电舍”商标（以下简称诉争商标），核定使用在第25类“服装、T恤衫”等商品上，并于2019年1月13日经核准转让于杭州金浆品牌管理有限公司（以下简称杭州金浆公司）。2020年6月11日，扬州泰迪熊电子商务有限公司（以下简称泰迪熊公司）以杭州金浆公司在其营业执照载明的营业范围包括“知识产权代理、商标事务代理”的情形下通过受让方式取得诉争商标违反商标法第十九条第四款的规定为由，请求对诉争商标予以无效宣告。国家知识产权局作出被诉裁定，认定诉争商标的注册违反了商标法第十九条第四款的规定，裁定诉争商标予以无效宣告。

杭州金浆公司不服，向一审法院提起诉讼。一审法院认为，杭州金浆公司受让诉争商标时经营范围包括“知识产权代理、商标事务代理”，属于商标法第十

九条第四款规定的商标代理机构，其在诉争商标被提出无效宣告请求后删除“知识产权代理、商标事务代理”企业经营范围，并不能排除其未来通过变更企业经营范围的方式从事知识产权代理服务的可能性，判决驳回杭州金浆公司的诉讼请求。

杭州金浆公司不服一审判决，提起上诉。二审诉讼期间，诉争商标由杭州金浆公司转回至宅电舍公司。二审法院认为，虽然诉争商标在本案二审诉讼程序中转让至宅电舍公司名下，但该行为并不能否认在被告裁定作出之时诉争商标的注册人杭州金浆公司具有“知识产权代理、商标事务代理”的经营范围，杭州金浆公司受让诉争商标的行为属于商标法第十九条第四款所禁止的行为。若允许商标注册人以上述行为取得商标并转让给他人，进而将此情形视为未违反商标法第十九条第四款规定的情形，则该条款用来禁止代理机构注册代理服务之外的商标的立法目的将会落空，从而使得该条款在实施过程中存在被规避的可能。因此，二审诉讼期间的诉争商标转让行为不足以改变诉争商标属于商标法第十九条第四款规制对象的事实，亦非诉争商标应予维持注册的当然理由。据此，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案为规制商标代理机构不当注册非代理服务商标的典型案。本案主要涉及商标代理机构受让非商标代理机构申请注册的非代理服务商标这一行为的判断，本案着重强调了商标法第十九条第四款的立法目的，从防止商标代理机构利用业务优势恶意申请、囤积注册商标，从而扰乱商标注册秩序的角度分析论证了对商标代理机构受让非代理服务商标并转让他人的行为应当被给予否定性评价，否则将使该条款在实施过程中存在被规避的可能。此外，本案还着重论述了商标权利人后续变更经营范围的事实不影响其受让时系“商标代理机构”的认定。本案对涉商标代理机构受让和转让商标行为的审查判断作出了积极探索。

“永安堂”商标权无效宣告请求行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 1884 号、（2021）京 73 行初 3940 号

原告：深圳市永安堂医药有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：北京亚泰永安堂医药股份有限公司

【案情】

深圳市永安堂医药有限公司（以下简称深圳永安堂公司）于 2013 年 1 月 9 日在第 35 类药品零售或批发、药用制剂零售或批发服务上申请注册了第 12017052 号“永安堂”商标（以下简称诉争商标）。北京亚泰永安堂医药股份有限公司（以下简称亚泰永安堂公司）针对诉争商标向国家知识产权局提出无效宣告申请，国家知识产权局作出被诉裁定，认为诉争商标侵犯亚泰永安堂公司关联公司北京永安堂医药连锁有限责任公司（以下简称北京永安堂公司）在先字号权益、抢注北京永安堂公司在先使用并有一定影响商标，裁定对诉争商标予以无效宣告。

深圳永安堂公司不服，向一审法院提起行政诉讼。一审法院判决驳回深圳永安堂公司的诉讼请求。深圳永安堂公司不服，提起上诉称：诉争商标的申请注册源自深圳永安堂公司早在 1998 年 5 月 21 日就被广东省原医药管理局同意设立时的商号名称，与北京永安堂公司无关联。深圳永安堂公司自企业成立以来就一直使用“永安堂”商标，并在商标局开放第 35 类药品零售领域服务可以申请商标注册的第一时间就将“永安堂”申请为注册商标，取得商标注册之后又进一步将商标和商号一并使用，在实际经营中已经客观上形成了固定的消费群体和市场格局。诉争商标的申请注册未构成对北京永安堂公司在先字号权益的侵犯，也不存在抢注他人商标的意图。

二审法院认为，虽然亚泰永安堂公司提供的证据能够证明北京永安堂公司在诉争商标注册申请日前已经在北京市区域内将“永安堂”作为字号和未注册商标使用在药品零售服务上并达到一定规模和知名度，但深圳永安堂公司提供的证据同样能够证明深圳永安堂公司自成立后也已将“永安堂”作为字号和未注册商标在深圳市区域内大量、持续地使用在药品零售服务上并达到了一定规模和知名度。深圳永安堂公司与北京永安堂公司的“永安堂”企业字号和未注册商标业已共存多年，深圳永安堂公司对诉争商标的注册申请并不具有不当利用和攫取北京永安堂公司商誉的恶意，诉争商标的注册并不构成损害北京永安堂公司在先字号权益的情形，亦不构成以“不正当手段”抢先注册北京永安堂公司已经使用并有一定影响商标的情形。据此，二审法院判决撤销一审判决和被诉裁定，国家知识产权局重新作出裁定。

【点评】

本案为涉及“老字号”善意注册使用形成共有市场格局的典型案列。对于诉争商标注册申请日前已经共存的企业字号或未注册商标，商标申请人能够举证证明其没有利用他人先在先使用企业字号或商标商誉恶意的，不构成商标法第三十二条所指情形。二审法院在查明深圳永安堂公司与北京永安堂公司的“永安堂”企业字号和未注册商标在诉争商标注册申请日前即已共存多年的事实基础上，认为对诉争商标宣告无效既有违法律原意也不利于稳定的市场秩序，故对一审判决和被诉裁定予以纠正。需要特别指出的是，对于北京永安堂公司的相关权益，二审判决明确深圳永安堂公司不能禁止北京永安堂公司在原使用范围内继续合法使用“永安堂”标志。该案对类似情形下在先权益与注册商标之间保护范围的划分及相关市场竞争秩序的维护提供了较好的裁判指引。

“鞋面缝线”三维标志商标申请驳回复审行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2021）京行终 5797 号、（2020）京 73 行初 14440 号

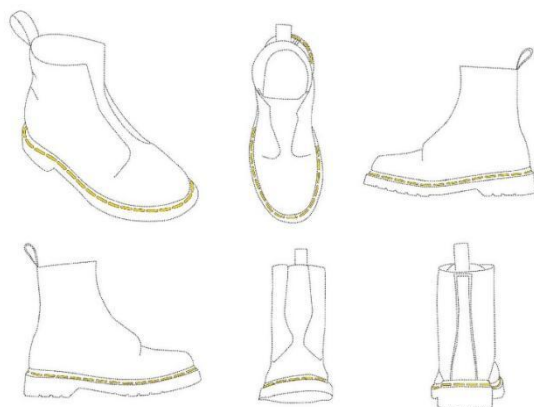
原告：埃瓦国际有限公司

被告：国家知识产权局

【案情】

埃瓦国际有限公司（以下简称埃瓦公司）于 2018 年 6 月 6 日向国家知识产权局申请注册第 31447132 号三维标志商标（以下简称诉争商标，标志图样附后），指定使用商品（第 25 类，类似群组 2507）：鞋（脚上的穿着物）；鞋；短靴；中筒靴；系带靴子；鞋底。国家知识产权局作出商标驳回通知书，驳回诉争商标的注册申请。埃瓦公司提出复审申请，国家知识产权局作出被诉决定，认为诉争商标使用在“鞋（脚上的穿着物）”等全部商品上缺乏商标应有的显著特征，构成商标法第十一条第一款第（三）项所指情形，埃瓦公司提供的在案证据亦不足以证明诉争商标具有可注册性，决定驳回诉争商标的注册申请。

埃瓦公司不服，向一审法院提起行政诉讼。一审法院判决驳回埃瓦公司的诉讼请求。埃瓦公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，诉争商标为环绕靴子鞋面边缘的黄色缝线。鞋面的边缘缝线是鞋类商品的必要组成部分，其在鞋类商品上所占比例较小，属于以相关公众一般注意力难以识别的部分。缝线粗细、线段长短等因素属于相关公众难以区分的细微差异，黄色缝线颜色亦是鞋类商品的常见选择，诉争商标所示缝线使用在鞋、短靴、中筒靴等商品上，相关公众在一般情况下不易将其识别为指示商品来源的标志，不具有作为商标的显著特征。囿于诉争商标的标示位置及其指定使用的商品特点，埃瓦公司应当举证证明相关公众对该公司所售鞋类商品上边缘缝线的认识已脱离商品组成部分这一固有概念而明确指向商品来源。在案证据并未区分或凸显诉争商标在其鞋类商品销售中改变相关公众认知习惯、超越所属行业通常使用情况的特殊影响，且部分证据所示鞋类商品边缘缝线并非黄色，缝线粗细及间隔亦有不同，与埃瓦公司所称诉争商标的设计特征未能明确对应，故不足以证明诉争商标通过使用已获得显著性。据此，二审法院判决驳回上诉、维持原判。



【点评】

本案为位置商标显著性审查判断的典型案。位置商标因其与商品的密切关联，相关公众通常难以将其识别为指示商品来源的信息，不具备固有显著性。与以商品包装或容器申请的三维标志相比，位置商标通过使用获得显著性的证明难度更高。本案全面分析了诉争商标所涉鞋面缝线位置商标显著性认定的裁判标准，从标志构成、位置界定、商品特性、识别方式等方面予以详细论述，明确指出位置商标显著性的证明应达到超越所属行业通常使用情况、改变相关公众对其系商品组成部分的认知习惯的程度。本案对位置商标这一新类型商标可注册性的审查判断提供了有益借鉴。

“晨光笔”三维标志商标申请驳回复审行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2021）京行终 8370 号、（2021）京 73 行初 2129 号

原告：上海晨光文具股份有限公司

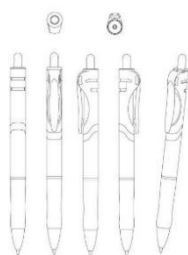
被告：国家知识产权局

【案情】

上海晨光文具股份有限公司（以下简称晨光公司）于 2019 年 3 月 19 日向国家知识产权局申请注册第 36939797 号图形商标（以下简称诉争商标，标志图样附后），指定使用在第 16 类“钢笔；自动铅笔；笔（办公用品）；自来水笔；书写工具；白板笔”商品上。国家知识产权局作出商标驳回通知书，驳回诉争商标的注册申请。晨光公司提出复审申请，国家知识产权局作出被诉决定，认为该三维标志仅由为获得技术效果而需有的商品形状组成，属于商标法第十二条所指不得注册的情形，晨光公司提交的证据尚不足以证明诉争商标具有可注册性，决定驳回诉争商标在复审商品上的注册申请。

晨光公司不服，向一审法院提起行政诉讼。一审法院判决驳回晨光公司的诉讼请求。晨光公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，诉争商标系三维标志，图形整体呈笔状，其设计分为上笔杆、下笔杆两部分，上笔杆与下笔杆之间以螺纹连接，上笔杆上端设计有弧形笔夹及月牙型镂空笔套，下笔杆靠近笔头位置设计有环形凹陷，并套有中间细两头略粗呈哑铃状的软胶防滑护套，笔杆腰线处有 S 型装饰圈。采用该三维形状的笔在使用时能够缓解使用者指关节与笔的摩

擦，提升使用时手握的舒适度，笔套夹的设计便于笔的携带及固定，提升使用便捷性，纵然诉争商标三维标志的设计有别于其他笔形设计，但该差异并未改变其整体作为笔的形态及所具有的书写功能。诉争商标三维标志采用特殊的笔夹、笔套等设计，仅能说明诉争商标可能会受到著作权法或专利法的保护，其仍属于由使商品固有功能更容易实现所需的三维形状组成，使用在钢笔等商品上具有功能性，构成商标法第十二条所指“为获得技术效果而需有的商品形状”的情形，不得注册。被认定具有功能性的三维标志即使经过长期使用也不能获得注册。据此，二审法院判决驳回上诉，维持原判。



【点评】

本案为对三维标志商标功能性判断的典型案。商标法第十二条规定的目的在于确保具有实用价值或美学价值的商品特征不能通过获取可无限续展的注册商标专用权的方式被永久保护。对三维标志商标的非功能性审查应基于指定使用商品的性质特点及同行业设计情况等因素予以考量，避免因商标申请人对商品形状的长期独占而阻碍同业经营者对立体形状设计的自由竞争。本案从指定使用商品及所属行业特点、是否存在消费者可接受的替代设计、功能性原则设置的目的三方面对诉争商标是否具有功能性进行了详细分析，对类似案件的审理具有一定参考意义。

“千页豆腐”商标权撤销复审行政纠纷案（评选法院：北京市高级人民法院）

【基本信息】

案号：（2022）京行终 51 号、（2020）京 73 行初 18107 号

原告：上海清美绿色食品（集团）有限公司

被告：国家知识产权局

第三人：典发食品（苏州）有限公司

【案情】

2011 年 9 月 7 日，典发食品（苏州）有限公司（以下简称典发公司）向国

家知识产权局提出第 9943225 号“千页豆腐”商标（以下简称诉争商标）的注册申请。诉争商标于 2013 年 2 月 28 日获准注册，核定使用在第 29 类“豆腐；豆腐制品”商品上。2016 年 6 月 27 日，上海清美绿色食品（集团）有限公司（以下简称清美公司）曾以诉争商标标志仅为商品的通用名称、缺乏显著特征、违反商标法第十一条第一款第（一）项为由，向国家知识产权局提出无效宣告请求。国家知识产权局经审查认定在案证据不足以证明在诉争商标注册日前“千页豆腐”已成为相关行业及消费者对豆腐、豆腐制品商品约定俗成的通用名称。后经过一审、二审行政诉讼，诉争商标予以维持注册。

2018 年 11 月 19 日，清美公司以诉争商标已退化为商品的通用名称，违反商标法第四十九条第二款为由，向国家知识产权局申请撤销诉争商标在“豆腐；豆腐制品”核定使用商品上的注册。国家知识产权局作出被诉决定，认定在案证据尚不足以认定诉争商标构成商标法第四十九条第二款所指“注册商标成为其核定使用的商品的通用名称”的情形，决定诉争商标在“豆腐；豆腐制品”商品上的注册予以维持。清美公司不服，向一审法院提起行政诉讼。一审法院认为，“千页豆腐”商标未构成其核定使用的“豆腐；豆腐制品”商品上的法定通用名称或约定俗成的通用名称，判决驳回清美公司的诉讼请求。

清美公司不服一审判决，提起上诉。二审法院认为，被诉决定和原审判决关于在清美公司提出撤销申请之时至国家知识产权局审查和一审法院审理之时，诉争商标未在“豆腐；豆腐制品”商品上成为法定通用名称的相关认定并无不当。关于诉争商标是否成为“豆腐；豆腐制品”商品上约定俗成的通用名称，应当从诉争商标标志整体出发，根据清美公司提出撤销申请之时直至国家知识产权局审查和原审法院审理之时全国范围内相关公众的普遍认知予以判断。从诉争商标标志本身、消费者认知情况、同业经营者的使用情况、第三方的介绍和报道、典发公司对千页豆腐的使用情况来看，至迟在国家知识产权局审查和原审法院审理本案之时，包括消费者和同业经营者在内的相关公众已普遍认为“千页豆腐”指代的是一类豆腐商品或豆腐制品，且上述认知并不限于特定地域，而是全国范围内的普遍现象，“千页豆腐”已成为“豆腐；豆腐制品”商品上约定俗成的通用名称。诉争商标作为一个整体使用在“豆腐；豆腐制品”商品上，已无法发挥商标应有的识别商品来源的作用，应当予以撤销。据此，二审法院判决撤销原审判决和被诉决定，国家知识产权局重新作出决定。

【点评】

本案为注册商标退化为商品通用名称的认定的典型案例。本案涉及“千页豆腐”商标是否因演化为“豆腐；豆腐制品”商品的通用名称而应予撤销注册的判断。商标权利人依法享有和行使商标专用权，但在注册商标退化为通用名称后，该通用名称应进入公有领域，商标权利人的注册商标专用权应让位于同业经营者和社会公众的公共利益。本案明确了注册商标退化为商品通用名称的判定标准，对于商标法新增设的“撤通”法律条款如何在司法案件中具体适用进行了深入探讨和提炼，对于类似案件的审理具有积极的借鉴意义。

卡地亚公司诉梦金园公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：天津市高级人民法院）

原告：卡地亚公司

被告：梦金园公司、山东梦金园公司、尚丰珠宝行、大福珠宝公司等

【基本案情】

卡地亚公司享有涉案“”商标和“”商标专用权，其“LOVE”系列产品设计为有一定影响装潢。尚丰珠宝行、大福珠宝公司等经营的涉案店铺未经卡地亚公司许可，销售了被诉侵权产品。经查，涉案店铺为梦金园公司、山东梦金园公司特许加盟店，被诉侵权产品标注有其他案外制造商信息非梦金园公司提供，但涉案店铺在店招、经营场所装潢装饰等显著位置均使用了“梦金园”标识，部分被诉侵权产品的外包装、质保单等销售单据上标注了“梦金园”字样。涉案特许经营合同明确约定了梦金园公司作为特许人对其加盟商的经营活动负有相应的监督管理职责。卡地亚公司曾两次向梦金园公司发送函件，告知“梦金园”特许加盟店因侵权被行政处罚，要求其采取措施加强监管。卡地亚公司诉至法院，主张梦金园公司作为涉案店铺的特许人，应就被诉侵权行为承担连带侵权责任。

【裁判结果】

法院生效裁判认为，判断特许人是否承担责任，应综合考量商业特许经营模式的基本特征、涉案特许经营合同的内容及实际履行情况、被许可人所实施侵权行为的方式及相关公众的认知等因素。涉案特许经营合同约定有梦金园公司作为特许人对其被特许人的经营活动负有相应的监督管理职责，被特许人使用“梦金园”商标、商号从事特许经营活动，装修设计标准统一，侵权产品销售区域与梦金园产品出现在同一展示柜中，社会公众从其经营外观容易产生两者为同一经营主体提供产品和服务的认识。特别是在梦金园公司对被特许人具有较强控制力的情况下，明知被特许人存在侵权行为仍怠于履行监督管理的义务，可以认定存在过错构成帮助侵权，依法改判认定梦金园公司对上述被诉侵权行为承担连带责任。

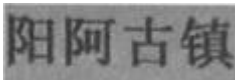
【典型意义】

本案系特许经营模式下，特许人就被许可人对外知识产权侵权行为承担责任的典型案例。本案判决结合商业特许经营模式的基本特征、涉案特许经营合同的内容及实际履行情况、被许可人所实施侵权行为的方式及相关公众的认知等因素综合认定特许人责任，有效平衡了各方的权利与义务，对规范特许经营关系、保护消费者权益提供了有益探索，对营造市场化、法治化、国际化营商环境起到了积极的示范作用。

晋城市向前走商贸有限公司诉晋城市昊扬商贸有限公司、山西杏花村汾酒集团有限责任公司侵害商标权纠纷案（评选法院：山西省高级人民法院）

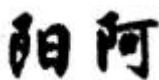
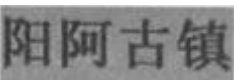
【案情简介】

阳阿古镇坐落于山西省晋城市泽州县太行山麓，具有两千六百多年的历史，先后被授予“中国历史文化名镇”“中国民间文化艺术之乡”等称号。晋城市向前走商贸有限公司于2016年8月、2019年11月先后向国家商标局申请在酒类

商品上注册“”“”商标，并分别于2019年1月、2020年8月取得注册商标专用权，但其并非专业的酒类经销企业，也未将上述商标用于酒类商品的生产和销售。晋城市昊扬商贸有限公司系从事预包装食品、酒类批发的商贸企业，2018年5、6月间，委托汾酒集团生产了一批标识有



“”字样的白酒，并批发给本地的一些小门市部销售，后因产品销路不畅，之后再未委托生产。晋城市向前走商贸有限公司曾向晋城市昊扬商贸有限公司

提出交涉，要求参与“合作”或出资购买“”“”商标，但未能达成一致意见，故向法院提出诉请，要求立即停止侵权行为，销毁“阳阿古镇”系列白酒并赔偿经济损失150余万元。

【法院判决】

晋城市昊扬商贸有限公司使用“阳阿古镇”标识的时间早于晋城市向前走商贸有限公司“阳阿”“阳阿古镇”商标的核准注册时间，并无攀附其商标的故意。晋城市向前走商贸有限公司未将其注册的案涉商标使用在白酒产品上，且消费者根据被诉侵权产品外包装上突出使用的“汾酒集团”“杏花村”“白玉坊”等商标，可以很容易地判断出产品的实际来源，不会对产品来源产生混淆。因此，判决驳回晋城市向前走商贸有限公司的全部诉讼请求。

【典型意义】

注册商标的目的是为了使用，保护商标的实质就是保护商标通过使用所积累的商誉。注册商标后如不使用，而是作为向他人牟取不正当利益的手段，与商标法保护商标权的根本目的相悖。现实中，不乏有公司将知名人物、著名景点、历史典故等抢注商标却不实际投入使用，通过提起侵权之诉牟取不正当利益的行为，此类行为违背了诚实信用原则，破坏了商标注册和使用的秩序。人民法院对此类

行为作出否定性的评价，亮明了司法的态度，维护了公平正义，对社会作出了明确的正向指引。

山西诚意合食品销售有限公司诉闻喜县任诚意煮饼食品开发有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：山西省高级人民法院）

【案情简介】

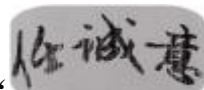
闻喜煮饼是具有浓郁特色的地域名产。诚意祥闻喜煮饼是闻喜煮饼大师任诚意老先生于十八世纪初所创，具有酥沙绵香、料正味醇的特色。1988年11月，



国家商标局核准闻喜县双盛合记食品有限公司“

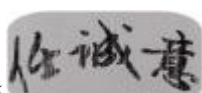


”的商品为“煮饼”，2015年12月，山西诚意合食品销售有限公司受让“



家商标局核准闻喜县任诚意煮饼食品开发有限公司“

”文字为注册商标，核定使用的商品为：面包；糕点；蛋糕；小蛋糕（糕点）；甜食；糖点（酥皮糕点）；汉堡包；饼干；由碎谷、干果和坚果制的早餐食品。商标专用权在有效期内。山西诚意合食品销售有限公司法定代表人任某某、闻喜县任诚意煮饼食品开发有限公司法定代表人任某某为叔侄关系，均为任诚意老先生的嫡系子孙及非遗传承人。山西诚意合食品销售有限公司以闻喜县任诚意煮饼食品开



有限公司使用“

”文字商标侵害其“

”商标为由，向法院提出诉讼，要求停止侵权并赔偿损失。

【法院判决】

本案双方当事人将任诚意老先生的诚意祥闻喜煮饼的历史传承元素“诚意祥”“任诚意”申请注册商标，不存在互相攀附的故意，均处于合法有效的状态，均可合法使用。但案涉商标使用同一祖先的历史传承元素“诚意祥”“任诚意”，只能得到商标法有限的保护，不能阻止相关企业正当使用。因此，判决驳回山西诚意合食品销售有限公司的诉讼请求。

【典型意义】

我省是老传统特色产业产品资源比较丰富的大省，对涉及老传统特色产业产品的注册商标如何保护，不仅涉及企业核心知识产权价值的实现，还涉及消费者利益的保护。妥善解决此类商标权的保护问题，需要遵循诚实信用和公平竞争的

原则，尊重历史因素和现实经营状况，从有利于促进社会经济和谐发展等角度，综合考量判断，从而作出符合社会公众对公平正义普遍的朴素的公平正义期待、合法合情合理的裁判。

杭州拾袜品牌管理有限公司诉太子龙服饰有限公司商标特许经营使用许可合同纠纷案（评选法院：山西省高级人民法院）

【案情简介】

太子龙服饰有限公司是  和  注册商标的合法持有人。2020年1月，太子龙服饰有限公司与杭州拾袜品牌管理有限公司签订了《“TEDELON”
“”商标使用许可合同》，合同约定：太子龙服饰有限公司将 TEDELON
和  商标第 25 类男女内衣、男女袜子、男女睡衣类别授权许可杭州拾袜品牌管理有限公司在淘宝网、唯品会、京东商城等电子商务平台经营使用，许可期限五年，自 2020 年 1 月 1 日起至 2024 年 12 月 31 日止。双方还约定，第一年销售指标 1000 万元以上，商标许可使用费每年费用 30 万元，品牌商誉保证金 100 万元。杭州拾袜品牌管理有限公司于 2020 年 1 月向太子龙服饰有限公司缴纳了 100 万元品牌商誉保证金，支付商标使用费 15 万元，当年度的商标使用费尚有 15 万元未支付。由于疫情等原因，杭州拾袜品牌管理有限公司经营效益不佳，直至 2020 年 4 月份才在天猫开设“太子龙内衣旗舰店”。其于 2020 年 9 月起提出解除合同，多次在微信上与太子龙服饰有限公司员工协商退出网店事宜，但是太子龙服饰有限公司未予正面回应。此外，双方曾就商标的防伪标进行过清算，但存在分歧。双方就案涉商标使用许可合同是否于 2020 年 12 月 31 日已经解除发生争议。杭州拾袜品牌管理有限公司向法院提起诉讼，要求判令确认双方签订的商标使用许可合同于 2020 年 12 月 31 日已正式解除，太子龙服饰有限公司立即退还其缴纳的品牌商誉保证金 100 万元。

【法院判决】

案涉商标使用许可合同约定第一年销售指标 1000 万元以上，但杭州拾袜品牌管理有限公司仅完成了 36 余万元，与合同预期目的相关甚远。究其原因，疫情的影响是一个重要因素。在合同履行陷入僵局，合同目的无法实现的情况下，杭州拾袜品牌管理有限公司要求解除合同的诉请，符合《民法典》第五百八十条的规定，人民法院应当依法解除合同，将双方当事人从合同履行的僵局中解脱出来。综合考量本案合同履行、收益情况及影响合同履行的客观因素，考虑本案违约情况，兼顾双方利益平衡，法院判决解除双方案涉合同，由太子龙服饰有限公司向杭州拾袜品牌管理有限公司返还品牌商誉保证金 83 万元。

【典型意义】

商业特许经营许可，是指拥有注册商标、企业标志、专利、现有技术等经营资源的企业，以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者使用，被特许人按照合同约定在统一经营的模式下开展经营活动，并向特许人支付特许经营费用的经营活动。目的是合理使用注册商标、企业标志、专利、现有技术等经营资源，实现特许人、被特许人双赢的合同目的。当合同履行中，出现“合同僵局”的情况，《民法典》第五百八十条赋予违约方向法院起诉要求解除合同的权利。从维护公平和诚信原则考量，在出现合同僵局时，往往享有解除权的一方要求双方继续履行合同，但是继续履行合同，合同目的无法实现，双方利益严重失衡时，人民法院主动作为，能动司法，及时判决双方解除合同，有利于双方从合同僵局中及时解脱，适时再寻商业机会，合理高效配置资源，促进社会经济繁荣发展。

恒丰面业公司、恒丰集团公司与益海嘉里公司、益海嘉里沈阳公司、北京华联兴安北路公司商标侵权纠纷一案（评选法院：内蒙古自治区高级人民法院）

【基本案情】

恒丰面业公司系“河套”系列注册商标的商标权人，恒丰集团公司系“河套”系列商标的被许可人，二公司认为益海嘉里公司、益海嘉里沈阳公司、北京华联兴安北路公司生产、销售的“金龙鱼”河套平原雪花粉侵害“河套”系列注册商标，请求判令停止侵权、赔偿损失 1000 万元。

【裁判结果】

一审法院判决：驳回恒丰面业公司、恒丰集团公司的诉讼请求；内蒙古自治区高级人民法院二审判决：停止侵权、赔偿损失 500 万元。

【典型意义】

本案系适用法定赔偿顶格确定赔偿数额的知识产权严格保护典型案例。在权利人实际损失及侵权人实际获利均难以确定的情形下，本案判决依法适用法定赔偿，充分考虑“河套”系列商标的知名度、侵权人存在主观恶意及侵权商品在大型连锁超市及电商平台广泛销售、侵权后果严重等因素，顶格确定赔偿数额 500 万元。本案判决表明了自身品牌影响力较高的市场主体更应合理避让他人具有影响力的商标品牌，恶意攀附他人商誉，必然会付出沉重代价的司法态度。本案对规范市场主体诚信经营，保障公平竞争的法治化营商环境具有典型的积极意义。

被告人戴某某销售假冒注册商标的商品罪一案（评选法院：内蒙古自治区高级人民法院）

【基本案情】

被告人戴某某雇佣陈某某、戴某 1、张某某 3 人，在未获得美孚、壳牌、嘉

实多等注册商标所有人许可的情况下，通过实地推销、物流发货等形式，向呼和浩特市及其他盟市地区销售假冒上述注册商标的机油，销售金额 2612833 元。2020 年 6 月 2 日，呼和浩特市市场监督管理局在戴某某位于新城区三卜树村的库房内，现场查扣假冒上述品牌的机油 5871 桶，货值金额共计 669416.15 元。戴某某于 2021 年 6 月 22 日到广东省茂名市茂南区镇盛派出所投案自首。

【裁判结果】

一审法院判决：戴某某犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑四年六个月，并处罚金人民币 150 万元。

【典型意义】

本案戴某某的行为使大量假冒机油流入市场，严重损害了消费者的权益和商标权利人的利益，破坏了市场经济秩序。该案对被告人判处有期徒刑，严厉打击销售假冒注册商标商品的犯罪，运用财产刑加大对侵犯知识产权犯罪的惩处力度，从经济上剥夺被告人再次犯罪的能力和条件，有效震慑了潜在的侵犯知识产权犯罪，对净化市场、优化法治化营商环境具有典型的积极意义。

杜某某、陈某某犯销售假冒注册商标的商品罪一案（评选法院：内蒙古自治区高级人民法院）

【基本案情】

被告人杜某某租赁呼和浩特市新城区海东路东河湾南区商铺经营“茅台文化体验馆”。被告人陈某某受雇于杜某某。2021 年 11 月，陈某某以低价购进大量假酒，存放于租赁库房内。期间，杜某某以每瓶 310 元的价格向案外人段某某出售假冒的“水井坊”白酒 26 件，销售金额 48360 元。2021 年 12 月 29 日，呼和浩特市市场监管局在被告杜某某经营地及租赁库房内扣押假冒茅台、五粮液、剑南春、水井坊等系列注册商标的白酒合计 6971 瓶。案值 2981416 元。此前，被告人杜某某曾因犯销售伪劣产品罪（未遂）、销售假冒注册商标的商品罪，两次被人民法院判处刑罚。

【裁判结果】

一审法院判决：被告人杜某某犯销售假冒注册商标的商品罪（未遂），判处有期徒刑五年六个月，并处罚金 120 万元；被告人陈某某犯销售假冒注册商标的商品罪（未遂），判处有期徒刑两年六个月，并处罚金 30 万元；追缴被告人杜某某违法所得 48360 元，返还段某某。

【典型意义】

食品安全关系千家万户，保障食品安全就是保障民生。杜某某明知其购进的

白酒为假冒注册商标的商品，为牟取非法利益，仍大量购进并用于销售，严重威胁了消费者的身体健康安全。本案依法严厉打击销售假酒的犯罪行为，切实维护人民群众“舌尖上的安全”。

林某某犯非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪一案（评选法院：内蒙古自治区高级人民法院）

【基本案情】

被告人林某某明知另案被告人刘某某给其提供的案涉商标标识属非法获取，仍积极为刘某某印制标有该商标标识的包装袋。2021年1月至3月期间，被告人林某某共计伪造、擅自制造印有假冒袁隆平农业高科技股份有限公司注册的“隆平高科 LongPing”商标及河北巡天农业科技有限公司注册的“巡天农业 UniverseAgriculture”商标、图形商标的张杂谷13号种子包装袋75250条并销售给刘某某，该包装袋共计印有225750件假冒商标标识，非法经营额达180735元人民币。

【裁判结果】

一审法院判决：被告人林某某犯非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪，判处有期徒刑三年，并处罚金人民币10万元。扣押的案涉包装袋予以销毁。违法所得43815元予以没收，上缴国库。内蒙古自治区高级人民法院二审裁定：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

被告人林某某伪造、销售的案涉商标标识，属于国家重点保护的种业类商标标识，林某某的犯罪行为不仅侵犯了袁隆平农业高科技股份有限公司等商标权利人的注册商标专用权，而且使另案被告人刘某某生产销售伪劣种子的犯罪行为得以实施，因此，被告人林某某的犯罪行为情节特别严重，危害面广，本案判处被告人林某某实刑而非缓刑，体现了人民法院不但要加强知识产权的保护力度，也要加强种业的保护力度，切实维护权利人的合法权益，保障农业生产和粮食安全的司法理念。

“华润”侵害商标权纠纷案（评选法院：辽宁省高级人民法院）

华润公司与华润超市侵害商标权纠纷案

【裁判要旨】

企业名称获准注册登记,并不当然成为擅自使用他人有一定影响的企业名称(包括简称、字号等)的免责事由。在注册商标与企业字号存在权利冲突的情况下,应当遵循诚实信用、保护权利在先的原则。

【简要案情】

国家工商行政管理总局分别于2001年10月20日、2010年7月15日下发《关于保护“华润”字号有关问题的通知》《关于加强“华润”字号和商标保护工作的通知》,认可“华润”字号具有较高知名度。同时,要求各地工商行政管理局对在2001年10月20日之后申请“华润”作为字号,与华润集团、中国华润总公司无投资关系的,一律不予核准。庞某于2019年5月27日注册成立“华润超市”,并在其经营场所悬挂“华润超市”牌匾。阜新市海州区人民法院判决华润超市停止侵害华润公司商标专用权的行为及侵害“华润”字号的不正当竞争行为,拆除招牌中的“华润”字样,变更企业名称,变更后的企业名称不得包含“华润”字样,并赔偿华润公司经济损失3000元。

【典型意义】

本案涉及驰名商标与企业字号的冲突问题。在明确依法处理注册商标、企业名称权利冲突,保护商标权人合法权益的同时,亦应结合侵权实际情况,合理确定损害赔偿数额。本案对同类型案件的处理具有借鉴意义,同时对此类侵权人提出了警示。

“广福”侵害商标权及不正当竞争纠纷案(评选法院:辽宁省高级人民法院)

广福大药房与广福堂公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【裁判要旨】

随着市场主体经营规模、经营范围的不断扩大,因使用近似标识而产生的权利冲突时有发生。使用人能够证明其善意使用的,可不认定为侵权。但为及时消除混淆可能情形的发生,应当根据权利人的请求,对善意使用人的使用行为进行调整。

【简要案情】

广福大药房成立于2015年6月5日,在某地区具有一定的知名度。其对于“广福”字号以及商标的使用可追溯至2005年4月11日。该药房同时系涉案“广福”注册商标专用权人。广福堂公司于2014年5月14日成立,在某市先后开设82家分店,分店招牌上使用“广福堂大药房”标识。广福堂公司对于“广福堂”字号及商标的使用可追溯至2005年4月18日。一审法院认为,广福堂公司未侵害“广福”注册商标专用权,亦不构成对广福大药房字号的侵犯,判决驳回广福大药房的诉讼请求。广福大药房提起上诉。辽宁省高级人民法院认为,广福大药

房与广福堂公司对于各自的字号均享有合法的权益。商标专用权与企业字号权具有不同的权利范围，综合考虑双方使用字号的历史，行政法规、规章允许企业使用简称或字号，以及广福大药房的字号、注册商标的知名度仅限于当地，广福堂公司不具有攀附的主观故意等因素，不宜将广福堂公司使用“广福堂大药房”字样认定为侵权行为。但为防止公众混淆、误认，广福堂公司应当规范使用企业名称，即停止对企业字号“广福堂”进行突出使用，并承担广福大药房为本案维权所支付的合理开支。二审改判广福堂公司在经营中规范使用企业名称，并给付广福大药房维权合理开支 8 万元。

【典型意义】

本案涉及对近似标识善意使用行为的认定问题。该裁判具有一定的示范作用，有利于厘清动态的权利边界，消除权利冲突，平等保护市场经营主体既有的合法权益，保障经营活动持续、健康发展，维护公平有序的市场竞争环境。

“沈抚”商标使用许可合同纠纷案（评选法院：辽宁省高级人民法院）

狮子王公司与沈抚农商行商标使用许可合同纠纷案

【裁判要旨】

将行政区划的简称注册为文字商标的，应考虑简称使用惯例的事实，结合使用方式、经营区域等因素判断是否属于对注册商标的使用。交易标的涉及注册商标专用权的，应结合知识产权独占性、无形性的特点，进行综合判断。

【简要案情】

“沈抚”系沈阳、抚顺的简称，“沈抚新城管理委员会”经抚顺市委批准设立，将抚顺一侧 258.8 平方公里地域范围统称为沈抚新城。2011 年抚顺某银行更名为沈抚农商行，狮子王工贸公司系沈抚农商行的股东，2011 年 3 月注册取得“沈抚”文字商标，沈抚农商行在经营中，于牌匾、宣传广告中使用“沈抚农商行”等字样。2017 年 9 月，狮子王公司受让取得狮子王工贸公司的“沈抚”商标权。狮子王公司起诉要求沈抚农商行支付商标许可使用费、转让费及违约金合计 2.4 亿元。沈阳市中级人民法院认为，沈抚农商行在牌匾、宣传广告中使用“沈抚”字样，均是对企业名称的使用，“沈抚”系其主要经营的地域，是作为行政区划使用，且其企业名称注册登记早于涉案商标注册时间，故沈抚农商行对“沈抚”文字的使用属于合理使用。狮子王工贸公司与沈抚农商行具有关联关系，其将涉案商标的使用权让与沈抚农商行属于关联交易行为，未经董事会或者股东会同意，应认定为无效。狮子王公司要求沈抚农商行支付商标许可费、转让费，无事实及法律依据，对其诉讼请求不予支持。

【典型意义】

本案涉及与商标有关的关联交易效力认定以及当事人对“沈抚”使用行为的评判问题。由于公司法对于关联交易的效力、性质规定较为原则，本案又涉及知识产权的关联交易，因此需适用公司法的基本理论，并结合商标权的特点，对于关联交易的效力进行评判。该案宣判后，双方当事人均未提出上诉，取得了良好的社会效果。

销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：辽宁省高级人民法院）

被告人武某某、田某、王某犯销售假冒注册商标的商品罪案

【裁判要旨】

“冰墩墩”（Bing Dwen Dwen）系 2022 年北京冬季奥运会吉祥物，属于我国《奥林匹克标志保护条例》规定的奥林匹克标志，其专用权归属于北京 2022 年冬奥会和冬残奥会组织委员会，并已向国家知识产权局商标局申请了“冰墩墩”注册商标。被告人未经组委会特许，以营利为目的，明知是假冒“冰墩墩”注册商标的商品仍擅自销售，且销售金额特别巨大，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪。

【简要案情】

被告人武某某等三人于 2022 年 2 月至 3 月期间，从浙江义乌生产商处低价购进假冒“冰墩墩”注册商标的钥匙扣 3 万件后，向吴某等人批发，吴某等人又向各区域小型超市铺货销售。共售出上述侵权商品 29158 件，销售金额 515660 元，违法所得 120932 元。沈阳高新技术产业开发区人民法院认定被告人武某某等三人销售假冒注册商标的商品，销售金额巨大，情节特别严重，已构成销售假冒注册商标的商品罪，分别判处有期徒刑三年，缓刑三年，并处罚金 121000 元；对违法所得 120932 元予以追缴，上缴国库；扣押在案的假冒注册商标的商品予以没收。

【典型意义】

“冰墩墩”是国家知识产权局公告的奥林匹克标志，亦是经国家核准注册的商标标识，由此产生的相关权益受法律保护。对该类侵犯知识产权犯罪进行及时有效的打击，切实保护了商标权人的合法权益，也维护了广大消费者的良好体验，同时教育引导社会公众增强知识产权意识，彰显了人民法院坚决保护知识产权、依法严惩知识产权犯罪行为的决心和力度。

被告人薛某销售假冒注册商标的商品罪（评选法院：吉林省高级人民法院）

【简要案情】

被告人薛某为了获取非法利益，生产假冒 50 年陈年茅台酒，并销售给被害人杨某 169 瓶，销售金额 252 万元，违法所得 25 万元。经鉴定，薛某所销售的“茅台酒”属假冒注册商标的产品。薛某投案，赔偿被害人杨某经济损失并取得谅解。法院判决：被告人薛某犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑一年，缓刑一年，并处罚金人民币二十五万元。

【典型意义】

知识产权刑事司法保护是知识产权保护中最具有强制力和威慑力的方式，依法严厉打击侵犯注册商标犯罪行为，保护权利人对注册商标的合法权益是人民法院贯彻落实知识产权强国战略、营造良好知识产权法治环境的重要方面。茅台酒是中国白酒行业最具实力的白酒品牌之一，在市场上具有较大的知名度和美誉度。本判决依法对侵犯商标专用权的被告人处以有期徒刑并处罚金，彰显了人民法院严厉打击知识产权犯罪的坚定决心，切实保护了商标权人和消费者的合法权益，提高了侵权代价和违法成本，极大威慑了违法侵权行为，为优化营商环境发挥了积极作用。

延边某农特产品公司与延边某农业发展公司侵害商标权纠纷案（评选法院：吉林省高级人民法院）

【简要案情】

延边某农特产品公司是“碧岩山비암산（朝文文字）BYS 及图”商标注册人，注册日期为 2010 年 3 月 28 日。“琵岩山”商标注册人为延边某贸易有限公司。2019 年 2 月 13 日，延边某农业发展公司从延边某贸易有限公司受让该商标。2021 年延边某农特产品公司向国家知识产权局对延边某农业发展公司名下“琵岩山”商标提出无效宣告请求。裁定结果为：“争议商标在意式面食一项商品上予以维持，在米等其余商品上予以无效宣告。”延边某农业发展公司在其生产的大米外包装上使用碧岩山注册商标中的朝文“비암산”字样，并在网络上进行售卖，延边某农特产品公司主张其侵权。法院认为：“碧岩山비암산（朝文文字）BYS 及图”与“琵岩山”商标近似，朝语读音字形相同，足以使公众混淆，构成侵权。判决：赔偿损失 2 万元。

【典型意义】

本案被侵权商标为朝鲜语、汉语、图形混合商标。在少数民族聚居区，企业采用少数民族文字与汉语共同作为商标使用的现象较为常见，对于当地公众来说，少数民族文字与汉语具备同等的区分力。未经许可使用与他人注册商标中少数民族文字相同的标识，使公众对商品的来源产生误认和混淆，构成侵害注册商标权。本案对于涉及少数民族语言的商标是否构成相同或相似问题进行厘清，具有指导

意义。且吉林省是农业大省，大米的主要种植基地。本案依法认定使用近似农产品商标的行为构成侵权，并判决赔偿损失，有力打击了农产品商标侵权行为，保障农产品生产销售企业的合法权益，为粮食安全提供有力保障。

深圳某文化有限公司与沈某龙侵害商标权纠纷案（评选法院：吉林省高级人民法院）

【简要案情】

深圳某文化有限公司为“胡桃里”注册商标的注册人。沈某龙经营的榆树市某胡桃里酒吧在经营期间，其店铺门头招牌显示为“胡桃里酒吧”，并使用显著标注“胡桃里酒吧”的海报在店门口进行宣传。法院认为：沈某龙经营的榆树市某胡桃里酒吧在其经营的店铺门头、标牌等处突出使用名称“胡桃里”，属于侵犯深圳某文化有限公司注册商标专用权的行为。判决：赔偿经济损失 8000 元。

【典型意义】

“胡桃里”酒吧在全国多个城市均有经营门店，在消费者群体内享有一定的知名度。本案榆树市某胡桃里酒吧与“胡桃里”商标经营范围一致，在其经营的店铺门头、标牌等处突出使用名称“胡桃里”进行宣传，构成侵犯商标权的行为。本案判决依法保护了商标权人的权益，发挥了司法裁判的指引作用。对于制止侵犯商标权，增强知识产权保护意识，指引经营者合法经营具有显著意义。

内蒙古大窑饮品有限责任公司与哈尔滨活力啤酒有限公司、黑龙江昆仑啤酒有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：黑龙江省高级人民法院）

【案号】哈尔滨市中级人民法院（2021）黑 01 民初 1578 号

黑龙江省高级人民法院（2022）黑民终 668 号

【案情简介】

宁夏大窑公司系第 535419 号“”商标权利人，核定使用的商品为第 32 类，包括：无醇饮料、果汁、汽水，许可内蒙古大窑饮品有限责任公司（以下简称内蒙古大窑公司）在中华人民共和国区域内使用涉案注册商标，并授权内蒙古大窑公司针对侵犯注册商标专用权的侵权行为，可以以自己的名义单独向各级法院、有关部门及其他职能机关履行维权职责。2021 年 5 月 7 日，扎兰屯市公证处公证员与内蒙古大窑公司委托代理人到达“田园果蔬超市”商店门口，委托代理人以普通消费者身份购买外包装有“大窑沟嘉宾”“大窑沟橙味”字样的汽水各 9 瓶。公证员将收据及所购物品一并放入样品箱内，进行封存。内蒙古自治区扎兰屯市公证处于 2021 年 5 月 19 日出具（2021）呼伦扎证内字第 881 号公证书，对上述取证过程予以公证。内蒙古大窑公司向法院起诉，主张因哈尔滨活

力啤酒有限公司（以下简称活力公司）委托黑龙江昆仑啤酒有限公司（以下简称昆仑公司）生产被诉侵权商品，要求活力公司、昆仑公司停止侵权、赔偿损失。活力公司抗辩主张，“大窑沟”是青岛孟家村附近的一条沟，二战期间被德国占领后因而得名“大窑沟”，其在生产的饮料产品上标注“大窑沟”系对该地名的合理使用。

法院经审理认为，首先，活力公司所称的“大窑沟”不属于行政区划意义上的地名，活力公司未举示充分的证据证明“大窑沟”系青岛辖区内的地名。其次，活力公司的住所地位于黑龙江省哈尔滨市，并不位于其所称的“大窑沟”附近，被诉侵权的“大窑沟嘉宾”亦非产自“大窑沟”，活力公司在产品外包装上使用“大窑沟”的行为并非单纯出于标注商品产地的需要。再次，大窑公司将“大窑”二字在饮料商品上作为商标长期使用，“大窑”二字已经成为大窑公司产品的代名词，在饮料市场上享有较高声誉。在此情况下，活力公司作为后开办的企业，在相同的商品上使用含有“大窑”二字的标识应当受到严格限制，其在产品包装上突出使用包含“大窑沟”文字的标识，主观上并非出于标明其商品产地、来源的正当目的，不属于商标法第五十九条规定的地名正当使用，对活力公司关于在生产的饮料产品上标注“大窑沟”系对地名合理使用的主张，不予支持。判决：活力公司、昆仑公司停止生产、销售侵害涉案注册商标权商品的行为，并连带赔偿大窑公司经济损失及为制止侵权行为所支付的合理开支，共计 4 万元。

【典型意义】

近年来，“大窑”系列饮料产品成为网红产品，被消费者誉为“国货之光”。本案被告在其生产的同类饮料商品上标注“大窑沟”，抗辩称系对地名的合理使用。《中华人民共和国商标法》第五十九条规定：“注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有的地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。”判断是否属于商标法第五十九条规定的地名“正当使用”，应重点考虑使用人使用地名的目的和方式，如果地名与产地并无实际联系，且在使用方式上地名与注册商标高度相似，有超出必要的夸大突出使用特征，有可能造成公众对商标权利人商品与使用人商品的混淆，则该使用目的很有可能被判断为具有攀附商标注册人商誉之嫌，使用目的难谓善意。本案对于是否构成商标法意义上的正当使用地名进行了阐述，对审理同类型案件具有参考价值。

贵州茅台酒股份有限公司与齐齐哈尔市龙沙区酒柜名烟名酒商行侵害商标权纠纷案（评选法院：黑龙江省高级人民法院）

【案号】 齐齐哈尔市铁锋区人民法院（2022）黑 0204 民初 1733 号

【案情简介】

贵州茅台酒股份有限公司（以下简称茅台公司）经中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司授权对其第 284519 号、第 10195605 号、第 3333018 号、第 3159143

号商标享有使用和维权的权利，核定使用商品均为第 33 类。贵州茅台商标为中国驰名商标，茅台酒工艺为国家机密，茅台酒传统酿造工艺被列为国家级首批物质文化遗产名录，并申报世界非物质文化遗产。龙沙区酒柜名烟名酒商行（以下简称龙沙区酒柜商行）有“茅台定制酒”12 瓶，该酒在包装上使用了与上述第 10195605 号、第 3333018 号、第 3159143 号商标近似的标识。2019 年 6 月，龙沙区市场监督管理局扣押了 11 瓶“茅台定制酒”，并对龙沙区酒柜商行作出罚款 3000 元的行政处罚。茅台公司以龙沙区酒柜商行侵犯其注册商标专用权为由，诉至法院，请求判令龙沙区酒柜商行停止侵害、消除影响、赔偿损失。龙沙区酒柜商行辩称，涉案酒有合法来源，且其因涉案酒已被行政处罚，不应再受到民事制裁。

法院经审理认为，贵州茅台是驰名商标，龙沙区酒柜商行未经商标注册人的许可，在同一种商品上（白酒类）使用了与中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司注册商标相近似的商标，容易导致公众混淆，已侵犯了茅台公司的注册商标专用权，茅台公司有权要求龙沙区酒柜商行停止侵害，消除影响，赔偿损失。龙沙区酒柜商行辩称涉案酒有合法来源，但其提交的证据不足以支持其观点，对该主张不予支持；其另主张因涉案酒已被行政处罚，不应再受到民事制裁，但根据《中华人民共和国行政处罚法》第八条“公民、法人或者其他组织因违法行为受到行政处罚，其违法行为对他人造成损害的，应当依法承担民事责任”的规定，对其观点不予支持。鉴于龙沙区酒柜商行只购进 12 瓶“茅台定制酒”，且已被行政机关扣押 11 瓶，只有 1 瓶流入市场，造成的不良影响范围有限，结合其侵权行为主观过错程度及茅台公司为维权支出的合理费用等情形，判决：龙沙区酒柜商行在《齐齐哈尔日报》上连续七天发布对茅台公司的道歉声明，并赔偿茅台公司经济损失及合理费用 10,000 元。

【典型意义】

“贵州茅台”是中国驰名商标，是全国范围内家喻户晓的著名白酒品牌，享有较高的商誉和知名度。本案系人民法院保护国家级驰名商标、维护经营者和消费者合法权益的典型案。被告作为酒类经营者，销售了与贵州茅台相近似商标的白酒，侵犯了茅台公司的注册商标专用权，即使已受到了行政处罚，也不能免于承担民事侵权责任。本案裁判加强了对驰名商标的保护力度，打击了假冒侵权行为，有助于形成尊重品牌、重视商誉的良好社会氛围，对于推动市场竞争秩序的完善具有积极意义。

齐齐哈尔市宝华农业机械有限公司与李某荣等 6 人假冒注册商标罪、销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：黑龙江省高级人民法院）

【案号】 齐齐哈尔市中级人民法院（2021）黑 02 刑初 44 号

黑龙江省高级人民法院（2022）黑刑终 91 号

【案情简介】

被害单位迪尔公司（DEERE&COMPANY）系美国公司，是世界著名的农机生产商。2019年6月，齐齐哈尔市宝华农业机械有限公司（以下简称宝华公司）法定代表人李某荣在霸州市仟舜永合公司办公室内，与公司主要经营人员荆某东、荆某国、朱某军等人商议仿造迪尔公司玉米割台并粘贴假冒迪尔公司注册商标进行销售。2019年至2020年期间，被告人李某荣、荆某国、荆某东、朱某军未经迪尔公司许可，将迪尔公司注册的“JOHN DEERE”英文字母商标贴在宝华公司生产的玉米割台上，冒充“JOHN DEERE”品牌产品进行销售。

法院经审理认为，根据《中华人民共和国刑法》第二百一十三条的规定，只有在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，才构成假冒注册商标罪。而根据《中华人民共和国商标法》第五十七条的规定，在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，且达到“容易导致混淆”的程度也可以构成侵犯商标专用权。因此，若在类似商品上使用与注册商标相同的商标，并不会构成刑事犯罪，仅属于民事侵权。本案中，国家工商行政管理总局商标局出具的商标注册证明显示，迪尔公司在《国际分类》第7类商品上使用的“JOHN DEERE”商标已注册，该局列明的“JOHN DEERE”注册商标核定使用商品第7类中包含收割平台，比较收割平台与本案涉案的玉米割台，虽然名称不完全相同，但依据常识与一般公众认知，割台为收割平台的简称，宝华公司生产的玉米割台即为玉米收割平台，迪尔公司在本案中主张权利的割台亦专用于收割玉米的平台，二者的主要原料、消费对象、销售渠道等方面均相同，故应当认定迪尔公司的收割平台与宝华公司的玉米割台在功能用途方面相同，属于相同商品。综上所述，应当认定涉案玉米割台与迪尔公司“JOHN DEERE”注册商标核定使用的收割平台属于同一种商品。

关于单位犯罪的认定。首先，宝华公司是依法注册的公司，具有生产销售农机具的资质，并实际生产销售捡石机、玉米割台等农机具，并非为实施犯罪而成立。其次，假冒注册商标的行为体现了单位意志，李某荣与公司主要经营人员荆某国、荆某东和朱某军共同商议后决定，未经迪尔公司授权假冒注册商标，应认定为单位意志。再次，假冒注册商标的行为以宝华公司名义实施。最后，假冒注册商标的行为是为了单位利益，虽然绝大部分货款都汇入到李某荣个人银行账户，但宝华公司系家族企业，没有公司单位账目，李某荣作为负责公司全面工作的实际经营者，其个人银行账户一直公私混用，汇入其账户的货款应当认定为实际支付给宝华公司的货款，进而可以认定假冒注册商标是为了单位利益。被告单位宝华公司、李某荣、荆某东、荆某国、朱某军在未经“JOHN DEERE”商标所有人迪尔公司授权许可的情况下，将“JOHN DEERE”商标贴在宝华公司生产的玉米割台上对外销售，且情节严重，构成假冒注册商标罪。被告人杜某勤销售明知是假冒“JOHN DEERE”商标标识的玉米割台，销售金额共计112.6万元，获利达24.23万元，违法所得较大，构成销售假冒注册商标的商品罪。被告人于某波帮助李某荣销毁假冒“JOHN DEERE”商标标识，构成帮助毁灭证据罪。法院判决：被告宝华公司、被告人李某荣、荆某国、荆某东、朱某军犯假冒注册商标罪，宝华公司判处罚金，李某荣、荆某国、荆某东、朱某军判处有期徒刑并处罚金；被告人杜某勤犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑并处罚金；被告人于某波犯帮助毁灭证据罪，判处有期徒刑；对本案中扣押、登记保存的假冒注册商标的玉米割台，依法由扣押、登记保存物品的公安机关予以没收和销毁。

【典型意义】

本案是知识产权审判“三合一”改革完成后，黑龙江高院审理的第一起知识产权刑事案件。被害单位迪尔公司（DEERE&COMPANY）系美国公司，是世界著名的农机生产商。案件具有涉外因素且犯罪行为具有家族式、产业化、链条化特征，公安机关因成功侦破案件被公安部、国家食药局评为“2021年度全国食药侦系统打击侵犯知识产权和制售伪劣商品犯罪行为”典型案例。法院判决对单位与股东人格混同的情形下，能否构成共同犯罪进行了明确认定；同时，对商品名称不同但属于“同一种商品”进行了相应阐述，对同类案件具有参考与指导作用。本案充分体现出对中外商标权利人合法权益的平等保护，彰显了人民法院严惩侵犯知识产权犯罪的坚定决心，为营造市场化、法治化、国际化营商环境提供强有力的司法服务和保障，入选第三届中国外商投资企业协会优质品牌保护十佳案例。

“十万个为什么”商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

上海少年儿童出版社有限公司与四川天地出版社有限公司、上海新华传媒连锁有限公司新华书店江桥万达店侵害商标权及不正当竞争纠纷案【上海市普陀区人民法院（2020）沪0107民初2585号民事判决，合议庭：张佳璐、王萌、张敏婕；上海知识产权法院（2021）沪73民终600号民事判决，合议庭：钱光文、凌宗亮、范静波】

【案情摘要】

《十万个为什么》是1961年首次出版并延续至今的系列儿童科普图书，具有很高的知名度。同时，原告上海少年儿童出版社有限公司（以下简称儿童出版社）系“十万个为什么”图文商标（以下简称涉案商标）专用权人。原告发现被告上海新华传媒连锁有限公司新华书店江桥万达店（以下简称江桥万达店）销售被告四川天地出版社有限公司（以下简称天地出版社）出版的图书《十万个为什么》。原告主张本案共涉及天地出版社出版的14款图书，天地出版社在图书名称（图书实物）及网站商品图片、描述中使用“十万个为什么”涉嫌侵权。以“十万个为什么”商标获取注册时间为界，在该时间之前构成擅自使用有一定影响的商品名称的不正当竞争，在该时间之后主张构成商标侵权。图书中有关“十万个为什么是影响几代人的经典读物”“是十万个什么的升级版”等表述构成虚假宣传的不正当竞争。综上，原告诉请要求两被告立即停止商标侵权及不正当竞争；天地出版社发布消除影响声明并赔偿原告经济损失300万元及合理费用10.7万元。

【裁判结果】

一审法院认为，关于商标侵权。儿童类问答式科普读物的名称选择多样，客观上并未形成该类图书统一名称的市场格局；“十万个为什么”虽具有指代问题较多的文字固有含义，但作为商标主要辨识部分，受系列图书的极高知名度辐射，

经长期使用获得显著性，故“十万个为什么”并非问答式科普图书的通用名称。图书名称具有商品和品牌混合属性，具体图书名称本身具有个性化可能，可与作者、出版社等形成对应联系，起到区分图书来源的作用。涉案商标实质是将图书名称作为商业标识使用，从而实现图书名称权益的商标权化。天地出版社在被控侵权图书上使用“十万个为什么”字样的行为，属于在同一种商品上使用与涉案商标近似的商标，容易导致混淆的情形，构成商标侵权。

关于不正当竞争。虽市场上另有其他出版社出版名称为“十万个为什么”图书，但依托持续出版、投入宣传报道、获奖频次及奖项规格高、参与编写人员知名度高等优势，“十万个为什么”系列图书显然与原告的指向连接性最强，具有了区别来源的属性特征，构成知名商品特有名称。天地出版社作为同业竞争者，在图书名称中、销售商品的图片及描述中擅自使用“十万个为什么”，易造成消费者混淆误认，构成擅自使用他人知名商品特有名称的不正当竞争。天地出版社在其出版的图书上使用“十万个为什么是影响几代人的经典读物”“是十万个什么的升级版”等表述，刻意建立与原告的联系，增加了混淆误认的可能性，容易误导消费者，引人误认被告天地出版社出版的图书与原告具有特定联系，构成虚假宣传的不正当竞争。

据此，一审法院判决两被告立即停止商标侵权及不正当竞争行为；天地出版社刊登声明、消除影响，并赔偿经济损失及合理开支共计 60 万元。一审判决后，天地出版社上诉，二审法院维持原判。

【典型意义】

《十万个为什么》是家喻户晓的经典科普图书，本案为全国首例“十万个为什么”商标及不正当竞争维权诉讼。近年来，市场上出现较多仿冒《十万个为什么》的图书，不仅图书编校、内容质量堪忧，且损害了“十万个为什么”的商标及竞争权益，对青少年读者形成了负面影响。

本案明确了对于具有商业标识属性的图书名称，法院在给予其商品化权益法律保护时，应从正当性出发，合理划定保护范围。对于具有固有含义的图书名称，可通过使用积累知名度，获得显著性。通过案件的审判，有助于强化知名图书名称的权益保护，净化少儿读物出版市场秩序。上海电视台《庭审纪实》栏目对本案进行了全程报道。案件生效后，引起业内及社会广泛关注，取得良好效果。

附图 1：原告权利商标



附图 2：被诉侵权标识



“天地华宇”物流商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

上海华振物流有限公司、苏州万隆华宇物流有限公司与天地华宇集团有限公司、天地华宇传媒科技有限公司、王某某等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【上海知识产权法院（2019）沪 73 民初 401 号民事判决，合议庭：陆凤玉、范静波、徐玉兰；上海市高级人民法院（2021）沪民终 269 号民事判决，合议庭：刘军华、张莹、朱佳平】

【案情摘要】

原告上海华振物流有限公司（以下简称华振物流公司）系涉案第 4707630 号“天地华宇”、第 14116005 号“天地华宇”、第 14116006 号“天地华宇”商标权利人，其中第 4707630 号“天地华宇”商标系由华振物流公司母公司于 2005 年申请，2008 年 10 月公告，2014 年转让给华振物流公司。涉案商标核定使用范围均为第 39 类运输等。两原告系关联公司，共同经营“天地华宇”物流品牌。2007 年，“天地华宇”品牌在业内已经具有一定影响力。

被告天地华宇集团有限公司前身是 2008 年 7 月注册成立的“无锡市天地华宇货运有限公司”，2017 年变更为现名称。天地华宇集团有限公司在其微信公众号、官方网站等多处使用“天地华宇”“天地华宇物流”等字样，提供物流运输服务，并申请注册被告天地华宇传媒科技有限公司、天地华宇集团盐城供应链管理服务有限公司、天地华宇供应链管理（淮安）有限公司、天地华宇集团建湖供应链服务有限公司（前述四公司简称四天地华宇公司），经营范围均包括道路货物运输。无证据显示天地华宇集团有限公司设立的四天地华宇公司实际从事了经营活动。王某某是天地华宇集团有限公司和四天地华宇公司法定代表人，同时还是华振物流公司关联公司的前员工。

两原告诉至法院，请求判令六被告立即停止商标侵权和不正当竞争行为、变更企业名称、消除影响、赔礼道歉，连带赔偿经济损失及合理费用 500 万元。

【裁判结果】

一审法院认为，天地华宇集团有限公司被诉行为构成商标侵权和擅自使用他人有一定影响服务名称的不正当竞争行为。四天地华宇公司未在实际经营活动中使用企业名称，不构成不正当竞争。王某某不存在公司与股东人格混同，不承担连带责任。判决天地华宇集团有限公司停止侵权、变更企业字号、消除影响，赔偿经济损失 50 万元、合理费用 10 万元，驳回两原告其余诉请。两原告及天地华宇集团有限公司均不服，提起上诉。

二审法院认为，其一，天地华宇集团有限公司被诉行为构成商标侵权和不正当竞争。其二，四天地华宇公司企业名称虽未实际使用，但已对两原告相关权益造成侵害的现实危险性。变更企业字号系消除未来可能发生的侵害危险，其责任实质是消除危险的民事责任。如果企业字号的使用必然会发生市场混淆，有侵权行为发生之虞，则应当根据当事人的诉请判令侵权人承担变更企业字号的民事责任。故四天地华宇公司应变更其企业字号。其三，在案证据不足以证明王某某对被诉商标侵权和不正当竞争行为存在故意或重大过失，故其不承担连带责任。综上，判决维持天地华宇集团有限公司停止侵权、变更企业字号、消除影响、赔偿损失的民事判决，改判四天地华宇公司承担变更企业字号的民事责任，并对部分二审合理费用予以支持。

【典型意义】

我国相关法律和司法解释没有明确变更企业字号的民事责任性质，司法实践中亦未对此作进一步的厘清和说明。本案判决依据《民法典》第一百七十九条之规定，明确变更企业字号系消除未来可能发生的侵害危险，其责任实质系消除危险的民事责任，当企业字号的使用有侵权行为发生之虞，必然会发生市场混淆时，应根据当事人的诉请判令侵权人承担变更企业字号的民事责任，以避免未来发生市场混淆，净化市场环境。

本案进一步厘清了变更企业字号的民事责任性质，有助于私法责任关于损害妨害的预防和防止功能作用的发挥，对完善知识产权民事责任体系具有重要意义。

附图 1：原告权利商标



附图 2：被诉侵权标识



“龙井茶”地理标志行政诉讼案（评选法院：上海市高级人民法院）

特威茶餐饮管理（上海）有限公司不服上海市浦东新区知识产权局行政处罚决定及上海市浦东新区人民政府行政复议决定案【上海市浦东新区人民法院（2021）沪 0115 行初 399 号行政判决，合议庭：吴金水、吴智永、王潇；上海知识产权法院（2022）沪 73 行终 1 号行政判决，合议庭：钱光文、凌宗亮、范静波】

【案情摘要】

“龙井茶 Longjing Tea”是第三人浙江省农业技术推广中心在中国注册的证明商标，商标注册号为第 5612284 号，注册有效期至 2028 年 12 月 6 日，核定使用商品（30 类）：茶（截止）。原告特威茶餐饮管理（上海）有限公司（以下简称特威茶公司）于 2018 年、2019 年分三次从新加坡进口茶叶，委托案外人报关公司为其办理进口上述茶叶的手续，未经商标权人许可在茶叶包装上贴附标有“盛玺龙井茶”及“龙井茶”字样的中文标签，后在国内进行销售。上海市浦东新区知识产权局（以下简称浦东知识产权局）于 2020 年 11 月 2 日作出浦知处字（2020）1520198343 号《行政处罚决定书》，认定特威茶公司的行为构成《中华人民共和国商标法》第五十七条第二项规定的侵犯注册商标专用权行为，决定责令特威茶公司立即停止侵权行为，没收侵权茶叶，罚款 545,273.06 元。特威茶公司不服，向上海市浦东新区人民政府（以下简称浦东新区政府）申请行政复议。浦东新区政府经审查后认为原告提出的复议理由于法无据，故于 2021 年 3 月 22 日作出浦府复决字（2020）第 1010 号行政复议决定，维持了浦东知识产权局作出的上述行政处罚决定。特威茶公司不服，向上海市浦东新区人民法院起诉，请求判令撤销浦东知识产权局的浦知处字（2020）1520198343 号《行政处罚决定书》及浦东新区政府浦府复决字（2020）第 1010 号《行政复议决定书》。

【裁判结果】

一审法院认为，《中华人民共和国商标法实施条例》第七十六条规定，在同一种商品或者类似商品上将与他人注册商标相同或者近似的标志作为商品名称或者商品装潢使用，误导公众的，属于商标法第五十七条第二项规定的侵犯注册

商标专用权的行为。原告在商品外包装上使用“龙井茶”标识的行为属于《商标法》第五十七条第（二）项所指的商标侵权行为，原告向被告浦东知识产权局提供的证据不足以证明其具备使用“龙井茶”地理标志证明商标的条件，构成对第三人享有的“龙井茶 Longjing Tea”注册商标专用权的侵害。被告浦东知识产权局对原告涉案行为作出的认定定性准确，证据充分，符合法律规定。被告浦东知识产权局的被诉行政处罚决定认定事实清楚，证据确实充分，适用法律、法规正确，符合法定程序，处罚结果并无不当，原告请求撤销该行政处罚决定的诉请缺乏事实和法律依据。被告浦东新区政府提供的证据和依据足以证明其具有作出被诉复议决定的职权，所作复议决定合法，原告请求撤销该复议决定的理由亦不能成立。一审法院判决：驳回原告特威茶公司的诉讼请求。一审判决后，原告特威茶公司不服，提起上诉。二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系首例涉地理标志知识产权行政案件，是知识产权“三合一”审判机制的生动实践。地理标志证明商标的功能在于标识商品来源，以及标识商品因来源于某地区而产生的特定品质。可以使用地理标志的产品必须符合地理标志证明商标的特定品质要求。

本案明确了侵犯地理标志证明商标权的裁判规则，体现了严格知识产权保护，加强地理标志保护的决心和力度。判决同时还明确了在自贸区进口商品，进入我国境内并进行销售的，相关行为仍需受我国法律的规制。判决通过确认行政处罚和行政复议的合法性，有效监督、支持行政机关依法行政，充分发挥了依法行政“助推器”及社会矛盾“化解器”的作用。

案件审理中行政机关负责人出庭，由法院院长担任审判长，浦东法院与浦东新区政府相关部门共同组织开展行政诉讼庭审旁听工作，来自上海市相关部门、浦东新区各委办局、管委会、街镇等 170 余人参加了庭审旁听及案件讲评会，体现了司法与行政的良性互动。

附图 1：原告商标



附图 2：侵权产品标识



“怡宝”商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

华润怡宝饮料（中国）有限公司与上海洁士宝日化集团有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案【上海知识产权法院（2020）沪73民初787号民事判决，合议庭：钱光文、叶菊芬、吴惠丽；上海市高级人民法院（2022）沪民终73号民事判决，合议庭：王静、马剑峰、朱佳平】

【案情摘要】

原告华润怡宝饮料（中国）有限公司（以下简称怡宝公司）于2002年在第32类商品上获准注册涉案第1789131号“”商标和第1794139号“”商标。原告在全国各地销售“怡宝”品牌纯净水、饮料等产品，至2018年已遍布全国主要城市。“C'estbon”包装饮用水产量及市场占有率在全国同类产品中排名均在前4位并连续四年排名第1位。“”商标多次被认定为驰名商标。原告连续多次获评中国饮料工业十强企业、中国轻工业行业十强企业等。

被告上海洁士宝日化集团有限公司（以下简称洁士宝公司）成立于2013年，成立时名称为“上海怡宝化妆品有限公司”，后变更为“上海怡宝化妆品集团有限公司”，本案一审期间变更为“上海洁士宝日化集团有限公司”。被告通过购买或自行注册的方式持有5个含有“cestbon”的域名，在网站、微信公众号、经营场所、名片及展会、招聘会等活动中大量、多处使用“怡宝”“C'estbon”等标识，自称“怡宝集团”“怡宝人”“怡宝公司”。被告在第3类、第5类、第13类、第16类等多个类别申请注册“怡宝”“C'estbon”或含有该标识的商标，均被宣告无效或不予注册。

原告向法院起诉，请求判令被告：1.立即停止侵犯涉案注册商标专用权；2.立即停止不正当竞争行为，变更企业名称及注销5个含有“cestbon”的域名；3.刊登声明消除影响；4.赔偿原告经济损失及合理费用共计1,000万元。

【裁判结果】

一审法院认为，被告使用被诉标识的行为侵犯了原告对涉案驰名商标享有的权利。被告以“怡宝”作为企业字号，构成不正当竞争。被告在明知“”商标具有极高知名度的情况下，仍购买或注册含有“cestbon”的域名并使用，明显存在攀附原告商标商誉的故意，客观上足以造成相关公众的混淆，构成不正当竞争。一审法院判决被告：一、立即停止侵害原告注册商标专用权的行为；二、立即停止不正当竞争行为；三、注销 5 个含有“cestbon”的域名；四、在《中国消费者报》和微信公众号上刊登声明消除影响；五、赔偿原告经济损失 500 万元及合理开支 137,240 元。一审判决后，被告不服，提起上诉。

二审法院认为，洁士宝公司将“怡宝”作为字号使用，即便其与怡宝公司经营的商品种类不同，也足以导致相关公众误认为两者存在特定联系，构成不正当竞争。洁士宝公司使用的涉案域名主要部分“cestbon”系对“”驰名商标文字部分的复制、模仿，其对“cestbon”不享有益益也无使用该域名的正当理由，明显具有攀附怡宝公司商誉的主观恶意，构成不正当竞争。综合考虑涉案驰名商标享有的知名度和良好声誉、洁士宝公司实施了多个侵权行为、主观恶意明显、侵权持续时间长和规模大等因素，一审确定的损害赔偿数额并无不当。据此，二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案中，被告对原告商业标识进行了全方位和体系化侵权，涵盖商标、字号、域名等多个领域。本案判决依法认定驰名商标并给予跨类保护，准确界定了商标侵权行为和不正当竞争行为，对此类涉及全面模仿商业标识的案件审理具有较强的指导意义。本案适用法定赔偿上限金额判决被告赔偿原告经济损失并全额支持合理开支，体现了上海法院加大知识产权保护力度、维护法治化营商环境的决心。

附图 1：原告权利商标



附图 2：被诉侵权标识



“百强家具”商标侵权及不正当竞争纠纷案(评选法院：上海市高级人民法院)

北京世纪百强家具有限责任公司与上海朗聚实业有限公司、上海邦赢投资管

理有限公司、德国百强国际控股集团有限公司、马某某侵害商标权及不正当竞争纠纷案【上海知识产权法院（2018）沪73民初515号民事判决，合议庭：陈惠珍、吴盈喆、黄田花；上海市高级人民法院（2020）沪民终256号民事判决，合议庭：刘军华、张莹、朱佳平】

【案情摘要】

原告北京世纪百强家具有限责任公司（以下简称世纪百强公司）于2001年成立，其前身系北京市百强家具厂。该厂1996年成立后，通过经营，其“百强”字号在家具行业中已具有一定知名度。世纪百强公司先后在家具等商品上获准注册

册第3262084号“”、第4252326号“”、第14075933号“”商标。

经过多年的使用和宣传，其“百强”字号、品牌及相关注册商标在家具行业具有较高的知名度，其第3262084号商标曾被原国家商标局认定为驰名商标。2009年起，被告马某某作为股东与他人先后设立了被告上海朗聚实业有限公司（以下简称朗聚公司）、上海邦赢投资管理有限公司（以下简称邦赢公司），并在香港设立了德国百强国际控股集团有限公司（以下简称德国百强公司）。邦赢公司通过受

让或自行申请，取得了第5855804号“”、第13962441号“”等大量商标，

并授权朗聚公司使用；德国百强公司亦将其企业名称许可给朗聚公司、邦赢公司使用。三公司在从事生产经营家具、家具门、地板、板材等商品的过程中，大量

使用“”“德国百强”等包含“百强”字样的标识、文字。前述三公司还称其商品

系“德国百强国际控股集团荣誉出品”等。上述行为发生时，三公司系由马某某经营。世纪百强公司认为，其涉案商标已具有极高知名度，应被认定为驰名商标，四被告共同实施了商标侵权及不正当竞争行为，具有明显的主观恶意，造成其巨大经济损失，遂提起诉讼，请求判令四被告立即停止商标侵权及不正当竞争行为，刊登声明消除不良影响，并连带赔偿世纪百强公司经济损失及合理费用共计

1,200万元。

【裁判结果】

一审法院认为，被诉侵权商品与涉案商标核定使用的商品系相同或类似商品，故无认定涉案商标为驰名商标的必要性。朗聚公司、邦赢公司、德国百强公司相关行为构成商标侵权和不正当竞争。马某某与前述三公司构成共同侵权。一审法院判决四被告停止侵权，刊登声明消除影响，并赔偿世纪百强公司经济损失及合理费用1,196万元。

二审法院认为，朗聚公司、邦赢公司、德国百强公司明知涉案商标及企业字号具有较高市场知名度，依然注册使用包含“百强”的相关标识及相关企业字号，并进行虚假宣传，误导公众，构成商标侵权及擅自使用他人有一定影响的企业名称和虚假宣传的不正当竞争行为。马某某作为被诉侵权行为发生时朗聚公司的控股股东和朗聚公司、邦赢公司、德国百强公司的法定代表人，主导和实际控制了三公司的相关侵权行为，构成共同侵权。现有证据足以证明四被告的侵权获利已

超出了商标法规定的法定赔偿最高限额五百万元，故一审法院结合在案证据，综合考虑被诉侵权行为持续时间长、主观恶意明显、侵权规模大、涉案商品销量巨大等因素，在法定赔偿最高限额之上酌情确定赔偿数额，全额支持世纪百强公司关于经济损失的诉讼请求，酌情支持合理开支并无不当。据此，二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系上海法院加大损害赔偿力度，构建法治化营商环境的典型案件。

本案亮点在于：一是探索了法定代表人或实际控制人与其设立的公司构成共同侵权的判断规则。法定代表人或实际控制人通过设立公司实施侵权行为，自身亦主导、控制和实际参与侵权行为的实施，主观上与公司有共同的意思联络，客观上与公司共同实施了侵权行为，构成共同侵权，应与公司承担连带赔偿责任。

二是在法定赔偿限额之上酌情合理确定损害赔偿数额。本案中，侵权人对权利人商标和企业字号通过线上和线下方式进行全面模仿，在现有证据足以证明侵权人所获利益已超过法定赔偿最高限额的情形下，法院可综合全案证据，在法定赔偿最高限额之上酌情合理确定赔偿数额，以最大限度保护权利人的合法权益。

附图 1：原告权利商标



附图 2：被诉侵权标识



“威乐”商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

威乐（中国）水泵系统有限公司与威乐水泵（上海）有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案【上海市徐汇区人民法院（2019）沪 0104 民初 19337 号民事判决，合议庭：林佩瑶、王莉莎、袁松庆；上海知识产权法院（2021）沪 73 民终 744 号民事判决，合议庭：吴盈喆、叶菊芳、邵勋】

【案情摘要】

威乐（中国）水泵系统有限公司（以下简称威乐中国公司）由德国威乐公司出资设立，并经德国威乐公司授权，享有“WILO”“威乐”商标在中国大陆排他使用的权利及独立维权权利。最高人民法院生效裁定查明：威乐中国公司于 2006 年 5 月 22 日前在水泵等相关产品上使用“威乐”“Wilo”字号进行了大量的经营活动，覆盖地域范围极广，营业额较大，已经具有较高知名度。

威乐水泵（上海）有限公司（以下简称威乐上海公司）成立于 2006 年，于 2008 年、2009 年先后申请注册“WILE”“Weile”商标，均被宣告无效或驳回申请。2013 年，生效民事判决认定威乐上海公司在其产品及附件上使用的“WILE”商标侵害了“WILO”注册商标专用权，判令威乐上海公司停止侵权、赔偿损失、消除影响。2014 年，威乐上海公司名称从“上海威乐水泵有限公司”变更为现名称。威乐中国公司与德国威乐公司遂于 2015 年共同起诉威乐上海公司，要求其停止使用企业名称、赔偿经济损失，并消除影响。该案最终各方在法院的主持下达成调解协议，由各方共同发表公开声明，澄清威乐上海公司与威乐中国公司、德国威乐公司无关联关系。然而，此后威乐上海公司仍在其产品及其附件、资料上标注“WEILE PUMP”“威乐水泵 WEILE PUMP”“威乐水泵”等标识，并在网站域名及其内容，微信公众号、名称及解析内容中大量使用与权利商标相同或近似的标识，时至本案诉讼仍未停止。

【裁判结果】

一审法院认为，在威乐中国公司“威乐”“WILO”品牌、字号在水泵等相关产品上已具有较高知名度的情况下，威乐上海公司仍全面仿冒“威乐”品牌，不仅将“威乐”注册为字号设立公司，自 2006 年成立以来即以生产水泵类产品为主营业务，注册资本高达 1 亿元，而且被生效判决判令停止侵权后，仍在产品、宣传材料、网站宣传及微信公众号等多处明确标注或使用“威乐水泵”“WEILE PUMP”等字样，至本案 2021 年开庭审理仍未停止，并拒绝履行“证据出示令”，不提供与本案相关的账簿、资料，可见其经营规模大、侵权持续时间长、地域范围广，且其行为同时构成商标侵权及不正当竞争，主观恶意明显，又具有反复侵权情节和举证妨碍的诉讼行为，故在判令停止商标侵权、变更企业名称、登报消除影响的同时，决定适用三倍系数进行惩罚性赔偿，对威乐中国公司 1,500 万元赔偿诉讼请求予以全额支持。

一审判决后，威乐上海公司不服，提起上诉。二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系针对恶意重复商标侵权行为适用惩罚性赔偿的典型案列。行为人使用与他在先具有较高知名度的商标和字号相同或近似的标识经营类似业务，经生效判决判令停止侵权仍不警醒，经与权利人达成“共存协议”还不收敛，反而进一步扩大侵权标识的使用范围，全面仿冒权利人，加剧相关公众对其与权利人关联关系的混淆，构成商标侵权和不正当竞争。

在行为人拒不履行生效裁判，不能确定其客观经营状况的情况下，法院依法向市场监督管理部门和税收管理部门调取其企业年报和增值税发票开具情况，并根据其中披露的侵权期间销售收入和增值税开票数据，参考同行业上市公司近三年平均利润率，结合被诉侵权行为对销售利润的贡献程度，确定赔偿基数，并针对行为人恶意、反复的侵权行为，适用三倍系数进行惩罚性赔偿。

“华为”商标侵权纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

华为技术有限公司与暨奢服饰（上海）有限公司侵害商标权纠纷案【上海市金山区人民法院（2022）沪 0116 民初 11663 号民事判决，审判员：唐若愚】

【案情摘要】

经消费者投诉，原告华为技术有限公司（以下简称华为公司）发现被告暨奢服饰（上海）有限公司（以下简称暨奢公司）在天猫网络平台上开设店铺“库巴洛旗舰店”，被告在其网店中所销售的智能手表产品标题中，通过设置关键词“华为”，意在让消费者搜索“华为”时能够展现出其销售的商品，造成消费者的混淆、误认。经原告华为公司统计，被告暨奢公司网店中共有 16 款产品在标题首部使用“华为适用”“华为正品”“华为手机适用”“华为正品手机适用”等文字，销售金额达到 2,300 余万至 3,700 余万元。原告华为公司遂诉至法院，请求判令被告暨奢公司停止侵权，并赔偿经济损失及维权合理费用 200 万元。

【裁判结果】

一审法院认为，被告将“华为适用”“华为正品”“华为手机适用”“华为正品手机适用”等文字作为自身产品网络销售链接标题的首部使用，并在标题的显著位置予以凸显，其自身产品品牌却不予显示，标题中伴有“正品”词汇，容易导致网络用户产生混淆。被告的行为侵犯了原告华为公司所享有的“华为”商标的注册商标专用权，应立即停止侵权行为，修改自身产品网络销售链接的标题，在标题首部应突出自身品牌名称。被告虽主张其销售额存在刷单数据、退换货率等情况，且利润微薄，但未提供其自身应当掌握的实际销售数据及获利情况，故对该抗辩意见不予采纳。应综合考虑原告华为公司所享有的“华为”商标的知名度、原告华为

公司在智能手表行业内的影响力、被告暨奢公司的主观过错程度、侵权行为方式、侵权持续时间、侵权损害后果等因素，酌情确定赔偿经济损失的数额。一审法院判决：被告暨奢公司停止侵害原告华为公司的“华为”商标的注册商标专用权的行为，并赔偿原告华为公司经济损失及维权合理费用 200 万元。一审判决后，双方当事人均未提起上诉，一审判决生效。

【典型意义】

本案涉及经营者在销售推广产品过程中使用他人商业标识的合理范围的认定问题。网络消费者在购物平台的搜索框中输入关键词的目的是寻找与关键词相关的信息，在搜索结果的标题首部等显著位置出现的关键词易让网络消费者认为该关键词与搜索结果的商品或服务存在特定联系，从而产生混淆，该网络销售链接标题首部出现的关键词具备识别商品或服务来源的功能，构成商标性使用。

本案全额支持华为公司的诉请 200 万元，通过严格保护努力提升创新型市场主体“获得感”的态度与决心。

附图 1：原告产品



附图 2：被告网站截图



“N”标识仿冒商品装潢不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市高级人民法院）

新百伦贸易（中国）有限公司与纽巴伦（中国）有限公司、赵某某不正当竞

争纠纷案【上海市浦东新区人民法院（2017）沪 0115 民初 1798 号民事判决，合议庭：金民珍、徐俊、孙闫；上海知识产权法院（2020）沪 73 民终 327 号民事判决，合议庭：陈惠珍、胡宓、易嘉】

【案情摘要】

原告新百伦贸易（中国）有限公司（以下简称新百伦公司）是美国新平衡体育运动公司（以下简称新平衡公司）体育运动产品在中国的总代理商，经授权使用第 175152 号“”商标、第 175153 号“NEW BALANCE”商标、第 5942394 号“”商标，非独占使用在“New balance”运动鞋两侧的“N”字母装潢，并享有诉权。2004 年起既有生效判决查明，新平衡公司及其运动鞋两侧中央位置（接近鞋带）上使用了“N”标识，其在产品宣传中也突出宣传该“N”标识。亦有生效判决查明新平衡公司的“New balance”运动鞋至少自 1995 年开始即在中国境内进行生产销售。“New balance”运动鞋两侧突出使用了大写、粗体的英文字母“N”标识。“New balance”运动鞋专卖店在全国范围内开设店铺，在包括网络、报刊、杂志等各种媒体持续宣传时均突出展示了鞋两侧“N”字母装潢。

被告纽巴伦（中国）有限公司（以下简称纽巴伦公司）的法定代表人系泉州市纽班伦体育用品有限公司（以下简称纽班伦公司）的绝对控股股东。纽巴伦公司持有多个“斜杠 N”系列注册商标：1997 年 5 月 8 日核准注册的第 997335 号“”商标、2007 年 8 月 7 日核准注册的第 3954764 号“”商标、2008 年 8 月 21 日核准注册的第 4236766 号“”商标均经纽班伦公司转让至纽巴伦公司名下。被告纽巴伦公司在全国范围内有两千余家店铺，有实体店和网店，其大规模开店自 2011 年开始。

2016 年 5 月 15 日，原告新百伦公司发现在上海市多个区域以及北京市、江苏省等多地均有标有“NEW·BARLUN 纽巴伦”“NEW·BARLUN”“NEW—BARLUN”“纽巴伦”“N NEW·BARLUN 纽巴伦”“NEW·BARLUN”等字样的店铺，这些店铺多为被告纽巴伦公司的授权经销商。其中一家店铺即为被告赵某某经营的店铺。从这些店铺中公证购买的运动鞋均在鞋两侧显著位置印有“斜杠 N”标识。原告认为被告纽巴伦公司经营、被告赵某某销售印有“斜杠 N”标识的行为侵犯了原告有一定影响的鞋两侧“N”字母商品装潢，构成不正当竞争。故诉请法院判令两被告停止涉案不正当竞争行为、消除影响并赔偿原告经济损失及合理费用共计 3,000 万元。

【裁判结果】

一审法院认为，“New balance”运动鞋绝大多数鞋款均在鞋两侧使用了“N”字母装潢，该装潢包含两个要素：其一、位置要素即鞋两侧中央靠近鞋带处；其二、图形要素即“N”字母，该图形要素与原告的第 5942394 号商标图形一致。虽然视觉效果上仅为大写、加粗的 N 字母图形，显著性和识别性并不强，原本不具有

固有标志识别特定商事主体或商品的含义，但是新平衡公司和原告在其广告宣传中大量且长期地通过展示运动鞋两侧“N”字母装潢来进行商品宣传，已经足以使相关公众将运动鞋两侧使用“N”字母装潢的商品与“New balance”运动鞋相联系，使该装潢具有了识别商品来源的显著特征，具有显著性。原告“New balance”运动鞋两侧“N”字母装潢在被告第 4236766 号注册商标申请日之前（2004 年 8 月之前）就已经成为“有一定影响的商品装潢”。在被告侵权行为可能同时构成商标侵权及不正当竞争时，属于请求权竞合。在涉及请求权竞合的案件中，权利人可以明确择一法律关系对涉案行为进行主张。被控侵权标识在鞋两侧的使用方式与原告鞋两侧的“N”字母装潢构成近似，被告纽巴伦公司生产或授权经销的运动鞋与原告的“New balance”运动鞋，在鞋两侧所使用的“斜杠 N”标识或“N”字母装潢均为各自装潢中最主要、最显著的部分。纽巴伦公司使用的标识虽系其注册商标，但作为同业竞争者，在明知原告的“New balance”运动鞋两侧“N”字母装潢具有一定影响的情况下，仍然在其生产的同类商品的相同位置上使用与原告近似的标识，其攀附原告商誉、造成市场混淆的主观过错明显，客观上足以导致消费者对商品来源产生混淆、误认，违背了诚实信用原则和公认的商业道德，侵害原告的在先权益，构成不正当竞争。一审法院判决：被告纽巴伦公司停止对原告新百伦公司运动鞋两侧“N”字母装潢的不正当竞争行为、消除影响并赔偿原告经济损失及合理开支 1,080 万元。一审判决后，纽巴伦公司不服，提起上诉。二审法院判决：驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案涉及有一定影响的商品装潢与注册商标的权利冲突，需要讨论的是注册商标专用权人在商品上使用其注册商标是否当然具有不可归责性。本案判决指出，任何权利都有其边界，商标权亦不例外。享有商标专用权不代表其拥有对商标进行使用的绝对权利。

反不正当竞争法是维护商业伦理的法律。在反不正当竞争法保护的正当权益与商标法下的注册商标权利发生冲突时，应当遵循诚实信用的帝王法则。在该种情形之下，判断市场经营者在民商事活动中是否诚实信用，应遵循两项规则：一是保护在先权益，二是防止市场混淆。

本案基于上述裁判逻辑判决被告构成不正当竞争，并赔偿 1,080 万元，受到业界广泛关注。央视、人民法院报、中国青年报、澎湃新闻、中国知识产权杂志等十余家知名媒体对该案进行了深度报道。

附图 1：“New balance” 运动鞋鞋两侧 N 字母装潢



附图 2：纽巴伦运动鞋鞋两侧“斜杠 N”装潢



假冒“美心”月饼注册商标罪案（评选法院：上海市高级人民法院）

被告人庄某某等假冒注册商标罪案【上海市第三中级人民法院（2021）沪03 刑初 113 号刑事判决，合议庭：程亭亭、高卫萍、艾霞芳；上海市高级人民法院（2021）沪刑终 122 号刑事裁定，合议庭：唐震、张莹、陶冶】

【案情摘要】

2020 年 8 月至案发，被告人庄某某为谋取非法利益，指使同案犯先后租用福建省漳浦县相关场所作为生产、仓储窝点，招募人员，生产、包装、运输假冒“美心”等品牌月饼。期间，被告人庄某某指使同案犯将上述月饼以每盒 39 元到 110 元不等的价格进行销售。2020 年 9 月，公安人员在上述场所查获大量假冒月饼、包装盒及制假设备、工具、原料等。经审计，庄某某等人涉案金额为 2,900 余万元。2021 年 4 月 7 日，庄某某等在广东省陆丰市某小区门口被公安人员抓获。经查，庄某某曾因假冒注册商标罪被判处有期徒刑，且刑罚执行完毕尚未满五年，前罪同样涉及本案所涉的“美心”品牌月饼。

【裁判结果】

一审法院认为，被告人庄某某等未经商标所有人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，情节特别严重，其行为均已构成假冒注册商标罪，依法应予惩处。据此，依照相关法律规定，以假冒注册商标罪判处被告人庄某某有期徒刑六年六个月，并处罚金一千四百万元等。

一审判决后，被告人庄某某不服，提出上诉。

二审法院认为：关于本案定性及庄某某是否构成主犯的问题。结合在案证据，原判定性准确。“美心”等涉案商标均系注册商标，且均在保护期内；涉案月饼等均为假冒商品；庄某某直接或指使同案犯购买相关模具、包材、馅料、设备，并寻找生产场所，招募人员，制造、销售涉案侵权商品。同时，根据涉案资金流向，证实该犯罪团伙通过庄某某指使的同案犯在销售侵权商品时提供的微信或支付宝收款码进行收款并提现后，转入庄某某使用或控制的银行账户。综上，庄某某虽始终辩解并否认其被指控的行为，但在案证据足以证实其组织、指使同案犯在同一种商品上使用与涉案注册商标相同的商标，并对制造、销售侵权商品等活动起到决策、组织、指挥作用，情节特别严重，构成假冒注册商标罪，并系该犯罪团伙主犯。

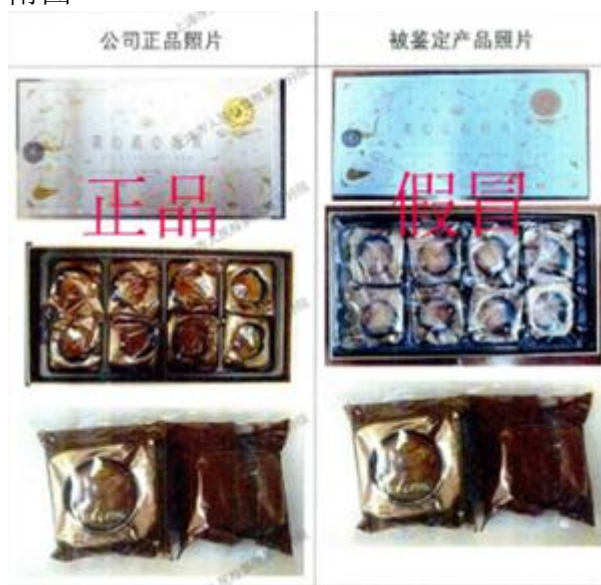
关于本案量刑。一方面，从社会危害性角度看，涉案注册商标及所涉及的月饼等商品在国内均具有较高知名度，庄某某及其犯罪团伙作案时间虽不长，但销售规模大、涉案金额高，不仅给权利人的商誉和经济利益造成重大损失，也破坏了社会主义市场经济秩序。同时，涉案商品系食品，也是我国传统中秋佳节期间具有较高消费需求的商品，庄某某及其犯罪团伙未经许可的制假售假行为危及广大消费者的健康权益，具有较大社会危害性，依法应予严惩。另一方面，从犯罪情节角度看，庄某某在犯罪团伙中系主犯，应当按照其所参与的全部犯罪处罚；其在前罪刑罚执行完毕五年以内再犯应当判处有期徒刑以上刑罚之罪，系累犯，依法应当从重处罚；且前罪所涉罪名也系与本案相同的假冒注册商标罪，同样涉及本案“美心”品牌月饼；此外，庄某某始终不认罪、不悔罪，足见其主观恶性之深。综上，依法应对其从重处罚。

【典型意义】

本案系典型的假冒注册商标的犯罪行为。案件审理中，被告人始终对抗审查、避重就轻，拒绝认罪悔罪，但根据在案证据形成的完整证据链特别是涉案资金流向均清晰指向其为整个犯罪团伙的主犯和首要分子。同时，本案还涉及“舌尖上的安全”的制假售假犯罪行为，且涉案金额巨大，被告人系重复犯罪。故应给予其严厉制裁，一方面加大对该类犯罪行为的打击力度，另一方面发挥刑事裁判的震慑作用，敦促相关犯罪分子放弃不法行为。本案对消费者权益的有力保护，也起到了示范作用，有利于营造打击侵权假冒的法治氛围。

本案二审于“3·15”期间开庭并当庭宣判，澎湃新闻、新浪财经等媒体对该案件和宣判情况进行了报道，在社会上受到关注，取得较好效果。

附图



剧本杀”诉前禁令案（评选法院：上海市高级人民法院）

湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司与上海新革文化传播有限公司、上海瑞殷信息科技有限公司等诉前行为保全申请案【上海市普陀区人民法院（2021）沪0107行保1号民事裁定，合议庭：张佳璐、王萌、施敏杰】

【案情摘要】

申请人湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司系第14919320号“图片”商标（第41类）的被许可人，以及第19547871号“图片”（第41类）商标权人（上述两个商标以下简称涉案商标），有权在全国范围内针对侵犯涉案商标的任何侵权行为以自身名义独立进行维权。四被申请人上海新革文化传播有限公司、上海瑞殷信息科技有限公司、上海瑞勤文化发展有限公司、上海新士历文化传播有限公司共同经营名为“芒果探案馆”的线下剧本杀服务。

申请人发现，四被申请人在其“芒果探案馆”线上、线下剧本杀服务的招商、经营、推广宣传活动中，未经许可大量使用与申请人注册商标相同或近似的“芒果探案馆”“明星大侦探”等标识和字样，并在其线上宣传渠道及招商加盟资料中，声称其门店为“芒果TV战略合作品牌”，其提供的剧本杀系“综艺正版授权独家剧本”“明星大侦探真人版”等，构成引人误解的虚假宣传，给申请人的商誉造成了巨大的损失。申请人认为，上述侵权行为仍在持续中，并且经申请人的事前警告，仍在继续扩大其招商加盟规模，如不制止，将导致申请人的剧本杀业务市场份额和用户流量被不当抢占。据此，申请人提出行为保全申请，请求依法裁定四被申请人立即停止在线上、线下使用涉案商标及虚假宣传等行为。

【裁判结果】

法院认为，首先，四被申请人在其直营或加盟店铺及自媒体平台使用了“芒果探案馆”“明星大侦探”等标识进行宣传和推广。考虑到四被申请人提供的剧本杀服务与涉案商标在服务内容、对象等方面近似，同时，申请人制作并通过“芒果tv”平台独播的《明星大侦探》系列节目时间跨度较长，涉案商标的认知度及辨识度较高，且初步证据显示，相关公众已经对商品或服务来源产生混淆和误认，故四被申请人的行为具有侵害涉案注册商标专用权的可能性。此外，根据初步证据显示，四被申请人使用“芒果TV合作品牌”“综艺正版授权独家剧本”等表述，暗示了其剧本杀服务与“芒果TV”平台及节目存在关联，考虑到四被申请人的相关标识与涉案商标的近似程度，该行为易使人误认为“芒果探案馆”品牌来自“芒果TV”平台或与《明星大侦探》节目存在合作或授权关系，存在虚假宣传的可能性。其次，四被申请人通过不当宣传，持续并加速扩张其招商加盟的规模。若不立即制止四被申请人的侵权行为，可能会引发更大范围侵权及混淆，相关加盟商的预期利益或受到进一步损害，还可能对申请人“明星大侦探”线下剧本杀业务用户培养及市场开发造成损害。再次，申请人申请采取的行为保全措施主要指向门店的相关标识及线上宣传行为，该申请指向明确、范围适当，其幅度不会超过本案中不采取行为保全措施对申请人造成的损害。最后，四被申请人提供的剧本杀服务本身并不具有社会公共属性，亦不涉及公序良俗，对四被申请人采取诉前行为保全措施不会对社会经济秩序造成影响。相反，还可能一定程度上帮助消费者识别剧本杀的服务来源，并对四被申请人相关加盟商及合作方的有序经营起到积极引导作用。综上，四被申请人的行为涉嫌构成商标侵权及不正当竞争，法院依法裁定四被申请人立即停止侵犯涉案商标权及不正当竞争行为。裁定作出后，四被申请人申请复议，法院对复议申请不予支持，该行为保全裁定生效。

【典型意义】

本案系针对“剧本杀”服务涉嫌构成商标侵权及不正当竞争作出的诉前禁令。法院充分考量被申请人“线上+线下”“自营+加盟”的侵权情节，依法认定行为保全的急迫性与必要性。同时，基于“剧本杀”这一新兴娱乐方式的时效性、一次体验性等特点，从市场替代理论角度出发，认定涉案侵权行为给申请人用户培育和市場开发造成了“难以弥补的损害”，并依法作出商标侵权及不正当竞争的诉前禁令，有效制止了“搭便车”侵权行为，为新兴文娱市场营造了良好、健康的竞争环境。《中国知识产权报》《上海法治报》等多家媒体对此案进行了报道。

附图：申请人权利商标



法院认为，涉案注册商标及企业字号知名度极高。苏州稳健公司在口罩产品及其网站、网店、公众号使用与涉案注册商标相同或近似的标识，擅自注册、使用“稳健”字号及企业名称，开展相同经营活动，具有明显攀附稳健股份公司商誉的目的，造成混淆误认，构成商标侵权及不正当竞争。苏州稳健公司、航伟公司高度关联。滑某为两公司绝对控股股东，个人与公司财产混同。在滑某策划与控制下，两公司分工合作，共同侵权，三者承担连带责任。

苏州稳健公司、航伟公司、滑某明知涉案商标及字号在业内知名度极高，使用侵权字号注册公司，有组织、有分工实施侵权，且在稳健股份公司两次举报后仍继续侵权，并向市场监管部门不实陈述，严重违反诚实信用原则和商业道德。同时，本案侵权商品为疫情防控物资，未经检验程序即向公众销售，质量堪忧，极大损害了稳健股份公司商誉，严重危及公众健康。侵权渠道多样，侵权规模较大、时间跨度长，当事人拒绝根据法院要求提交财务账册等证据。因此，苏州稳健公司、航伟公司、滑某侵权情节严重，主观故意明显，法院对于可以查明的侵权获利部分，适用四倍惩罚性赔偿；对于无法查明具体销量的部分，适用法定赔偿确定赔偿额。据此，法院判决苏州稳健公司、航伟公司、滑某立即停止侵权行为，苏州稳健公司立即停止使用企业名称；三者共同赔偿稳健公司损失及维权合理费用 1021655 元。

【案例价值】

稳健股份公司是知名医用卫生材料生产企业，商标及企业字号在业内知名度极高。国务院疫情联防联控机制医疗物资保障组、团中央青年志愿者行动指导中心、湖北省疫情防控指挥部等单位先后对其致信感谢，称其为当之无愧的抗疫“军工厂”。行为人故意以侵权字号注册企业，生产销售口罩产品，有组织、有分工地实施严重的商标侵权及不正当竞争行为。对此，法院判决通过适用四倍惩罚性赔偿、加大赔偿力度、认定共同侵权、责令停止使用字号等方式予以严厉惩治，诠释了江苏法院最严格知识产权保护理念，有力保护了权利人的知识产权，维护了公众生命健康安全、抗疫大局和防控物资市场的稳定，实现了政治效果、法律效果和社会效果有机统一，是服务保障疫情防控和经济社会发展的典型案例。

合资关系终止后仍继续使用他人知名商标、字号被判高额赔偿（评选法院：江苏省高级人民法院）

德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司、德禄（太仓）家具科技有限公司诉德禄家具（上海）有限公司、德禄家具（南通）有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【案件索引】

一审：苏州中院（2020）苏 05 民初 271 号

二审：江苏高院（2021）苏民终 2636 号

【基本案情】

“德禄”“raumplus”商标由德禄两合公司在家具类商品上注册，后被授权德禄国际公司、德禄太仓公司使用，已成为德国知名定制家具品牌，荣获红点奖、iF 设计奖、德国国家设计奖等多项国际大奖，在家具领域具有良好声誉和极高知名度。

德禄国际公司与案外人先后合资成立德禄上海公司、德禄南通公司，约定合资企业在合资期内有权使用“德禄”“raumplus”商标，合资终止后不得再使用该商标及字号。2011年，德方退出合资公司，但德禄上海公司、德禄南通公司仍在家具商品及发货单、宣传册、设计图纸、店铺装潢、门头、展会展厅、投标文件等处大量使用上述商标、字号及“德禄家居 raumplus”“德禄家具”“DELU”等字样；将自有品牌宣传为德禄旗下高端定制品牌，刻意使用德禄两合公司等品牌发展历史及知名度宣传；抢注“德禄”“DELU”等相关商标及“德禄.com”域名，使用“德禄”等相关文字作为微信公众号、微信群、官网名；在全国大规模开设经销门店，大批量承接工程项目等。德禄两合公司等遂诉至法院，请求判令德禄上海公司、德禄南通公司等停止侵权并赔偿损失 5000 万元。诉讼中，德禄南通公司向国家知识产权局申请宣告德禄两合公司涉案“德禄”商标无效，被驳回申请。

【裁判内容】

法院认为，两被告公司在合资关系结束后，仍在经营中大量使用“德禄”“raumplus”商标、字号及相关文字生产、销售家具产品，进行关联宣传，并大规模开设门店，参加展会，大批量承接工程项目，造成市场混淆与误认，严重损害德禄品牌的市场利益，构成商标侵权及不正当竞争。针对两公司故意侵权、情节严重情形，法院最终在精细化计算侵权获利的基础上，依法适用惩罚性赔偿，全额支持权利人 5000 万元的赔偿请求，并判决两公司停止商标侵权及不正当竞争、变更企业名称、刊登声明消除影响、将域名转移至德禄太仓公司等。

【案例价值】

本案系国际知名高端家居品牌在中外合作结束后遭遇严重知识产权侵权被严厉惩治的典型案件，也是迄今为止外资企业在华获得判赔金额最高的商标侵权案件。审理中，法院积极适用证据提供令和举证妨碍制度，针对被告有能力提供而未能如实、完整提交其持有的侵权产品销量、利润率、全国加盟店等财务资料及其他证据，适用举证妨碍规则，作出对其不利推定。本案判决精准细化了赔偿额的计算方式以及惩罚性赔偿适用条件和考量因素，最终全额支持权利人 5000 万元赔偿主张，彰显了江苏法院平等保护中外当事人知识产权的理念，受到社会各界广泛关注和高度评价，在国内外产生深远影响，有力推动形成市场化法治化国际化一流营商环境，实现三个效果的有机统一。

制售假冒国际知名品牌食品情节特别严重构成犯罪——被告人王某假冒注册商标案（评选法院：江苏省高级人民法院）

【案件索引】

一审：新吴法院（2022）苏 0214 刑初 579 号

【案情介绍】

2020年10月至2021年11月，被告人王某伙同吴某租赁加工窝点，由王某负责进购麦丽素、可可粉等原料及外包装，吴某负责进购坚果等原料，并雇佣王某某负责发货，组织工人将低价批量购入的原材料，灌装至标有“KIRKLAND / 柯克兰”“MALTESERS / 麦提莎”“STARBUCKS”“ROYCE”“NAMA CHOCOLATE”等注册商标的外包装盒中，生产假冒上述注册商标的混合坚果、腰果、麦丽素、可可粉、生巧、巧克力豆等商品。后将上述假冒注册商标的商品出售给另案处理的其他被告人，并通过淘宝网对外出售。被告人王某参与销售金额计1817万余元。

【裁判内容】

法院认为，被告人王某未经许可，在同一种商品上使用与他人注册商标相同的商标，情节特别严重，构成假冒注册商标罪。王某在共同犯罪中起主要作用，系主犯，其认罪认罚，依法可以从宽处理。综合被告人王某的犯罪事实、性质与情节、社会危害程度、到案后的认罪悔罪表现等因素，对其从轻处罚。据此，以被告人王某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑六年，并处罚金人民币1000万元。宣判后，被告人未提出上诉。

【案例价值】

本案系食品领域知识产权犯罪系列案中的一件典型案例，犯罪情节极其严重。涉及众多国际知名品牌，涉案金额巨大，多名被告人共同犯罪，上下游产业链条完整，通过网络向不特定消费者销售与公众健康密切相关的食品，影响广泛。法院最终对系列案的所有被告人适用实刑，对作为主犯的本案被告人王某判处六年有期徒刑。本案从严判处体现了加强源头治理，加大对重点行业、重点领域刑事打击力度，及时有效阻遏违法犯罪行为的决心，以及实施最严格知识产权司法保护、平等保护中外知识产权的理念，为投资者加大在华投资注入强心剂，为公众食品安全提供有力保障。

华为技术有限公司与深圳市尚派科技有限公司、刘某亮侵害商标权纠纷案 (评选法院：浙江省高级人民法院)

【入选理由】

华为技术有限公司（以下简称华为公司）是全球领先的信息与通信技术解决方案供应商，“华为”“”注册商标是其经过多年自主创新和诚信经营打造的无形资产，凝聚着华为公司的商业信誉与市场价值。本案判决支持华为公司的惩罚性赔偿诉请，有效保护民族品牌，显著提高侵权成本，有力打击了侵权恶意明显且侵权情节严重的假冒商标、攀附商誉行为，服务保障品牌强国战略的实施。

【裁判要旨】

以侵权获利作为惩罚性赔偿基数的，可以采用“侵权产品销售总额×侵权产品利润率×权利商标对侵权获利的贡献率”的公式进行计算。在确定销售总额时，被告因刷单产生的虚增交易额明显违背诚实信用原则和合法经营理念，一般不予扣除；在确定侵权产品利润率时，在被告未提交反证证明原告主张的第三方利润率与其利润率存在明显差异的情况下，法院可参照第三方同类产品近三年的平均毛利率进行计算；在确定权利商标的贡献率时，应结合权利商标知名度与被告自有品牌知名度之间的“位差”合理确定，尽可能反映权利商标的市场价值。

【案例索引】

一审：浙江省杭州市中级人民法院（2021）浙 01 民初 886 号

【案情介绍】

华为公司作为一家生产、销售通信设备的民营科技公司，在国内乃至世界范围均有广泛的影响力，其注册商标“华为”“”家喻户晓，各类产品也有着很高的知名度和美誉度。深圳市尚派科技有限公司（以下简称尚派公司）成立于 2009 年，主营业务是线上数码产品销售。为提升店铺销量，尚派公司攀附华为公司商誉，在其网店销售的手机云台商品名称中添加“华为”字样，在产品展示图中使用“华为”“”标识。此外，该网店还向消费者展示虚假的华为网络渠道销售授权书，进一步使消费者产生混淆误认。华为公司认为尚派公司上述行为侵害其商标权，请求法院判令尚派公司停止侵权，并以该公司侵权获利为基数适用 2 倍惩罚性赔偿，赔偿华为公司经济损失及合理维权费用 500 万元，尚派公司唯一股东刘某亮对上述损害赔偿承担连带责任。

【裁判内容】

浙江省杭州市中级人民法院审理认为，被诉侵权标识用于手机稳定器云台，与涉案第 16844938 号“华为”商标核准使用的照相器材架、照相机用三脚架属于同类商品，与涉案第 14203957 号“”商标核准使用的智能手机、摄像头、耳机、手机用保护套等商品构成类似商品。经比对，尚派公司使用的被诉“华为”标识与华为公司的“华为”注册商标完全一致，为相同商标。“”与华为公司的“”相比，两者细节虽有差异，但主要部分八瓣花图案与 HUAWEI 文字相同，易使相关公众对尚派公司的商品来源产生混淆误认，构成近似商标。

尚派公司在网店销售云台商品过程中使用被诉“华为”“”标识，构成对华为公司“华为”“”注册商标专用权的侵害，应当承担停止侵害、赔偿损失的民事责任。本案中，尚派公司在主观上具有侵权故意，且侵权情节严重，故应当承担惩罚性赔偿责任。对于惩罚性赔偿的基数，根据在案证据，侵权商品的销售

金额为 9173730.64 元；侵权商品的利润率虽无法确定，但华为公司提供的第三方同类产品近三年的平均毛利率具有参考价值，据此可认定侵权商品的利润率为 28.20%；此外，鉴于尚派公司在被诉侵权商品网页还同时使用了其自有品牌“平安星”以及自身企业名称，因此酌情确定华为公司商标对尚派公司获利的贡献率为 80%。综上，可确定侵权获利为 2069593.63 元。对于惩罚性赔偿的倍数，综合考虑尚派公司主观过错程度和客观侵权情节确定为 2 倍。尚派公司最终应当承担的赔偿数额为基数加上 2 倍惩罚性赔偿款之和即 6208780.90 元。由于该数额已经超出华为公司在本案中的诉讼主张，故该院对华为公司请求赔偿 500 万元的诉讼请求予以全额支持。刘某亮作为尚派公司唯一股东，无法证明其与尚派公司之间财务独立，应对上述赔偿承担连带责任。该院遂于 2022 年 5 月 16 日判决：尚派公司停止侵害，并赔偿损失 500 万元，刘某亮对上述款项承担连带责任。

一审判决后，双方均未提起上诉，该判决已生效，并履行完毕。

埃·雷米马丹公司与山东玲珑酒业有限公司、烟台圣盟菲珑商贸有限公司、孙某强、义乌市幻讯电子商务有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：浙江省高级人民法院）

【入选理由】

本案是对三维立体商标进行保护的典型案例。涉案立体商标系酒瓶，虽然商品容器作为立体商标的固有显著性往往较弱，但经过权利人的长期宣传使用，仍然能够积累起知名度，获得较高强度的法律保护。涉案立体商标由法国埃·雷米马丹公司注册并长期使用于其人头马 XO 干邑商品上，在酒类行业具有较高的知名度，法院在进行侵权比对时，结合涉案立体商标的显著性和知名度，对被诉侵权的三维标志与立体商标进行整体比对，在认定侵权成立的前提下判决生产商赔偿 100 万元，充分保护了国外立体商标权人的合法权益，体现了中国法院平等保护国内外知识产权人的司法立场。

【裁判要旨】

立体商标是由三维标志或者含有其他标志的三维标志构成的商标，它可以是商品本身的形状、包装物或其他三维标志。注册商标的保护范围和保护力度应当与其显著性和知名度相适应，在涉案立体商标已在酒类行业建立较高知名度的情况下，应当对其提供较高强度的法律保护。在确定具体的损害赔偿数额时，还应区分生产商、经销商、末端销售者等侵权主体的类型，根据不同侵权行为的性质、情节、后果及行为人主观过错程度等因素，分别准确界定其法律责任。

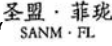
【案例索引】

一审：浙江省金华市中级人民法院（2021）浙 07 民初 528 号

【案情介绍】

法国埃·雷米马丹公司系第 G912806 号、第 G1317531 号立体商标的注册人，上述商标核定使用于含酒精的饮料(啤酒除外)、白兰地酒等第 33 类商品上。埃·雷米马丹公司将涉案立体商标长期使用于其人头马 XO 干邑商品上，具有较高的知名度。山东玲珑酒业公司(以下简称玲珑酒业公司)在网站上宣传 LINGLONG XO 白兰地、SANM FL XO 白兰地，上述白兰地的酒瓶与涉案立体商标近似，网页显示该公司的营销网络遍布全国。埃·雷米马丹公司经公证从玲珑酒业公司、烟台圣盟菲珑商贸有限公司(以下简称圣盟菲珑公司)在拼多多、淘宝等平台的网店购买了多瓶被诉侵权商品，并从圣盟菲珑公司的经销商处购买了被诉侵权商品。部分侵权商品使用了圣盟菲珑公司的注册商标。埃·雷米马丹公司又从义乌市幻讯电子商务有限公司(以下简称幻讯公司)在相关电商平台的网店中购买了被诉侵权商品，这些商品来源于玲珑酒业公司。孙某强系圣盟菲珑公司的唯一股东。

【裁判内容】

浙江省金华市中级人民法院认为，原告是第 G912806 号“”、第 G1317531 号“”注册商标的权利人。涉案立体商标在酒类商品上已具有较高的知名度。被诉侵权商品与涉案商标核定使用的商品类别相同，被诉侵权酒瓶与涉案立体商标近似，容易造成相关公众的混淆误认。玲珑酒业公司生产和销售被诉侵权商品，应承担停止侵害及赔偿损失的民事责任。圣盟菲珑公司虽然不直接生产被诉侵权商品，但其允许他人在部分被诉侵权商品上使用其“”商标，并销售部分被诉侵权商品，也应承担停止侵害及赔偿损失的民事责任。圣盟菲珑公司是自然人独资有限公司，孙某强为该公司的唯一登记股东，其应对公司的侵权行为承担连带赔偿责任。幻讯公司销售的产品来源于玲珑酒业公司，其合法来源抗辩成立，不应承担赔偿责任，但仍应承担立即停止销售被诉侵权商品和赔偿合理维权费用的民事责任。该院综合考虑涉案侵权行为的性质、产品的销售数量、被告的主观过错、原告为维权支出的费用等因素，酌情确定各被告的损害赔偿数额。该院于 2022 年 9 月 26 日判决：玲珑酒业公司、圣盟菲珑公司、幻讯公司停止侵害，玲珑酒业公司赔偿经济损失 100 万元，圣盟菲珑公司对上述赔偿款项中的 30 万元承担连带责任，孙某强对圣盟菲珑公司的侵权行为承担连带赔偿责任，幻讯公司赔偿维权合理开支 3000 元。

一审宣判后，各方当事人均未提出上诉，一审判决已生效并履行完毕。

永嘉县赛标鞋业有限公司、杜某生、杜某平、赵某明假冒注册商标、销售假冒注册商标的商品案（评选法院：浙江省高级人民法院）

【入选理由】

本案涉案金额大，被侵权商标多，法院通过对被告单位和被告人处以较重的主刑和附加刑，体现了对知识产权加大刑事保护力度的司法导向。本案在刑事诉讼的同时通过附带民事诉讼程序判令被告人承担相应民事赔偿责任，不仅能够减

轻当事人诉累，拓宽权利人维权渠道，实现对知识产权的全方位救济，而且能够节约司法成本，促进知识产权刑民交叉案件的高效审理，既符合当前知识产权司法保护的实践需求，也是对完善知识产权审判“三合一”工作的有益探索。

【裁判要旨】

知识产权犯罪行为侵犯的主要是知识产权中的财产权利。在知识产权刑事诉讼过程中，可以允许权利人提起附带民事诉讼，在追究被告人刑事责任的同时一并解决民事赔偿问题，进一步提升知识产权“三合一”审判效能。2.在涉及单位犯罪或共同犯罪的知识产权刑事案件中，应当区分主犯与从犯、制造商与销售商在犯罪活动中的不同地位、作用和社会危害性，并处以与其罪责相适应的刑罚，体现宽严相济的刑事政策。同时，附带民事诉讼被告人的民事赔偿责任也应与其刑罚相适应，合理确定民事赔偿数额。

【案例索引】

一审：浙江省乐清市人民法院（2022）浙 0382 刑初 957 号

【案情介绍】

2019 年 6 月至同年 12 月初，被告人杜某生、杜某平在未取得红蜻蜓、奥康、蜘蛛王、康奈、沙驰、百丽等注册商标所有人授权许可的情况下，生产假冒上述注册商标的皮鞋并予以销售，非法经营数额至少 1335840 元。2019 年 12 月 6 日，永嘉县赛标鞋业有限公司成立（原名永嘉县意诺康鞋业有限公司，以下简称赛标公司），被告人杜某生担任法定代表人，被告人杜某平协助负责公司营销业务，二人伙同他人（另案处理），在未经权利人授权许可的情况下生产假冒注册商标的皮鞋并予以销售。2020 年 5 月左右，被告人杜某平退出公司经营。被告人杜某生伙同他人继续在公司内从事经营活动直至 2021 年 12 月被查处。其中，被告人杜某生参与期间公司假冒注册商标非法经营数额至少 4212598 元；被告人杜某平参与期间公司假冒注册商标非法经营数额至少 1013936 元。2019 年下半年开始，被告人赵某明从赛标公司等处购入假冒注册商标的鞋子进行销售，销售金额至少 100 万余元。2020 年 5 月，被告人杜某平退出赛标公司经营后自行开办鞋店，从赛标公司等多处购入假冒注册商标的鞋子进行销售，销售金额至少 86 万元。

在被告单位、被告人制售的多个假冒皮鞋品牌中，红蜻蜓的数额最大。据统计，被告单位赛标公司生产销售假冒红蜻蜓品牌的皮鞋经营数额至少 1417428 元，被告人杜某生制售假冒的红蜻蜓品牌皮鞋数额为 2323124 元，被告人杜某平参与制售假冒的红蜻蜓品牌皮鞋数额为 1213696 元，另行单独销售假冒红蜻蜓品牌的皮鞋数额至少 43 万元，被告人赵某明销售假冒红蜻蜓品牌皮鞋数额约 100 万元。在刑事诉讼过程中，浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司（以下简称红蜻蜓公司）向法院提起附带民事诉讼，请求判令各被告单位及被告人承担相应民事赔偿责任。

【裁判内容】

浙江省乐清市人民法院经审理认为，被告单位赛标公司及被告人杜某生、杜某平未经注册商标所有人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，情节特别严重，其行为已构成假冒注册商标罪。被告人杜某平、赵某明销售明知是假冒注册商标的商品，情节特别严重，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪。公诉机关指控的犯罪事实清楚，证据充分，罪名成立。被告人杜某平在假冒注册商标中起次要作用，可从轻处罚。该院根据已查明的事实及各被告人在犯罪活动中的地位、作用，于2022年11月15日判决被告单位赛标公司犯假冒注册商标罪，并处罚金211万元；被告人杜某生犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑五年二个月，并处罚金147万元；被告人杜某平犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑三年，并处罚金28万元，犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑三年四个月，并处罚金43万元，合并执行有期徒刑四年八个月，并处罚金71万元；被告人赵某明犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑三年四个月，并处罚金50万元。

被告单位及被告人应负刑事责任外，还应承担民事侵权责任，赔偿附带民事诉讼原告人红蜻蜓公司的经济损失。因权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定，法院综合考虑被告人的主观恶意，涉案商标的知名度，涉案商品数量、价格，侵权行为性质、持续时间、后果及为制止侵权而支出的合理费用等因素，同时结合各被告人在侵权行为中的作用，判决被告单位赛标公司赔偿经济损失120万元，被告人杜某生对该款项承担连带责任，被告人杜某平对该款项在25万元范围内承担连带责任；被告人杜某生赔偿75万元，被告人杜某平对该款项在15万元范围内承担连带责任；被告人杜某平赔偿18万元；被告人赵某明赔偿40万元。

一审宣判后，被告单位及被告人均未提出上诉，一审判决现已生效。

龙泉市御剑堂刀剑厂与龙泉市市场监督管理局、第三人浙江省龙泉市宝剑厂有限公司撤销行政处罚决定案（评选法院：浙江省高级人民法院）

【入选理由】

宝剑是龙泉市特色产业，龙泉宝剑锻造技艺是国家级非物质文化遗产之一。浙江省龙泉市宝剑厂有限公司（以下简称龙泉市宝剑厂）经核准注册了第130250号“龙泉宝剑（小篆体）及字母LUNGCÜAN SWORD”的组合商标，经长期宣传使用具有较高知名度，当地同业经营者应规范使用“龙泉”二字，避免侵入上述商标权的保护范围。但“龙泉”作为地名，具有公共性特点，龙泉市宝剑厂的商标权应受到其他市场主体正当使用地名的限制。本案判决合理划分商标权人的权利范围和其他市场主体正当使用地名的边界，对于避免同业间恶性竞争，促进龙泉当地宝剑产业的健康有序发展，发挥了积极的裁判导向作用。

【裁判要旨】

涉案第 130250 号注册商标属于地名商标，其显著性与竖排小篆体“龙泉宝剑”及字母“LUNGCÜAN SWORD”字体的特殊性和排列布局密切相关。争议标识“龙泉宝剑”与涉案商标的显著部分相同，仅字体存在区别，龙泉市御剑堂刀剑厂（以下简称御剑堂刀剑厂）将其作为网站链接名称、商品分类目录使用，超出了单纯标注商品产地的必要程度，不属于善意正当使用范畴，侵害了涉案商标权。另一方面，商标权人在使用时也应应以注册商标核定使用的形态为限，明晰涉案商标与“龙泉”地名以及“宝剑”商品名称之间的边界，避免因不规范使用和宣传导致涉案商标显著性消退。

【案例索引】

一审：浙江省丽水市中级人民法院（2022）浙 11 行初 7 号

二审：浙江省高级人民法院（2022）浙行终 749 号

【案情介绍】

1979 年 10 月 31 日，龙泉县宝剑厂（后变更为龙泉市宝剑厂）取得了注册号为第 130250 号的“龙泉牌” 商标，成为该商标的专用权人。2014 年 1 月 13 日，原国家工商行政管理总局商标评审委员会认定第 130250 号注册商标为驰名商标。2020 年 4 月 13 日，龙泉市市场监督管理局（以下简称龙泉市场监管局）根据龙泉市宝剑厂的举报对御剑堂刀剑厂涉嫌侵犯龙泉市宝剑厂注册商标专用权的行为进行立案调查。经调查，御剑堂刀剑厂未经许可，在淘宝店铺“御字号龙泉宝刀宝剑御剑堂刀剑厂”及自建网站“龙泉御剑堂”“御剑堂”进行刀剑销售。在淘宝店铺和自建网站多处显著位置以产品目录分类的形式使用“龙泉宝剑”字样用以介绍其宝剑产品，并在自建网站宝剑产品展示页面左上角标注“龙泉宝剑”字样展示和销售宝剑产品。经事先告知，组织听证后，龙泉市场监管局于 2021 年 4 月 8 日作出龙市监案字[2021]第 20 号行政处罚决定，责令御剑堂刀剑厂立即停止侵权行为，并处以罚款 2 万元。御剑堂刀剑厂不服，诉至法院，请求依法撤销上述行政处罚决定。

【裁判内容】

浙江省丽水市中级人民法院经审理认为，对地名的正当使用，应是以善意方式在必要范围内作描述性使用，客观说明商品或服务的类别或产地。网络商品的销售者若想表明商品与产地间的联系，只需在商品介绍中注明厂址即可，即使想特别表明商品的产地，亦只需以“产自龙泉”等适当方式加以说明。而御剑堂刀剑厂使用的被诉标识“龙泉宝剑”字样，以及“”的文字部分与涉案商标的显著部分相同，仅字体存在区别，容易导致相关公众混淆误认，构成商标法意义上的近似。御剑堂刀剑厂在涉案网站上展示、销售宝剑商品时，以“龙泉宝剑”作为网站链接名称、商品分类目录等方式，强化所售商品与涉案商标之间的关系，并在淘宝店铺宣传、展示、销售的青花瓷挂件上使用“”标识，上述使用方式均

已超出了单纯标注商品产地的必要程度。同时，御剑堂刀剑厂作为与龙泉市宝剑厂同一地区且属同一行业的经营者，对涉案商标的归属及维权经历是明知的，但其仍然将“龙泉宝剑”进行商标性使用，主观过错明显，不属于善意使用。龙泉市场监管局认定御剑堂刀剑厂侵害了龙泉市宝剑厂对涉案商标享有的专用权并无不当。需进一步说明的是，注册商标权人在使用注册商标积累商标知名度和商品商誉时，应规范使用其注册商标。龙泉市宝剑厂在今后的经营活动中应严格按照注册商标标识进行规范使用，明晰涉案商标与“龙泉”地名以及“宝剑”商品名称之间的边界，避免因不规范使用和宣传导致涉案商标显著性消退。综上，该院于2022年8月8日判决：驳回原告龙泉市御剑堂刀剑厂的诉讼请求。

御剑堂刀剑厂不服，向浙江省高级人民法院提起上诉。该院于2022年12月7日判决驳回上诉，维持原判。

霍山县某产业协会与六安开发区某特产店侵犯商标权纠纷案（评选法院：安徽省高级人民法院）

【案情介绍】

霍山县某产业协会系于2003年在霍山县民政局登记成立的社会团体法人，业务范围为发展经营霍山石斛、霍山米斛系列产品，开发石斛、米斛生产基地、技术推广应用、培训，引进高新技术等。该协会于2010年11月21日获国家商标局批准，注册第7921560号  地理标志证明商标，核定使用商品（第5类）：石斛（截至）。该注册商标公告的《“霍山石斛”地理标志证明商标使用管理规则》第四条规定：申请使用“霍山石斛”地理标志证明商标的，应当按照本规则的规定，经霍山县某产业协会审核批准。第十六条规定：霍山县某产业协会是“霍山石斛”地理标志证明商标的管理机构，具体实施相关管理工作。据霍山县统计局统计数据，2021年霍山石斛全产业链实现总产值达35亿元，利税总额0.5亿元。霍山石斛经CCTV4、CCTV7、新华网、央广网、安徽卫视、中国联合商报、安徽六安新闻网、凤凰资讯网等多家媒体宣传报道。2022年6月1日，经审计：四家会员单位2017年1月1日至2021年12月31日对霍山石斛广告宣传支出合计27399251.08元。

六安开发区某特产店系于2017年9月13日注册的个体工商户，在淘宝网平台其经营的“盒礼堂食品特产店”销售网页上使用“霍山石斛”宣传销售挂面产品，在两款面类商品标题和包装盒上突出使用“霍山石斛”。霍山县某产业协会认为，六安开发区某特产店虽然经营的是挂面产品，与霍山石斛产品既不相同也不类似，但“霍山石斛”商标具有极高的知名度，六安开发区某特产店使用“霍山石斛”标志的行为，侵犯了霍山县某产业协会的商标专用权，应停止侵权并赔偿损失。

【裁判结果】

六安市中级人民法院经审理认为，案涉商标核定使用商品为石斛，该类商品

与涉诉侵权产品面条不是同一类产品，作为个案有必要对涉案商标是否驰名作出认定。《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用法律若干问题的解释》第四条规定，人民法院认定商标是否驰名，应当以证明其驰名的事实为依据，综合考虑《中华人民共和国商标法》第十四条规定第一款规定的各项因素，但是根据案件具体情况无需考虑该条规定的全部因素即足以认定商标驰名的情形除外。据此，本案霍山县某产业协会虽未提供涉案商标曾被作为驰名商标受保护的记录，但结合“霍山石斛”商标的使用宣传情况、市场声誉以及其他相关事实，该院认为霍山县某产业协会提交的在案证据可以证明涉案商标在涉诉侵权行为发生时处于驰名状态，六安开发区某特产店构成侵权。判决：六安开发区某特产店停止侵权并赔偿霍山县某产业协会 6000 元。

【典型意义】

霍山石斛作为享誉全国的名贵药材，是安徽省特色农产品，也是入选第二批中欧“175+175”地理标志互认互保候选名录产品，“霍山石斛”是知名地理标志证明商标。本案系跨类产品“搭便车”的侵权案件，只有通过驰名商标侵权判定，才能对“霍山石斛”地理标志证明商标实现跨类保护。在驰名商标认定中，一审法院充分考虑“霍山石斛”地理标志商标的具体情形，通过驰名商标认定实现对“霍山石斛”地理标志证明商标的司法保护，充分体现了司法服务保障特色产业健康发展，保护知识产权的担当。

被告人刘某某假冒注册商标罪案（评选法院：安徽省高级人民法院）

【案情介绍】

2021 年 5 月份，被告人刘某某借用任丘市某防水工程材料有限公司资质，中标中铁十六局凤台项目部中山菜市某棚户区改造相关工程，向项目部销售防水卷材(需送指定的四种品牌之一，合同价每平方 16 元)。2021 年 8 月 3 日，刘某某向项目部工地送了 50 卷防水卷材，因与采购合同规定品牌不符被退货。2021 年 8 月份，为符合合同要求，刘某某将自己制作“北新禹王”的合格证、检验证书贴在其购买的其他品牌防水卷材上，假冒“北新禹王”注册商标，将 570 卷(5700 平方)SBS 改性沥青防水卷材(经鉴定为合格产品)分两次送到工地,非法经营数额 91200 元。2021 年 8 月 30 日，凤台县市场监督管理局接到“北新禹王”注册商标权利人举报，同年 9 月 28 日将刘某某涉嫌犯罪案件移交公安机关。案发后，公安机关查扣了刘某某伪造的合格证和检测证书及 546 卷防水卷材。

【裁判结果】

淮南市大通区人民法院经审理认为，被告人刘某某未经注册商标所有人许可，在同一种商标上使用与其注册商标相同的商标，非法经营数额 91200 元，情节严重，其行为已构成假冒注册商标罪，该院依据刑法有关规定，判处被告人刘某某有期徒刑八个月，缓刑一年，并处罚金人民币六万元；公安机关查扣的伪造的合格证、检测证书及防水卷材予以没收。

【典型意义】

本案系在商品供销领域，以非正品通过贴牌冒充正品的假冒注册商标案件，具有一定的典型性和代表性。被告人刘某某采取自行伪造合格证、检验证书的方式假冒他人注册商标，犯罪手段隐蔽、情节恶劣、危害严重。该案的判决，既依法打击了假冒注册商标犯罪，警示教育指定品牌供应商要遵纪守法，也实现了对注册商标权利人的有效保护。

行为人侵权恶意可作为知识产权侵权纠纷适用法定赔偿时的惩罚性因素予以考量——广东骆驼服饰有限公司诉厦门市梦幻旅途户外用品有限公司、厦门傲风之旅户外用品有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

原告广东骆驼服饰有限公司（以下简称骆驼公司）系“”“CAMEL”“骆驼”等商标权利人，核定使用商品类别分别包括第20、22类中的“帐篷”“蒙古包”“非医用气垫”“野营用睡垫”等。经骆驼公司经营推广宣传，该公司及其前述商标在户外产业中多次获得专业协会和相关机构评定的荣誉。被告厦门市梦幻旅途户外用品有限公司（以下简称梦幻公司）在其经营的淘宝、1688店铺中的部分商品链接中使用“骆驼”“正品骆驼”字样，商品及商品介绍中使用“”“骆驼图形+sha mo camel 字母”“自由之舟骆驼”标识；被告厦门傲风之旅户外用品有限公司（以下简称傲风公司）在其经营的淘宝店铺中部分商品介绍中使用“”标识。骆驼公司以梦幻公司和傲风公司的前述行为侵害其涉案商标权为由诉至法院，请求判令两家公司停止侵权，赔偿损失等。

【裁判】

厦门中院一审认为，梦幻公司、傲风公司经营的网店中均出现“”标识，并使用“骆驼”字样。骆驼公司亦从网店中购买到出现上述标识及字样的产品。该标识与骆驼公司“”商标相比，两者均为整体头都朝左站立的骆驼图形，仅在骆驼形态、站立姿势和驼峰处有细微差别，结合骆驼公司的“骆驼”系列商标在市场上享有较高的知名度、被诉侵权产品上均使用有“骆驼”文字以及被诉侵权产品与骆驼公司注册商标核定使用商品种类相符，以相关公众的一般注意力为标准，易使相关公众认为被诉侵权商品来源于骆驼公司，或认为与涉案注册商标具有特定的联系，容易导致相关公众的混淆和误认，构成商标近似。遂判决梦幻公司和傲风公司停止侵权，连带赔偿骆驼公司经济损失（含维权开支）20万元。

骆驼公司与梦幻公司、傲风公司均不服一审判决向福建省高级人民法院提起上诉。福建省高级人民法院经审理后予以改判，将赔偿数额调整为 100 万元。

【评析】

本案涉及知识产权侵权诉讼中，如何在适用法定赔偿时引入惩罚性规则的法律问题。本案的裁判，对探索建立新的裁判规则和完善惩罚性赔偿适用体系具有积极意义。

近年来，随着国家对加强知识产权保护，维护知识产权权利人正当权益，营造公平竞争的市场环境的不断重视，保护产权、鼓励创新、打击侵权已经在全社会形成了共识。为了积极回应权利人的正当诉求，破解知识产权维权“举证难、周期长、赔偿低”等难题，人民法院始终坚持创新思维，积极探索和完善知识产权赔偿方式。惩罚性赔偿制度的建立，能够依法惩处严重侵害知识产权行为，阻遏侵权并充分补偿权利人。但因受到知识产权无形性特征和当事人举证能力有限的影响，精确计算侵权损失或者侵权获利是司法实践中的难题，造成惩罚性赔偿在实践中的适用范围有限，而法定赔偿的适用成了确定赔偿的主要方式。司法实践中，在行为人侵权故意明显、侵权情节严重的情况下，无论采用计量性方式还是裁量性方式确定赔偿数额，均可体现合理的“惩罚”。因此，人民法院在适用法定赔偿时亦可以考虑惩罚性因素，在法定赔偿幅度内从高确定赔偿数额，可称之为广义的惩罚性赔偿。

本案即在充分考虑骆驼公司权利商标的高知名度以及梦幻公司和傲风公司侵权的主观恶意和情节严重程度的情况下，给予与商标知名度相适应的强保护，并在惩戒的力度上应体现“过罚相当”的裁判导向。福建省高级人民法院适用法定赔偿方式确定赔偿数额，体现了一定的惩罚性，依法将赔偿数额从一审确定的 20 万元大幅调整为 100 万元。本案的裁判，对探索建立新的裁判规则和完善惩罚性赔偿适用体系具有积极意义。

非以销售为目的攀附驰名商标商誉的行为亦须承担商标侵权的法律后果——福建正山堂茶业有限责任公司与叶庆奇、三分之二（武夷山）包装制品有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

福建正山堂茶业有限责任公司（以下简称正山堂公司）由正山小种红茶第二十四代传承人江元勋先生创立，正山堂公司于 2014 年 5 月 7 日申请注册了第 9995129 号“**正山堂**”商标，核定使用商品为：茶、茶饮料、茶叶代用品等，有效期至 2024 年 5 月 6 日，法律状态稳定。2018 年 4 月 17 日，国家工商行政管理总局商标局认定“**正山堂**”注册商标为驰名商标，“**正山堂**”系茶行业

十分具有影响力品牌。叶庆奇为使中秋送茶礼档次提升，未经“**正山堂**”注册商标专用权人许可，于2021年9月3日、4日期间委托三分之二公司定制生产“**正山堂**”正岩肉桂、牛栏坑肉桂茶叶礼盒近百套，后被他人举报，武夷山市市场监督管理局经核查对叶庆奇、三分之二公司分别作出行政处罚，各方未能就民事赔偿达成一致意见，后正山堂公司诉至法院。

【裁判】

武夷山法院经审理后认为，叶庆奇为了攀附“**正山堂**”商标商誉，未经正山堂公司许可，委托三分之二公司定制茶叶礼盒，礼盒上使用与“**正山堂**”注册商标相同的文字，且侵权商品与该注册商标核定使用的商品属同一种类，叶庆奇明知“**正山堂**”商标商誉影响力，故意侵犯正山堂公司的商标专用权，叶庆奇的主观恶性较大，其行为符合《中华人民共和国商标法》第五十七条规定，侵犯了正山堂公司注册商标专用权。三分之二公司作为茶叶礼盒销售商，未对委托定作人叶庆奇身份进行审核，即将正山堂公司享有专用权的商标刻制在礼盒上销售，三分之二公司的行为为叶庆奇侵犯他人商标专用权提供了便利，亦符合《中华人民共和国商标法》第五十七条规定，侵犯了正山堂公司注册商标专用权。叶庆奇、三分之二公司系分别实施侵犯正山堂公司商标专用权的行为，叶庆奇在案涉侵权行为中主观侵权恶意较大，三分之二公司未尽审查义务存在过错，责任较小，应当按照侵权行为责任大小，确定各自承担相应的责任。正山堂公司诉请要求叶庆奇、三分之二公司就其侵权行为刊登不少于7个工作日的道歉声明，消除对正山堂公司的不良影响，有事实和法律依据，应当予以支持。关于赔偿数额，因案涉商品已被行政机关没收，尚未流入市场，正山堂公司提交的证据亦不足以证明其因侵权所受到的实际损失或叶庆奇、三分之二公司因侵权所获得的利益，但“**正山堂**”注册商标系驰名商标，在行业领域具有较高的知名度，叶庆奇为了攀附“**正山堂**”商标商誉，委托三分之二公司定制“**正山堂**”注册商标的茶叶礼盒，使公众产生混淆，对“**正山堂**”商标注册人正山堂公司的商誉影响较大，结合侵权商标的知名度、市场影响力以及“**正山堂**”商标注册人的商誉损失等，本院酌定叶庆奇赔偿经济损失80000元、三分之二公司赔偿经济损失30000元。武夷山法院判决叶庆奇、三分之二公司分别刊登道歉声明并赔偿相应经济损失。判决后，各方当事人服判均未提起上诉，并已积极履行。

【评析】

茶产业系武夷山的支柱产业，武夷茶更被称为致富武夷山的“一片金叶子”，

据不完全统计，武夷茶商标注册数量已破 5 万，从事茶行业的人数超过 10 万人。利益驱动下，肆意假冒知名商标扰乱武夷茶交易市场秩序的现象十分普遍。本案被告叶庆奇虽非以销售为目的委托被告三分之二公司定制侵权产品，但其攀附知名企业商标商誉的意思表示明显，一旦侵权商品作为礼品送出，仍有较大可能性进入市场流通，造成相关公众混淆，影响原告正山堂公司的合法权益，故武夷山法院经审理认为被告叶庆奇、三分之二公司构成商标侵权并无不当。本案系司法护航“三茶”统筹发展的典型案例之一，贯彻落实习近平总书记来闽考察时提出的坚持绿色发展、强化品牌意识、优化营商环境等重要指示精神。法治是营商环境最好的“优化剂”，通过本案释法说理、依法裁判，能够有效规制此类攀附知名企业商标商誉的违法行为，营造良好营商环境，护航绿色经济健康发展。

出口定牌加工中，未经商标权人许可，擅自使用他人注册商标贴牌，构成商标侵权行为——格里什科公司与天虹公司侵害商标权纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

本案诉争商标“Grishko”于 1991 年 9 月 23 日在俄罗斯联邦进行基础注册，注册编号为 99078，通过马德里协定进入中国注册，其后在中国获准注册，专用权期限自 2013 年 8 月 30 日起至 2023 年 8 月 30 日止，商标注册号为 G606346，核定使用于服装、芭蕾舞和舞蹈鞋等商品上。其注册人为“Obchtchestvo s ogranitchennoy otvetstvennostyou ‘Grishko’”。

格里什科公司在庭后向法院提交了一份由苏维埃社会主义共和国联盟苏联国家科学技术委员会、国家发明与发现委员会颁发的商标注册证（附有中文译本），编号为第 99078 号，根据该注册证的记载，该商标于 1991 年 9 月 23 日在苏联国家商标局获准注册，持有人为“舞蹈”工程生产合作社。格里什科公司庭后向本院提交了俄罗斯联邦科学、高等学校和技术政策部专利与商标委员会出具的证明文件，载明“舞蹈”工程生产合作社于 1993 年 7 月 12 日将该第 99078 号注册商标的独占使用权移交给格里什科有限责任合伙（Grishko LLP）。俄罗斯联邦专利与商标委员会全俄国家专利鉴定科学研究所于 1996 年 5 月 17 日核准格里什科有限责任合伙将第 99078 号商标转让给格里什科有限责任公司（Grishko LLC）。俄罗斯联邦国家商标和服务标志登记簿的记录显示，登记日为 2011 年 11 月 8 日，第 99078 号商标的注册有效期延长至 2021 年 1 月 11 日，商标所有权人为格里什科有限责任公司。

格里什科公司向法院提交了部分中国大陆和中国香港地区的经销商出具的声明，出具声明的落款时间为 2020 年，内容均包含与 Grishko 品牌合作多年，在中国境内销售推广该品牌的商品。格里什科公司提交的 2021 年 12 月 28 日的淘宝网搜索信息显示，在淘宝平台上开设有多家销售含 Grishko 商标芭蕾舞鞋的网店，标明商品自俄罗斯进口，按照不同的款式售价自 100 余元至 1000 余元不等。

天虹公司向法院提交的美国专利商标局网站上的信息显示，美国注册号为

3568809, 标志为“GRISHKO”的商标所有人为 I.M.威尔森股份有限公司, 申请日期为 2007 年 3 月 30 日, 注册日期为 2009 年 2 月 3 日, 首次使用日期为 1990 年 5 月 19 日, 核定使用商品第 25 类, 使用于芭蕾舞拖鞋、舞鞋等项目; 美国注册号为 3915946, 标志为“GRISHKO”的商标所有人为 I.M.威尔森股份有限公司, 申请日期为 2010 年 2 月 4 日, 注册日期为 2011 年 2 月 8 日, 首次使用日期为 1990 年 5 月 19 日, 使用于第 25 类商品芭蕾舞拖鞋、舞鞋等项目。1992 年 8 月 5 日, 格里什科公司的法定代表人 Nicolai Grishko 出具证明, 表明: “我同意 I.M. 威尔森股份有限公司在美国是商标 GRISHKO 及其商誉的所有者。我进一步同意在商标中使用我的名字”。1993 年 3 月 30 日, Nicolai Grishko 再次出具证明, 声明: “由 I.M.威尔森股份有限公司办理: 除了本人之前于 1992 年 8 月 5 日确认同意的 I·M·威尔森股份有限公司相关事宜外, 本人特此授予 I·M·威尔森股份有限公司在美国专利商标局注册 GRISHKO 商标的权利”。

2019 年 4 月 1 日, I.M.Wilson (USA) Co.Ltd 作为甲方, 天虹公司作为乙方, 于中国福建省连江县签署《独家业务合作协议》壹份, 双方约定: 乙方委托甲方在协议期间作为乙方的独家 Wilson 及/或 Grishko USA 足尖鞋生产技术提供者向乙方提供全面的技术支持、咨询服务和其他服务, 包括但不限于……(4) 为乙方提供具有竞争力价格的 Wilson 及/或 Grishko USA 鞋子、服装、附件及相关舞蹈产品订单。

根据格里什科公司的申请法院向福州海关调取了货主单位为天虹公司, 申报出口商品名称为芭蕾硬鞋或芭蕾软鞋, 商品品牌为 Grishko, 出口日期自 2019 年至 2021 年的出口报关记录。经统计, 天虹公司自 2019 年 4 月 22 日至 2021 年 10 月 5 日, 总计向美国出口 Grishko 牌芭蕾舞鞋 24 645 双, 出口申报价格总值 341 905.2 美元。格里什科公司提出诉讼请求: 1.判令天虹公司立即停止侵害格里什科公司注册商标专用权的行为; 2.判令销毁侵害格里什科公司商标权的商品; 3.判令销毁用于制造侵权商品的材料、工具; 4.认定 G606346 号商标为驰名商标; 5.判令天虹公司赔偿格里什科公司经济损失 500 万元; 6.判令天虹公司赔偿格里什科公司为调查、制止侵权所产生的合理费用 10 万元; 7.判令天虹公司承担本案的全部诉讼费用。

【裁判】

福州中院一审认为, 1.针对诉、辩双方的争议, 首先应解决的问题是天虹公司的被诉行为是否属于商标使用行为。《中华人民共和国商标法》(以下简称“商标法”)第四十八条规定: “本法所称商标的使用, 是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上, 或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中, 用于识别商品来源的行为。”依照该条规定, 商标使用指的是指在商业活动中, 将标识用于产品上, 用于识别商品来源的行为。天虹公司接受 I.M.威尔森公司委托加工舞蹈鞋产品, 并在加工时将“Grishko”标识与产品进行了物理结合, 属于在商业活动中将标识用于产品的行为。天虹公司认为基于商标权保护的地域性, 涉案注册商标覆盖的地域范围为中国境内, 被诉侵权产品未在境内销售, 相关标识不能发挥来源识别作用, 不存在混淆可能性。法院认为, 商标专用权人依据其专用权, 有权控制未经许可的商标使用行为, 以及后续的商品流通行为。

商品流通是产品生产行为的自然延伸，但二者分属于不同的商业活动环节，对每个环节的行为均应独立评价，相同的行为不能因后续行为的不同而导致不同的法律评价，例如，在产品生产环节使用商标的行为，因该产品实际未进入流通环节即认为不存在商标使用。在定牌委托加工关系中，定作人委托加工方生产产品，同时贴附标识，其目的就是令所贴附的标识在商品流通中发挥识别商品来源的作用；加工方接受定作人的委托在产品上贴附标识，其目的也是令该标识发挥识别商品来源的作用，即该标识系用于识别商品来源。天虹公司接受境外主体的委托，在中国境内加工带“Grishko”标识的产品，其行为符合我国商标法对于商标使用行为的描述，构成商标使用行为，该行为受中国商标专用权人的控制。至于所加工的商品后续未在中国境内销售，不影响其行为定性。天虹公司接受境外主体委托而在中国境内，于舞蹈鞋产品使用“Grishko”标识，与涉案 G606346 号注册商标标识相同，构成在相同商品上使用相同商标的行为。该行为是否存在混淆可能性，不以商品是否实际在中国市场上流通为前提，而应仅就该使用行为本身为判断对象。在判断过程中，以与该商品相关的普通消费者的认知能力为基础，如果普通消费者基于该商品标识传达的信息，容易误认为该商品来源于商标权人，则可以认定存在混淆可能性；如果有证据证明真实的消费者实际上不会发生混淆，则可以认定不存在混淆可能性。由于天虹公司在中国境内使用标识，在侵权判断中的普通消费者指的是中国的普通消费者。以中国境内普通消费者的认知能力为准，天虹公司在相同商品上使用相同商标，将使其产品的来源指向商标权人格里什科公司，侵害了格里什科公司的注册商标专用权。

2.在定牌委托加工关系中，加工方的商标使用行为系基于他人的委托而诱发，具有被动性与依附性，在构成商标侵权的前提下，其是否承担侵权责任，应当考虑加工方是否具有过错。天虹公司认为不存在过错，理由是 I.M.威尔森公司是“Grishko”标识美国商标的持有人，且该公司在美国注册商标是经过格里什科公司的同意授权的。法院认为，格里什科公司与 I.M.威尔森公司就 I.M.威尔森公司是否合法持有美国注册商标存在争议，该争议不属于本案的审理范围。但仅就美国专利商标局官网公开的“Grishko”商标的注册档案中，格里什科公司的 Nicolai Grishko 出具的声明书内容而言，Nicolai Grishko 仅同意 I.M.威尔森公司在美国注册并使用包含其姓名的“Grishko”商标，基于商标注册使用的地域性，显然不能认为 I.M.威尔森公司在美国之外的法域亦有权使用该商标。天虹公司是一家专业从事舞蹈鞋制造与外贸出口的经营主体，对于在该类产品上的商标品牌应属熟知，其在接受 I.M.威尔森公司的订单业务时，应当审查该公司是否有权在中国境内授权使用与他人存在争议的标识。天虹公司怠于履行审查义务，或者明知 I.M.威尔森公司无权在中国境内使用争议商标标识，均属存在主观过错，应承担相应的侵权责任。

根据格里什科公司的诉讼请求，天虹公司首先应当停止侵害注册商标专用权的行为，即停止在舞蹈鞋上使用侵害注册商标专用权的“Grishko”标识。其次，关于赔偿损失责任的承担，根据商标法第六十三条第一款的规定，本案中，格里什科公司主张按照天虹公司出口侵权产品的数量，以格里什科公司权利商品的销售单位利润 70 美元计算，主张天虹公司的赔偿数额应为 10901267 元，但格里什科公司本案仅主张 500 万元。法院认为，格里什科公司提出的赔偿计算方式系主张以权利人因被侵权所导致的销售损失作为赔偿依据，但本案的被诉侵权产品未

在中国市场上销售，格里什科公司的销售损失并未发生在中国境内，被诉侵权产品在美国境内的销售是否属于侵权行为不在管辖范围内，因此，本案中不存在以销售损失作为计算依据的前提。本案所涉及的是天虹公司未经权利人许可，在中国境内的生产过程中使用标识构成侵权行为的事实，格里什科公司的中国注册商标仅能覆盖中国境内的商标侵权行为，故赔偿范围应以中国境内的商标侵权行为给权利人造成的损失，或者侵权人的获利为准。天虹公司为境外主体代工，所代工的产品未在中国境内销售，其行为不足以导致格里什科公司在中国境内发生销售损失，本案赔偿数额的计算应以天虹公司因侵权行为所获得的利益为基准。由于格里什科公司并未举证证明天虹公司接受委托使用侵权标识的获益，本案就天虹公司的侵权获利只能采用估算的方式。根据本案查明的事实，天虹公司自2019年4月至2021年10月总计向美国出口含“Grishko”标识的侵权商品申报价值341 905.2美元，从外贸出口行业的惯例来看，该货值金额即为天虹公司自委托人处获得的报酬总额，即天虹公司的侵权行为所获得的总计收入。根据天虹公司提交的与I.M.Wilson (USA) Co.Ltd签订的《独家业务合作协议》的约定，该公司向天虹公司提供“具有竞争力价格”的订单，同时考虑到外贸出口行业总体利润较薄，且自2020年以来受到疫情冲击影响的情况，法院将其利润率酌定为15%，约合人民币327000元。格里什科公司为提起本案诉讼，制止侵权支出相关费用，考虑到其办理域外证据的公证、认证手续、调查取证费用以及聘请律师的费用，主张支出10余万元是合理的，对其主张的合理支出10万元予以支持。天虹公司应就其侵权行为赔偿格里什科公司经济损失327000元，并赔偿格里什科公司为制止侵权支出的合理费用10万元。

综上，法院依照《中华人民共和国民法典》第一百七十九条，《中华人民共和国商标法》第五十七条第一项、第六十三条第一款，《中华人民共和国民事诉讼法》第六十七条之规定，判决：一、福州天虹舞蹈鞋有限公司应于本判决生效之日起，立即停止侵犯格里什科有限责任公司G606346号注册商标专用权的行为，即立即停止生产含有“Grishko”标识的舞蹈鞋产品；二、福州天虹舞蹈鞋有限公司应于本判决生效之日起，立即销毁含有“Grishko”标识的库存舞蹈鞋，以及立即销毁含有“Grishko”标识的用于生产舞蹈鞋的材料；三、福州天虹舞蹈鞋有限公司应于本判决生效之日起七日内向格里什科有限责任公司赔偿经济损失327000元；四、福州天虹舞蹈鞋有限公司应于本判决生效之日起七日内向格里什科有限责任公司赔付合理支出100000元；五、驳回格里什科有限责任公司的其他诉讼请求。

一审宣判后，当事人均未上诉，被告方在判决生效后自动履行了判决内容。

【评析】

本案系涉外定牌加工的案件，原告系俄罗斯公司，被告系法国主体设立在中国境内的外国法人独资公司，双方之间就案涉商标在美国境内的使用发生争议，在美国销售的商品系由美国主体委托境内公司生产，原告认为该生产行为侵害其中国注册商标专用权，故提起本案诉讼。本案的判决意见认为，侵害注册商标专用权以被诉行为构成商标使用为前提，在是否构成商标使用的判断上，应当以普通消费者的认知为准。在商品生产环节中的商标使用行为以该行为是否足以使普

通消费者将其作为来源识别标志为判断标准，商品嗣后是否实际在中国境内流通对生产环节中的行为定性不产生影响。本案的审理彰显了我国严格保护知识产权的司法政策，取得了较好的法律效果和社会效果。

行政与司法保护“三同步”，协同、高效救济权利人合法权益——“味全”商标侵权纠纷系列案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

味全食品工业股份有限公司（以下简称味全公司）是台湾一家大型食品企业，系第1381590号注册商标权利人。2022年4月，味全公司发现平潭多家食杂品店未取得其授权许可，销售假冒“味全”注册商标的商品，遂投诉至平潭综合实验区市场监督管理局要求查处违法行为并起诉至平潭综合实验区人民法院，提出商标侵权民事赔偿。其中黄某某为牟取非法利益，明知所售卖的“味全”高鲜味精系假冒商标产品，仍以明显低于市场价格销售给平潭当地多家食杂店、冻品店等；龚某某明知黄某某所售卖的“味全”高鲜味精系假冒商标产品，仍从黄某某处购进并对外出售。案件处理涉及行政处罚、行政调解及司法确认等司法程序。

【裁判】

平潭综合实验区人民法院与区市场监督管理局依据《关于建立知识产权行政与司法保护“三同步”工作指引（试行）》（以下简称《工作指引》），在行政处罚作出前，依当事人申请，由区市场监督管理局知识产权调解机构就当事人之间侵权赔偿数额、停止侵权等民事责任争议同步组织调解。根据《工作指引》双方若能达成调解协议，行政机关在作出行政处罚的幅度范围内，同步进行违法行为综合评判，可给予从轻或者减轻处罚。经调解，权利人与全部侵权人均达成调解协议，并履行完毕。之后，依双方当事人申请，区市场监督管理局向法院人民调解平台提交相关材料，实验区法院于同日作出裁定确认调解协议有效。

【评析】

“味全”商标侵权纠纷系列案，是实验区法院在“三同步”工作机制指引下，高效完成的全省法院首批涉台知识产权行政调解司法确认系列案件。该系列案件的处理，是实验区各单位在“三同步”机制指引下合作、联动、协同的具体实践，真正实现了协同处理、高效办理、诉源治理。区市场监督管理局依据全省首创《关于建立知识产权行政与司法保护“三同步”工作指引（试行）》，针对达成调解协议且首次侵权的企业或个人，给予从轻或减轻行政处罚，有力促成双方当事人达成调解协议，权利人无需再进行诉讼维权，实现高效便捷低成本维权，有效破解知识产权“维权难”问题。同时，对经申请的行政调解协议，法院同步进行司法确认，既保障行政执法的快捷性、有效性，同时实现行政调解与司法确认流程衔接。该工作机制的建立与完善是推进知识产权行政保护与司法保护程序协同的有益实践探索。

对涉行业元素标识的仿冒混淆认定，可结合行业主体声明、标识创造和运用情况等决定是否对该标识予以专有保护以及保护强度的高低——厦门铸远教育科技有限公司与厦门元林教育咨询有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

厦门铸远教育科技有限公司（以下简称铸远公司）成立于 2013 年 5 月 6 日，主张就涉案商标和涉案图标享有权益。涉案商标为第 20214494 号和第 20214475 号“APOIT”商标，由铸远公司经注册取得。涉案图标由“符合 APOIT 标准”“accfun 技术支持”“中国企业财务管理协会会计职业教育专业委员会研制”字样及线条组成。根据中国企业财务管理协会会计专业委员会、中国贸促会商业行业委员会出具的函件，APOIT 标准为会计职业导向互动式高效教学标准，由中国贸促会商业行业委员会与铸远公司共同牵头组织；铸远公司作为中国企业财务管理协会会计专业委员会（又称：会计职业教育专业委员会）的理事单位，经中国贸促会商业行业委员会授权，依据 APOIT 标准计划及相应教材开展评价工作并出具书面评价函，APOIT 标准教材由铸远公司旗下品牌会计乐（英文名小写：accfun）提供技术支持；鉴于铸远公司在 APOIT 标准研制过程中作出突出贡献，铸远公司被认定涉案图标的设计者、所有权人。铸远公司诉称，厦门元林教育咨询有限公司（以下简称元林教育公司）、厦门元林财务管理有限公司（以下简称元林财务公司）、林祥令未经授权，将涉案图标使用在抖音、微信平台上的会计培训类短视频及课程中。根据公证取证的网络页面，抖音平台上的课程合计售出 3,598,484.3 元；根据元林教育公司和林祥令的自认，微信平台上的课程合计售出 5,527.5 元。铸远公司认为三被告的行为侵害了铸远公司的“APOIT”注册商标专用权并构成不正当竞争，请求判令三被告停止侵权、消除影响、赔礼道歉，共同赔偿铸远公司经济损失 5,000,000 元以及为制止侵权所支付的合理开支等。

【裁判】

厦门中院经审理认为，涉案图标与涉案商标差异明显，所传达的乃描述性信息，不具有商品来源的识别意义，故三被告的行为不构成商标侵权。判定三被告是否构成不正当竞争的前提是铸远公司是否有权就涉案图标主张权益。在与涉案图标有利害关系的行业协会均出具声明称该图标归铸远公司所有的情况下，结合其研制过程、使用目的、使用场景以及与 APOIT 相关的标准评价、人才培养、教材出版等方面呈现出较为封闭、排他的特点，可认定涉案图标并非行业通用标志，而是为铸远公司专有并具有一定影响的商业标识，故三被告的行为构成不正当竞争。铸远公司请求三被告停止侵害、消除影响和赔礼道歉，但未举证证明其必要性，故不予支持。鉴于铸远公司未举证证明其因侵权所受损失或侵权人因侵权所获利益，本案适用法定赔偿。赔偿金额的考虑因素包括侵权行为的持续时间、规模、被告主观意图、维权合理开支等，也包括依附于行业协会的涉案图标的影响力、涉案图标对课程销售的贡献度均相对有限等因素，酌定三被告就抖音平台上的侵权行为连带赔偿铸远公司经济损失 300,000 元，元林教育公司和林祥令就微

信平台上的侵权行为连带赔偿铸远公司经济损失 500 元。

【评析】

本案系网络视听行业飞速发展、知识付费行业竞争日趋激烈的背景下出现的新类型案件，被诉侵权行为辐射面广，主要关涉被告在抖音和微信平台的会计培训类短视频、知识付费课程中使用含有行业元素的标识是否构成商标侵权及不正当竞争。本案的处理为如何认定经营者是否有权就含有行业元素的标识主张权益，如何认定该等标识的影响力及其对侵权获利的贡献度并据此合理判定赔偿金额等提供了裁判思路，既有效保障了经营者合法权益，也有助于引导形成良性竞争秩序、规范行业发展。

行为人无正当理由对权利商标中的地名元素进行使用，易造成市场混淆的，构成不正当竞争——厦门兴茂贸易有限公司诉厦门易朗浦进出口有限公司、漳州山姆食品有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

厦门市鼓浪屿食品厂有限公司系第 1571341 号及第 3847042 号“鼓浪屿”商标的权利人，该公司将涉案两个商标许可原告厦门兴茂贸易有限公司（以下简称兴茂公司）使用，并授权其以自己的名义进行涉案商标权及有关不正当竞争的维权。淘宝店铺“鼓浪屿老字号官方集合店”由被告厦门易朗浦进出口有限公司（以下简称易朗浦公司）经营，该店铺首页标注有“鼓浪屿老字号 老字号 伴手礼”等字样，商品分类上方标注有“鼓浪屿寻味指南”字样，商品列表上方标注有“鼓浪屿老字号联名款”字样，部分商品名称前冠有“鼓浪屿老字号”字样，商品图片上标注有“鼓浪屿”字样。被诉侵权产品为“鼓浪屿团圆饼”，该产品有“鼓浪屿老字号”字样，产品手提袋、包装盒等显著位置突出使用“鼓浪屿”字样。被诉侵权产品由易朗浦公司委托被告漳州山姆食品有限公司（以下简称山姆公司）生产。兴茂公司以易朗浦公司和山姆公司的前述行为侵害其涉案商标权及构成不正当竞争为由，请求判令两家公司停止侵权，赔偿损失等。

【裁判】

厦门中院一审认为，涉案商标中的“鼓浪屿”虽为地名，但经兴茂公司长期在馅饼商品上使用并宣传推广，积累了较高的知名度，已不再是作为地名的第一含义，而是获得了区分商品来源的第二含义。易朗浦公司在经营的“鼓浪屿老字号官方集合店”的网店及被诉侵权产品上突出使用“鼓浪屿”标识的行为侵害了兴茂公司涉案商标专用权。山姆公司未经许可在生产馅饼商品及包装上使用“鼓浪屿”标识，亦构成商标侵权。另外，被诉侵权“鼓浪屿团圆饼”非鼓浪屿岛上的特产，商品生产地址也并非位于鼓浪屿，易朗浦公司使用“鼓浪屿”字样命名涉案网店为“鼓浪屿老字号官方集合店”，并销售包括被诉侵权“团圆饼”在内的数十种与鼓浪屿的地理因素或人文因素不相关的商品，容易导致相关公众

误认为涉案网店的商品均来自鼓浪屿，违反了诚实信用原则，扰乱了市场竞争秩序，该行为构成不正当竞争。山姆公司的住所地在福建省龙海市，其在生产的“团圆饼”上使用“鼓浪屿老字号”字样，同样不具备正当理由，违反了诚实信用原则，亦构成不正当竞争。一审法院判决易朗浦公司和山姆公司停止侵权，并承担相应的赔偿责任。

兴茂公司和易朗浦公司均不服一审判决向福建省高级人民法院提起上诉。福建省高级人民法院经审理后维持了一审法院有关侵权成立的认定。

【评析】

本案涉及行为人对权利商标中的地名元素进行使用是否构成不正当竞争的判定问题。商标法第五十九条规定，注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有的地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。该条款对商标的正当使用进行了原则性规定，司法实践中认定行为人的使用行为是否正当，应主要围绕使用意图、使用方式、使用效果等方面进行审查。关于使用意图，是指行为人是出于描述、说明产品的目的善意使用相关标识，还是出于攀附他人商誉的不正当竞争意图使用他人商标。关于使用方式，要构成正当使用，不但应为描述产品形状、特点、产地等所必要，而且在使用方式上应当正当合理，这可以参考商业、行业惯例或专业协会的意见进行判断。关于使用效果，为尽可能减少市场混淆，应当将“不构成混淆”作为正当使用的一个成立要件，以此促使行为人更加规范谨慎地使用描述性词汇。另外，注册商标的显著性、知名度、历史因素也是正当使用认定时需要考虑的其他因素。本案中，涉案商标由“鼓浪屿”文字组成，虽然“鼓浪屿”系福建省厦门市的 5A 级景区，但经过权利人及兴茂公司的长期推广宣传和经营使用，已使“鼓浪屿”文字在馅饼商品上具有了较高的知名度，获得了区分该类商品来源的作用。涉案商标权利人厦门市鼓浪屿食品厂有限公司系经营糕点的企业，兴茂公司经该公司授权使用涉案商标，而易朗浦公司委托山姆公司加工被诉侵权产品，并在天猫平台经营销售月饼等产品的网店，与涉案商标权利人及兴茂公司之间存在市场竞争关系。本案并无证据证明被诉侵权的月饼系鼓浪屿岛上的特产，易朗浦公司和山姆公司的经营地址非位于鼓浪屿，易朗浦公司在涉案网店中销售的其他商品也与鼓浪屿的人文、地理因素无关，故易朗浦公司将其网店名称设置为“鼓浪屿老字号官方集合店”以及山姆公司在其生产的被诉侵权产品上使用“鼓浪屿老字号”字样，主观上均不具有正当使用“鼓浪屿”文字的意图，该使用方式也非必要，有违诚实信用原则，且容易使人联想到涉案“鼓浪屿”品牌，构成不正当竞争。

当标识相同的商标和企业字号由同一主体享有时，两类标识的知名度可相互辐射——厦门优迅高速芯片有限公司与大连优迅科技股份有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

厦门优迅公司成立于 2003 年 2 月，同年 9 月变更为现有企业名称，经营范

围包括集成电路产品及相关电子器件的研究开发和生产。2020年3月28日，厦门优迅公司取得第39984972号“优迅”商标，核定使用商品项目为第9类的半导体、集成电路、芯片等。经过多年持续研发投入和稳定经营，厦门优迅公司已在光通信领域申请、获得近百项专利技术成果，具有较为深厚的技术积淀，参与多项国家通信行业标准的制定，承担科技部863计划通信技术开发项目并取得阶段性成果，获得为数众多的国家、省、市级科学技术荣誉或表彰。大连优迅公司成立于2017年12月28日，经营范围包括集成电路、半导体光电器件、电子元件、集成电路模块、网络通信产品的技术开发、制造、加工、销售及技术服务等。大连优迅公司在其官方网站、招股说明书申报稿、展览会以及宣传册上突出使用“优迅”“优迅科技”字样。

【裁判】

厦门中院认为，厦门优迅公司提交的证据可证实，自2003年9月起，该公司即使用“优迅”作为企业字号，并至迟在2016年之前，在经营活动中以显著醒目方式使用“优迅”标识，并于2019年提出“优迅”商标注册申请并获准注册，“优迅”既是该公司的企业字号，也是其注册商标。厦门优迅公司在经营过程中，既将“优迅”作为企业字号使用，又将“优迅”作为其重要的注册商标标识来使用，两者相互作用、相互促进，特别是“优迅”企业字号经过厦门优迅公司长期、广泛地持续使用和宣传推广，已经在相关公众中取得了较高的知名度和市场认可度，“优迅”字号的知名度可辐射到其注册商标，从而使“优迅”商标也具有了较高的市场知名度。涉案商标核定使用的商品类别与大连优迅公司的光通信产品的商品类别相同，销售渠道和客户群体交叉重叠，在功能用途、应用场景、生产部门等方面，亦构成相同或类似。大连优迅公司在其官方网站、招股说明书申报稿、展览会以及宣传册上突出使用“优迅”“优迅科技”字号的行为，上述使用行为属于将被诉侵权标识用于商品、包装、广告宣传等商业活动中，用于识别商品来源的行为，容易导致相关公众混淆误认，构成对厦门优迅公司涉案注册商标专用权的侵害。

厦门优迅公司的企业字号经过十几年的使用宣传，在光通信领域已具有较高的知名度和影响力，已经与厦门优迅公司的产品建立起紧密联系。大连优迅公司的经营范围涉及芯片、半导体、集成电路等，与厦门优迅公司的经营范围和产品存在交叉重叠，具有较强的竞争关系。“优迅”为臆造词汇，显著性较强，大连优迅公司与厦门优迅公司同为光通信领域的从业者，其实际控制人廖传武原任职的公司大连藏龙光电子科技有限公司的母公司武汉光迅科技股份有限公司与厦门优迅公司有着长期的业务往来关系，且二者的部分客户群体相同，大连优迅公司对厦门优迅公司企业字号及其知名程度应当有所知晓。尤其是随着我国经济社会的快速发展，不同区间的人员、信息等资源的交流与流动愈加频繁，越来越突破地理环境的限制，在此情况下，大连优迅公司在注册企业名称时理应对“优迅”二字作出合理避让，以免引起市场混淆，但大连优迅公司仍将与厦门优迅公司涉案企业字号相同的文字作为其字号进行登记，并在商业活动中予以使用，具有攀附厦门优迅公司企业名称商誉的意图，容易导致相关公众认为大连优迅公司与厦门优迅公司之间存在关联关系。大连优迅公司的上述行为违反了诚实信用原则，损害了厦门优迅公司的市场利益，扰乱了正常的市场秩序，构成不正当竞争。

行为。据此厦门中院综合考虑涉案企业字号、商标的知名度、大连优迅公司实施侵权行为的主观过错、侵权行为影响程度以及厦门优迅公司支出的合理开支等因素，判决大连优迅公司停止商标侵权行为，停止使用包含有“优迅”字样的企业名称，并酌定大连优迅公司就其商标侵权和不正当竞争的行为赔偿厦门优迅公司经济损失（含合理费用）合计 100 万元。

大连优迅公司不服提起上诉，福建高院经审理后判决驳回上诉，维持原判。

【评析】

注册商标与企业字号的保护，应该分别适用商标法、反不正当竞争法的相关规定。当标识相同的商标和企业字号由同一主体享有时，两类标识在知名度上是否可以互相辐射，关涉同一主体的相关商业标识权益能否得到妥善保障，但相关法律规定及审判实践并未予以明确。本案明确了两类商业标识的知名度可以相互辐射，对于加强商业标志保护，科学合理界定商业标识权益的权利边界与保护范围，打击“搭便车”“傍名牌”等行为起到积极示范作用。

模仿他人有一定影响的商品包装，足以造成混淆，构成不正当竞争——原告三养食品（上海）有限公司与被告河北华统食品有限公司、泉州泉港育智百货商行侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】



三养食品(上海)有限公司(以下简称“三养公司”)经三养食品株式会社授权取得第 21685377 号“”商标、第 29303332 号“”商标的普通许可使

用权，同时有权自行就涉及上述商标的知识侵权行为以及不正当竞争行为开展维权活动。三养公司经调查发现，由河北华统食品有限公司（以下简称“华统公司”）生产、泉州泉港育智百货商行（以下简称“育智商行”）销售的华统火鸡面包装显著位置使用了与第 29303332 号“”商标极其近似的商标图案，

侵犯其注册商标专用权。同时，华统火鸡面的外包装与三养公司已有一定影响的商品包装极为近似，构成不正当竞争。故三养公司向法院提起诉讼，请求判令华统公司停止侵权、销毁库存，同时赔偿三养公司经济损失 99 万元。华统公司辩称，案涉包装属于火鸡面的通用包装，不具有显著性，其行为不构成侵权，请求驳回三养公司的诉讼请求。

【裁判】

泉州市泉港区人民法院经审理认为，本案的主要争议焦点在于案涉包装是否构成反不正当竞争法所保护的“有一定影响的商品包装”。三养食品株式会社自 2016 年起在搜狐、腾讯、网易、新浪等各大媒体平台对三养火鸡面进行了持续

宣传推广，且三养火鸡面在京东、淘宝等网购平台上有较大的销售数量和购买评论，足以认定三养火鸡面享有较高的知名度。三养火鸡面的包装整体以黑色为主基调，包装由左上角的“SAMYANG 三养”标识、左侧的喷火小鸡图案、右上方的盛有方便面的平底锅图案、右下方的红色韩文字样及黄色中文“火鸡面”字样等要素组成，将各设计要素进行富有美感的独特排列组合，使其具有与其他品牌的方便面包装相区别的显著特征。三养火鸡面所使用的包装因其在文字、图案、色彩等构成要素的排列组合上具有独特性，视觉效果突出，具有显著特征，且经过多年的持续使用和大量宣传，已足以使相关公众将上述包装的整体形象与三养公司的三养火鸡面商品联系起来，具有识别商品来源的作用，应当属于反不正当竞争法第六条第一项所保护的“有一定影响的商品包装”。火鸡面作为一种方便食品，在包装材质与包装图案、颜色、文字、布局的排列组合上有很大的设计自由度。从被诉侵权商品所使用的包装来看，整体以黑色为背景，包装正面印有喷火鸡、平底锅、红色及黄色的文字，总体的颜色、图案大小、布局近似，仅喷火鸡细节、平底锅中的内容物、文字内容等局部存在差异，就整体构图与各辨识度要素来看，被诉侵权商品包装与三养火鸡面的包装构成近似。由于三养火鸡面具有较高的知名度，在相关公众施以一般注意力的情况下，足以造成公众对被诉侵权商品的来源产生误认。华统公司擅自模仿他人有一定影响的特有商品包装，具有攀附三养火鸡面的主观意图，客观上足以使相关公众产生混淆，扰乱了正常的市场秩序，其行为构成不正当竞争。据此，判令华统公司停止侵权、销毁库存侵权产品，同时赔偿三养公司经济损失（含）合理费用 45 万元。本案一审判决后，双方当事人均未上诉。

【评析】

商品的包装通过向消费者传达商品的品质 and 企业的商誉，在长期的使用过程中，极易在消费者群体中形成较高的知名度，使得相关消费者能够通过该包装与某种特定商品联系起来。对他人具有识别商品来源意义的有一定影响的商品包装，进行足以引起市场混淆、误认的全面模仿，构成不正当的市场竞争。本案综合考虑案涉商品的销售时间、销售区域、销售额以及宣传推广的持续时间、范围、程度、形式等因素，准确把握反不正当竞争法第六条第一项所规定的“有一定影响的商品包装”，对于同类案件合理认定行业通用包装具有一定的参考价值，有利于依法保护经营者的合法权益、维护市场竞争秩序。

推销正品使用商标应以真实合理、适度必要为限，超出商品范围的不合理过度使用，构成对商标权人的不正当竞争——台州莹行网络科技有限公司诉秀屿区埭头洪丽敏果蔬经营部商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：福建省高级人民法院）

【案情】

台州莹行公司注册了第 26757851 号“贾不假 JIABUJIA”商标，核定使用在第 25 类上，包括鞋等，商标在有效期内。商标权人台州莹行公司在淘宝上开设了“贾不假鞋坊”店铺销售带有“贾不假”标识的鞋子。被告洪丽敏果蔬经营部

在淘宝开设了“贾不假家鞋坊 eur35”，销售了带有“贾不假”标识的鞋子。原告确认其公证购买到的商品系正品，原告未向法院提交公证封存物。原告台州莹行公司向法院提出诉讼请求：1.判令被告立即停止侵犯原告第 26757851 号“贾不假”注册商标专用权的行为；2.判令被告立即停止不正当竞争行为，包括但不限于擅自抓取原告店铺的商品信息（包括商品名称、宣传图片等）、宣传其为原告的经销商误导公众等；3.判令被告赔偿原告损失及合理维权费用支出共计 15 万元；4.判令本案的诉讼费用由被告承担。

【裁判】

莆田中院一审认为，一、关于“被告的行为是否构成对原告第 26757851 号“贾不假 JIABUJIA”注册商标专用权的侵犯”的问题。商品商标作为一种具有识别性的标识，其最主要的功能在于标识商品来源，从而引导消费者购买其认可的商品，即帮助商品提供者与消费者在市场上建立起重要的联系。该种联系是标注相同商标的商品具有同一来源，一般不指向商品的具体销售者。本案中原告公证购买到的商品，经其确认系正品。虽然原告主张被告存在真假混卖的行为，但未能举证被告的具体真实销售数量超过被告从原告经营的“贾不假鞋坊”淘宝店铺进货的数量，且即使销售数量超过亦不能排除被告有其他的进货渠道，故原告主张被告存在真假混卖的行为缺乏依据，不予支持。据此，被告销售正品的行为不会割裂原告与标注了“贾不假”商标的商品的联系。被告在利用网站销售原告正品时，在网站上使用“贾不假”商标的行为客观上能起到指示商品来源的作用，就具体商品而言，并没有妨碍商标功能的发挥，不构成对原告注册商标专用权的侵害。至于被告利用网络销售原告商品的模式是否会造成原告商标专用权的其他损害。原告正品进入流通领域后，一般情况下，原告不能禁止他人再次销售该商品，即商标权利用尽。在被告未对商品本身进行任何改动的情况下，被告利用网络对该商品进行再次销售的行为，即使价格高于原告销售的价格，也并不会导致原告本已用尽的商标权被重新激活。原告虽在其官方网站及对外宣称系正品，但被告通过合法途径取得原告商品并利用网络销售的行为并不受原告商标权的约束。综上，被告通过网站销售原告正品并在案涉网站上使用“贾不假”系列标识的行为不构成对原告第 26757851 号“贾不假 JIABUJIA”（核定使用在第 25 类上）注册商标专用权的侵犯。二、关于“被告的行为是否构成不正当竞争”的问题。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019 年修正，下同）第二条规定，“经营者在生产经营活动中，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，遵守法律和商业道德”。第六条第一项、第四项规定，“擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识”“其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为”均构成不正当竞争。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第一条规定：“在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉的商品，应当认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“知名商品”。人民法院认定知名商品，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行任何宣传的持续时间、程度和地域范围，作为知名商品受保护的情况等因素，进行综合判断。首先，从台州莹行公司经营的“贾不假鞋坊”淘宝店铺页面编排及内容等审查系较为常见的电商页面，台州莹行公司没有证据证明其经营的淘宝店铺的装潢设计等系其独创使用、具有区别商品来源的显著特征且具有一定影响力；其次，将原告经营的网店页面

与被告经营的网店页面比较,从页面编排、版式设计等内容上审查,两者有一定区别。故原告关于其网络店铺装潢具有独创性及形成一定影响力受《反不正当竞争法》的保护及被告网络店铺装潢与其近似的主张,本判均不予采纳。《反不正当竞争法》同时规定在市场交易中,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,遵守公认的商业道德。任何经营主体为推销商品,在销售过程中使用商品的商标标识、图片及文字介绍,均应以真实、合理、适度、必要为限。本案中,被告销售正品的行为不构成侵权,但是其将所经营的淘宝店铺名称命名为“贾不假鞋坊 eur35”,与原告自主经营的淘宝店铺名称“贾不假鞋坊”,在名称上存在高度近似,且其在店铺首页或者从事经营活动的主页面醒目位置上也未公开真实的主体信息而宣称系“贾不假”品牌官方网站的行为,容易使相关公众误以为“贾不假鞋坊 eur35”系原告自主经营或者与原告存在授权许可关系,该行为已经超过了上述真实、合理、适度、必要的限度,属于《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第四项规定的“其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为”。同时,被告主观上具有引人误解其网站为原告经营或原告授权经营的故意,客观上实施了上述行为,亦违背了《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规定的诚信原则。综上,原告主张被告上述行为构成不正当竞争有事实和法律依据,应予以支持。三、关于“被告是否应当承担相应的民事责任”的问题。侵权责任承担的方式包括停止侵害、排除妨碍、消除危险、赔偿损失、赔礼道歉、消除影响等,故原告要求被告停止不正当竞争行为及赔偿损失的请求,予以支持。被告应当将其网络店铺名称予以变更,使得相关公众清楚其与原告之间不存在关联经营关系。由于被告的行为不构成对原告注册商标专用权的侵犯,故原告要求被告停止在其网站内的销售行为的诉讼请求,不予支持。关于赔偿数额。综合考虑本案具体情况,酌定被告须赔偿原告 12000 元(含合理支出)。据此,判决如下:一、被告秀屿区埭头洪丽敏果蔬经营部(经营者洪丽敏)于本判决生效之日起立即变更其在淘宝平台上经营的“贾不假家鞋坊 eur35”网店名称;二、被告秀屿区埭头洪丽敏果蔬经营部(经营者洪丽敏)于本判决生效之日起十日内赔偿原告台州莹行网络科技有限公司经济损失 12000 元(含合理支出);三、驳回原告的其他诉讼请求。

莆田中院一审判决后,双方均未提起上诉。本判现已生效。

【评析】

商品一经售出,商标权利人对商品上的商标权利已经用尽,销售商销售正品的行为不会割裂商标权利人与标注了权利商标商品的联系,不当认定为商标侵权。但,超过商品范围的使用可能构成对商标权人的不正当竞争。《中华人民共和国反不正当竞争法》规定在市场交易中,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则,遵守公认的商业道德。任何经营主体为推销商品,在销售过程中使用商品的商标标识、图片及文字介绍,均应以真实、合理、适度、必要为限。本案中,被告销售正品的行为不构成侵权,但是其将所经营的淘宝店铺名称命名为“贾不假鞋坊 eur35”,与原告自主经营的淘宝店铺名称“贾不假鞋坊”,在名称上存在高度近似,且其在店铺首页或者从事经营活动的主页面醒目位置上也未公开真实的主体信息而宣称系“贾不假”品牌官方网站的行为,容易使相关公众误以为“贾不假鞋坊 eur35”系原告自主经营或者与原告存在授权许可关系,该行为已

经超过了上述真实、合理、适度、必要的限度，属于《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第四项规定的“其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为”。同时，被告主观上具有引人误解其网站为原告经营或原告授权经营的故意，客观上实施了上述行为，亦违背了《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规定的诚信原则。综上，原告主张被告上述行为构成不正当竞争有事实和法律依据，法院予以支持。本案对正品销售商的合理使用商标限度、超出商标侵权领域的不正当竞争行为有典型的参照意义。

品牌授权方应对被授权人侵害他人知识产权承担共同赔偿责任著作权侵权纠纷案（评选法院：江西省高级人民法院）

陈某与江西凌渲电子商务有限公司、武汉猫人云商科技有限公司著作权侵权纠纷案（一审：江西省抚州市中级人民法院（2021）赣 10 民初 491 号民事判决书）

【裁判要旨】

商标权人与商标被许可使用人遂约定被诉侵权产品侵犯他人知识产权的与商标权人无关，但商标权人对被诉侵权产品在上架销售前是否侵犯他人知识产权进行了审查，且商标许可使用费按照被诉侵权产品销售额的一定比例进行计算，该被诉侵权产品侵犯他人著作权的，商标被许可使用人与商标权人应承担共同侵权责任。

【基本案情】

原告陈某创作完成了一系列美术作品并取得《作品登记证书》。被告武汉猫人电子商务公司（以下简称猫人公司）与被告江西凌渲电子商务有限公司（以下简称凌渲公司）签订的授权协议约定：猫人公司授权凌渲公司使用涉案猫人商标；若由于凌渲公司所生产的产品引起知识产权纠纷，凌渲公司应当承担一切侵权费用；凌渲公司在产品生产前需要向猫人公司提供产前封样、工艺单进行产品产前确认。猫人公司在被诉侵权产品上架前进行了审查。陈某从淘宝网凌渲公司经营的“猫人服饰旗舰店”店铺购买四种被诉侵权产品，第一种产品每件 3 条，月销量 1011 件，该产品上架时间为 2020 年 8 月 13 日，下架时间 2021 年 8 月 1 日；第二种产品每件 3 条，月销量 456 件，该产品上架时间为 2021 年 5 月 27 日，下架时间为 2021 年 8 月 14 日；第三种产品每件 2 条，月销量 26 件，该产品上架时间为 2021 年 6 月 16 日，下架时间为 2021 年 8 月 1 日；第四种产品每件 3 条，月销量 42 件，上架时间为 2021 年 6 月 17 日，下架时间为 2021 年 7 月 29 日。凌渲公司确认其在网页销售产品上的图案与陈某享有著作权的作品近似。被诉侵权产品标牌上载明品牌方为猫人公司等。凌渲公司主张被诉侵权产品每盒的利润是 8—10 元。陈某认为凌渲公司、猫人公司存在生产销售侵权产品的行为，请求法院判决凌渲公司、猫人公司共同承担赔偿责任 455540 元并承担合理维权费用。

一审法院经审理认为，凌渲公司销售了被诉侵权产品，且其当庭自认销售的

被诉侵权产品上的图案与陈某享有著作权的美术作品近似，凌渲公司应承担侵权赔偿责任。猫人公司授权凌渲公司使用其商标，从天猫店铺“猫人服饰旗舰店”和产品上标牌均让购买者有理由相信猫人公司系被诉侵权产品的提供者。虽然在凌渲公司和猫人公司签订的协议中约定了若凌渲公司侵犯了他人知识产权应承担一切经济 and 法律责任，但猫人公司对授权产品有“产前确认”，其中包括对产品的专利、商标、著作权的查新，即其对产品的知识产权有审查的义务和责任。而且，商标许可使用费按照被诉侵权产品销售额的一定比例进行计算，故猫人公司应对案涉的著作权侵权行为与凌渲公司共同承担赔偿责任。被诉侵权产品上包含“猫人”商标和涉案作品著作权等多个知识产权。猫人公司确认“猫人”商标使用费为2元/条，“猫人”作为内衣的知名品牌，“猫人”商标的知识产权贡献率应高于陈超设计图案的著作权，故酌定以1.5元/条确定为案涉作品著作权许可使用费。陈某主张以每年6月为夏季上市时间，计算截止至2021年7月底，被诉侵权产品总销售量为 $(1011 \text{ 件/月} \times 3 \times 14 \text{ 月}) + (456 \text{ 件/月} \times 3 + 26 \text{ 件/月} \times 2 + 42 \text{ 件/月} \times 3) \times 2 \text{ 月} = 45554 \text{ 条}$ 。夏季的销量应为全年销售量的峰值，法院酌定按峰值的一半作为全年平均销售量，即凌渲公司销售的被诉侵权产品为 $45554 \text{ 条} \div 2 = 22777 \text{ 条}$ ，结合每条1.5元的著作权许可使用费，凌渲公司应承担的侵权费为34165.5元 $(22777 \text{ 条} \times 1.5 \text{ 元/条} = 34165.5 \text{ 元})$ 。判决凌渲公司和猫人公司停止侵权，共同赔偿陈某经济损失34165.5元和合理开支1635元。

【典型意义】

本案例是品牌授权方对被授权方侵犯他人著作权承担共同赔偿、商品包含多个知识产权进行精细化计算赔偿金额的典型案例。本案例中销售商、生产商均不是商标权人，在销售商与商标权人约定商标权人不承担侵犯他人知识产权责任的情况下，本案对商标权利人责任承担的情形做了较清晰的分析，判决销售商和商标权人承担共同侵权责任。同时，本案查清了单个被诉侵权产品的总利润和单个被诉侵权产品中商标许可使用费的价格后，分析涉案商标和著作权在被诉侵权产品中的作用，参考商标转让许可使用费的价格，酌定出合理的单个被诉侵权产品涉案著作权的价格，精细化计算出本案的侵权赔偿数额。本案处理反映了知识产权侵权赔偿数额体现知识产权市场价值、严格保护知识产权的司法导向。

涉“SPALDING”篮球商标侵害商标权纠纷案（评选法院：江西省高级人民法院）

SGG利是高有限公司、斯伯丁体育用品（中国）有限公司与南昌伟众实业有限公司、南昌斯帕林电子商务有限公司、南昌百动体育用品有限公司、晁双燕、袁星侵害商标权纠纷案（一审：江西省南昌市中级人民法院（2021）赣01民初641号民事判决书；二审：江西省高级人民法院（2022）赣民终127号判决）

【裁判要旨】

对网络销售侵害知识产权产品案件，应以打击侵权源头为原则，在查明侵权产品销量、销售额、权利人利润率等事实基础上，依法明确区分制造者、销售者、

连带责任人、共同侵权人等各知识产权侵权主体的责任，并根据案件事实合理确定制造者、销售者就侵权商品单笔销售承担侵权责任的比例。

【基本案情】

SGG 利是高有限公司（以下简称利是高公司）、斯伯丁体育用品（中国）有限公司（以下简称斯伯丁公司）分别系篮球相关商品“SPALDING”商标的商标权人、排他性许可使用人。南昌伟众实业有限公司（以下简称伟众公司）在天猫及拼多多两家店铺、南昌斯帕林电子商务有限公司（以下简称斯帕林公司）和南昌百动体育用品有限公司（以下简称百动公司）在各自拼多多店铺分别销售伟众公司制造的“SAINRANG”等标识的篮球 8380 件、26982 件、28506 件、187 件。晁双燕系斯帕林公司的一人股东，袁星帮助上述拼多多三家店铺发货，伟众公司曾因销售上述侵权商品受到行政处罚，且其申请注册“SAINRANG”等商标亦曾被不予注册或被宣告无效。利是高公司、斯伯丁公司起诉请求伟众公司、斯帕林公司、百动公司、晁双燕、袁星承担侵害涉案商标权责任。

二审法院经审理认定，本案构成商标侵权，晁双燕应与斯帕林公司承担连带赔偿责任，袁星构成帮助侵权，商标权利人因侵权行为受到的实际损失为销量 $64055 \times \text{平均销售单价 } 71 \times \text{利润率 } 10\% = 454790.5$ （元），并对制造商和销售商，按照各承担侵权商品单笔销售造成损失的 60%、40% 计算出伟众公司、斯帕林公司、百动公司分别应承担损失赔偿额 373302.38 元、80957.04 元、531.08 元，因伟众公司构成恶意重复侵权对其适用 1 倍惩罚性赔偿，判令公司一人股东晁双燕与斯帕林公司承担连带责任，酌定共同侵权人袁星连带承担侵权人部分责任，并酌定本案维权合理开支 10 万元。二审法院最终判决提高赔偿金额至 93 万元。

【典型意义】

本案例是对网络销售侵害他人商标权产品赔偿责任精细化计算并适用惩罚性赔偿的典型案。本案涉案商标在篮球行业具有一定的影响力，在篮球商品上使用被诉侵权标识，容易让相关公众认为二者存在某种联系，产生混淆，且被诉侵权人申请注册被诉侵权标识被宣告无效或驳回，亦曾因使用被诉侵权标识被行政处罚，法院认定该行为构成商标侵权，并针对网络销售数量、金额及多主体侵权特点，依法确定制造商、销售商、连带责任人、共同侵权人责任，从高认定制造商的侵权责任比例，精细化计算权利人侵权损失并适用惩罚性赔偿，保护了权利人的合法权利，平衡了商标权利人、侵权人和社会公众的利益，彰显了人民法院依法加大惩罚力度，进行溯源打击，服务和保障营商环境优化升级的职能作用。

涉网上销售“仁和”药品商标侵权及不正当竞争案（评选法院：江西省高级人民法院）

江西中进药业有限公司与长春市靠山庄大药房连锁有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（一审：江西省宜春市中级人民法院（2022）赣 09 知民初 26 号民事判决书）

【裁判要旨】

在电商平台上使用他人商标作为检索引流关键词，并在商品名称、商品详情中擅自使用他人商标，但实际销售第三方同类药品的行为，构成对他人商标的商标性使用，构成商标侵权。擅自他人商品的外包装、说明书等图片为第三方同类商品做宣传的行为，有违诚信原则与商业道德，构成不正当竞争。

【基本案情】

仁和（集团）发展有限公司（以下简称仁和公司）是“仁和”注册商标的权利人。经授权，江西中进药业有限公司（以下简称中进公司）负责涉案“仁和”牌药品的包装设计、商标授权及独家经销，并可单独提起商标诉讼。长春市靠山庄大药房连锁有限公司（以下简称长春靠山庄大药房）在拼多多平台店铺内销售“爱力生”牌某药品时，擅自使用“仁和”作为检索引流关键词，并在商品名称、商品主图、商品详情中擅自使用“仁和”字样及“仁和”牌药品的外观包装等图片。后中进公司向长春靠山庄大药房出具律师函，要求其立即停止侵权及不正当竞争行为，删除侵权图片和链接。长春靠山庄大药房收函后，删除了“仁和”牌药品的网页宣传图片，但并未删除案涉链接，在商品名称和商品详情（参数）页中仍保留“仁和”字样。中进公司认为长春靠山庄大药房的行为构成商标侵权和不正当竞争，故诉至法院，并主张适用惩罚性赔偿。

一审法院经审理认为，长春靠山庄大药房在拼多多平台上使用“仁和”作为检索引流关键词，并在商品名称、商品详情中擅自使用“仁和”商标，但实际销售“爱力生”牌药品（第三方同类药品）的行为，构成对“仁和”商标的商标性使用，构成商标侵权；同时，其擅自“仁和”牌药品的外包装、说明书等图片为第三方同类药品做宣传，并其在商品详情中说明“爱力生”牌药品与“仁和”牌药品为同品同厂同批号同效果产品的行为，有违诚信原则与商业道德，构成不正当竞争。关于赔偿金额的认定，在长春靠山庄大药房未举证证明涉案侵权药品的销量及利润的情况下，参考中进公司的主张和提供的证据，根据侵权商品销售量与注册商标商品的单位利润乘积确定赔偿额为 353800 元。同时考虑长春靠山庄大药房与中进公司曾有业务往来，在收到要求立即停止侵权的律师函后，依然存在侥幸心理与攀附行为，利用“仁和”商标引流，继续实施侵权和不正当竞争行为，主观恶意明显，侵权行为严重，依法适用惩罚性赔偿，判令长春靠山庄大药房承担赔偿数额一倍的惩罚性赔偿款及合理维权费用共计 712702 元。

【典型意义】

本案例系网络环境下销售药品利用他人商标宣传产品、设置关键词引流的典型案例。此种恶意引流、虚假宣传、货不对板的现象，扰乱了数字经济营商环境，不仅侵犯了权利人的商标权益，分流了原属于权利人的市场，也侵犯了广大消费者的知情权与自主选择权。本案将其定性为商标侵权与不正当竞争，在权利人向侵权人发出停止侵权的通知、侵权人仍未完全停止行为后，适用惩罚性赔偿，体现了对数字赋能行业中知识产权严保护的司法理念，有助于为数字经济发展营造

公平竞争的市场环境。

“环球”商标侵权案（评选法院：山东省高级人民法院）

原告：烟台环球机床装备股份有限公司（简称环球公司）

被告：呼和浩特众环（集团）有限责任公司（简称众环公司）等

【案情摘要】

环球公司系“环球”商标权人，该商标系烟台机床附件厂于 1958 年注册，后根据商标法于 1984 年续展注册，经多次续展、转让，环球公司受让成为“环球”商标权人。“环球”商标权人持续许可众环公司在卡盘商品上使用“环球”商标至 2019 年 12 月 2 日。许可到期后，众环公司仍然继续使用“环球”商标。环球公司认为众环公司的上述行为侵害其“环球”商标权，请求法院判令众环公司停止侵权并赔偿经济损失。法院经审理认为，虽然“环球”商标由烟台机床附件厂 1958 年注册后，权利人几经变更，但持续使用至今，“环球”商标权益一直延续。根据商标法规定，商标法施行前已经注册的商标继续有效。涉案商标申请注册日应为 1958 年。众环公司未能提交有效证据证明其在 1958 年之前使用过涉案商标，其在先使用抗辩不能成立。众环公司在商标使用许可到期后仍然继续使用的行为侵害了“环球”商标权。法院判决众环公司停止侵权并赔偿经济损失。

【典型意义】

本案系依法认定商标法施行前注册商标权利有效期间的新类型商标侵权案件。商标法施行前已经注册的商标继续有效，只要该商标持续使用，并在商标法施行后续展注册，该商标权益一直延续，亦不受商标权人变更的影响，并且该商标申请注册日应为商标法施行前商标注册人申请注册商标之日。本案的裁判，通过对商标法施行前注册商标权利的延伸保护，全面保护了商标权人的合法权益，体现了加大知识产权保护力度的司法导向。

一审法院审判人员：法官于兰、人民陪审员张少棠、人民陪审员迟荣庚，书记员滕欣宇。

二审法院审判人员：法官于志涛、法官柳维敏、法官张金柱，法官助理赵有芹，书记员闫旭冉。

“肛泰”商标侵权案（评选法院：山东省高级人民法院）

原告：烟台荣昌制药股份有限公司（简称荣昌公司）

被告：延安市宝塔区温王医药科技有限公司（简称温王公司）

被告：桂林极致医药科技有限公司（简称极致公司）

被告：徐某泽等

【案情摘要】



荣昌公司系“肛泰”“”商标权人。温王公司、极致公司在其生产销售的被诉侵权药品上使用了“肛泰”及小红人标识，徐某泽系极致公司的监事及股东。荣昌公司认为温王公司、极致公司、徐某泽共同实施了侵权行为，应共同承担赔偿责任，请求法院判令温王公司、极致公司停止侵权，徐某泽与温王公司、极致公司共同赔偿经济损失 100 万元。法院经审理认为，极致公司成立后，徐某泽作为法定代表人的案外人金典公司委托温王公司生产痔得肛泰商品，但其外包装仿冒荣昌公司生产的荣昌肛泰小红人等外包装，被行政处罚；徐某泽还申请了“包装盒（肛泰七）”外观设计专利，被诉侵权药品上使用的包装装潢与上述外观设计专利基本相同，且均含有被诉标识；徐某泽还称其创作了“调皮小孩”形象，但创作时间在涉案商标注册之后，且该形象与被诉小红人标识基本一致。综合上述事实，徐某泽系与温王公司、极致公司共同实施了被诉侵权行为，应共同承担赔偿责任。法院判决温王公司、极致公司停止侵权，徐某泽与温王公司、极致公司共同赔偿经济损失 100 万元。

【典型意义】

本案系正确认定公司高管与公司构成共同侵权，全额支持权利人赔偿诉求的典型案件。法院明确了公司高管明知或应知其控制或管理的公司所实施的行为构成商标侵权，但仍然控制或管理公司实施上述行为的，公司高管与公司构成共同侵权。本案的裁判，对商标侵权案件中公司高管侵权行为的认定进行了有益探索，充分保护了商标权人的合法权益，对从源头上遏制侵权行为具有积极意义。

一审法院审判人员：法官王建梅、人民陪审员齐志玉、人民陪审员孙传玲，书记员王怡茜。

二审法院审判人员：法官于志涛、法官柳维敏、法官张金柱，法官助理马强，书记员邢晓宇。

“老板”商标侵权及不正当竞争案（评选法院：山东省高级人民法院）

原告：杭州老板电器股份有限公司（简称杭州老板公司）

被告：深圳高端厨卫老板电器有限公司（简称深圳老板公司）等

【案情摘要】

杭州老板公司系“老板”商标权人。深圳老板公司在其生产销售的被诉侵权燃气灶等商品上使用“老板”标识，并将“老板”文字作为企业字号使用。杭州老板公司认为深圳老板公司上述行为侵害其涉案商标权并构成不正当竞争，请求法院判令深圳老板公司停止侵权并赔偿经济损失 500 万元。法院经审理认为，深圳老板公司的被诉侵权行为侵害涉案商标权并构成不正当竞争，应承担停止侵权及赔偿损失的民事责任。关于赔偿数额，杭州老板公司主张根据深圳老板公司侵权获利计算赔偿数额，并提交了相关初步证据，而深圳老板公司拒不提供证明其侵权获利的财务账簿资料，法院根据相关证据记载的侵权商品销量、侵权持续时间及杭州老板公司年报公布的企业净利润率等信息，确定深圳老板公司侵权获利已超过杭州老板公司主张的数额。法院判令深圳老板公司停止侵权并赔偿经济损失 500 万元。

【典型意义】

本案系精细计算赔偿数额，加大损害赔偿力度的典型案件。对权利人已经提供侵权人获利的初步证据，而侵权人无正当理由拒不提供真实账簿资料的，法院可以根据权利人的主张和提交的相关证据，通过分析侵权商品的单价、数量、利润等因素，精细计算侵权人获利。本案的裁判，有效运用举证妨碍规则强化了严格保护的法律效力，对破解“举证难”“赔偿低”等问题进行了有益探索。

二审法院审判人员：法官柳维敏、法官于志涛、法官张金柱，法官助理张琼，书记员丁艳奇。

“Haier”假冒注册商标罪、销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：山东省高级人民法院）

公诉机关：山东省青岛市即墨区人民检察院

被告人：孙某林、林某、张某祥、王某、苟某、刘某、王某红

【案情摘要】

孙某林、林某、张某祥未经权利人许可，从王某处购买其生产的带有“Haier”注册商标的板材，非法生产带有“Haier”注册商标的橱柜。苟某、刘某、王某红未经权利人许可，从孙某林等人处购买假冒“Haier”注册商标的橱柜加价销售给他人。法院经审理认为，孙某林、林某、张某祥、王某的行为均构成假冒注册商标罪，苟某、刘某、王某红的行为均构成销售假冒注册商标的商品罪，判处孙某林有期徒刑四年，并处罚金一百七十万元；判处林某有期徒刑四年，并处罚金一百七十万元；判处王某有期徒刑三年，并处罚金八十万元；判处张某祥有期徒刑三年，缓刑三年，并处罚金一百二十万元；判处苟某有期徒刑三年，缓刑三年，并处罚金十万元；判处刘某有期徒刑一年，缓刑一年，并处罚金五万元；判处王某红有期徒刑六个月，缓刑一年，并处罚金七万元。

【典型意义】

本案系对侵犯知识产权的被告人判处有期徒刑并处罚金的刑事案件。本案的裁判，综合运用主刑和附加刑，不仅对假冒注册商标的被告人判处有期徒刑予以严惩，同时从经济层面施以重罚，有力震慑了侵犯知识产权的犯罪行为，是山东法院知识产权案件“三合一”审判机制改革的生动实践。

一审法院审判人员：法官张涛、人民陪审员刘成爱、人民陪审员秦作满，书记员卢敏。

二审法院审判人员：法官刘圣林、法官徐友仁、法官王燕，法官助理王冠宇，书记员许郑楠。

陈某申、钱某城、王某冉销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：河南省高级人民法院）

〔河南省濮阳市中级人民法院（2022）豫09刑初15号刑事判决书、河南省高级人民法院（2022）豫刑终378号刑事裁定书〕

【案情摘要】

2019年8月至2021年5月22日，被告人陈某申、钱某城伙同他人，明知是假冒注册商标的商品，在福建省莆田市城区利用微信等网络平台招揽联系客户，采取快递邮寄的方式，向河南省濮阳市等全国多地销售假冒“耐克”、“阿迪达斯”等品牌注册商标的鞋子，销售金额共计34259724.75元。2020年5月至2021年6月，被告人王某冉从陈某申、钱某城等人处购进总金额共计950067元的假冒“耐克”、“阿迪达斯”等品牌注册商标的鞋子，利用微信等网络平台招揽联系客户，向河南省濮阳市等全国多地进行销售。一审法院认定陈某申、钱某城、王某冉犯销售假冒注册商标的商品罪，判处陈某申有期徒刑五年六个月，并处罚金人民币1800万元；判处钱某城有期徒刑三年十个月，并处罚金人民币1720万元；判处王某冉有期徒刑三年，缓刑四年，并处罚金人民币50万元。一审宣判后，陈某申、钱某城提起上诉，二审经审理维持原判。

【典型意义】

保护知识产权就是保护创新。充分发挥刑事审判职能，对于牟利性侵犯知识产权犯罪，在经济上有力惩处，在没收违法所得的基础上，依法适用罚金刑，判处累计3000多万元的高额罚金，提高犯罪成本，剥夺犯罪分子再犯能力，本案的处理体现了人民法院严厉惩处知识产权犯罪，依法保护创新的裁判导向。

河南花花牛乳业集团股份有限公司与河南郑牛生物科技有限公司等商标权

属纠纷案（评选法院：河南省高级人民法院）

〔河南省郑州市中级人民法院（2021）豫 01 知民初 1103 号民事判决书、河南省高级人民法院（2022）豫知民终 194 号民事判决书〕

【案情摘要】

河南花花牛乳业集团股份有限公司（以下简称花花牛集团）系河南域内知名乳企，“花花牛”字号以及在先注册的含有“花花牛”字样的商标至今已经持续使用二十余年，具有较高知名度。河南郑牛生物科技有限公司（以下简称郑牛公司）等四公司利用其在后注册的商标，无效了花花牛集团多枚新标识在“牛奶饮料（以奶为主）”商品项目上的注册，并生产多款名称中含有“花花牛”字样的乳饮料，且在产品上同时印制其自有的注册商标及花花牛集团的近似标识。郑牛公司是其余三家公司的母公司或关联公司。花花牛集团诉称郑牛公司等四公司未经其许可在相同或类似商品上使用近似标识的行为，侵害了其注册商标专用权，且四家公司构成共同侵权，应当承担连带责任。郑牛公司等四公司辩称被诉侵权产品上使用被诉侵权标识是对其注册商标的合法使用，不构成商标侵权，四公司承担连带责任没有法律依据。一审法院认为郑牛公司等四公司行为侵犯花花牛集团商标专用权，且构成共同侵权，共同赔偿花花牛集团经济损失及维权合理开支合计 200 万元。双方不服提起上诉，二审法院认为被诉侵权产品与花花牛集团核定使用商品系相同或类似商品，被诉侵权标识与花花牛集团的注册商标构成近似，且位于产品显著位置，起到区分商品来源的作用，属于商标性使用。此外，被诉侵权标识改变了郑牛公司注册商标的显著特征，不应视为对其注册商标的规范使用。因此，郑牛公司等四公司的行为侵害了花花牛集团的商标专用权，且四公司间存在高度关联，构成共同侵权，应当承担连带责任。判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

花花牛集团系河南境内知名乳企，其注册商标及企业字号，经过长期市场经营与宣传，在乳制品行业具有较高的市场知名度和美誉度。郑牛公司等四公司在乳酸菌饮料、乳酸菌饮品等多款产品上附加在先注册商标的近似标识，意图达到混淆商品来源，攀附在先注册商标商誉的目的，给商标权人和消费者的利益造成损害。该案着眼当事人双方诉讼纠葛多年的实际情况，坚持来源混淆的判定标准，对共同实施商标侵权行为准确识别和打击，防止被诉侵权人反复侵害权利人合法权益。该案对审理隐蔽式商标侵权案件具有指导意义，亦体现了打击商标侵权对保护消费者利益和维护竞争秩序的内在价值。

京山市粮食行业协会与武汉什湖知音粮油食品有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：湖北省高级人民法院）

一审案号：湖北省武汉市中级人民法院（2021）鄂 01 知民初 11363 号民事判决书

二审案号：湖北省高级人民法院（2022）鄂知民终 483 号民事判决书

案由：侵害商标权纠纷

原告（被上诉人）：京山市粮食行业协会、湖北国宝桥米有限公司

被告（上诉人）：武汉什湖知音粮油食品有限公司

【裁判要旨】

1.证明商标的注册人及取得授权的被许可人，基于各自享有的独立诉权，选择分别起诉抑或共同起诉均不违背法律强制性规定，至于在诉讼中如何依法公平合理确定侵权人的民事责任及应否平衡各权利主体间的权利冲突，则属案件实体审理问题。2.商标法意义上的通用名称实质与是否具有指代特定商业来源的识别功能紧密相关。对地理标志证明商标中的产品名称是否属通用名称的判定，不能等同于普通商标审查标准，而应审查其是否具有履行地理标志的基本功能。当其不具有识别地理来源而成为代指某一类产品的名称时，宜认定属通用名称，反之如该术语依旧能够履行指示地理来源的功能，则不宜认定为通用名称。

【基本案情】

京山市粮食行业协会于 2008 年 7 月 28 日注册取得第 5251319 号“京山桥米”证明商标，核定使用商品为第 30 类“米”，经续展有效期至 2028 年 7 月 27 日。2018 年 4 月 20 日，京山市粮食行业协会与湖北国宝桥米有限公司签订《“京山桥米”证明商标使用许可合同》，并于 2021 年 7 月 28 日出具《“京山桥米”维权授权书》，授权湖北国宝桥米有限公司开展涉案商标知识产权维权事宜，有权在授权期限内以自己名义就侵害商标权及与之相关的不正当竞争行为提起民事诉讼。2021 年 8 月 6 日，湖北国宝桥米有限公司通过公证取证方式固定被诉侵权行为，公证书显示，武汉什湖知音粮油食品有限公司在京东网开设的店铺上有“优道桥米”和“优选桥米”商品销售，证据保全所购商品包装袋正反面均印有“优道桥米”标识和“什湖”注册商标，包装袋上标注的产品名称为优道桥米，产地为湖北省武汉市，生产厂家为武汉什湖知音粮油食品有限公司。京山市粮食行业协会、湖北国宝桥米有限公司据此认为武汉什湖知音粮油食品有限公司侵犯了“京山桥米”地理标志证明商标专用权，向一审法院提起诉讼。

一审法院认为，“京山桥米”证明商标中的“京山”指县级行政区域京山市（县）；“桥”指京山市（县）辖区内的孙桥镇；“米”指大米。在实际使用中，相关消费者也经常用“桥米”指代“京山桥米”，“桥米”二字具有较高知名度。被诉“优道桥米”“优选桥米”侵权标识，容易使相关消费者误认为该商品出产于京山桥米特定种植区域具有特定品质的大米，构成商标侵权。武汉什湖知音粮油食品有限公司不服提起上诉。二审法院认为，证明商标的注册人及取得授权的被许可人，基于各自享有的独立诉权，选择分别起诉抑或共同起诉均不违背法律强制性规定。商标法意义上的通用名称实质与该名称是否具有指代特定商业来源的识别功能紧密相关，案涉证明商标中的“桥米”名称可以指示地理来源，能够

将产自该地理来源的地域性特色产品与其他产地产品相区分，满足地理标志的基本功能，不宜被认定为通用名称。被诉“优道桥米”“优选桥米”标识完整包含了“桥米”二字，虽然相关公众不会对该大米的具体生产商或销售商产生混淆，但足以使相关公众误认该商品是“京山桥米”地理标志商品或源于“桥米”所标识的特定区域。

湖北省高级人民法院判决：驳回上诉，维持原判。

【点评】

本案涉及地理标志证明商标通用名称的认定等问题。在现有规定不甚明确和当事人争议较大的情况下，本案并未简单机械照搬地理标志产品名称由“地理名称”和“通用产品名称”构成之规定径行作出认定，而是立足于地理标志证明商标的基本功能并区别于普通商标审查标准，明确了对地理标志证明商标中的产品名称是否属通用名称，应以其是否具有履行地理标志基本功能作为判断标准。本案的处理不仅厘清了案涉“桥米”标识作为地理标志证明商标与作为普通商标注册使用的不同商标识别功能，有效保护了案涉“京山桥米”地理标志证明商标，而且从全新的角度确立了地理标志证明商标通用名称的裁判标准，丰富了对该法条具体判定规则的适用，对于地理标志证明商标的保护极具典型性和指导性意义。

北京微播视界科技有限公司与襄阳企飞科技有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：湖北省高级人民法院）

一审案号：湖北省襄阳市中级人民法院（2020）鄂 06 知民初 181 号民事判决书

二审案号：湖北省高级人民法院（2021）鄂知民终 671 号民事判决书

案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷案

原告（被上诉人）：北京微播视界科技有限公司

被告（上诉人）：襄阳企飞科技有限公司、湖北企飞信息科技有限公司

【裁判要旨】

同为互联网服务经营者，明知抖音平台用户服务协议内容、各项功能、商业模式及影响力，却针对抖音 APP 研发群控软件，系利用技术手段通过影响用户选择或者其他方式，实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为，实质上是利用抖音 APP 的市场成果，为自己谋取商业机会，从而获得竞争优势，此种“搭便车”行为，违反商业道德和诚实信用原则，为反不正当竞争法所禁止；既损害了同业竞争者的合法权益，又对行业正常经营秩序以及消费者的合法权益构成损害，应依法承担相应民事责任。

经营者的宣传信息在损害赔偿证明中具有推定作用,在无相反证据证明的情况下,经营者应当承担基于宣传所产生的事实推定后果,相关宣传可以作为计算损失的依据。

【基本案情】

原告北京微播视界科技有限公司系抖音 App 运营方,对抖音用户资源、短视频资源、商业模式等享有合法的竞争权益,且经授权使用“抖音”“”等商标并进行维权。被告襄阳企飞科技有限公司、湖北企飞信息科技有限公司研发、制造、运营、宣传、推广、销售的“巨量推”“新 E 粉云控”等针对抖音 App 的群控营销软件利用技术手段模拟真人行为,批量控制抖音账号,实现抖音养号、自动点赞、自动关注、自动评论、自动私信、自动@引流、自动互粉等功能。原告认为涉案群控营销软件需依附于其运营的抖音 APP,利用原告的市场成果,谋取商业机会从而获得竞争优势,双方之间存在竞争关系,两被告实施涉案群控软件的行为妨碍、破坏抖音产品和服务的正常运行,违反商业道德,违背诚实信用原则,构成不正当竞争行为。两被告未经许可,在涉案群控软件的宣传材料中大量使用“抖音”“”等商标,不正当地借助了抖音的知名度及良好声誉吸引消费者,导致公众混淆,侵犯了原告的注册商标专用权,故提起诉讼。

被告襄阳企飞科技有限公司、湖北企飞信息科技有限公司未经权利人许可以营利为目的,明知“抖音”商标具有巨大商业价值,在开发、销售被诉群控软件过程中,在相同商品/服务上擅自使用与“抖音”“”注册商标相同的文字、图形标识,攀附涉案商标的知名度,容易导致相关公众误以为被告或涉案群控软件与原告或“抖音”存在合作、授权等关系,其行为已构成侵犯注册商标专用权。

《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条规定,经营者利用网络从事生产经营活动,应当遵守本法的各项规定。经营者不得利用技术手段,通过影响用户选择或者其他方式,实施妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。被告襄阳企飞科技有限公司、湖北企飞信息科技有限公司研发、制造、运营、宣传、推广、销售的涉案“巨量推”“新 E 粉”群控软件,存在针对抖音 App 的群控行为,其行为的实质是利用微播视界公司抖音 APP 的市场成果,对消费者进行不正当诱导,破坏微播视界合法的经营模式,减少其交易机会和经济收益,为自己谋取商业机会,从而获得竞争优势,构成不正当竞争。湖北省襄阳市中级人民法院判决,两被告立即停止不正当竞争行为和商标侵权行为;登报致歉声明,消除影响;赔偿原告经济损失及合理费用共计 167.869 万元。两被告不服,提起上诉。湖北省高级人民法院判决:驳回上诉,维持原判。

【点评】

本案是互联网领域的一种新型不正当竞争行为,具有典型意义。彰显了人民

法院充分发挥司法规范作用，大力弘扬诚实信用等社会主义核心价值观，以裁判理性引领科技向善，鼓励科技企业为科技创新贡献智慧和力量，增强对诚实信用等社会主义核心价值观的行为认同，立足审判守护创新。

常国强、张宗义等假冒注册商标罪案（评选法院：湖北省高级人民法院）

一审案号：湖北省武汉市江岸区人民法院（2021）鄂 0102 知刑初 34 号刑事判决书

案由：假冒注册商标罪

公诉机关：武汉市江岸区人民检察院

被告人：常国强、张宗义等

【裁判要旨】

假冒注册商标罪在上下游链条式共同犯罪的认定上，应当充分考虑被告人参与犯罪的环节和程度，即主观上整体犯罪意图的概括故意及部分犯罪行为与危害结果之间的因果关系，对从犯认定采取相对宽松的认定标准，依法从轻、减轻处罚。被告人假冒注册商标的行为同时侵害不特定多数人人身、财产安全，损害公共利益，检察机关提起刑事公诉时一并提起附带民事公益诉讼的，人民法院应当依法受理，并依照公益诉讼法律规定追究违法者的法律责任。刑事附带民事公益诉讼当事人可以自行和解，若达成和解协议，人民法院应当将协议内容进行公告，公告期间不得少于三十日。公告期满后，人民法院经审查，和解协议不违反社会公共利益的，可以出具调解书。

【基本案情】

2021 年 5 月初，被告人张宗义联系被告人常国强定制 100 箱（每箱 6 瓶）假冒“茅台”酒，后委托他人从茅台镇订购 600 斤酱香型白酒用作原料酒。2021 年 5 月 6 日，常国强用张宗义向其支付的钱款从被告人徐革清处购买“茅台”包装材料，包括空酒瓶、物流码、标识、瓶盖、防伪胶帽、外包装手提袋、识别芯片、防伪识别器、外箱防伪标签等。其后，徐革清指使被告人孙海波将上述包装材料运送至常国强制假窝点。随后，常国强伙同被告人王雪萍在制假窝点，采取往“茅台”空瓶中灌装原料酒、加盖瓶盖、粘贴商标及条形码，用电吹风加热收紧胶冒封口、套外包装等方式生产假冒“贵州茅台”酒。

2021 年 5 月 17 日，湖北省武汉市公安局联合湖北省市场监督管理局综合执法处的工作人员，对上述制假窝点进行检查，当场查获假冒 53 度贵州茅台酒 495 瓶，上述假冒产品货值金额共计 738630 元。上述查获酒品的外包装、独立瓶包装、酒瓶、瓶盖等多处标有“贵州茅台酒”“MOUTAI”“茅台”标识。经抽样检验，酒瓶内液体甲醇含量不合格。

2021年10月26日，湖北省武汉市江岸区人民检察院向湖北省武汉市江岸区人民法院提起公诉，指控被告人张宗义、常国强、徐革清、王雪萍、孙海波犯假冒注册商标罪。公诉机关同时提起附带民事公益诉讼，认为被告常国强等人生生产大量白酒，没有取得市场监管部门相应的许可，属无证经营，且查获的茅台酒甲醇含量不合格，其行为侵害了不特定消费者的合法权益，损害社会公共利益，根据相关法律规定，请求判令被告常国强、张宗义、王雪萍、徐革清、孙海波承担销毁涉案物品的费用。

湖北省武汉市江岸区人民法院判决：一、被告人张宗义犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑三年六个月，并处罚金四十万元。二、被告人常国强犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑三年六个月，并处罚金四十万元。三、被告人徐革清犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑三年六个月，并处罚金四十万元。四、被告人王雪萍犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑一年六个月，缓刑二年，并处罚金八万元。五、被告人孙海波犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑一年，缓刑一年六个月，并处罚金五万元。六、扣押的假冒注册商标的商品及犯罪工具，由公安机关予以没收。

刑事附带民事公益诉讼部分，被告对附带民事公益诉讼请求无异议，与附带民事公益诉讼原告达成和解协议。湖北省武汉市江岸区人民法院将和解协议进行公告，公告期满后，经审查，协议内容不违反社会公共利益，湖北省武汉市江岸区人民法院依法出具调解书：一、被告常国强、张宗义、徐革清、王雪萍、孙海波共同承担假冒注册商标物品的销毁费用共计8000元。其中被告常国强、张宗义、徐革清分别承担2000元，被告王雪萍、孙海波分别承担1000元。二、被告常国强、张宗义、徐革清、王雪萍、孙海波在协议签署后30日内支付上述销毁费用。调解书已及时履行完毕。

【点评】

该案是我省首例知识产权刑事附带民事公益诉讼案。该案的高质效审理，既严厉打击了侵犯知识产权刑事犯罪，弘扬了社会主义核心价值观，也为知识产权审判领域公益诉讼的司法裁判规则进行了多维度的探索和实践。在程序安排上，注重效率。公益诉讼原告请求判令被告承担侵权物品销毁费用，考虑到这一诉讼请求与刑事部分审理紧密相关，为打牢公益诉讼审理基础，湖北省武汉市江岸区人民法院将刑事制裁与公益责任承担合并审理，在查明刑事部分案件事实的基础上，组织附带民事公益诉讼原、被告进行证据交换和法庭辩论，并对被告行为所具有的危害不特定多数人人身、财产安全，损害社会公共利益的情节进行法治教育，推动公益诉讼双方达成和解。在实体处理上，突出效果。将刑事认罪认罚制度与民事公益诉讼的调解相结合。从宏观角度评判被告人违背诚实守信的社会主义核心价值观、生产假冒注册商标专用权的白酒的行为所具有的社会危害性，充分肯定被告在公益诉讼中自愿赔偿的态度，同时依据双方和解协议内容，依法出具刑事附带民事公益诉讼调解书。该案宣判后，五名被告人均服判息诉，公益诉讼部分及时自动履行。湖北日报、武汉政法等媒体聚焦报道，对该案办理所体现出的司法担当予以充分肯定。

湖北福康生茶叶有限公司与宜昌市夷陵区综合行政执法局行政处罚案（评选法院：湖北省高级人民法院）

一审案号：湖北省宜昌市三峡坝区人民法院（2022）鄂 0591 知行初 2 号行政判决书

案由：行政处罚

原告：湖北福康生茶叶有限公司

被告：宜昌市夷陵区综合行政执法局

【裁判要旨】

商标注册人不以使用 and 实际需要为目的，大量注册与他人享有较高知名度的商标相同或相似的商标后，大量挂牌销售，该行为违背了诚实信用原则，也违反了商标法有关商标注册的规定，属于恶意注册商标，给予行政处罚。

【基本案情】

2009 年 4 月 28 日，湖北福康生茶叶有限公司（以下简称福康生公司）登记成立，住所地宜昌市夷陵区港虹路 2 号，经营范围主要是茶叶分装销售。2021 年 4 月 29 日，福康生公司住所地变更为武汉市江汉区中山大道 307、309 号中电·武汉电子广场/栋 A 座 1 层/室 1097、1098 号。经查，福康生公司自 2014 年 4 月并未在原登记的住所开展经营活动，新登记的住所截至 2021 年 10 月 27 日尚未装修开门经营。同时，该公司也没有纳税记录。通过在中国商标网检索，2019 年 12 月至 2021 年 4 月期间，福康生公司作为申请人的商标有 81 件。中华商标超市、好听商标网截图显示，福康生公司将“林檎茶”“屈原故里”“神农溪”“土佬憨”等商标在该交易平台出售。2018 年 12 月 24 日，福康生公司将其所有的第 15820975 号“白鹿毛尖”商标以 6.5 万元转让给五峰白鹿毛尖茶业有限公司。福康生公司仅将其注册的“山水风”等 10 个商标投入使用到产品实物、照片、包装中，其余注册商标均未投入使用。

宜昌市夷陵区综合执法局经立案调查后认为，福康生公司在多个类别的商品和服务上采用打擦边球的方式大量申请注册与稻花香公司和他人享有较高知名度品牌相同或近似的商标达 296 件（《规范商标注册申请行为若干规定》施行后申请的商标数为 81 件），并在网络平台大量兜售商标，扰乱了正常的商标注册管理秩序。福康生公司提交的部分商标投入使用的包装图片等证据仅为象征性或应付性使用，不能证明其注册大量商标的真实使用意图。福康生公司申请注册“稻香浓”等商标的行为违反了《商标法》第四条“不以使用为目的的恶意商标注册申请”的规定，构成了不以使用为目的的恶意申请商标注册行为。2022 年 1 月 5 日，夷陵区综合执法局作出夷综执罚决[2022]020002 号行政处罚决定书，依据《商

标法》第六十八条第四款“对恶意申请商标注册的，根据情节给予警告、罚款等行政处罚”和《规范商标注册申请行为若干规定》第十二条“对恶意申请商标注册的申请人依法实施行政处罚时，由申请人所在地或违法行为发生地县级以上市场监督管理部门很久情节给予警告、罚款等行政处罚”及行政处罚法的相关规定，决定责令福康生公司立即改正违法行为，给予警告处罚，并处罚款 8000 元。福康生公司不服夷陵区综合执法局的行政处罚，遂提起行政诉讼。

湖北省宜昌市三峡坝区人民法院认为：《规范商标申请注册行为若干规定》于 2019 年 12 月 1 日施行，该规定施行后至原告住所地 2021 年 4 月 29 日搬离宜昌市夷陵区，原告共申请注册商标 81 件。被告认为原告对“稻香浓”等注册商标没有使用的主要理由是：1.原告没有经营场所；2.原告没有纳税记录；3.原告在商标网上挂卖兜售商标。针对经营场所，被告提交了夷陵区市场监督管理局的现场调查笔录，该笔录显示原告于 2014 年 4 月后搬离了登记的住所地夷陵区港虹 2 号，被告还提交了武汉市江汉区市场监督管理局受其委托对原告经营场所的现场调查笔录，该笔录显示原告住所地截至 2021 年 10 月 27 日尚未装修；原告认为被告的理由不属实，亦提交了租赁合同、物业费交费收据、开业照片，湖北省宜昌市三峡坝区人民法院认为原告在没有提交付款凭证的情况下不能证明其实际租赁了涉案经营场所。针对纳税情况，被告提交了宜昌市夷陵区税务局的调查报告，报告载明原告没有纳税登记。原告对此未做回应。针对出售商标，被告提交了“好听商标网”“中华商标超市”的网络截图，能够证实原告在网上销售其所有的注册商标。原告认为销售商标系他人侵权所为，并非原告本意。原告提交的投诉回复仅记录“涉诉产品下架，调解成功”，若原告大量商标被他人盗卖，原告的维权程度不应止于“产品下架”，该证据的证明目的与常理不符，湖北省宜昌市三峡坝区人民法院对原告该份证据及意见不予采信。原告申请注册的 81 件商标中，除去被驳回、异议、撤回和不予变更的后还有 47 件。即使原告庭审中提交的实物证据均属实，则原告实际使用的商标也仅有 10 件，对剩余 37 件商标原告没有提交相关证据证实其申请是以使用为目的。据此，湖北省宜昌市三峡坝区人民法院认为原告申请注册的商标中存在部分商标不以使用为目的。根据《商标法》第四条的规定：“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回。”《规范商标申请注册行为若干规定》第三条第一项的规定：“申请商标注册应当遵循诚实信用原则。不得有下列行为：（一）属于商标法第四条规定的不以使用为目的恶意申请商标注册的……”原告的行为违反了上述法律法规的规定。综上，被诉行政行为证据确凿，适用法律法规正确，符合法定程序，原告的诉讼请求不能成立，应予驳回。湖北省宜昌市三峡坝区人民法院判决：驳回原告湖北福康生茶叶有限公司的诉讼请求。

【点评】

本案原告在商标局注册申请了 296 个商标，有证据证明的仅有不足 10 件商标投入使用。被告立案后调取了充分的证据能够证实原告的行为构成恶意注册商标，并对原告作出行政处罚。本案依法审查了被诉行政行为的合法性，有力惩治了商标注册中的违法现象。

华中师范大学与华中师范大学随州附属学校侵害商标权纠纷案（评选法院：
湖北省高级人民法院）

一审案号：湖北省随县人民法院（2022）鄂 1321 知民初 140 号民事判决书

案由：侵害商标权纠纷

原告：华中师范大学

被告：湖北季梁教育集团有限公司、华中师范大学随州附属学校

【裁判要旨】

1.商标权人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。被许可人应按照合同约定，在许可范围内使用商标。超出许可的期间、数量、方式、区域等范围使用商标的，既构成违约，也侵犯了商标权人的专用权。商标专用权人有权向合同相对人主张违约责任，也可向侵权人主张商标侵权责任，当违约责任与侵权责任竞合时，只能择其一。

2.发起人、设立人为成立法人主体签订商标权许可使用合同，法人主体成立后超出许可范围使用注册商标，发起人、设立人不构成共同侵权，法人应对自己的侵权行为独立承担责任。

【基本案情】

原告华中师范大学系第 7365799 号“**华中师范大学**”注册商标的专用权人。2013 年 6 月，原告与随州市曾都区教育局、湖北季梁教育集团有限公司就合作共建小学事宜签订了《合作办学协议书》，许可该校使用“**华中师范大学**”注册商标，并对品牌管理费进行了相关的约定。华中师范大学随州附属学校成立后，超出合作办学协议书授权范围开办幼儿园、初中，并以包含“华中师范大学附属幼儿园”、华中师范大学随州附属学校的相关醒目标识对外经营、展示宣传。原告据此主张华中师范大学随州附属学校、湖北季梁教育集团有限公司侵犯其注册商标专用权，请求停止侵权、赔偿损失。本案立案后，协议许可期限也已届满，学校已变更名称，清除了校门外、广告宣传中含有华中师范大学的相关标识。但在网站中，还保留有相关文字。

湖北省随县人民法院认为，华中师范大学随州附属学校获得商标使用许可的服务范围为小学教育，享有的商标专用权以及获得许可的商品或服务范围均应以小学办学范围为限，其超出合作办学协议书授权范围开办幼儿园、初中，并使用含有“**华中师范大学**”商标标识的行为，容易使相关幼儿、初中教育领域的消费者误认为其与原告存在授权或关联关系，华中师范大学随州附属学校在无证据证明其系依据涉案合作协议获得许可的情况下使用涉案商标，构成对原告注

册商标专用权的侵害，应当承担停止侵权、赔偿损失的责任。被告季梁教育集团与被告华中师范大学随州附属学校是两个独立的民事主体，涉案商标侵权行为发生在华中师范大学随州附属学校成立后而非发起阶段；幼儿园、初中的设立系华中师范大学随州附属学校自主的经营、管理行为，被告季梁教育集团并未参与到华中师范大学随州附属学校的经营、管理、决策等活动中，没有与被告华中师范大学随州附属学校实施共同商标侵权行为，故作为发起人的湖北季梁教育集团有限公司不是案涉侵害商标权的侵权主体、对涉案商标不构成共同侵权。但在华中师范大学随州附属学校已经在本案立案后就相关的名称和校门宣传标识进行了变更的情况下，作为利益相关者，应在网页中将含有学校介绍的内容作相应的删除。结合涉案商标的知名度、品牌费标准、幼儿园与初中部的实际招生情况等情节以及本案被告的相关诉讼时效抗辩理由，湖北省随县人民法院判决：一、被告华中师范大学随州附属学校自本判决生效之日起立即清除网页内包含“**华中师范大学**”可能引起他人误解的相关内容；被告湖北季梁教育集团

有限公司自本判决生效之日起立即清除网页内包含“**华中师范大学**”可能引起他人误解的相关内容；二、被告华中师范大学随州附属学校于本判决生效之日起十日内向原告华中师范大学支付经济损失及合理开支 228000 元；三、驳回原告华中师范大学的其他诉讼请求。宣判后，当事人双方均服判，该判决生效。

【点评】

本案是民办学校设立人在开办学校过程中以自己的名义与商标权人签订商标许可使用协议，学校成立以后超出许可范围使用注册商标引发的纠纷，涉及到知名高校商标权的保护问题。本案判决明确了在违约与侵权竞合时，权利人可选择其一主张权利，并结合公司法中发起人承担侵权责任的相关规定，对学校设立人对于学校设立之后的侵权行为是否承担责任进行了认定，对同类案件的审理具有一定的参考意义。本案认定事实清楚、说理透彻，对支持的损失数额参考了许可协议，对双方当事人进行了充分的说理，双方当事人均未提起上诉且主动履行了义务。本案既保护了知名高校的商标权利，又有力化解双方矛盾，取得了社会效果和法律效果的统一。

纳爱斯集团有限公司诉湘潭市雨湖区超霸王百货店侵害商标权纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——权利人出具虚假产品鉴定报告虚构侵权事实，有悖诚实信用原则，构成权利滥用，对其所提侵权诉讼请求人民法院不予支持。

樟树镇辣椒产业协会诉高某侵害商标权纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——在地理标志产品保护区域内的产品经营者，购进保护区域外的产品冒充

地理标志产品在网上销售,同样构成侵权。

中国国新控股有限责任公司诉中湘旺投资控股(湖南)集团有限责任公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——将国有企业知名度较高的金融领域服务商标作为其基金服务名称使用,并使用国有金融企业字号,虚假宣传其与国有企业存在关联,且未经批准从事非法金融业务的,在确定赔偿额时,应当考虑侵权人扰乱金融交易秩序、危害金融交易安全的侵权情节,依法加大赔偿力度。

被告人张某销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——知识产权犯罪成本低、获利高,为降低服刑人员再犯风险而有效维护社会秩序,可在惩处销售假冒注册商标的商品犯罪中适用禁止令,有效提高犯罪成本和刑罚威慑力。

被告人程某等 19 人销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——《刑法修正案(十一)》对于销售假冒注册商标的商品罪的罪状描述,并非缩小而是扩张了该罪的入罪情节,其刑罚亦较旧法更重,在无法查明违法所得数额的情形下,将销售数额认定为其他严重情节适用旧刑法更符合对“从旧兼从轻”原则的理解。

被告人段某等销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：湖南省高级人民法院）

——被告人分工合作,将假冒产品伪装成原装正品在淘宝网店销售,以总代专卖店、官网正品等方式进行宣传并销售,违法所得 300 多万元,应认定为销售假冒注册商标的商品罪情节特别严重的情形。

山东长彤生物科技发展股份有限公司诉湖南汇泽生物科技有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

武汉润禾生物医药有限公司诉江西伊珍美药业有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

湖南希箭智能家居有限公司诉桑植银海大酒店、长沙市芙蓉区涛燕建材商行侵害商标权纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

广州爱帛服饰有限公司与蒋某某侵害商标权、侵害作品发行权纠纷案（评选法院：湖南省高级人民法院）

广东永泉公司诉东莞永泉公司、申核公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：广东省高级人民法院）

二审：广东省高级人民法院（2020）粤民终 1588 号

【案情及裁判】

广东永泉公司是“”“”“永泉阀门”等注册商标的权利人，核定使用在第 7 类阀门等商品上。该公司及其商标在全国阀门领域具有较高的知名度和美誉度。东莞永泉公司、申核公司作为同地区同行业经营者，明知广东永泉公司及其商标的知名度，仍在其生产销售的相关阀门产品证、销售网页中突出使用被诉标识“永泉阀门”“YQFM”，在企业名称中使用“永泉”字号、使用 yq-fm.com 及 yqfm.net 域名，在其官网进行虚假宣传等，侵权规模大，侵权时间近十年，持续至二审期间；被诉侵权产品种类多、价值高、销量大，曾被行政处罚，侵权主观恶意大，情节及后果严重。广东永泉公司向法院起诉，请求判令东莞永泉公司、申核公司等立即停止商标侵权及不正当竞争行为，连带赔偿经济损失 1000 万元及合理维权费用 136987 元，发布声明消除影响等。

法院认为，东莞永泉公司、申核公司使用被诉标识“永泉阀门”“YQFM”，侵害了广东永泉公司注册商标专用权。东莞永泉公司在企业名称中使用“永泉”字号，使用 yq-fm.com 及 yqfm.net 域名及进行虚假宣传的行为，构成不正当竞争；申核公司销售带有“永泉阀门有限公司”标识的阀门商品构成不正当竞争行为。由于东莞永泉公司的侵权主观恶意明显，侵权行为情节严重，重点考虑广东永泉公司的知名度、被诉侵权行为的性质、侵权的规模与时长、广东永泉公司的维权成本等因素，同时体现惩罚性，对于东莞永泉公司的商标侵权行为以及不正当竞争行为，分别按法定赔偿上限 500 万元确定本案赔偿数额。

【典型意义】

本案系对知名企业的商标侵权和不正当竞争案作出“双顶格”判赔的典型案。本案明确了在法定赔偿的框架下，可将侵权人的侵权故意和侵权行为情节作为惩罚性考量因素，替代实现“惩罚性赔偿”惩罚、遏制侵权行为的制度功能，对完善我国惩罚性赔偿制度体系，促进知识产权精细化审判具有指导意义。本案还传递了对行业龙头企业和知名商标进行强保护，对严重侵害知识产权行为进行严

惩罚的司法信号。

碧欧公司诉碧鸥国际公司等侵害商标权纠纷案（评选法院：广东省高级人民法院）

一审：广州市白云区人民法院（2020）粤 0111 民初 5287 号

二审：广州知识产权法院（2020）粤 73 民终 5237 号

【案情及裁判】

碧欧公司以第 12113899 号“”注册商标权作为权利基础，向法院起诉碧鸥国际公司等商业活动中使用“”“”被诉标识的行为侵害其商标权。碧鸥国际公司主张先用权抗辩，并主张碧欧公司注册第 12113899 号“”商标属于抢注商标行为，不应获得保护。经查，在碧欧公司 2013 年 1 月 28 日申请第 12113899 号商标之前，碧鸥国际公司股东钟某及其经营的相关企业（非碧欧国际公司）在化妆品、洗洁用品等商品上在先使用包含“”图形的商业标识并达到“有一定影响”的知名度。

法院认为，本案存在应适用商标法第三十二条对于抢注商标行为进行否定性评价还是适用商标法第五十九条第三款商标在先使用抗辩的前置性问题。在后注册商标申请人在申请注册商标时主观上是善意还是恶意，是区别适用商标在先使用抗辩和对抢注商标行为进行否定性评价两种法律制度的关键；若在后注册商标申请人主观上明显存有恶意，应考虑对其抢注商标行为给予否定性评价，而非适用商标在先使用抗辩对在先使用人施以“原使用范围”“附加适当区别标识”等限制后对先后二者的行为均予以肯定。由于碧欧公司在申请第 12113899 号商标之前，应当知道钟利民在化妆品、洗洁用品等商品上在先使用有一定影响的包含“”图形的商业标识，故其申请注册取得第 12113899 号“”注册商标构成商标法第三十二条规定的以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响商标的行为。碧欧公司在本案中以此作为权利基础主张侵权，有违诚实信用原则，构成权利滥用，遂判决驳回碧欧公司的全部诉讼请求。

【典型意义】

现行商标法没有明确区分“抢注商标行为的否定性评价”和“商标在先使用抗辩”两项制度的适用要件。针对商标在先使用抗辩制度在应对抢注行为时被动、有限的不足，本案首次在判决中将前述两项制度的适用场景和法律要件加以区分

并明确，有理有据地遏制了权利滥用行为，中国知识产权报、知产宝公众号等媒体均对本案进行了宣传报道。

马某华等八人犯假冒注册商标罪案（评选法院：广东省高级人民法院）

一审：深圳市龙岗区人民法院（2021）粤 0307 刑初 1686 号

二审：深圳市中级人民法院（2022）粤 03 刑终 514 号

【案情及裁判】

苹果公司为“AIRPODS”“AIRPODS PRO”商标的权利人，商标核定使用在耳机等商品上。被告人罗某洲、马某华等生产假冒苹果商标的蓝牙耳机对外销售牟利。案涉假冒苹果蓝牙耳机连接苹果手机后，弹窗显示“Airpods”或“Airpods Pro”，销售金额高达 2210 万余元。

法院认为，假冒注册商标犯罪中“使用”不限于将商标用于商品、商品包装或者容器等有形载体中，只要在商业活动中用于识别商品来源的行为均构成商标性使用。构成商标性使用关键在于，商标使用方式上应当综合被告人的主观意图、使用方式、产品的行业惯例和相关公众的认知，来判断是否在商业活动中造成消费者的混淆和误认。蓝牙耳机的消费者需要通过蓝牙配对来寻找设备，对蓝牙耳机产品来源的识别不仅仅是通过产品包装，更主要的是通过设备查找正确的配对项实现蓝牙耳机功能，识别蓝牙耳机产品来源。被告人生产的假冒苹果蓝牙耳机在连接手机终端配对激活过程中，在手机弹窗向消费者展示“Airpods”“Airpods Pro”商标，使消费者误认为其链接使用的产品是苹果公司制造，导致对产品来源的混淆和误认，属于刑法规定的商标“使用”。遂以假冒注册商标罪分别判处被告人罗某洲有期徒刑四年，并处罚金人民币四百万元；被告人马某华有期徒刑六年，并处罚金人民币六百八十万元；其余六名从犯均判处两年有期徒刑并处罚金。

【典型意义】

本案是数字经济下利用物联网技术实施新形态商标犯罪的典型案例，明确了司法对移动数字设备之间进行数据传送和智能化识别所呈现的新型商标使用方式的认定标准。本案穿透假冒注册商标犯罪的表象，准确把握商标犯罪行为的实质，为新类型商标使用行为的界定提供了标准，对打击利用新技术实施犯罪行为具有指导意义。

谢某龙诉玖弟卤鹅店侵害商标权纠纷案（评选法院：广东省高级人民法院）

一审：汕头市金平区人民法院（2021）粤 0511 民初 4468 号

二审：汕头市中级人民法院（2022）粤 05 民终 1025 号

【案情及裁判】

谢某龙于 2021 年 2 月 6 日受让取得第 25663020 号“老蘇南鵝肉”商标，核定使用在第 43 类的快餐店、流动饮食供应等服务上，并在有关销售卤鹅的店面使用。玖弟卤鹅店系汕头市一从事制作和销售潮汕卤鹅等烧卤熟肉的个体户，在店面使用了“玖弟苏南鹅肉”和“澄海苏南鹅肉”两幅招牌，在“抖音”平台开设名为“澄海苏南鹅肉”的账号。谢某龙以玖弟卤鹅店的上述行为侵犯其“老蘇南鵝肉”注册商标专用权为由，向法院提起诉讼。

法院认为，苏南曾是现汕头辖区内地名，当地采用特定卤制技艺制作的鹅肉被称为“苏南鹅肉”且具有一定知名度。“苏南鹅肉”在汕头区域内已约定俗成地指代特定传统卤制工艺制作的食品，其知名度明显高于作为注册商标的知名度，且区域内“苏南鹅肉”制作者众多，相关公众购买时注意力主要集中于制作者及销售主体，故对“苏南鹅肉”文字的使用不会产生混淆或误认。玖弟卤鹅店是按照传统卤制工艺制作“苏南鹅肉”并对外销售，其对“苏南鹅肉”的使用方式是普通公众惯常理解的表示销售商品所采用的工艺方式，主要是为了突出其销售的卤鹅系采用传统卤制工艺制作，其使用行为属于正当合理使用，不构成侵犯注册商标专用权，遂判决驳回谢某龙的诉讼请求。

【典型意义】

本案涉及包含区域性名优特产称谓的商标维权问题。本案从保护公共利益的角度，认定权利人取得的“老蘇南鵝肉”商标，因主要构成要素来自公有领域而识别性弱，在被告只是用于说明商品制作工艺且不会造成混淆或误认时，构成正当使用，权利人无权禁止。本案明确否定了权利人利用商标注册对名优特产称谓使用的垄断性权利，支持了区域内符合使用条件的市场主体的依法正当使用行为，彰显了公正合理保护知识产权的司法理念。

马某华等八人犯假冒注册商标罪案——物联网环境下移动设备的商标使用认定（评选法院：广东省高级人民法院）

【裁判要点】

物联网环境下通过配对链接等无线通信技术将商标展示在配对设备上的行为，同样属于假冒注册商标犯罪中的“使用”商标，该行为符合假冒注册商标罪构成要件的，按照假冒注册商标罪处罚。

【基本案情】

苹果公司为“AIRPODS”“AIRPODS PRO”商标的权利人，商标核定使用在耳机等商品上。被告人罗某洲、马某华等生产假冒苹果商标的蓝牙耳机对外销售牟利。案涉假冒苹果蓝牙耳机连接苹果手机后，弹窗显示“Airpods”或“Airpods

Pro”，销售金额高达 2210 万余元。

【裁判结果】

深圳市中级人民法院生效判决认为：假冒注册商标犯罪中“使用”不限于将商标用于商品、商品包装或者容器等有形载体中，只要在商业活动中用于识别商品来源的行为均构成商标性使用。蓝牙耳机的消费者需要通过蓝牙配对来寻找设备，对蓝牙耳机产品来源的识别不仅仅是通过产品包装，更主要的是通过设备查找正确的配对项实现蓝牙耳机功能，识别蓝牙耳机产品来源。被告人生产的假冒苹果蓝牙耳机在连接手机终端配对激活过程中，在手机弹窗向消费者展示“Airpods”“Airpods Pro”商标，使消费者误认为其链接使用的产品是苹果公司制造，导致对产品来源的混淆和误认，属于刑法规定的商标“使用”。深圳市龙岗区人民法院一审以假冒注册商标罪分别判处被告人罗某洲有期徒刑四年，并处罚金人民币四百万元；被告人马某华有期徒刑六年，并处罚金人民币六百八十万元；其余六名从犯均判处有期徒刑二年并处罚金。深圳中院二审裁定驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

物联网是数字经济发展的一个重要领域，本案是利用物联网技术实施新形态商标犯罪的典型案例。本案明确了司法对移动数字设备之间进行数据传送和智能化识别所呈现的新型商标使用方式的认定标准，穿透假冒注册商标犯罪的表象，准确把握商标犯罪行为的实质，打击了利用新技术实施犯罪的行为，对类案裁判具有典型意义。

柳州市林盛贸易有限公司诉广西第九派食品科技有限公司等侵害“璟螺香”螺蛳粉商标权案（评选法院：广西壮族自治区高级人民法院）

（柳州市中级人民法院（2021）桂 02 民初 118 号民事判决书）

【案情摘要】

柳州市林盛贸易有限公司（以下简称林盛公司）是“璟螺香”图文商标的注册商标所有权人，其在 2021 年 4 月与 第九派公司签订《螺蛳粉产品加工协议书》，委托广西第九派食品科技有限公司（以下简称第九派公司）生产“璟螺香水煮型螺蛳粉”产品（以下称涉案产品），约定该产品所使用的商标、图案、设计所有权归柳州林盛公司所有，品牌归林盛公司独家拥有并使用，第九派公司未经许可不得私自销售该螺蛳粉产品。2021 年 7 月，林盛公司发现涉案产品在多个网络购物平台对外销售的情况，遂要求第九派公司停止对外销售涉案产品，并委托公证机关对部分网络购物平台销售涉案产品情况进行公证取证后，将第九派公司及其股东诉至法院，要求其停止侵权并赔偿损失。人民法院认为，被诉侵权产品外包装袋上使用的图文标识与涉案注册商标相同，该外包装袋上记载的生产商相关信息与第九派公司的相关信息一致。林盛公司虽与第九派公司签订协议委托后者

生产加工“璟螺香螺蛳粉”产品，但并未许可或者授权第九派公司可以另外在自己生产、销售的螺蛳粉产品上使用涉案注册商标。故第九派公司未获商标权利人许可，生产被诉侵权产品并提供给其他经营者进行网络销售的行为，构成对涉案注册商标专用权的侵害。故判决第九派公司停止侵权并向林盛公司赔偿经济损失及维权合理开支共计 85756.15 元。本案一审宣判后，双方当事人均未上诉。

【入选理由】

“柳州螺蛳粉”全产业链销售收入如今已突破 500 亿元，其知名度越来越高，涉“柳州螺蛳粉”地理标志和螺蛳粉注册商标的知识产权案件也逐年增多。本案通过审查袋装螺蛳粉委托方和生产商之间的委托协议，正确认定双方的权利义务关系，对规范螺蛳粉行业生产、加工和销售等起到了警示作用。有力维护消费者的合法权益，推动特色产业区域公共品牌高质量发展，为柳州打造“螺蛳粉经济增长点”保驾护航。

合议庭成员：徐宝华 赵旭 李颖

案例撰写人：柳州市中级人民法院 徐宝华、张航

南宁市多丽电器有限责任公司、南宁市联广家电经营部 与中山市多丽电器制造有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：广西壮族自治区高级人民法院）

（广西高级人民法院（2021）桂民终 35 号民事判决书）

【案情摘要】

肖某兰授权中山市多丽电器制造有限公司（以下简称中山多丽公司）使用

第 4127231 号“”、第 20368658 号“”商标，申请日期分别是 2004 年 6 月 18 日及 2016 年 6 月 20 日。上述两商标均核定使用在第 7 类电动制饮料机、家用豆浆机等商品上。被诉侵权产品为豆浆机。该豆浆机外包装

正面、侧面、上面均以显著字体使用  标识，外包装正面、侧面均以显著字体使用“多丽·豆浆机”字样，并标注生产厂家为南宁市多丽电器有限责任公司（以下简称南宁多丽公司）。南宁多丽公司源于南宁市多丽电器总厂，

其在第 11 类电风扇等商品上注册多个商标，还将 、



等商标申请注册于第 9 类、第 21 类、第 12 类等商品上。

1999 年 9 月及 2003 年 6 月，南宁多丽公司的“多丽”商标获广西著名商标，南宁多丽公司生产的商品也多次获奖。2002 年，南宁多丽公司在报纸上宣传其生产的豆浆机。中山多丽公司以南宁多丽公司侵犯其注册商标并构成不正当竞争为由提起诉讼。人民法院认为，南宁多丽公司在豆浆机上使用被诉侵权标识的行为符合《中华人民共和国商标法》第五十九条第三款的适用要件，未构成对中山多丽公司涉案注册商标专用权的侵犯，遂驳回中山多丽公司的诉讼请求。

【入选理由】

商标在先使用抗辩制度的主要目的是平衡商标在先使用人和注册商标专用权人之间的利益，保护那些已经在市场上具有一定影响但未注册的商标所有人的权益。通常情况下，如果使用人对其商标的使用确系真实使用，且经过使用已使得商标在使用地域内起到识别作用，该商标便具有了保护的必要性，商标注册人不能剥夺商标在先使用人经过正当、合法投资使用产生的商誉和利益。本案分析阐述了商标权利的保护范围的相对性，以及如何平衡商标在先使用人和注册商标专用权人之间的利益，如何审查《中华人民共和国商标法》第五十九条第三款的抗辩理由是否成立，具有典型的借鉴意义。

合议庭成员：覃龙 周冕 黄少迪

案例撰写人：广西高级人民法院 黄少迪

凭祥市航宝越进出口贸易有限公司与（越南）中原投资股份有限公司关于“TrungNguyen 中原”和“G7 咖啡”侵害商标权纠纷案（评选法院：广西壮族自治区高级人民法院）

〔崇左市中级人民法院（2021）桂 14 民初 58 号民事判决书〕

【案情摘要】

中原投资股份有限公司（以下简称中原投资公司）于 2009 年在越南注册成立，与越南的中原速溶咖啡股份公司等均为中原咖啡集团的成员公司。中原投资公司为“TrungNguyen 中原”和“G7 咖啡”等商标在越南的持有人，且为上述商标在我国的注册权利人。上述商标均核定使用商品/服务项目为第 30 类即未烘过的咖啡、咖啡饮料。凭祥航宝越进出口贸易有限公司（以下简称航宝越公司）向中原国际一成员有限公司采购中原速溶咖啡股份公司在越南的北江分支机构（以下简称北江分公司）生产的中原 G7 三合一速溶咖啡 691.2 千克，并以一般贸易方式向凭祥友谊关海关申报进口。中原投资公司认为上述货物为假冒注册商标的产品遂向凭祥友谊关海关申请扣留该批侵权货物，并向法院起诉请求确认航宝越公司的上述行为侵犯其“中原”“G7”商标权，并判决该公司承担相应侵权责任。人民法

院认为，被诉侵权产品的生产商北江分公司为中原集团旗下中原速溶咖啡股份公司的分公司，其实际控制人亦为中原投资公司的创始人之一；后虽因公司内部发生财产所有权纠纷，该公司不允许北江分公司生产使用其注册商标的产品，但截至越南最高人民法院作出判决前，越南相关部门未认定北江分公司和中原国际一成员有限公司使用涉案商标进行生产和销售的行为违法，北江分公司生产的产品还在越南市场上合法流通及出口；而航宝越公司已提供充分证据证明被诉侵权产品系通过合法途径从某国际公司购进，生产厂商为北江分公司，不会导致消费者的混淆和误认。此外，我国商标法等法律并未明确禁止商标平行进口，航宝越公司将当时在越南市场上合法流通的被诉侵权产品进口到我国进行销售，并不违反我国相关法律的规定。航宝越公司在本案的销售行为不构成对涉案商标专用权的侵害，故判决驳回中原投资公司的诉讼请求。

【入选理由】

商标平行进口作为一个与知识产权密切相关的国际贸易问题，既是国际贸易竞争中的焦点问题，也是知识产权法学界长期讨论且颇有争议的问题，在我国立法中尚属空白。随着经济全球化的发展，平行进口问题将越来越频繁地出现在我国的进出口贸易中，由此引发的商标侵权争议增加。本案是在我国成为 RCEP 成员国之后，广西法院对平行进口是否构成商标侵权作出的具体司法实践，通过司法裁决对商标保护范围的限制，缓解对贸易、投资的阻碍，体现人民法院以司法智慧深化全球经济一体化与国际贸易合作，实现商标权人、平行进口商、消费者和公共利益之间的平衡，更好地服务保障对外开放的高质量发展。

合议庭成员：农雄楼 文斌 陆有帅

案例撰写人：崇左市中级人民法院 陆有帅

北京微播视界科技有限公司诉广西楚晶网络科技有限公司“抖音”群控产品侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：广西壮族自治区高级人民法院）

（桂林市中级人民法院（2021）桂 03 民初 281 号民事判决书）

【案情摘要】

北京字节跳动科技有限公司（以下简称字节公司）是“抖音”文字及  图形的注册商标的权利人，其授权北京微播视界科技有限公司（以下简称微播公司）以自己名义提起“抖音”系列商标的维权诉讼。经过上述二公司的持续推广使用，“抖音”“”图文在相关公众中具有极高知名度，且与“抖音短视频”产生紧密、特定的联系。“抖音”文字商标于 2019 年被认定为驰名商标。被告楚晶公司在找商网、淘宝网等网络平台上宣传推广“楚晶科技云控智能系统”的网页上使用与



“抖音”“”图文商标相同的标识，并研发、销售、运营针对“抖音”产品群控软件产品及提供针对抖音产品、抖音直播间提供刷浏览量、点赞量、分享量等刷量服务。微播公司认为楚晶公司的上述行为侵犯其注册商标专用权且构成不正当竞争，故起诉维权。人民法院认为，楚晶公司未经微播公司或其他权利人许可，在网络平台上宣传推广其产品的网页上及在网络平台宣传推广其提供针对抖音直播、抖音作品刷量服务时，均使用与微播公司注册商标相同的标识，且核定使用商品服务类别相同，构成对涉案注册商标专用权的侵害。楚晶公司在知道或者应当知道“抖音短视频”的市场知名度、经营模式、各项功能、用途及相关服务协议的情况下，实施了研发、销售、运营针对“抖音”产品群控软件产品及提供针对抖音产品及直播间提供刷量服务的行为，干扰、破坏了“抖音短视频”平台评价体系和正常运行，损害该平台长期经营和维护的商誉；欺骗“抖音”用户并损害其自主选择权、知情权、隐私权等消费者权利；截取了本应属于抖音商家的推广流量，造成平台广告收入等增值服务交易机会的损失。被告楚晶公司获取自身商业利益而实施的前述行为有违诚信原则和公认的商业道德，构成不正当竞争。故判决楚晶公司停止侵权，刊登声明消除影响，赔偿微播公司经济损失及合理维权费用。

【入选理由】

刷单炒信是近年来网络不正当竞争行为的热点难点问题。本案紧扣商标侵权及不正当竞争的构成要件，综合考虑市场经营者、消费者利益及社会公共利益，依法认定了涉案商标侵权及不正当竞争行为，促使线上市场经营者和参与者诚信经营、公平竞争，切实保障了短视频平台领域的效率与安全，为营造优良的互联网营商环境保驾护航，亦对引导网络生态健康发展有积极意义。

合议庭成员：丁勇 黄荣 邓羽珊

案例撰写人：桂林市中级人民法院 丁勇

中铁商业投资集团（海南）有限公司与海南省市场监督管理局、海南省人民政府请求撤销行政决定及行政复议决定案（评选法院：海南省高级人民法院）

【基本案情】

中铁商业投资集团（海南）有限公司（以下简称中铁公司）于2020年9月通过“海南商事主体登记平台”自主申请注册。2022年1月，海南省市场监督管理局（以下简称省市监局）作出行政决定，认定中铁公司名称中含有可能使公众产生误解的字样，不符合《企业名称登记管理规定》第十一条第（八）项规定，应当停止使用。中铁公司不服，向海南省人民政府（以下简称省政府）申请行政复议，请求撤销省市监局行政决定。同年3月，省政府作出复议决定，维持省市监局行政决定。中铁公司遂提起行政诉讼。

【裁判结果】

法院认为，中铁公司使用含有“中铁”字样的企业名称，没有经过国家市场监督管理总局综合业务系统所记载的驰名商标所有人中铁快运股份有限公司的授权，虽然中铁公司辩称其经营范围与中铁快运股份有限公司有明显不同，但根据驰名商标法律保护原则，如果驰名商标被不同商事主体作为企业名称或者字号使用，即使从事不同行业范围的经营，仍可能使相关公众认为不同的商事主体之间具有投资关系或者授权等联系，从而产生误解，故判决驳回中铁公司的诉讼请求。

科纳国际有限公司与海南福达建材有限公司、海南亚特兰蒂斯酒店管理有限公司、海南中瑞华辰投资控股有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：海南省高级人民法院）

【基本案情】

科纳国际有限公司（以下简称科纳公司）是“ATLANTIS”“亚特兰蒂斯”的注册商标持有人。自 2008 年，科纳公司开发运营的迪拜棕榈岛亚特兰蒂斯酒店以及“亚特兰蒂斯”“ATLANTIS”品牌，被国内报刊、新闻媒体、网站广泛宣传报道。三亚亚特兰蒂斯酒店于 2012 年开始建设并广泛宣传，于 2018 年 4 月正式营业，酒店运营方经科纳公司授权，对“亚特兰蒂斯”“ATLANTIS”注册商标进行使用，该酒店先后获得多个奖项。海南中瑞华辰投资控股有限公司（以下简称中瑞公司）和海南福达建材有限公司（以下简称福达公司）共同开发海口“亚特兰蒂斯花园”项目。海口市规划局于 2012 年 7 月审核批准了该项目建设工程设计方案。海南亚特兰蒂斯酒店管理有限公司（以下简称亚特兰蒂斯公司）于 2013 年 11 月成立，是“亚特兰蒂斯花园”项目的物业管理公司，中瑞公司是亚特兰蒂斯公司股东之一。福达公司、中瑞公司、亚特兰蒂斯公司在“亚特兰蒂斯花园”项目营销宣传中大量使用“ATLANTIS”“亚特兰蒂斯”等文字。

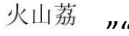
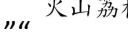
【裁判结果】

法院认为，科纳公司经国家工商行政管理总局商标局审核注册了“ATLANTIS”“亚特兰蒂斯”商标。从 2008 年起，科纳公司就开始对“亚特兰蒂斯”“ATLANTIS”商标进行宣传，2012 年起又因建设运营三亚亚特兰蒂斯酒店，进一步对涉案商标进行宣传，涉案商标具有较高的显著性和知名度。中瑞公司、福达公司将其开发建设的房地产项目命名为“亚特兰蒂斯花园”，并在宣传和销售中大量使用“亚特兰蒂斯”和“ATLANTIS”图标，会使相关公众误认该项目与科纳公司及其品牌服务之间存在一定的联系，构成对科纳公司商标权的侵犯。亚特兰蒂斯公司系中瑞公司为“亚特兰蒂斯花园”项目的运营管理成立的公司，经营范围包括酒店投资及管理，与科纳公司提供的经营服务基本相同，亚特兰蒂斯公司使用“亚特兰蒂斯”作为企业名称，并由福达公司、中瑞公司在日常经营及宣传活动中大量使用，易使相关公众误以为中瑞公司、福达公司、亚特兰蒂斯公司及其开发的不动产项目与科纳公司存在特定关联，中瑞公司、福达公司、亚特兰蒂斯公司构成不正当竞争。故判决：中瑞公司、福达公司、亚特兰蒂斯公司立即停止对科

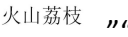
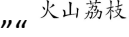
纳公司“亚特兰蒂斯”“ATLANTIS”注册商标专用权的侵害，停止在所有商业宣传和活动中使用“亚特兰蒂斯”及“ATLANTIS”商标；亚特兰蒂斯公司立即停止不正当竞争行为，变更企业名称，变更后的企业名称中不得含有“亚特兰蒂斯”字样；中瑞公司、福达公司、亚特兰蒂斯公司赔偿科纳公司经济损失及为制止侵权行为的合理支出共计 100 万元。

海南艳阳下农业发展有限公司与海南琦祥实业有限公司、海口琦强贸易有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：海南省高级人民法院）

【基本案情】

海南艳阳下农业发展有限公司（以下简称艳阳下公司）经国家知识产权局核准，注册取得“火山荔枝 火山荔枝王”商标。2022 年 5 月，艳阳下公司对其在琦祥包装店铺购物过程及其有关手机微信软件上好友朋友圈的相关信息进行了保全证据公证，之后以海南琦祥实业有限公司（以下简称琦祥公司）、海口琦强贸易有限公司（以下简称琦强公司）商标侵权为由提起诉讼。庭审中，法院对艳阳下公司当庭提交的公证封存的实物进行拆封，封存实物为不同型号的纸装箱和七卷胶带，纸装箱上分别印有“火山荔枝”“火山荔枝王”字样，胶带上印有“精品火山荔枝”。另查明，琦祥公司是涉案纸装箱和胶带的生产方和销售方，琦强公司是涉案纸装箱和胶带的销售方。琦祥公司 2015 年 3 月成立，经营范围为包装材料及制品销售、纸制品制造等。琦强公司 2018 年 9 月成立，经营范围为包装材料及制品销售、纸制品制造、销售等。2019 年 3 月，海口市农业技术推广中心取得名称为“海口火山荔枝 HAIKOU VOLCANO LITCHI”、图案为“”的地理标志证明商标。

【裁判结果】

法院认为，根据《中华人民共和国商标法》第五十九条第一款规定，“荔枝”系通用水果名称，“荔枝王”是荔枝的品种之一，艳阳下公司无权禁止他人正当使用“荔枝”和“荔枝王”。艳阳下公司“火山荔枝 火山荔枝王”商标分别于 2019 年 7 月、2022 年 2 月核准取得，但在此之前，海口市政府为了保护海口火山环境地区种植的荔枝，海口市农业技术推广中心注册了名称为“海口火山荔枝 HAIKOU VOLCANO LITCHI”的地理标志证明商标，“火山荔枝”已成为政府打造的热带特色农业品牌，海口本地相关公众提到“火山荔枝”就知道该荔枝来源于海口火山环境地区，“火山荔枝”四个字具有对荔枝来源、品种、特点进行描述的功能和意义。琦祥公司、琦强公司在纸装箱、胶带上使用“火山荔枝”“火山荔枝王”，意图是告知买受人其提供的纸装箱是用于承装来源于海口火山地区种植的荔枝或荔枝王品种，并非是作为纸箱和胶带的品牌使用。艳阳下公司无证据证明

“火山荔枝”“火山荔枝王”商标具有有较高的知名度，也无证据证明涉案纸装箱版面样式与艳阳下公司的纸装箱相同或类似，琦祥公司、琦强公司不存在借用艳阳下公司商标信誉的意图，琦祥公司、琦强公司对“火山荔枝”“火山荔枝王”的使用并非商标性使用，不构成对艳阳下公司注册商标权的侵犯，故判决驳回艳阳下公司的诉讼请求。

陈某销售假冒注册商标的商品罪再审案（评选法院：重庆市高级人民法院）

【案例索引】

一审：重庆市梁平区人民法院（2019）渝 0155 刑初 4 号

二审：重庆市第二中级人民法院（2019）渝 02 刑终 590 号

再审：重庆市高级人民法院（2021）渝刑再 1 号

【基本案情】

2016 年 6 月，原审被告人在实施项目施工过程中，因业主方另行推荐使用某品牌洁具，陈某经市场询价后，认为约定的洁具产品价格与正品价格悬殊太大，为完成施工任务，决定使用假冒某品牌洁具，遂安排工作人员帅某购买假冒某品牌的洗脸盆、龙头、小便器、蹲便器和水箱等洁具。陈某将以上假冒某品牌洁具产品安装于承建工程后交付使用，获取假冒某品牌洁具产品的对价 171126.78 元，违法所得 17192.78 元。

【裁判结果】

重庆市高级人民法院再审认为，原审被告人在履行包工包料的建设工程施工合同中，安装材料获取劳动报酬的行为和提供材料并交付、转移材料所有权获取对方材料价款的行为，具有可分性。陈某交付案涉洁具产品并转移所有权，同时获得结算对价，系买卖中的卖出行为，其本质属于销售商品的行为。案涉假冒洁具产品安装后其形态和质地未发生任何变化，商标的识别功能没有被阻碍，显现于公众视野中。因此，陈某在包工包料承建工程中，通过包料实际获得案涉产品的对价，其故意使用侵犯注册商标专用权商品的行为，系 1997 年修订的《中华人民共和国刑法》第二百一十四条所规定的销售明知是假冒注册商标的商品的行为，遂对一审判决、二审裁定理由及法律适用予以纠正。

【典型意义】

在包工包料承揽工程中，承揽人故意使用侵犯注册商标专用权的商品的行为是否属于销售行为，在刑事司法实践中存有分歧，有观点认为，承揽人系面向特定对象交付定做成果，不应认定为销售行为。本案从包工包料承揽合同中行为的

可分性、销售行为的实质性、被售商品的商标识别功能未被阻碍等三个方面论证，认为陈某虽履行的是承揽合同，但在该类合同中，安装材料获取劳务报酬的行为和提供材料并交付、转移材料所有权获取对方材料价款的行为，具有可分性，且获得结算对价，系买卖中的卖出行为，其本质属于销售商品的行为。同时，案涉假冒洁具产品安装后其形态和质地未发生任何变化，商标的识别功能没有被阻碍，显现于公众视野中。其行为属于商标法及刑法中的“销售假冒注册商标的商品”行为。

罗某销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：重庆市高级人民法院）

【案例索引】

一审：重庆市渝北区人民法院（2022）渝 0112 刑初 413 号

二审：重庆市第一中级人民法院（2022）渝 01 刑终 487 号

【基本案情】

2012 年以来，被告人罗某伙同他人成立某公司，担任法定代表人，并组建了售假犯罪团伙，长期通过网络平台销售国际奢侈品牌的箱包、饰品及钟表。罗某等人或直接通过快递将货物发给客户，或先将货物发往东莞仓库，由东莞发往香港，再从香港发给客户，向客户制造是海外发货的假象。2019 年 6 月 20 日，公安机关在罗某等人位于重庆市渝北区的仓库内现场查获假冒未售出的箱包、饰品等货值金额 1 069 259 元。在东莞仓库现场查获罗某等人已经售出、发货的假冒箱包饰品，销售金额为 434 636 元。案发后，同案犯到案，罗某逃往境外，后于 2021 年 6 月 23 日投案自首。

【裁判结果】

重庆市渝北区人民法院认为，罗某销售明知是假冒注册商标的商品，既遂金额认定为 434636 元，未遂金额认定为 1069259 元，属于销售金额数额巨大，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪，故判决被告人罗某犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑四年三个月，并处罚金五十万元；对被告人罗某退出的违法所得 10 万元予以追缴。一审宣判后，罗某上诉认为，一审认定的既遂金额 434636 元应认定为未遂；本案应适用刑法修正案（十一）修订后的第 214 条从轻处罚。重庆市第一中级人民法院二审审理认为，刑法修正案（十一）对销售假冒注册商标的商品罪修订的目的是加大对侵害知识产权行为的惩戒，并非排除了原规定中“销售金额数额较大”以及“销售金额数额巨大”等入罪情形，该两种情形可以分别理解为新法中“其他严重情节”“其他特别严重情节”，故在适用“从旧兼从轻”原则时，应适用旧法。销售假冒注册商标的商品罪既遂的认定，应以买卖双方就特定假冒注册商标的商品达成买卖合意为标准，买卖合意达成后的货物交付及货款支付情况，不影响既遂的认定。故裁定驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

刑法修正案(十一)于2020年12月26日通过,自2021年3月1日起施行,其中将销售假冒注册商标的商品罪的定罪量刑标准,由销售金额修改为违法所得数额加情节,并提高了法定刑。对于只有销售行为而尚无违法所得的情形,新法与旧法何者处罚较重,存在不同观点。有观点认为,若售假行为尚无违法所得,应属犯罪未遂,根据“从旧兼从轻”原则,应适用新法。本案从立法目的出发,通过对新法中的“严重情节”与旧法中的“销售金额”进行对照阐释,认为应当适用旧法,避免了前述认识误区,进而避免了法律适用错误,为类案提供了参考。同时,本案还属于比较典型的网络售假犯罪行为。相较于传统的售假模式,通过互联网售假过程更为复杂,形式更加多样,确定在哪一个阶段构成犯罪既遂,对于此类案件的准确量刑意义重大。本案通过对网络售假流程的分解,结合民事法律关系中买卖关系的认定,从加大对侵害知识产权行为惩戒力度的理念出发,确定了此类案件认定犯罪既遂的标准。

三之三文化事业股份有限公司与重庆两江新区三之三爱加丽都幼儿园著作权侵权纠纷案(评选法院:重庆市高级人民法院)

【案例索引】

一审:重庆自由贸易试验区人民法院(2020)渝0192民初11914号

二审:重庆市第一中级人民法院(2021)渝01民终10159号

【基本案情】

三之三文化公司于2003年在第41类幼儿园等服务上核准注册第1984484号“ ”图文组合商标。2004年,上海三育教育管理有限公司(以下简称上海三育公司)受让该商标。2009年,该商标再次转让给展育企业发展(上海)有限公司(以下简称展育公司)。展育公司受让该商标后立即授权上海三育公司使用及进行再授权。2018年展育公司申请在第41类幼儿园等服务上注册第34662513号“ ”图形商标。三之三文化公司曾以第25类注册在服装外套上的第15532549号“ ”图形商标以及对“ ”图形具有在先著作权为由,对该商标提出异议,后被国知局驳回。

2018年,三之三文化公司作为著作权人取得两份作品登记证书,作品分别为“ ”“ ”,载明的创作完成时间及首次发表时间均分别为1995年和2001年。

2020年10月，三之三文化公司发现爱加丽都幼儿园的园内设施、学生校服等处使用了“”和“”“”标识。

另查明，2020年，展育公司、上海三育公司、重庆三育教育管理服务有限公司（以下简称重庆三育公司）、重庆三之三教育信息咨询有限公司共同出具说明，展育公司认可上海三育公司将上述图文组合商标授权给重庆三育公司、重庆三之三教育信息咨询有限公司投资设立的包括爱加丽都幼儿园在内的幼儿园进行使用。2021年，展育公司再次出具商标使用授权书，确认同意将前述图文组

合商标及第34662513号“”商标授权给爱加丽都幼儿园等三家幼儿园使用，使用期限自幼儿园成立之日起。原告认为被告的行为侵犯其著作权，遂要求被告停止侵权，赔礼道歉，并赔偿原告经济损失。

【裁判结果】

重庆自由贸易试验区人民法院认为，在原告是涉案作品“”权利人的情况下，原告以商标的形式使用涉案作品，应当清楚商标权的使用权能和禁用权能。原告将涉案商标转让给展育公司时，并未作出特别限制或保留，可以推定其自愿限制自身著作权在相应商标权能领域的禁用权能，并许可商标受让人使用相应作品，具体许可使用范围以商标权能范围为准。如此，商标受让人才能依法无碍行使受让商标的全部权能，实现商标受让的目的，不损害市场交易的理性。故判决驳回三之三文化公司的全部诉讼请求。

三之三文化公司提起上诉，重庆市第一中级人民法院经审理后，作出驳回上诉，维持原判的二审判决。

【典型意义】

本案系因商标转让引发的著作权和商标权的权利冲突纠纷。商标法规定转让商标时应当将同种商品上近似的商标一并转让。本案裁判遵循了商标法规定的一并转让原则，背后蕴含着特定情况下商标权对著作权限制的法理。本案基于诚实信用原则探寻商标受让的最终目的，从促进商标的发展、维护正常市场秩序和保护经营者与消费者的合法利益出发，认定商标受让人有权将作为转让商标显著部分的美术作品作为商标在同种商品服务上使用，妥善处理了该类纠纷中商标权与著作权的权利边界问题，实现著作权人与商标权人之间的利益平衡，有助于受让人商标权利的正常行使，实现商标受让人的应有目的。

重庆市沙坪坝区互旺食品有限公司与重庆市磁器口陈麻花食品有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：重庆市高级人民法院）

【案例索引】

一审：重庆自由贸易试验区人民法院(2020)渝 0192 民初 1882 号

二审：重庆市第一中级人民法院（2021）渝 01 民终 2670 号

再审：重庆市高级人民法院（2022）渝民再 22 号

【基本案情】

重庆市沙坪坝区互旺食品有限公司（以下简称互旺公司）与重庆市磁器口陈麻花食品有限公司（以下简称陈麻花公司）侵害商标权纠纷案二审判决生效后，因陈麻花公司在案主张权利的“陈麻花”商标和“磁器口陈麻花”商标被宣告无效，互旺公司遂根据商标法第四十七条第二款之规定申请再审，主张前述无效宣告裁定对本案具有溯及力。

【裁判结果】

重庆市高级人民法院经审理认为，商标法第四十七条力在衡平协调公平正义与秩序稳定，由于被注册商标宣告无效视为自始即不存在，以该商标权为基础的权益，除为维护秩序稳定外商标权人不应当再获得。商标法第四十七条应当以商标无效宣告决定或裁定有追溯力为原则，以无追溯力为例外。无效宣告裁定作出日具有对世性、确定性和及早性。无效宣告法律效果是注册商标权“视为自始无效”，行政机关行使首次判断权时即已宣告注册商标无效，此后商标权人的权利基础已经具有不稳定性，故在行使相应权利时需要秉持必要的审慎克制。在涉案裁定获得司法支持，将“宣告无效”时间点确定为“无效宣告裁定作出日”，可以在尽可能降低对稳定秩序不利影响的同时，最大程度增加无效裁定发挥溯及力的机会，充分实现结果公正。本案不属于商标法第四十七条第二款不具有追溯力的情形，遂判决撤销原一、二审判决。

【典型意义】

本案涉及注册商标被无效宣告后如何追溯生效商标侵权裁判的问题。追溯力是无效宣告有效发挥制度功用的基石。本案判决精准把握商标法立法宗旨、深入研究行政行为效力理论，无效宣告决定或裁定作出即具有公定力确定力拘束力，社会秩序已对注册商标无效形成法律预期，为最大程度防范注册商标权人藉无效商标再获不当利益，商标法第四十七条适用应以有追溯力为原则、无追溯力为例外。无效宣告决定或裁定经司法维持依法获得执行力后，除明显损害社会秩序稳定外，可将无效宣告决定或裁定作出之日优先择取为此条“宣告无效”的时间点，以充分实现结果实质正义。本案明确了商标法第四十七条的适用原则和宣告无效日的择取规则，具有一定的类案指导价值。

中国东方电气集团有限公司与德阳东方电气设备有限公司、德阳广通机械厂不正当竞争纠纷案（评选法院：四川省高级人民法院）

[四川省德阳市中级人民法院（2022）川 06 知民初 137 号]

【基本案情】

中国东方电气集团有限公司（以下简称东方电气集团公司）是全球最大的能源装备制造企业之一，拥有多个“东方电气”商标并曾被国家工商行政管理总局商标局认定为驰名商标，在业内享有较高的知名度。德阳广通机械厂（以下简称广通机械厂）与德阳、宜宾、重庆、成都等地 13 家企业有业务合作，其向合作单位提交的《程序性文件》载明的批准人是德阳东方电气设备有限公司（以下简称德阳东方电气公司）的法定代表人张庆宪，其向合作单位提交的两份“供应商能力调查表”中，“公司授权填写人”一处填写的是德阳东方电气公司的法定代表人张庆宪。东方电气集团公司诉至法院，请求判令德阳东方电气公司变更企业名称，变更后的企业名称中不得含有与“东方电气”相同或近似的字样，广通机械厂与德阳东方电气公司连带赔偿其经济损失。

【裁判结果】

四川省德阳市中级人民法院经审理认为，德阳东方电气公司未经东方电气集团公司许可，擅自使用其具有一定影响的企业名称简称，引人误认为其与东方电气集团公司存在特定联系，构成反不正当竞争法第六条第二项规定的混淆行为。德阳东方电气公司与广通机械厂共同实施不正当竞争行为，主观故意明显，应当承担连带责任。法院判决德阳东方电气公司变更企业名称，并判决德阳东方电气公司、广通机械厂共同赔偿东方电气集团公司经济损失及合理开支共计 20 万元。

【典型意义】

东方电气集团公司是全国乃至全球知名的能源装备制造企业，在产品开发推广、商标注册保护等方面都付出了较多的时间和精力，并取得了显著成果。东方电气集团公司注册的“东方电气”商标经过长期使用获得了较高知名度。德阳东方电气公司、广通机械厂作为同业竞争者，应当通过自身努力开拓自有市场，或者通过获取许可等方式合法、正当的使用他人商标、企业名称等，不应抱有侥幸心理，通过山寨、模仿、搭便车来获取一时的利润，否则不仅会因侵权背负较重的民事责任，更失去了企业信誉。

袁克贵、曹晓丽犯假冒注册商标罪案（评选法院：四川省高级人民法院）

[四川省成都市中级人民法院（2022）川 01 刑终 15 号]

【基本案情】

2020 年 7 月起，被告人袁克贵、曹晓丽在未获得维沃移动通信有限公司授权生产、销售使用“VIVO”注册商标的产品和未获得 OPPO 广东移动通信有限公司授权生产、销售使用“OPPO”注册商标的产品的情况下，从事翻新 VIVO 手机

和 OPPO 手机的活动。袁克贵网购带有“VIVO”和“OPPO”品牌标识的手机后盖等配件后，将收购的二手 VIVO、OPPO 手机，通过更换手机后盖、贴标贴膜、刷机步骤进行翻新后出售牟利。曹晓丽将收到的二手手机交给袁克贵翻新，并按袁克贵的安排向部分客户送货。2020 年 9 月 1 日，民警在袁克贵、曹晓丽的租赁房内查获并扣押已翻新的 VIVO 手机 52 台、OPPO 手机 108 台、带 VIVO 标识和 OPPO 标识的手机后盖 134 个、手机盒（内含充电器、数据线、耳机）94 个、充电器 38 个、电脑主机 2 台、电脑控制加热台 1 台、标签打印机 1 台、VIVO 标签纸 1500 张。经鉴定，上述查获的翻新手机及配件产品对应正品产品（商品）于 2020 年 9 月 1 日采用公开市场价值标准确定的批发价格为 326195.40 元。

【裁判结果】

四川省成都市中级人民法院经审理认为，袁克贵、曹晓丽对于手机后盖、屏幕等配件的更换、组装行为必然会对手机的功能、性能产生影响，属于对商品功能等方面的“实质性改变”，使手机这一商品本身的条件发生了变化，从而使翻新机以新的“同一种商品”出现，使 VIVO、OPPO 商标的质量保证功能遭到破坏，影响了上述商标的信息传递功能，最终损害了上述商标本身的存续。消费者买到的翻新机不仅质量有可能受到减损，商标权人提供的质保或者更换维修服务亦有可能受到影响。而商标的基本功能是表明使用该商标的商品具有唯一的来源，并向终端消费者保证商品会符合原有的质量标准。袁克贵、曹晓丽对其收购的二手手机的零部件进行组装、翻新的行为未得到商标权利人的许可，该行为侵害了商标的识别功能。同时，不同人的组装、翻新手段不同，也会影响商品的质量和寿命，故该行为也侵害了商标的品质担保功能。而且，零部件组装、翻新销售者用鱼目混珠的方法替代了生产者、经营者，致使生产者、经营者建立的商誉遭受毁誉，故该行为还侵害了商标的广告功能。综上，袁克贵、曹晓丽的翻新行为属于加工组装行为，破坏了被诉侵权产品对应的全新正品应有的品质、功能及售后保障，足以导致消费者对翻新机与正品机的来源产生混淆。袁克贵、曹晓丽未经注册商标所有人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，非法经营数额为 326195.40 元，情节特别严重，其行为均已构成假冒注册商标罪。法院判处袁克贵有期徒刑三年，缓刑四年，并处罚金人民币十三万元；判处曹晓丽有期徒刑一年三个月，并处罚金人民币四万元。

【典型意义】

本案涉及正品旧货手机翻新行为的认定。近年来，二手手机市场日益成为侵权产品的高发地，翻新机不仅引发商标侵权、产品质量等民事纠纷，也触及假冒注册商标罪、生产销售伪劣产品罪等刑事犯罪。本案从假冒注册商标罪、生产销售伪劣产品罪的内涵外延及适用边界、商标法原理、社会保护法益、刑法规制必要性等角度，认定翻新机不适用商标权用尽原则、旧手机翻新属于未经许可使用注册商标并造成混淆、具有严重的社会危害性，故该行为损害了涉案商标的识别、质保等功能，破坏了市场竞争秩序，具有刑法规制必要性。本案有力震慑了侵犯知识产权的犯罪行为。

陈清怀、胡太祥、王华犯假冒注册商标罪，何拥东、蒲勇犯销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：四川省高级人民法院）

[四川省达州市中级人民法院（2022）川17刑初12号]

【基本案情】

2019年4月起，陈清怀在未取得注册商标所有人许可的情况下，将购买的散装白酒、低价瓶装酒重新罐装进收购的高档空酒瓶，再通过密封、贴牌制成假冒的国窖1573、五粮液、茅台、剑南春、青花郎、红花郎等高档瓶装白酒。2020年3月起，陈清怀雇请胡太祥帮助其生产假酒，陈清怀负责出资及销售，胡太祥从中赚取50元/件的加工费用。陈清怀将假酒存放于自己名下或其妻王华名下的货车中，并向多家酒水销售商或个人进行销售。王华负责记账，陈清怀不在时，王华也送货并收钱。2021年9月9日至10日，民警抓获陈清怀、胡太祥二人，并查获白酒和生产工具、设备、包装材料、瓶盖、国窖刮涂层查真伪标签、手提袋若干。经计算，已销售的白酒金额为45.715万元，未销售的白酒货值金额为35.8925万元。何拥东明知陈清怀销售的是假酒，仍使用微信多次向陈清怀购买假冒的五粮液、国窖1573酒，并对外销售，销售金额为10.3737万元。蒲勇明知陈清怀销售的是假酒，仍在陈清怀处购买假冒的五粮液、国窖1573、茅台酒，并对外销售，销售金额为10.73万元。案发后，陈清怀与王华退赃款23万元，胡太祥退赃3.99万元、何拥东退赃款5万元、蒲勇退赃款5万元。

诉讼过程中，泸州老窖股份有限公司、宜宾五粮液股份有限公司、四川省古蔺郎酒厂有限公司提起附带民事诉讼，法院开庭对本案进行了合并审理。陈清怀、胡太祥、王华、何拥东、蒲勇均与附带民事诉讼原告人泸州老窖股份有限公司、宜宾五粮液股份有限公司、四川省古蔺郎酒厂有限公司达成和解，法院出具了调解书。

【裁判结果】

四川省达州市中级人民法院经审理认为，陈清怀、胡太祥、王华未经注册商标权人许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，非法经营数额达81.6075万元，情节特别严重，应当以假冒注册商标罪追究其刑事责任。在该共同犯罪中，陈清怀起主要作用，系主犯。胡太祥、王华起次要作用，系从犯，应当从轻处罚。何拥东销售明知是假冒注册商标的商品，销售金额10.3737万元，应当以销售假冒注册商标的商品罪追究其刑事责任。蒲勇销售明知是假冒注册商标的商品，销售金额10.73万元，应当以销售假冒注册商标的商品罪追究其刑事责任。上述被告人均如实供述犯罪事实，认罪认罚，可以从轻、从宽处罚。同时，上述被告人积极退赃，并就民事赔偿部分积极与附带民事原告人达成赔偿协议，可酌情对其从轻处罚。法院判决陈清怀犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑四年，并处罚金人民币四十万元；何拥东犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑一年，并处罚金人民币六万元；胡太祥犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑二年六个月，缓刑四年，并处罚金人民币八万元；王华犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑二年，缓刑三年，并处罚金人民币六万元；蒲勇犯销售假冒注册商标的商品罪，

判处有期徒刑一年，缓刑一年，并处罚金人民币六万元。

【典型意义】

本案是一起知识产权刑事附带民事典型案件。本案中，被告人在未取得泸州老窖股份有限公司、宜宾五粮液股份有限公司、四川省古蔺郎酒厂有限公司合法授权的情况下，为谋取非法利益，形成了白酒灌装、销售、物流“一条龙”制假售假模式，严重损害了人民群众的身体健康，扰乱了市场经济秩序。在处理结果上，各被告人积极退赃，认罪认罚，并在附带民事诉讼案件中，与商标权人就赔偿达成和解。法院在确定被告人刑期时，对上述因素予以了考虑。本案的依法审理，实现了罪刑责的统一，严厉制裁了制售假酒犯罪活动，保护了消费者健康安全，净化了酒类产品市场，为我省名优白酒产业高质量发展提供了有力的司法保障。

李某假冒注册商标罪案（评选法院：贵州省高级人民法院）

【基本案情】

被告人李某与他人未经“全季酒店及图”注册商标权利人许可的情况下，注册了“某市全季大酒店”，李某为登记经营者，且擅自在酒店门头、酒店使用的枕头、床单、牙膏牙刷等物品上使用“全季酒店”等标识进行经营，累计营业额达 60 余万元。李某经公安机关电话通知，自动到案如实交待犯罪事实，并主动停止侵权行为，向注册商标权利人退赔 8 万元，取得权利人书面谅解。

【裁判内容】

生效裁判认为，李某作为个体工商户经营者，未经注册商标所有者许可，在同一种服务上使用与其注册商标相同的标识，其行为已构成假冒注册商标罪。李某非法经营数额达 60 余万元，情节特别严重，依法应在三年以上十年以下有期徒刑、并处罚金的量刑幅度内科刑。因李某具有自首、主动赔偿并取得谅解、及时停止侵权行为等减轻、从轻情节，对其适用缓刑不致危害社会，故对其适用缓刑。遂判决：李某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑一年零六个月，缓刑两年，并处罚金人民币 100000 元。

【典型意义】

本案系《刑法修正案（十一）》将服务商标纳入刑法保护范围后，我省首例假冒服务商标入刑案件。此案的宣判，体现了对知识产权犯罪的打击力度，也向社会宣示了假冒他人“服务商标”不仅仅是民事侵权行为，情节严重的将会构成刑事犯罪。

某酿酒集团公司与某酒业股份公司、贵州某酒业有限公司、河南某酒业有

限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：贵州省高级人民法院）

【基本案情】

原告某酿酒集团公司系“州王子”注册商标权利人。被控侵权产品的外包装和瓶身装潢使用了“贵州王子酒”标识。原告主张被告的行为构成侵权。

【裁判内容】

生效裁判认为，涉案注册商标系圆形图案中，圆形内侧围绕一圈麦穗，圆形正上方是五角星，圆形正中间是楷体文字“州王子”，文字两侧分别有篆体文字的“贵”和“酒”，文字正下方为英文“GZWZJ”。被控侵权产品的外包装和瓶身装潢，所使用的标识是“贵州王子酒”字样，是纵向的楷体字样。结合原告注册商标的各要素，认定被控侵权产品的“贵州王子酒”在含义和读音，以及图形构图上均与涉案注册商标不构成近似，故不构成侵权行为。遂判决：驳回原告的诉讼请求。

【典型意义】

对注册人申请注册时有意规避商标法规定的禁止情形，而在申请注册获批后却把商标法禁止的情形作为注册商标保护范围主张权利，主张他人侵权的不能予以支持，否则将导致规避商标申请禁止行为的司法合法化。对他人违反商标法禁止使用情形的，可通过商标行政管理部门以行政处理方式予以解决。本案的判决对司法审查中明确注册商标权利保护范围、边界具有司法引领和借鉴作用。

贵州某酒业有限公司与贵州某窖酒酒业有限公司、某文化发展有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：贵州省高级人民法院）

【基本案情】

原告贵州某酒业有限公司系涉案“人民小酒”注册商标权利人，其生产的“人民小酒”经过广告投放等市场宣传行为，销售额有较大幅度的提升，并于2018年3月被中国酒业协会授予2017年度“青酌奖”酒类新品（白酒类）称号。被诉侵权商品“人民好酒奋斗篇”系被告某文化发展有限公司与被告贵州某窖酒酒业有限公司打造的联名酒，由被告贵州某窖酒酒业有限公司负责生产。涉案侵权产品的“人民好酒”单瓶外包装正面显著位置横向排列较大字体的“人民好酒”字样及较小字体的“奋斗篇”“人民文创纪念酒”、外包装上部标注有“人民文创”“金沙回沙酒”标识，包装底色为红色；瓶贴显著位置亦横向排列较大字体的“人民好酒”字样，底色为红色，“人民文创”标识系被告某文化发展有限公司授权被告贵州某窖酒酒业有限公司使用。原告贵州某酒业有限公司遂以该酒侵害其“人民小酒”商标为由，诉至法院，请求被告停止侵权、赔偿损失等。

【裁判内容】

生效裁判认为，“人民好酒”与“人民小酒”文字构成中三个汉字相同，仅中间的“好”与“小”不同，且“好”与“小”更多地作为商品特性的描述性词语而非重要可识别性要素，在“好”与“小”非处于显著位置而且读音接近的情况下，二者的整体结构近似，结合原告涉案商标的知名度，虽然二者的表现形式不完全一致，然而在隔离比对的情况下，易使相关公众误认为二者系关联品牌，对商品的来源产生误认或者认为其来源与原告注册商标的商品有特定的联系，被告的行为侵害了原告涉案注册商标专用权。遂判决：被告停止侵权并赔偿损失。

【典型意义】

本案原、被告同为贵州省内具有一定影响的白酒生产企业，在贵州省将白酒产业作为“十四五”规划的重要内容、提出“打造世界酱香白酒产业聚集区”的当下，厘清产品标识界限，对贵州白酒生产企业明晰产品方向、聚焦产品质量、打造产品核心竞争力，促进贵州省白酒产业良性、健康发展，具有积极的现实意义。本案对“人民好酒”是否对“人民小酒”商标构成侵权，从历史渊源、区分要素、整体混淆、知名度等方面进行分析，确定被告使用“人民好酒”标识对原告“人民小酒”注册商标构成侵权。

云南中茶茶业有限公司诉聂某灵侵害商标权纠纷案（评选法院：云南省高级人民法院）

上诉人（原审被告）：聂某灵

被上诉人（原审原告）：云南中茶茶业有限公司

原审被告：洪某双、张某园、聂某伟、聂某华

【简要案情】

云南中茶茶业有限公司（以下简称中茶公司）拥有第 13072 号“中茶牌”和第 141504 号“吉幸牌”注册商标。聂某灵通过网店销售假冒中茶公司“中茶牌”“吉幸牌”以及其他公司“大益牌”等注册商标的茶叶，成交订单 34512 笔，销售金额 2709466.5 元。公安机关还在聂某灵的仓库中扣押了 48 款茶叶、印有“中茶”“勐海茶厂”“大益”等字样的包装纸 33072 张。经鉴定，扣押茶叶中为假冒产品的共 47 款，待销售金额为 635532 元。聂某灵因此犯销售假冒注册商标的商品罪，被判处有期徒刑。中茶公司随后提起民事诉讼，请求聂某灵按照盈利金额承担赔偿责任。

【法院认为】

昆明市中级人民法院一审审理认为，聂某灵属恶意侵犯涉案注册商标专用权，情节严重，应当适用惩罚性赔偿。根据聂某灵总的销售金额，以及聂某灵的讯问笔录和扣押清单显示的商品名称，一审认定“中茶牌”“吉幸牌”的茶叶大概占到全部已售侵权商品的 90%，结合中茶公司主张的利润率 16%，得出聂某灵侵权获利

金额为 390000 元,并以此为基数,适用两倍惩罚性赔偿,确定赔偿金额为 780000 元。聂某灵不服一审判决,提出上诉。

云南省高级人民法院二审认为,根据《中华人民共和国商标法》第六十三条第一款的规定,适用惩罚性赔偿的前提之一是依法能够确定权利人的实际损失数额、侵权人的违法所得数额或因侵权所获得的利益。然二审经调取相关证据,无法确认已售全部侵权商品中涉及假冒“中茶牌”“吉幸牌”商品的销售占比或金额,不能确定侵权人的违法所得或因侵权所获得的利益。因此,本案不符合适用惩罚性赔偿的条件,但可在确定赔偿数额时考虑该情节。二审在一审认定聂某灵侵权的主观故意、侵权行为的具体情节、涉案注册商标知名度等的基础上,同时考虑:1.尽管对假冒“中茶牌”“吉幸牌”商品的占比无充分证据予以证明,但聂某灵和洪某双在讯问中均称销售的商品中涉及假冒“中茶牌”“吉幸牌”的商品有 12 款,而假冒“大益”的商品仅有 1 款;2.《司法会计鉴定意见书》载明扣押物品中假冒“中茶牌”“吉幸牌”的商品数量合计 18272 片(沱),待销售金额为 635532 元,公安机关提供的《扣押清单》显示从聂某灵处还查到印有“中茶”“勐海茶厂”“大益”等字样的包装纸 33072 张,若该批假冒注册商标的商品流入市场,将造成严重危害;3.网店销售模式范围大,影响面广。二审酌定由聂某灵赔偿中茶公司经济损失 500000 元。

【典型意义】

本案系一起涉茶叶商标的侵害商标权纠纷案。侵害商标权纠纷案件中赔偿数额的确定,需合理选择确定赔偿数额的方式和标准,综合考虑多方面影响因素,提高对知识产权的保护力度。本案二审判决厘清商标法第六十三条适用思路,释明了商标专用权保护中惩罚性赔偿适用的前提,结合全案证据,对最终赔偿数额确定的方式及影响因素逐一阐述,对同类案件赔偿数额的科学确定,提供实践性的参考价值。

保护知识产权就是保护创新。我国法律对知识产权保护在民事、刑事以及行政领域,均从不同的角度以不同的方式做了明确规定。即便相关侵权行为已被追究刑事责任,但依法不能免除其对被侵权人的民事赔偿等责任,本案即体现对知识产权全方位保护的司法理念。

汉庭星空(上海)酒店管理有限公司诉曲靖市麒麟区全季商旅酒店侵害商标权纠纷案(评选法院:云南省高级人民法院)

上诉人(原审被告):曲靖市麒麟区全季商旅酒店

被上诉人(原审原告):汉庭星空(上海)酒店管理有限公司

【简要案情】

汉庭星空(上海)酒店管理有限公司(以下简称汉庭星空公司)是涉案注册

商标“全季酒店”的商标权人，其将涉案注册商标作为酒店品牌在全国开设了数百家连锁酒店，该商标品牌在酒店行业内获得多项奖项，并进入“中国连锁酒店中端品牌规模 20 强排行榜”。曲靖市麒麟区全季商旅酒店（以下简称曲靖全季商旅酒店）未经汉庭星空公司的授权许可，擅自在其企业名称、酒店招牌、酒店设施用品等多处使用与涉案注册商标文字内容高度近似的标识，并可通过多个旅游网站上进行酒店预定。汉庭星空公司认为曲靖全季商旅酒店的行为侵害了其注册商标专用权，遂诉至法院。

【法院认为】

昆明市中级人民法院一审审理认为，汉庭星空公司是涉案注册商标的商标权人。曲靖全季商旅酒店成立前，汉庭星空公司的涉案注册商标品牌经过长期宣传、使用，已具有较高知名度，且在全国酒店行业具有较大的市场占有率和影响力。曲靖全季商旅酒店在其企业名称、酒店招牌、酒店设施用品上使用与汉庭星空公司涉案注册商标相近似的标识的行为，明显具有攀附汉庭星空公司涉案商标品牌商誉的主观意图，其即便在所使用的标识中加入“商旅”二字，“商旅”二字在旅馆服务行业中也无显著性，不能起到区分作用，因此仍容易使相关消费者对该商旅酒店提供的酒店服务与汉庭星空公司之间存在关联关系产生混淆和误认。曲靖全季商旅酒店的行为侵犯了汉庭星空公司对其注册商标依法享有的专用权，对其权利造成了损害。一审法院综合考虑涉案注册商标的知名度，曲靖全季商旅酒店的主观侵权恶意、经营规模等因素，遂判决曲靖全季商旅酒店停止侵权，赔偿汉庭星空公司经济损失人民币 50 万元。曲靖全季商旅酒店不服一审判决，提起上诉。

云南省高级人民法院经审理认为，曲靖全季商旅酒店使用被控侵权标识的行为，侵犯了汉庭星空公司的涉案注册商标专用权。汉庭星空公司在全国多个城市开设了数百家“全季酒店”，经过长期宣传使用，“全季酒店”系列商标在全国范围内具有较高知名度，作为同行业经营者，曲靖全季商旅酒店理应知晓“全季酒店”品牌，在此情况下，其仍将“全季酒店”作为企业名称及商业标识使用，明显具有攀附汉庭星空公司涉案注册商标知名度的故意。遂判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系一起涉酒店服务行业的侵害商标权纠纷。在云南立足旅游资源优势打造世界一流“健康生活目的地”、国际康养旅游示范区过程当中，酒店服务行业是其中不可或缺的一环。涉案注册商标在所属行业及相关公众中具有较高知名度和影响力，曲靖全季商旅酒店为攀附汉庭星空公司的品牌商誉，在其企业名称和所经营的酒店招牌、酒店设施用品上使用与涉案注册商标相近似的标识，足以导致普通消费者产生混淆、误认，构成商标侵权。法院正确适用商标法的规定，制止曲靖全季商旅酒店“搭便车”式的商标侵权行为，促使市场主体诚信经营，维护市场秩序，切实保护消费者的合法权益。

云南天宝饮料有限公司诉云南槟榔山饮品有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：云南省高级人民法院）

上诉人（原审被告）：云南槟榔山饮品有限公司

被上诉人（原审原告）：云南天宝饮料有限公司

【简要案情】

云南天宝饮料有限公司（以下简称天宝公司）是涉案第 983298 号“玉尔贝 YUERBEI”及第 983299 号“玉尔贝”注册商标的商标权人，其经长期经营获得一系列荣誉。天宝公司发现市面上有云南槟榔山饮品有限公司（以下简称槟榔山公司）生产的“云南矿泉”桶装水，桶装水水桶系天宝公司制作生产、桶身印有“YUERBEI”标识。天宝公司以槟榔山公司侵犯其注册商标专有权为由，向法院提起诉讼。

【法院认为】

红河哈尼族彝族自治州中级人民法院一审审理认为，天宝公司自 1997 年 4 月 14 日第 983298 号商标被核准注册以来，一直在桶装水产品包装上长期使用该注册商标，该注册商标已形成较高的知名度。天宝公司在水桶上将第 983298 号商标中的拼音字母与汉字颠倒使用，改变了上下排序，该行为属于商标的不规范使用，但并不影响相关公众通过该标识识别玉尔贝桶装水产品来源，槟榔山公司也认可系因行业“串桶”现象会使用天宝公司生产的水桶，且经查，注册商标核定使用的第 32 类商品类别上仅有天宝公司注册了“玉尔贝 YUERBEI”商标。槟榔山公司使用印刻有天宝公司商标标识的水桶作为自家水产品的外包装，并向相关公众出售该产品，虽然槟榔山公司已在水桶上张贴自家标识，但无法做到完全覆盖水桶上的“玉尔贝 YUERBEI”字样，且该字样位于桶身较显眼处。以相关公众的一般注意力为标准，槟榔山公司的上述使用行为容易使相关公众产生混淆，或者误认其与天宝公司注册商标存在某种特定联系，从而影响和侵犯天宝公司的市场利益。因此，槟榔山公司的行为侵犯了天宝公司第 983298 号注册商标专用权。文山地区桶装水市场上存在“串桶”现象，在一定程度上属于一种行业习惯，对于侵权发生双方均具有一定过错。遂判决槟榔山公司停止侵权赔偿经济损失 10000 元。槟榔山公司不服一审判决，提起上诉。

云南省高级人民法院二审审理认为，天宝公司第 983298 号注册商标已经在云南省尤其是文山州桶装水行业内及相关公众中形成较高的知名度。槟榔山公司回收天宝公司的水桶后，明知继续使用有可能导致消费者误认，但却放任发生，已经构成商标侵权。遂判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系一起涉桶装饮用水生产、经营领域的侵害商标权纠纷案。该案件系我省因桶装水“串桶经营”行为引发的侵害商标权纠纷案件中的一例，系列案件涉及文山、红河等境内多家生产、售卖桶装水的公司。法院裁判准确认定不合理区分自身水桶与他人水桶、擅自使用标识有他人商标的水桶作为容器销售自家水产品的“串桶经营”属侵害商标权行为，既保护了商标权人的合法权利，也规范了行业

秩序。同时对于有类似回收再利用行为的行业，具有较强的指引意义。

胡某、刘某、郑某销售假冒注册商标的商品案（评选法院：云南省高级人民法院）

公诉机关：云南省昆明市人民检察院

被告人：胡某、刘某、郑某

【简要案情】

2019年至2021年间，胡某在负责昆明速璐商贸有限公司路虎部经营期间，购买标有 LAND ROVER 路虎、JAGUAR 捷豹标识的刹车盘、火花塞等汽车配件，与刘某、郑某共同进行销售。2021年7月27日，民警在昆明市官渡区东聚汽配城B区3栋27号昆明速璐商贸有限公司内现场查获标有 LAND ROVER 路虎、JAGUAR 捷豹标识的刹车盘、火花塞等汽车配件共计895件。经认定，查获的895件汽车配件均为假冒注册商标的商品。根据昆明速璐商贸有限公司电脑软件中销售记录记载，自2020年6月至2021年7月，其中标注为“精品”汽车配件的销售记录总金额为人民币1982399元。查获未销售的895件汽车配件中，可以根据电脑软件中的销售记录查清实际销售平均价格的汽车配件价值人民币109500余元；未查清实际销售平均价格的汽车配件，经价格鉴定，价值人民币282043元。

【法院认为】

昆明市中级人民法院经审理认为，被告人胡某、刘某、郑某无视国家法律，未经注册商标权利人许可，销售明知是假冒捷豹路虎有限公司注册商标的刹车盘、火花塞等汽车配件，已销售部分金额为1982399元，未销售部分商品价值经鉴定为391543元，三人的行为均构成销售假冒注册商标的商品罪，应依法惩处。胡某作为昆明速璐商贸有限公司的实际管理人，购进涉案被控侵权商品，积极对外销售，并安排指使刘某、郑某实施本案犯罪系本案主犯，应对全案承担刑事责任。刘某、郑某受雇参与销售涉案被控侵权商品，属从犯，可依法从轻、减轻处罚。原审法院根据查明的事实及相关证据，依照《中华人民共和国刑法》及相关司法解释的规定，分别以销售假冒注册商标的商品罪，判处被告人胡某有期徒刑六年，并处罚金人民币100万元；判处被告人刘某、郑某各有期徒刑三年，均并处罚金人民币30万元；本案查获并扣押的假冒注册商标的汽车配件商品予以没收并依法销毁。胡某、刘某、郑某不服一审判决，提出上诉。

云南省高级人民法院二审审理认为，一审认定事实清楚，定罪准确、量刑适当，审判程序合法，上诉人所提相应上诉理由均不能成立，遂裁定驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系一起销售假冒知名品牌汽车零部件构成知识产权领域犯罪的案件。汽车系高速运输工具，在维修和更换零部件过程中，使用假冒注册商标的商品，极易引发安全事故。被告人销售涉案被控侵权商品的种类多、时间长，涉案金额巨大，犯罪情节严重，社会危害较大。本案在对被告人判处刑罚的同时，适用相对较重的罚金刑，加大了对知识产权领域犯罪的惩罚力度，充分体现了人民法院保护知识产权、打击违法犯罪的职能作用。

何某某、何某假冒注册商标案（评选法院：云南省高级人民法院）

公诉机关：云南省昆明市人民检察院

被告人：何某某、何某

【简要案情】

被告人何某某租赁房屋，购买印有国窖、水井坊、郎、习酒窖藏 1988、剑南春、贵州茅台、五粮液等字样的手提袋、防伪标等包装物，组织何某等人在昆明市官渡区小板桥安和路 1914 号等地，将市场价格较低的干一杯白酒、散装白酒等拆装到市场价格较高的国窖、水井坊、郎、习酒窖藏 1988、剑南春、贵州茅台、五粮液的空酒瓶中，并进行包装、加贴防伪标后进行销售。2022 年 1 月 10 日，民警在上述地点现场查获印有国窖、水井坊、郎、习酒窖藏 1988、剑南春、贵州茅台、五粮液等字样的大量白酒及散装白酒、包装材料、封口机等物品价值人民币 3002402 元；上述查获的干一杯白酒、散装白酒、封口机等物品价值人民币 16873 元。

【法院认为】

昆明市中级人民法院一审审理认为，被告人何某某、何某未经注册商标所有人许可，在同一商品上使用与其注册商标相同的商标，属于《中华人民共和国刑法》第二百一十三条规定的情形，应当依照该规定，以假冒注册商标罪定罪处罚。

根据《最高人民法院 最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释》第十二条规定，本解释所称“非法经营数额”，是指行为人在实施侵犯知识产权行为过程中，制造、储存、运输、销售侵权产品的价值。已销售的侵权产品的价值，按照实际销售的价格计算。制造、储存、运输和未销售的侵权产品的价值，按照标价或者已经查清的侵权产品的实际销售平均价格计算。侵权产品没有标价或者无法查清其实际销售价格的，按照被侵权产品的市场中间价格计算。《最高人民法院 最高人民检察院 公安部印发〈关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的意见〉的通知》第七条规定，在计算制造、储存、运输和未销售的假冒注册商标侵权产品价值时，对于已经制作完成但尚未附着（含加贴）或者尚未全部附着（含加贴）假冒注册商标标识的产品，如果有确实、充分证据证明该产品将假冒他人注册商标，其价值计入非法经营数额。本案中，从现场查获的假冒国窖、水井坊、郎、习酒窖藏 1988、剑南春、贵州茅

台、五粮液相关注册商标白酒的鉴定价值可认定被告人何某某、何某的非法经营数额为 300 余万元。

本案系共同故意犯罪，被告人何某某雇用和安排何某进行假冒注册商标的行为，其在共同犯罪中起主要作用，系主犯。本案涉及假冒两种以上注册商标，非法经营数额在十五万元以上，属于情节特别严重，依法应判处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金。被告人何某某在到案后能如实供述犯罪事实，自愿认罪认罚，并签署认罪认罚具结书，依法应予以从轻处罚。法院采纳了公诉机关的量刑建议，根据被告人何某某的犯罪事实、情节、性质、悔罪表现，判处其有期徒刑六年，并处罚金人民币 1000000 元。被告人何某受被告人何某某的安排，在进行假冒注册商标的过程中仅起到次要或者辅助作用，系从犯，应当从轻、减轻处罚或者免除处罚。被告人何某自动投案后在前三次讯问中均未如实供述罪行，不能认定为自首，但其后如实供述并在庭审中自愿认罪，依法可以从轻处罚。法院综合考虑被告人何某的犯罪事实、情节、在共同犯罪中所起的作用和参与程度、悔罪态度及对社会的危害程度，判处被告人何某有期徒刑二年六个月，并处罚金人民币 50000 元。涉案假冒注册商标的商品予以没收并由暂存机关销毁，制作假冒注册商标的商品的原材料及加工工具予以没收并依法处理。

【典型意义】

本案系一起涉酒类假冒注册商标的共同故意犯罪案。本案中，依据何某某和何某在共同犯罪中所起的作用区分了主从犯，二人假冒注册商标的涉案金额达到 300 余万元，情节特别严重，不仅严重侵犯了商标持有人的商标权，扰乱了正常市场经济秩序，也损害了消费者的合法权益。本案依法适用刑罚惩治严重侵害知识产权行为，体现了人民法院保护知识产权、打击知识产权犯罪的职能作用。

被告人梁士果犯销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：陕西省高级人民法院）

西安市中级人民法院（2022）陕 01 知刑初 5 号

【典型意义】

该案是西安知识产权法庭知识产权审判“三合一”机制改革后审理的刑事典型案例。假冒注册商标罪与销售假冒注册商标的商品罪属于侵犯商标犯罪链条中上游的“造假”行为与下游的“售假”行为，二者存在高度关联，判断下游“售假”的被告人与上游“造假”的被告人是否构成“造假”的共同犯罪，应结合二者的犯罪故意、交易模式、销售价格等因素综合判断。本案区分了“售假”与“造假”的认定标准，为厘清此类案件的法律适用提供了有益参考。

原告宜宾五粮液股份有限公司与被告西安经济技术开发区伟伟商贸烟酒店侵害商标权纠纷案（评选法院：陕西省高级人民法院）

一审：西安市未央区人民法院（2022）陕 0112 诉前调确 746 号

【典型意义】

该案系我省知识产权案件管辖权下沉后，基层法院通过人民调解方式在诉前化解的侵害商标权纠纷，有力推动社会矛盾纠纷化解资源力量有机整合，为运用陕西知识产权纠纷多元化解机制提供了生动实践。该案通过向行业专业调解组织借力，与陕西省知识产权人民调解委员会共同设立知识产权纠纷诉调对接工作室，充分发挥专业调解组织力量，不断完善诉调对接机制，积极开展司法确认工作。在节约司法成本的同时，减轻了当事人诉累，从源头化解了矛盾纠纷，推动诉源治理向纵深发展。

被告人霍某某假冒注册商标刑事附带民事公益诉讼案（评选法院：甘肃省高级人民法院）

该案是金昌市首起知识产权刑事附带民事公益诉讼案件，也是一起刑事追诉和民事公益诉讼共同发力，从源头上优化知识产权保护的典型案例。被告人霍某某大量生产、销售假冒知名品牌白酒的行为不仅侵犯商标权利人的知识产权，破坏国家知识产权管理制度，扰乱市场经济秩序，而且侵害了广大消费者的生命权、健康权，损害了社会公共利益。人民检察院对假冒注册商标犯罪行为提起公诉的同时，代表众多消费者提起附带民事公益诉讼。人民法院通过刑事和民事司法程序同时对犯罪行为施以刑事制裁及民事责任承担，全方位加大对侵害知识产权行为的打击力度。本案准确适用了知识产权犯罪中刑事附带民事公益诉讼制度，为知识产权多维度保护与救济提供了新路径。

山东招金集团有限公司诉敦煌阳关招金矿业有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：甘肃省高级人民法院）

铂爵旅拍文化集团有限公司诉赵某某侵害商标权纠纷案（评选法院：甘肃省高级人民法院）

该两起案例属于知识产权案件中常见的商标侵权及不正当竞争案件。通过这两起案例，提示市场经营主体在生产经营活动中应遵循诚实信用原则，公平有序竞争。尤其是在相同行业和相近行业具有同业竞争关系时，经营者更应主动避让使用与其他公司相同或相近似的字号、知名商标、特有包装装潢等，以避免造成混淆误认，否则，有可能构成商标侵权或不正当竞争。

原告沈阳某农业有限公司与被告辽宁沈抚农村商业银行股份有限公司商标许可使用合同纠纷案（评选法院：沈阳知识产权法庭）

——涉及关联交易的商标许可、转让合同效力认定，应以交易是否损害公司的利益为标准，并结合商标排他性、无形性、商标标识组成及依法合理使用等因素综合判定

原告北京快手科技有限公司与被告辽宁省快手健康管理有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：沈阳知识产权法庭）

——被告注册商标系对原告在先注册驰名商标的摹仿，人民法院可直接判决禁止使用，而无需等待商标行政程序结果

原告乐高博士有限公司与被告沈阳欧澜教育信息咨询有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：沈阳知识产权法庭）

——使用他人品牌历史引人误解的，扰乱了市场竞争秩序，属于不正当竞争行为

被告人武某、田某、王某犯销售假冒“冰墩墩”注册商标商品罪案（评选法院：沈阳知识产权法庭）

——“销售金额”仍应作为刑法修正后销售假冒注册商标的商品罪之定罪和量刑情节

皓月公司诉某牛羊肉摊床侵害商标权纠纷案（评选法院：长春知识产权法庭）

【基本案情】

皓月公司系“皓月”文字和图形商标的注册权人。被告未经原告许可，在其经营的三家店铺悬挂“皓月分割肉”招牌。

【裁判结果】

长春中院审理认为，被告在其店铺悬挂“皓月分割肉”招牌，极易导致公众误认为其与皓月公司存在某种特定联系，侵犯了“皓月”注册商标专用权。“皓月”为吉林省知名品牌，且被告与原告洽谈过加盟事宜，侵权故意明显；被告在其经营的三家店铺均悬挂上述招牌，侵权情节严重。因此，在判决填平原告损失的基础上，还判决二倍惩罚性赔偿。

【典型意义】

本案是参照商标许可使用费的倍数，合理确定惩罚性赔偿基数的典型案例。本案中，原告未提供商标许可使用费合同，但提交了与他人签订的加盟合同等证据。法院考虑加盟合同含有“皓月”商标使用内容，酌情认定了加盟费中包含的商标许可使用费金额，并将其确定为惩罚性赔偿的基数，对被告判处了二倍惩罚性赔偿。本案的判处，不但有力打击了知识产权侵权行为，维护了“皓月”品牌声誉和原告合法权益，也为惩罚性赔偿基数的确定提供了探索范例。本案入选 2021 年中国法院 50 件典型知识产权案例。

阿克苏地区苹果协会与某生鲜超市侵害商标权纠纷案（评选法院：长春知识产权法庭）

【基本案情】

“阿克苏苹果”系原告阿克苏地区苹果协会申请注册的地理标志证明商标，被告销售的“旺牌果业”苹果来源于该商标标示地区，但箱体上突出标注“阿克苏”字样未经原告审核同意。

【裁判结果】

长春中院审理认为，判断非商标许可使用人是否侵犯地理标志证明商标，一般从两个层面进行：1.商品非来源于特定地域，不具备特定品质，在商品上突出使用与证明商标相同或近似标识的行为，当然构成商标侵权；2.虽然商品来源于特定地域，具备特定品质，但如果未获权利人许可使用，且其使用地理标志标示的地名超出正当使用范围，亦构成商标侵权。本案苹果虽来源于阿克苏地区，但销售方非许可使用人，且包装盒上显著标注“阿克苏”字样，构成对“阿克苏苹果”地理标志证明商标的侵权。

【典型意义】

本案是产地相符型地理标志证明商标侵权纠纷的典型案件，对类似案件的处理具有重要借鉴意义。裁判明晰了地理标志证明商标侵权案件的审理思路和判断标准，特别是明确了产地相符时非许可使用人免责与否的裁判原则：对标示地名描述性使用，属于正当使用，可以免责；对标示地名突出使用，属于商标性使用，不能免责。

安格洛联营公司诉高某商标权侵权纠纷案（评选法院：长春知识产权法庭）

【基本案情】

BOY LONDON 为原告安格洛联营公司旗下品牌，在中国注册了“BOY”、“LONDON”等五个商标。被告未经原告许可，在其经营的网店销售印有“BOY”、

“LONDON”等单独或组合标识的“BOY LONDON KOREA”品牌服装。

【裁判结果】

长春中院审理认为，被告在网店销售印制有与原告注册商标相同或近似标识的“BOY LONDON KOREA”品牌服装，侵犯了原告注册商标专用权，应依法承担赔偿责任。根据查明事实，采取“侵权获利数额=被告网店营业收入×营业利润率×知识产权贡献率”计算方式，判决被告赔偿原告经济损失共计 109 万余元。

【典型意义】

本案系国际知名品牌被仿冒的典型案列，判决通过精细化方式计算侵权获利，充分支持了权利人的主张，彰显了平等保护中外当事人知识产权的司法理念，裁判效果得到了品牌方的高度赞誉，对于推动形成市场化、法治化、国际化营商环境具有积极意义。同时，本案为精细化计算网络销售侵权产品的侵权获利提供了参考范例。

桑某某销售假冒注册商标的商品罪（评选法院：长春知识产权法庭）

【基本案情】

被告人桑某某系汽车配件经营者，其多次购买假冒的“一汽丰田”“一汽奥迪”等商标三元催化器转售他人，销售金额 25570 元，获利 5000 元。案发后，在其库房查获未售出的三元催化器价值 155340 元。

【裁判结果】

汽开法院审理认为，被告人桑某某明知购进的汽车配件系假冒注册商标商品，仍对外销售，销售金额较大，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪，依法应予惩处。被告人未售出的假冒汽车配件部分，属犯罪未遂，依法可从轻处罚。被告人系初犯，在案件审理期间积极上交违法所得及财产刑保证金，认罪认罚，悔罪表现明显，且其居住地社区司法机关同意矫正监管，可依法适用缓刑。综上，以销售假冒注册商标的商品罪，判处被告人桑某某有期徒刑一年，缓刑一年，并处罚金人民币 5 万元。

【典型意义】

本案是惩治销售假冒注册商标的商品罪的典型案件。被告人明知购进的汽车配件系假冒知名商标的商品，仍转销他人，侵害了上述知名商标声誉和权利人合法权益，破坏了市场经济秩序。本案充分发挥刑事审判的惩戒、威慑、预防功能，有力打击了“傍名牌”“搭便车”等不诚信知识产权侵权行为，维护了知名品牌的声誉及相关企业的合法权益，为营造良好的营商环境，助力长春国际汽车城建设提供了法治保障。

吴某某假冒注册商标罪、李某销售假冒注册商标的商品罪（评选法院：长春知识产权法庭）

【基本案情】

被告人吴某某为非法营利，通过向回收的茅台、五粮液、舍得酒空瓶内灌装其他白酒，再用回收的配套包装盒包装的方式，假冒上述品牌名酒对外销售。被告人李某明知从被告人吴某某处购进的茅台酒为假冒注册商标白酒，仍然对外销售给他人，销售金额 590200 元，非法获利 309700 元。

【裁判结果】

宽城法院审理认为，被告人吴某某未经注册商标所有人许可，假冒两种以上注册商标，非法经营数额 241500 元，情节特别严重，其行为已构成假冒注册商标罪。被告人李某销售明知是假冒注册商标的商品仍进行销售，数额巨大，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪。对被告人吴某某判处有期徒刑三年三个月，并处罚金人民币二十万元；对被告人李某判处有期徒刑三年六个月，并处罚金人民币四十万元。

【典型意义】

注册商标承载着企业的信誉、商品的声誉和无形的商业价值。侵害注册商标权的行为，不仅关乎商标权利人自身的权益，也关乎市场秩序及市场主体公平竞争环境。本案通过司法裁判，对销售假冒知名品牌白酒谋取不法利益的犯罪分子判处有期徒刑，并课以数额较大的罚金刑，严厉打击了严重侵犯知识产权的犯罪行为，有力维护了正常市场秩序与人民生命健康安全。

上海市崇明绿色食品产销联合会与海安兴雅米业有限公司等侵害商标权纠纷案——使用地理标志证明商标中地名的侵权认定（评选法院：南京知识产权法庭）

【案件索引】

案号：南京江北新区人民法院（2022）苏 0192 民初 11435 号

原告：上海市崇明绿色食品产销联合会

被告：南京市浦口区张雪飞粮油店

被告：海安兴雅米业有限公司

【裁判要旨】

地名是地理标志证明商标的核心组成和主要识别部分。长期以来，源于该地区的商品所拥有的特定品质、信誉已经通过使用获得了大范围的识别性。因此，在适用近似性标准时，只要被诉侵权商品商标性使用了相应地名元素，则构成近似。若被诉侵权商品实际产地符合该地理标志所指向区域，则推定被告构成正当使用；若原告认为产地相符的商品不符合特定品质标准因而不能构成正当使用的，应当对此承担举证责任。

【基本案情】

原告上海市崇明绿色食品产销联合会（以下简称崇明产销联合会）系在上海市崇明区民政局登记成立的社会团体法人。经国家知识产权局核准，原告在第30类商品上注册了第30256012号“崇明大米”地理标志证明商标。

2022年1月12日，崇明产销联合会通过公证证据保全方式在南京市浦口区张雪飞粮油店购买了一袋大米，内有大米包装袋一个，包装袋正反面显著位置均

标注较大字体的“”字样。另，上述包装袋左上方标注较小字体的“富贵碗”标识，包装袋下方标注产品名称为大米，产地为江苏省南通市，制造商为兴雅米业有限公司，地址为海安市雅周镇连庄村。

经比对，原告取证的上述包装袋正反面标注的“”中的“”字样，与原告崇明产销联合会的涉案第30256012号地理标志证明商标中的主要识别部分“崇明”地名构成近似，与第30256012号“崇明大米”地理标志证明商标整体上亦构成近似。

另查明，被告兴雅米业公司的法定代表人张兴兵系第8766489号“富贵碗”商标的权利人，该商标核定使用商品为30类，包括方便米饭、糕点、谷类制品、米、米粉、面粉等。

原告认为，被告南京市浦口区张雪飞粮油店销售明知是侵犯原告第30256012号“崇明大米”地理标志证明商标专用权的商品，被告海安兴雅米业有限公司生产、销售明知是侵犯原告第30256012号“崇明大米”地理标志证明商标专用权的商品，构成商标侵权。

被告兴雅米业公司认为，1.被告生产的大米包装袋上标注的不是“生态崇明”，而是“生态崇川”，被告是崇川人，与原告的“崇明”没有任何关系；2.涉案包装被告已经使用5年多，原告商标2019年才注册，涉嫌恶意注册；3.被告在显著位置使用自己注册的“富贵碗”商标，被告的大米商标在市场上也是知名商标，无需假冒他人商标。

【法院认为】

地理标志证明商标中的地名承载了该地理标志所在区域所产某种商品所具备的特定质量、品质、特征等声誉，故地名是地理标志证明商标的核心组成和主要识别部分。本案中，原告系第 30256012 号“崇明大米”地理标志证明商标的权利人，该商标在有效期内，依法应受保护。被诉侵权商品系大米，与涉案注册商标核定使用的商品系相同商品，其包装袋正反面以较大字体突出标注“”字样，

发挥了识别商品来源的作用，系商标性使用。经比对，被诉侵权标识“”与原告涉案地理标志证明商标中的主要识别部分即地名“崇明”构成近似，与原告上述注册商标整体亦构成近似，容易使相关公众误认为被诉侵权商品来源于涉案证明商标所指向的产地，且具有相同的质量和 other 特定品质。被诉侵权商品包装袋载明大米产地为江苏省南通市，且被告兴雅米业公司明确陈述其生产的大米系来自

江苏省南通市海安，并非来自崇明地区，故其使用“”标识并不构成对上述地名的正当使用。综上，涉案产品系侵害原告注册商标专用权的商品。

被告兴雅米业公司未提供证据证明其得到原告崇明产销联合会的许可，亦未能证明涉案商品来源于崇明地区以及具备“崇明大米”商标所要求的特定品质，其生产、销售涉案商品的行为，构成商标侵权，应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。被告张雪飞粮油店作为销售方，其未向法庭提供证据证明涉案商品的合法来源，应承担停止侵权、赔偿经济损失的民事责任。被告兴雅米业公司辩称其在原告注册涉案商标之前已使用涉案包装袋，但未提交证据予以证明，故其上述抗辩，无事实与法律依据，本院不予采信。

关于赔偿数额，本院综合考虑如下因素确定本案的赔偿额：1.涉案“崇明大米”商标的注册时间、知名度；2.二被告侵权行为的性质、方式、经营位置、经营规模、持续时间、主观过错；3.涉案商品的种类及价格；4.原告为维权支出的合理费用。据此，依法酌定被告张雪飞粮油店赔偿原告经济损失及合理费用共计 6000 元，被告兴雅米业公司赔偿原告经济损失及合理费用共计 30000 元。

一审判决后，原、被告均未上诉。

【典型意义】

地理标志是重要的知识产权类型，是促进区域特色经济发展的有效载体，是推进乡村振兴的有力支撑，也是企业参与市场竞争的重要资源。我国地理标志资源丰富，对于地理标志侵权案件，应当在坚持高水平保护，严厉打击地理标志侵权假冒行为的基础上，充分考虑到公共利益和商业权利的平衡。一方面，地理标志证明商标将一定范围内的公共资源纳入了商标权专用范围，故在确定其专用权

和禁用权范围时，应当进行一定程度的限制。另一方面，对该类商标当中的地名的使用，也不能直接适用普通商标的正当使用规则，造成商标专用权人无权禁止任何人商标性使用该地名的后果。

对于地理标志证明商标的保护，其核心在于公共利益和商业权利的平衡，故应当通过对其中的地名等元素进行相对独立的评判并结合举证责任的分配，提供精细化的保护。对于其中的地名，由于长期以来来源于该地区的商品所拥有的特定品质、信誉已经通过使用赋予了该地名大范围的识别性，所以此时不必准确从外观判断该地名所使用的文字字体与商标所用字体是否构成相似，只要商标性使用该地名元素则认为构成近似，在被告无法提出正当使用等抗辩的情况下，构成侵犯地理标志证明商标的行为。

案件承办人：邵静娟

广东佳隆股份有限公司与安阳市傲厨食品有限责任公司等侵害商标权纠纷案——拆分、重组注册商标的侵权行为认定（评选法院：南京知识产权法庭）

【案件索引】

案号：南京市江宁区人民法院（2021）苏 0115 民初 5434 号

南京市中级人民法院（2022）苏 01 民终 3059 号

原告：广东佳隆股份有限公司

被告：安阳市傲厨食品有限责任公司、钮某某、南京市江宁区耀发水产冷冻品经营部

上诉人：安阳市傲厨食品有限责任公司、钮某某

【裁判要旨】

侵权人为规避注册商标的显著性特征，将权利人注册商标各组成要素拆分后，将各要素及其近似图样重新申请为注册商标，再以重组的方式形成新的标识使用在商品上。属于以拆分、组合等方式改变注册商标显著性特征的使用，超出了法律为商标权人确定的专用权范围，构成权利的滥用。不规范使用注册商标导致与他人的注册商标混淆的，属于侵犯他人注册商标专用权的行为。

【案情简介】

原告广东佳隆股份有限公司（以下简称广东佳隆公司）于 2004 年 6 月 7 日取得第 3383960 号“狮球牌 SHIQIUPAI 及图形”注册商标（见附图），核定使用商品为咖啡调味香料、茶、天然增甜剂等；于 2017 年 2 月 14 日取得第 18814438

号“狮球牌 SHIQIUPAI 及图形”注册商标，核定使用商品为酱菜（调味品）、调味酱、芥末、调味品等。

被告安阳市傲厨食品有限责任公司（以下简称傲厨公司）法定代表人钮某某于 2013 年 11 月 14 日取得第 1127376 号“狮统”注册商标，核定使用商品为调味品、芥末、食品用香料等；于 2021 年 7 月 7 日取得第 50466248 号“狮统”注册商标，核定使用商品为以茶为主的饮料、面包屑、搅稠奶油制剂等。另查明，被告钮某某于 2021 年 9 月 28 日分别将上述由 SHITONGPAI、山形图形、狮统牌文字组成的图案拆分为三部分（见附图）：山形图形、狮统牌及山形图形组合、SHITONPAI，分别单独申请注册为注册商标，均核定使用在第 30 类商品上。

被告南京市江宁区耀发水产冷冻品经营部（以下简称耀发经营部）销售的大吉士粉包装罐及外包装袋上印有的“狮统”标识为前述三部分注册商标的组合图形（见附图），生产商为傲厨公司。原告认为，被诉侵权标识系由上述三部分注册商标组合而成，与原告注册商标构成近似，被告构成商标侵权及不正当竞争。

【法院认为】

被告傲厨公司在其生产的案涉商品上使用“狮统牌”注册商标本身并不构成侵权，但其在商品上并非单独使用“狮统牌”中文文字商标，而是同时附加了“狮统牌”拼音、山形图形两部分元素。虽然被告将上述三个部分拆分开来分别申请了商标注册，并分别取得了注册商标证，但这三部分元素在排列上和原告注册商标具有较高的近似度，拼音的外观设计形状也基本一致。因此，从整体外观上看，被告傲厨公司外包装上使用的图案和原告的注册商标具有极高的相似度。同时，原告相关商品在业内已具有一定的知名度，被告生产的案涉侵权商品与原告属于同一类商品，其作为同业经营者，在使用自己“狮统牌”注册商标时，理应规范使用，并进行一些必要的区分和避让。但其并未履行这一注意义务，反而将多件注册商标组合使用，导致与原告佳隆公司在同一种商品上的注册商标近似，同时附加了一些和原告注册商标及相关商品包装、装潢风格、设计、外观近似的元素，从而使这种组合产生了极高的视觉误导性，足以使相关消费者发生混淆和误认，亦属于不规范使用注册商标行为，明显具有攀附佳隆公司商标声誉，刻意制造市场混淆的主观故意，因而构成商标侵权。

一审法院综合考虑原告注册商标及其产品包装、装潢的知名度和影响力，被告的成立时间、经营规模、生产和销售量的，被告侵权行为的危害性、损害后果、主观过错以及原告为制止侵权行为所支出的合理费用等相关因素，依法酌定被告傲厨公司赔偿原告佳隆公司包括合理费用在内的经济损失 30 万元。

被告傲厨公司、钮某某不服一审判决，提起上诉。南京市中级人民法院经审理维持一审判决的赔偿金额。

【典型意义】

保护商标专用权的目的在于保证商品和服务质量，维护商标信誉，保障消费

者能够将注册商标与其所指示的商品或服务建立稳定的关联，以促进社会主义市场经济发展，保护消费者和生产者、经营者的合法权益。由于市场竞争的开放性，竞争行为的类型和方式也愈加多样和多变。实践中，一些经营者出于攀附知名商标、“搭便车”之目的，将他人享有一定知名度的注册商标进行拆分和重组，使用在同类商品和服务上，以避开商标外观的显著性特征，具有极高的视觉误导性，足以使相关消费者发生混淆和误认。

审判实践中，判断侵权人所使用的商业标识是否与权利人注册商标构成相同或类似，需要从标识的整体进行综合认定，不能将比对标识的基本构成要素割裂开来单独比对和判断。注册商标不仅仅是简单的商业标识，更是其所标识商品的知名度、可信度，以及商业主体商誉的集中体现，凝聚着重要的商业价值。生产经营者在设计、申请、使用注册商标时，对于业内已具有一定的知名度的商品及其注册商标，应该遵循诚信原则，对有可能造成混淆和误认的商业标识进行合理的避让，并做出一些必要的区分，更要规范使用注册商标标识，避免以“擦边球”“搭便车”的方式规避侵权判定。

一审承办人：张扣成

二审承办人：李文达

附图：

原告注册商标



被告注册商标



原告产品外观



被诉侵权商品外观



德禄产业与发展有限责任两合公司、德禄国际有限公司等诉某家具（上海）有限公司、朱某军等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：苏州知识产权法庭）

【苏州市中级人民法院（2020）苏 05 民初 271 号】

【案情简介】

“德禄”“raumplus”为德国知名定制家具品牌，荣获红点奖、iF 设计奖、德国国家设计奖等多项国际大奖，在家具领域具有良好声誉和极高知名度。德禄国际公司与案外人先后合资成立某家具（上海）有限公司（以下简称某家具上海公司）、德禄家具（南通）有限公司（以下简称某家具南通公司），约定在合资期内两公司有权使用“德禄”“raumplus”商标，合资终止后不得再使用。2011 年，德方退出合资公司，但两被告公司仍在家具商品及发货单、宣传册、设计图纸等处大量使用上述商标、字号，并且通过抢注相关商标域名，使用德禄两合公司等品牌发展历史进行刻意宣传。德禄两合公司等诉至法院，请求判令各被告停止侵权并赔偿损失 5000 万元。

【法院认为】

两被告公司在合资关系结束后，仍在经营中大量使用“德禄”“raumplus”商标、字号及相关文字生产、销售家具产品，进行关联宣传并大规模开设门店，造成市场混淆与误认，严重损害德禄品牌的市场利益，构成商标侵权及不正当竞争。针对两公司故意侵权、情节严重情形，法院最终在精细化计算侵权获利的基础上，依法适用惩罚性赔偿，全额支持权利人 5000 万元的赔偿请求。

【典型意义】

本案系国际知名高端家居品牌在中外合作结束后，遭遇严重知识产权侵权获胜诉判决的典型案件，也是迄今为止外资企业在我国获得判赔金额最高的已生效商标侵权案件。本案判决精准细化赔偿额的计算方式以及惩罚性赔偿适用条件和考量因素，最终全额支持权利人 5000 万元赔偿主张，彰显了人民法院坚持强化国际视野，贯彻平等保护中外当事人合法权益原则，以诉讼优选地助力打造投资优选地的理念及担当，裁判受到了社会各界广泛关注和高度评价，被新华网、《中国新闻周刊》等权威媒体报道。本案入选“2022 年中国法院 50 件典型知识产权案例”、江苏省“反不正当竞争十大典型案例（2019-2022）”。

稳健医疗用品股份有限公司诉某医疗用品有限公司、滑某舟等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：苏州知识产权法庭）

【苏州市中级人民法院(2021)苏 05 民初 1725 号】

【案情简介】

稳健股份公司成立于 2000 年，在口罩等多个商品上注册有“winner”“稳健”“稳健医疗”等商标。某医疗用品公司成立于 2020 年，在生产销售的口罩产品以及经营环境、公众号、网站等处使用“SW”“WJ”以及“稳健医疗、SW 苏稳、WJ 稳健医疗、苏州稳健医疗”等字样对其产品、公司及经营进行宣传介绍。某医疗用品公司位于某包装公司工业园内，销售的口罩包装袋上标注某包装公司官网地址，出具的销售收据加盖某包装公司公章。某包装公司网店销售某医疗用品公司口罩，并自称“自有工厂”“源头厂家”。滑某舟分别持有两被告公司 99%、91.6667%股份，并将某包装公司网店口罩收入纳入其个人账户。稳健股份公司认为上述行为侵害其商标权并构成不正当竞争，故要求各被告停止侵权，赔偿损失 500 万元及维权合理开支 13 万元。

【法院认为】

某医疗用品公司、某包装公司、滑某舟明知涉案商标及字号在业内知名度极高，使用侵权字号注册公司，有组织、有分工地实施被诉侵权行为，具有明显攀附稳健股份公司商誉的目的，造成混淆误认。三被告共同实施侵权行为，应当承担连带责任。三被告侵权情节严重，主观故意明显，因本案无法适用权利人实际损失直接计算得出损害赔偿金额，故本案适用综合计算模式，对于可以查明的侵权获利部分，适用四倍惩罚性赔偿；对于无法查明具体销量的部分，综合考虑严重侵权情节，适用法定赔偿确定赔偿额。综上，本案中确定的经济损失及维权合理费用赔偿数额共计 1021655 元。

【典型意义】

本案系人民法院服务保障疫情防控和经济社会发展的典型案例。本案裁判坚持知识产权市场价值导向，多角度、全方位弥补权利人所受侵权损失，创新侵权损害赔偿额计算方式，在省内首次综合运用“侵权获利+惩罚性赔偿+法定赔偿”方式精准厘定赔偿数额，有力保障疫情防控和服务经济社会发展大局，实现了政治效果、法律效果和社会效果的有机统一。本案入选江苏省“反不正当竞争十大典型案例（2019-2022）”，并作为全国唯一一件知识产权案件入选最高人民法院发布的“第二批人民法院贯彻实施民法典典型案例”。

昆山市阳澄湖鲈马堂大闸蟹有限公司诉某农业科技有限公司、某电子商务有限公司等侵害商标权纠纷案（评选法院：苏州知识产权法庭）

【苏州市中级人民法院（2021）苏 05 民初 222 号】

【基本案情】

驸马堂公司从事大闸蟹及淡水产品养殖、批发、零售,取得阳澄湖大闸蟹地理标志产品专用标志使用权及“蟹公子”商标,连续多年与某知名电商平台关联公司签订购销协议,在该电商平台上销售“蟹公子”品牌大闸蟹。某农业科技公司申请注册“阳澄蟹公子”商标,被驳回后其仍授权他人在涉案知名电商平台使用“阳澄蟹公子”作为店铺名称开设旗舰店。某电子商务公司作为涉案知名电商平台的经营者抗辩,其仅从事电子商务平台服务,被诉店铺由被告具体经营,在收到本案诉状后,其已将涉案商品下架,故不应承担任何法律责任。

【法院认为】

被告未经许可,在某知名电商平台以“阳澄蟹公子”名称开设店铺,并且所出售的蟹券亦标注以“阳澄蟹公子”标识依法构成了对原告涉案注册商标专用权的侵害。某电子商务公司作为涉案电子商城网站经营者,并非涉案被诉侵权行为直接的实施者,但其在店铺设立审核中存在疏忽,客观导致了本案侵权行为的实施。从督促规范平台审核责任,充分保障消费者权益的角度,应依法认定某电子商务公司存在过错,故其应在责任范围内对侵权赔偿义务承担连带清偿责任。

【典型意义】

本案系合理界定电子商务平台审查注意义务的典型案例。实践中,“旗舰店”以“官方正品”为质量背书,具有更高的商业信誉,也更容易获得消费者的信赖。本案裁判明确了电子商务平台对于获取“旗舰店”资格的审核应更为严格,如平台方在审核设立“旗舰店”的过程中存在过错,则应就其疏忽、放任的“帮助”侵权行为承担相应连带清偿责任。本案判决明确了数字经济背景下电子商务平台审核责任的必要限度,对于规范电子商务平台经营秩序,构建公平、诚信、可信赖的互联网商业环境具有积极意义。

某技术有限公司与深圳市某科技有限公司、刘某某侵害商标权纠纷案（评选法院：杭州知识产权法庭）

【案例索引】

一审：浙江省杭州市中级人民法院（2021）浙 01 民初 886 号

【入选理由】

创新是引领发展的第一动力,品牌是企业与国家竞争力的综合体现。某技术



有限公司享有专用权的“华为”“HUAWEI”注册商标是其经过多年自主创新和诚信经营打造的无形资产,凝结着某技术有限公司的商业信誉与市场价值。本案判决支持某技术有限公司的惩罚性赔偿请求,有效保护民族品牌,显著提高侵权成本,有力打击了侵权故意明显且侵权情节严重的假冒商标、攀附商誉行为,服务保障

品牌强国战略的实施。

【简要案情】

某技术有限公司作为一家生产、销售通信设备的民营科技公司，在国内乃至



世界范围均有广泛的影响力，其注册商标“华为”“HUAWEI”家喻户晓，各类产品也有着很高的知名度和美誉度。深圳市某科技有限公司成立于 2009 年，主营业务为线上数码产品销售。为提升店铺销量，深圳市某科技有限公司积极攀附某技术有限公司商誉，在其网店销售的手机云台商品名称中添加“华为”字样，在产品展



示图中使用“华为”“HUAWEI”标识。此外，该网店还向消费者展示虚假的华为网络渠道销售授权书，进一步使消费者产生混淆误认。某技术有限公司认为深圳市某科技有限公司的上述行为侵害其商标权，请求法院判令深圳市某科技有限公司停止侵权，并以深圳市某科技有限公司侵权获利为基数适用 2 倍惩罚性赔偿，赔偿其经济损失及合理维权费用 500 万元，深圳市某科技有限公司唯一股东刘某某对上述赔偿承担连带责任。

浙江省杭州市中级人民法院经审理认为，被诉侵权标识用于手机稳定器云台，与涉案第 16844938 号“华为”商标核准使用的照相器材架、照相机用三脚架属于



同类商品，与涉案第 14203957 号“HUAWEI”商标核准使用的智能手机、摄像头、耳机、手机用保护套等商品构成类似商品。经比对，深圳市某科技有限公司使用的被诉“华为”标识与某技术有限公司的“华为”注册商标完全一致，为相同商标；



被诉“HUAWEI”标识与某技术有限公司的“HUAWEI”注册商标相比，两者细节虽有差异，但主要部分八瓣花图案与“HUAWEI”文字相同，易使相关公众对商品来源产生混淆误认，构成近似商标。深圳市某科技有限公司在网店销售云台商品过



程中使用被诉“华为”“HUAWEI”标识，构成对某技术有限公司“华为”“HUAWEI”注册商标专用权的侵害，应当承担停止侵害、赔偿损失的民事责任。本案中，深圳市某科技有限公司在主观上具有侵权故意，且侵权情节严重，故应当承担惩罚性赔偿责任。对于惩罚性赔偿的基数，根据在案证据，侵权商品的销售金额为 9173730.64 元；侵权商品的利润率虽无法确定，但某技术有限公司提供的第三方同类产品近三年的平均毛利率具有参考价值，据此可认定侵权商品的利润率为 28.20%；此外，鉴于深圳市某科技有限公司在被诉侵权商品网页还同时使用了其自有品牌“平安星”以及自身企业名称，据此酌情确定某技术有限公司商标对深圳市某科技有限公司获利的贡献率为 80%。综上，可确定深圳市某科技有限公司的



侵权获利为 2069593.63 元。对于惩罚性赔偿的倍数，综合考虑深圳市某科技有限公司主观过错程度和客观侵权情节确定为 2 倍。深圳市某科技有限公司最终应当承担的赔偿数额为基数加上 2 倍惩罚性赔偿款之和即 6208780.90 元。由于该数额已经超出某技术有限公司的诉讼主张，故法院对某技术有限公司赔偿 500 万元的诉讼请求予以全额支持。刘某某作为深圳市某科技有限公司唯一股东，无法证明其与深圳市某科技有限公司之间财务独立，应对上述赔偿承担连带责任，遂于 2022 年 5 月 16 日判决：深圳市某科技有限公司停止侵害并赔偿经济损失 500 万元，刘某某对上述款项承担连带责任。

一审宣判后，各方当事人均未提起上诉，判决已发生法律效力。

杭州某化妆品有限公司与深圳市龙华区某彩妆贸易商行、杭州某广告有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：杭州知识产权法庭）

【案例索引】

一审：杭州市钱塘区人民法院（2022）浙 0114 民初 2357 号

【入选理由】

本案系涉及新型网络知识产权侵权形式的典型案例。被告通过将知名商标进行文字拆分、重新组词并加入到商品标题文字内的方式规避平台监管，以提高用户访问量实现商业引流。法院通过审理认定被诉侵权行为虽因不能发挥识别商品来源的作用而不构成商标侵权，但攀附知名商标进行商业引流系一种不劳而获的“搭便车”行为，有悖诚实信用原则，构成不正当竞争。本案的裁判结果对于促进营造诚信经营的商业环境和维护公平竞争的市场秩序具有积极意义。

【简要案情】

原告杭州某化妆品有限公司在日常经营中发现，被告深圳市龙华区某彩妆贸易商行在杭州某广告有限公司网络平台销售化妆品时，在数十个彩妆商品标题中将杭州某化妆品有限公司的“花西子”注册商标拆分为“花”“西子”文字，并与其产品描述（名称、类别、规格、用途等）文字一起使用。用户通过搜索引擎检索“花西子”，搜索结果展示的网站名称和产品标题包含深圳市龙华区某彩妆贸易商行的产品，点击产品链接，显示内容为与杭州某化妆品有限公司有同业竞争关系的美妆产品，但未出现杭州某化妆品有限公司的权利商标。杭州某化妆品有限公司遂起诉深圳市龙华区某彩妆贸易商行、杭州某广告有限公司，要求适用惩罚性赔偿，赔偿其经济损失 20 万元。

杭州市钱塘区人民法院经审理认为，深圳市龙华区某彩妆贸易商行在网站上销售商品时，将“花”“西子”文字与其商品描述文字共同使用于产品标题中，未突出使用商标“花西子”，点击深圳市龙华区某彩妆贸易商行的产品链接，产品介绍中未出现权利商标，而是其他品牌的商品内容，结合权利商标品牌商品采

用线上销售方式、消费群体网络化程度较高等因素，消费者只要施以一般注意力即不至产生混淆误认。因此，被诉侵权“花”“西子”拆分使用方式不能发挥识别商品和服务来源的作用，不属于商标性使用，被诉行为不构成商标侵权。杭州某化妆品有限公司的注册商标具有较高知名度，深圳市龙华区某彩妆贸易商行作为同业经营者，理应知晓并在商业行为中予以避让，然而该商行却实施了被诉营销行为，其主观上具有利用案涉注册商标商誉吸引相关目标市场用户注意力从而增加深圳市龙华区某彩妆贸易商行同类型商品点击率之意图；客观上分散了用户对杭州某化妆品有限公司商品的注意力，损害了杭州某化妆品有限公司的商业利益；同时也降低了深圳市龙华区某彩妆贸易商行的宣传成本，是一种不劳而获的“搭便车”行为，违反诚实信用原则，构成不正当竞争，遂于 2022 年 10 月 14 日判决：深圳市龙华区某彩妆贸易商行赔偿杭州某化妆品有限公司经济损失 30000 元。

一审宣判后，各方当事人均未提起上诉，判决已发生法律效力。

邓某、余某某、胡某某、祝某某、邵某某假冒注册商标罪案（评选法院：杭州知识产权法庭）

【案例索引】

一审：杭州市余杭区人民法院（2021）浙 0110 刑初 753 号

【入选理由】

在被授权销售品牌商品的同时，未经注册商标所有人许可，将三无商品自行包装成附有他人注册商标的商品，属于在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，情节特别严重的则构成假冒注册商标罪。疫情期间，生产属防疫物资的假冒注册商标的医用口罩，应从重处罚。法院对此准确定罪量刑，综合运用各种刑罚手段，在对被告人定罪判刑的同时运用财产刑，从经济上剥夺其再犯罪的能力和条件，体现了加强刑事犯罪打击力度，严格保护知识产权的司法态度。

【简要案情】

杭州某网络科技有限公司在拼多多开设多家网店，于 2020 年 10 月 27 日获得东莞市某健康科技有限公司授权，在其前述网店销售“酷登 KUDENG”牌医用口罩。杭州某网络科技有限公司在销售正品“酷登 KUDENG”医用口罩过程中，发现供不应求。为谋取更大利润，2020 年 11 月底，经公司实际负责人邓某、股东余某某、胡某某等人商议，擅自委托他人制作含有“酷登 KUDENG”注册商标的医用口罩外包装和合格证，并租用杭州市余杭区塘栖镇塘旺街某处仓库，在仓库内将从其他厂家购买的口罩，连同上述擅自制作的合格证装入外包装内进行发货和销售。被告人邓某系杭州某网络科技有限公司实际负责人，负责整个公司的业务以及口罩销售的运营管理；被告人余某某系杭州某网络科技有限公司股东，负责口罩采购；被告人胡某某系杭州某网络科技有限公司股东，负责“酷登 KUDENG”医用口罩的仓储、物流以及“酷登 KUDENG”医用口罩外包装及合格

证的采购；被告人邵某某系杭州某网络科技有限公司运营部口罩业务负责人，并管理三家网店的“酷登 KUDENG”医用口罩销售业务；被告人祝某某自 2021 年 1 月 14 日开始，在明知杭州某网络科技有限公司以上方式销售“酷登 KUDENG”医用口罩的情况下，仍负责口罩业务销售款项收取、成本开支等资金管理事项。2020 年 12 月 1 日至 2021 年 1 月 19 日期间，上述被告人共计销售假冒“酷登 KUDENG”牌医用口罩至少 6800 万余个，涉及非法经营数额在 997 万元以上。其中，2021 年 1 月 14 日至 1 月 19 日期间，上述被告人销售假冒“酷登 KUDENG”牌医用口罩至少 642 万余个，涉及非法经营数额在 109 万元以上。2021 年 1 月 19 日，公安机关会同市场监管部门对杭州某网络科技有限公司的仓库进行查处，当场扣押尚未销售的口罩 695 万余个，涉及货值金额 83 万余元。

杭州市余杭区人民法院经审理认为，被告人邓某、余某某、胡某某、祝某某、邵某某未经注册商标权利人许可，在同一种商品上使用与“酷登 KUDENG”注册商标相同的商标，情节特别严重，其行为均已构成假冒注册商标罪，遂于 2022 年 10 月 17 日判决：被告人邓某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑四年七个月，并处罚金三百万元；被告人余某某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑四年，并处罚金一百五十万元；被告人胡某某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑四年，并处罚金一百五十万元；被告人邵某某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑二年，缓刑二年六个月，并处罚金二万五千元；被告人祝某某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑一年六个月，缓刑二年，并处罚金四千元。

一审宣判后，各被告人均未提起上诉，公诉机关未提起抗诉，判决现已生效。

某专用车辆有限公司（简称某车辆公司）与湖北某专用汽车有限公司（简称湖北某公司）、任某侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：宁波知识产权法庭）

【一审：浙江省慈溪市人民法院（2022）浙 0282 民初 984 号；二审：浙江省宁波市中级人民法院（2022）浙 02 民终 3781 号】

某车辆公司系生产畜禽运输专用车等专用车辆企业，在行业内具有较高影响力，其字号既是企业字号也是其注册商标。湖北某公司系新成立的汽车生产企业，主要生产畜禽运输专用车，车辆外形与某车辆公司同类型车辆相似，价格更加便宜。任某系抖音号“湖北版某拉猪车厂厂长”博主，在抖音视频中以“湖北版”“随州版”加某车辆公司字号的字样宣传推销湖北某公司车辆，对两公司车辆进行对比和主观评价，并以湖北某公司委托代理人身份对外签订售车合同获取销售提成。某车辆公司以任某抖音号中突出使用的字样攀附某车辆公司商誉构成商标侵权和不正当竞争，抖音视频中所作的宣传内容借用不恰当的评价甚至诋毁来削弱、分散了某车辆公司应有的市场关注度及交易机会，不正当地攫取了原本属于某车辆公司的市场利益，构成不正当竞争，且湖北某公司、任某构成共同侵权为由诉至法院，要求湖北某公司、任某立即停止侵权、赔礼道歉、赔偿损失 50 万元以及合理支出。双方争议焦点除是否构成商标侵权和不正当竞争外，湖北某公司、任某关于抖音宣传文案内容来源发生分歧，湖北某公司认为任某在抖音平台发送

短视频并非公司授意，是个人行为；任某则认为部分宣传文案是湖北某公司写好的，部分内容是湖北某公司在做销售培训时宣传的，但其未提供任何证据。

慈溪市人民法院审理后认为，任某在抖音上对涉案文字的使用行为属于侵犯注册商标专用权和擅自使用他人有一定影响力的企业名称的混淆行为，抖音视频中的部分对比宣传内容属于引人误解的商业宣传。任某作为被控侵权行为的实施人，依法应承担相应的民事责任。虽无证据证明湖北某公司与任某就被控侵权行为的实施具有共同的合意，但湖北某公司对于任某在抖音上以“湖北版某拉猪车厂厂长”名义发布案涉视频是知晓的，其应当知道案涉视频存在攀附某车辆公司商誉、造成消费者误认或混淆的可能性，结合湖北某公司、任某的合作推销模式，法院认定湖北某公司在发现案涉不当宣传视频后具有采取必要规制措施以避嫌的注意义务。现其采取放任态度主观上有通过上述侵权视频享受可能带来的不当利益（包括直接经济利益和声誉、公众知悉度、影响力等间接利益）的故意。另湖北某公司为任某拍摄相关视频提供了场所便利和基础内容来源，具有帮助侵权的行为。综上，法院认定湖北某公司与任某构成共同侵权，鉴于案涉抖音号用户名已经更改，视频已经删除，某车辆公司未提供证据证明其因案涉侵权行为名誉或商誉遭受不良影响，故判决湖北某公司、任某共同赔偿某车辆公司经济损失16万元，驳回其他诉请。

某车辆公司不服提起上诉，宁波市中级人民法院经审理，于2022年10月28日作出判决：驳回上诉，维持原判。

【入选理由及解读】

当前刷抖音、快手等自媒体视频的人流量庞大，越来越多的厂家、销售者、主播等抓住商机在平台上宣传推广和销售产品，宣传推广过程中涉嫌知识产权侵权或虚假宣传、引人误解宣传的不正当竞争行为并非个例。不少账号博主在为厂商推广产品时未与被推广产品厂商签订书面合同以明确双方权利义务，宣传文案有的是合作厂商提供，也有的是推销博主自己设计。当宣传文案内容涉嫌侵权时，权利人往往并不知晓博主与厂商之间的关系，无法得知宣传文案来源，即只能证明账号博主是直接侵权人，但账号博主赔偿能力往往不足且从中获利有限；而厂商无论其是否参与了文案的设计或授意账号博主进行宣传，无疑享受了被控侵权宣传内容带来的利益（包括直接经济利益和声誉、公众知悉度、影响力等间接利益），在发生纠纷时却往往辩称宣传文案系博主个人行为以规避侵权风险或减轻最终承担的赔偿数额（法院对博主个人侵权较之于厂商侵权的判赔金额差距巨大）。法院从博主与被宣传产品厂商之间的合作模式，厂商对宣传内容是否知情，是否采取必要规制措施避嫌等注意义务，认定构成共同侵权的裁判思路对于同类案件的审理提供了可资借鉴的范例，在得到二审维持认可后，厂商及时履行了赔偿责任。

宁波某商贸有限公司与太仓市某商行侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：宁波知识产权法庭）

【一审：浙江省余姚市人民法院（2021）浙 0281 民初 9011 号；二审：浙江省宁波市中级人民法院（2022）浙 02 民终 3441 号】



宁波某商贸有限公司系“老婆大人”商标的注册人，核定使用范围为第 35 类，核定使用范围包括“广告；替他人推销；替他人采购”等。太仓市某商行在淘宝网平台上经营的网店名称使用了“老婆大人”文字，所售商品的名称或描述中也使用了“老婆大人”文字。宁波某商贸有限公司认为太仓市某商行使用了“老婆大人”作为其网店名称中的核心显著性词汇与商品名称或描述中的关键词语，上述行为易使消费者误认为太仓市某商行的淘宝网与商标权人之间存在特定联系而构成商标侵权，故诉至法院要求太仓市某商行立即停止侵权与赔偿损失。太仓市某商行辩称“老婆大人”并非臆造词，作为日常生活中的常用词汇而被合理用作零食销售的广告用语。

余姚市人民法院审理后认为太仓市某商行辩称不能成立，理由有以下两点：一、证据显示对“老婆大人”品牌在江浙沪存在销售零食的线下实体店和加盟店是明知的，即太仓市某商行作为零食销售行业人员，明知“老婆大人”除了日常生活中作为称谓使用，还具有宁波某商贸有限公司品牌的第二含义；二、从太仓市某商行实际使用“老婆大人”字样的情况来看，并没有按照日常生活中“老婆大人”的第一含义作为广告宣传，其网店内商品名称中使用“老婆大人”字样是呼应店铺名称“老婆大人零食量贩店”，即属于替他人销售的服务过程中突出使用宁波某商贸有限公司已注册商标的行为，客观上具有吸引消费者在淘宝网购物、搜索时对太仓市某商行网店所销售产品的注意力，使公众对太仓市某商行的网店与宁波某商贸有限公司的“老婆大人”品牌是否具有一定关联性产生混淆。因此法院认为上述行为仍属于商标侵权行为，并在损失赔偿中与太仓市某商行店铺名称使用“老婆大人”字样的行为一并考量。虽太仓市某商行在审理过程中主动变更了网店名称，但因此前将“老婆大人”字样在店铺名称中使用易引起消费者混淆，太仓市某商行在销售零食过程中继续使用“老婆大人”的第一含义进行宣传也应明确声明与“老婆大人”品牌之间不具有关联性。因此在太仓市某商行未能消除易使消费者误认为该淘宝店铺与商标权人之间存在特许经营、加盟等商业特定关系的情况下不应继续在商品名称中使用“老婆大人”字样。故判决太仓市某商行立即停止侵害宁波某商贸有限公司上述注册商标专用权的行为，即停止在太仓市某商行经营的网店商品名称中使用“老婆大人”字样，赔偿经济损失及为制止侵权支出的合理费用 10 万元。一审判决后，太仓市某商行提起上诉，后因未缴纳上诉费按自动撤回上诉处理。

【入选理由及解读】

服务商标经过权利人的悉心经营从地区知名逐步发展为全国知名，其文字经过使用获得的第二含义成为法律保护的对象。面对互联网领域中具有第二含义的服务商标，本案注重商标第二含义的商标权人权益与商标第一含义的社会公共利益的协调平衡，打造良好的市场竞争秩序，保护消费者合法权益。本案切实保护与协调了服务商标权利人合法权益和社会公共利益，提升了企业注册打造服务商

标的积极性，同时兼顾了保障消费者的合法权益，具有积极的参考意义。

江苏某文化发展有限公司（简称江苏某公司）与新昌县某照护服务有限公司（简称新昌某公司）、童某、宁波市某教育科技有限公司、宁波市贸城某托育服务有限公司、宁波市江湾某托育服务有限公司侵害商标权、不正当竞争纠纷案（评选法院：宁波知识产权法庭）

【一审：浙江省宁波市鄞州区人民法院（2021）浙 0212 民初 16160 号；二审：浙江省宁波市中级人民法院（2022）浙 02 民终 3515 号】

江苏某公司在教育、安排和组织培训班等服务类别上注册了“玛丽娅蒙特梭利”



”等商标，并以此开展“玛丽娅蒙特梭利”早教机构品牌的特许经营活动。2018 年 11 月，童某与江苏某公司签订《区域特许经营合同》，加盟“玛丽娅蒙特梭利”早教机构品牌，合同期四年，并约定童某在合同有效期及终止两年内，不得从事与该加盟品牌相同或类似的行业。合同期内，童某成立了新昌某公司，并在新昌开设上述品牌加盟店。2020 年 1 月，江苏某公司与童某就拖欠加盟费、解除合同发生争议。2021 年 5 月，江苏某公司发现，童某、新昌某公司经营的早教机构门店同时使用涉案商标及另一商标“蒙润园”；“蒙润园”是由宁波市某教育科技有限公司、宁波市贸城某托育服务有限公司、宁波市江湾某托育服务有限公司经营的早教托育品牌，而上述三家公司由童某于 2019 年底投资设立后于 2020 年 1 月转让全部股权。江苏某公司认为，童某开设的新昌某公司在同一早



教机构内同时使用“玛丽娅蒙特梭利”“蒙润园”商标与“蒙润园”商标，导致相关公众混淆前述商标指示的服务来源，构成商标侵权；童某利用自江苏某公司处获取的经营资源开设同类型的早教机构，抢占市场份额，属于不正当竞争行为，故诉至法院，要求各被告停止商标侵权及不正当竞争行为，赔偿经济损失 240 万元、合理费用 3.7 万元，并发布致歉声明、消除影响。

鄞州区人民法院审理后认为，童某及新昌某公司在其经营场所同时使用江苏某公司的商标与“蒙润园”标识，会导致相关公众误以为上述商标存在关联关系，混淆服务来源，构成商标侵权。童某与江苏某公司的竞业限制约定，不属于《反不正当竞争法》规定的诚实信用原则及商业道德，仅以童某投资设立相关公司经营同类早教课程的行为，不足以认定其构成不正当竞争行为。故判决：新昌某公司、童某立即停止商标侵权行为，并赔偿经济损失 80000 元、合理维权开支 16610.10 元；驳回了江苏某公司的其他诉讼请求。一审判决后，江苏某公司不服，上诉至宁波市中级人民法院，宁波市中级人民法院判决驳回上诉，维持原判。

【入选理由及解读】

特许经营合同中，合同终止后的义务一般涉及两部分：一是经营资源的停止

使用，包含拆除商标标识、交还经营管理文件等；二是竞业限制，特许方为防止加盟商在合同到期后继续使用其授予的经营资源（除商标之外）进行同业竞争，往往会在合同条款中设置竞业限制条款，禁止加盟商在一定期限内从事同行业。对于经营资源停用，不管是合同到期终止还是因争议解除，实践中均出现了加盟商在更换经营品牌过程中同时使用原加盟商标和新商标的情形。本案中，即使特许经营合同并未终止，行为人在同一商品或服务上同时使用权利人商标与他人商标，亦足以导致相关公众混淆权利人商标与他人商标所指示的服务来源，进而弱化权利人商标的识别作用，属于侵犯注册商标专用权的行为。对于竞业限制，因竞业限制义务一定程度上与市场经济鼓励自由竞争的原则相背离，故该义务一般源于合同相对人之间的意思自治，即合同义务，而非法定义务；不正当竞争行为的认定则应遵循平等、公平、诚信的市场竞争原则，因此，在不正当竞争纠纷中，应明晰合同义务与市场竞争原则的界限，不宜将合同义务作为衡量商业道德、市场竞争原则的标准，保护市场经营者平等竞争的合法权利。

“舞蹈鞋”定牌加工出口侵害商标权纠纷案（评选法院：福州知识产权法庭）

原告格里什科有限责任公司与被告福州天虹舞蹈鞋有限公司侵害商标权纠纷案

【案情简介】

格里什科公司系“Grishko”商标的注册人，该于 1991 年 9 月 23 日在俄罗斯联邦进行基础注册，通过马德里协定进入中国注册，其后在中国获准注册，专用权期限自 2013 年 8 月 30 日起至 2023 年 8 月 30 日止，商标注册号为 G606346，核定使用于服装、芭蕾舞和舞蹈鞋等商品上。

2019 年 4 月 1 日，I.M.Wilson（USA）Co.Ltd 作为甲方，天虹公司作为乙方，于中国福建省连江县签署《独家业务合作协议》壹份，双方约定：乙方委托甲方在协议期间作为乙方的独家 Wilson 及/或 Grishko USA 足尖鞋生产技术提供者向乙方提供全面的技术支持、咨询服务和其他服务，包括但不限于……（4）为乙方提供具有竞争力价格的 Wilson 及/或 Grishko USA 鞋子、服装、附件及相关舞蹈产品订单。

根据格里什科公司的申请法院向福州海关调取了货主单位为天虹公司，申报出口商品名称为芭蕾舞硬鞋或芭蕾舞软鞋，商品品牌为 Grishko，出口日期自 2019 年至 2021 年的出口报关记录。经统计，天虹公司自 2019 年 4 月 22 日至 2021 年 10 月 5 日，总计向美国出口 Grishko 牌芭蕾舞鞋 24 645 双，出口申报价格总值 341 905.2 美元。

【法院认为】

商标专用权人依据其专用权，有权控制未经许可的商标使用行为，以及后续的商品流通行为。在定牌委托加工关系中，定作人委托加工方生产产品，同时贴

附标识，其目的就是令所贴附的标识在商品流通中发挥识别商品来源的作用；加工方接受定作人的委托在产品上贴附标识，其目的也是令该标识发挥识别商品来源的作用，即该标识系用于识别商品来源。天虹公司接受境外主体的委托，在中国境内加工带“Grishko”标识的产品，其行为符合我国商标法对于商标使用行为的描述，构成商标使用行为，该行为受中国商标专用权人的控制。在定牌委托加工关系中，加工方的商标使用行为系基于他人的委托而诱发，具有被动性与依附性，在构成商标侵权的前提下，其是否承担侵权责任，应当考虑加工方是否具有过错。天虹公司怠于履行审查义务，或者明知 I.M.威尔森公司无权在中国境内使用争议商标标识，均属存在主观过错，应承担相应的侵权责任。遂判决天虹公司停止侵权，并承担赔偿损失等民事责任。宣判后，双方均未上诉，一审判决发生法律效力。

【点 评】

本案系涉外定牌加工的案件，原告系俄罗斯公司，被告系法国主体设立在中国境内的外国法人独资公司，双方之间就案涉商标在美国境内的使用发生争议，在美国销售的商品系由美国主体委托境内公司生产，原告认为该生产行为侵害其中国注册商标专用权，故提起本案诉讼。本案的判决意见认为，侵害注册商标专用权以被诉行为构成商标使用为前提，在是否构成商标使用的判断上，应当以普通消费者的认知为准。在商品生产环节中的商标使用行为以该行为是否足以使普通消费者将其作为来源识别标志为判断标准，商品嗣后是否实际在中国境内流通对生产环节中的行为定性不产生影响。本案的审理彰显了我国严格保护知识产权的司法政策。一审宣判后，当事人均未上诉，被告方在判决生效后自动履行了判决内容，取得了较好的法律效果和社会效果。

“手尚功夫”商标侵权纠纷案（评选法院：福州知识产权法庭）

原告智盾科技（福州）有限公司与被告福州市鼓楼丹山茗苑茶业有限公司、武夷山市手尚工夫茶业有限公司、武夷山市品珍苑茶业有限公司、陈志强、贾梦丹侵害商标权纠纷案

【案情简介】

东莞市荣誉五金制品有限公司系“手尚工夫”“手尚功夫”“尚功夫”“SHANG GONG FU”“尚工夫”的商标权人，其将上述商标授权给智盾科技（福州）有限公司（以下简称智盾公司）使用，其中“手尚工夫”“手尚功夫”“尚工夫”商标的核定使用范围包括茶馆，“尚功夫”“SHANG GONG FU”商标的核定使用范围包括茶。智盾公司认为，福州市鼓楼丹山茗苑茶业有限公司（以下简称丹山茗苑公司）经营的门店

在店招上使用“ 手尚工夫 | 陈志强 | ”“ 手尚工夫 | 陈志强 | ”标识进行茶叶经营，与其经

授权使用的“手尚工夫”“手尚功夫”“尚功夫”“^{尚功夫}SHANG GONG FU”“尚工夫”构成近似，属于商标侵权；武夷山市手尚工夫茶业有限公司（以下简称手尚工夫公司）、武夷山市品珍苑茶业有限公司（以下简称品珍苑公司）、陈志强系上述侵权产品的生产者及运营者，擅自使用侵权商标，并为丹山茗苑公司的经营行为提供帮助，给权利人造成巨大经济损失，遂诉至法院。

【法院认为】

经调查，丹山茗苑公司经营的店铺系从事茶叶销售服务，店招上使用

“ 手尚工夫 手尚工夫
|陈|志|强| ”标识能起到识别商品或服务提供者的作用，属于商标性使用。《中华人民共和国商标法》第五十七条第二款规定，未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的，属侵犯注册商标专用权的行为。案涉茶叶店提供茶产品销售服务，与“尚功夫”“^{尚功夫}SHANG GONG FU”商标核定使用的茶商品，属于同种商品；与“尚工夫”“手尚工夫”“手尚功夫”商标核定使

用的茶馆服务，属于近似服务。将“ 手尚工夫 手尚工夫
|陈|志|强| ”标识分别与涉案5个权利商标进行比对，虽然其中采用的“手尚工夫”字样与“尚功夫”“尚工夫”“手尚功夫”“手尚功夫”在读音、字形方面相似或相同，但

“ 手尚工夫 手尚工夫
|陈|志|强| ”标识中还使用了“陈志强”文字，

“ 手尚工夫
|陈|志|强| ”标识还在显著位置使用了“ ”图形，而且涉案5个权利商标的知名度均不高，普通消费者施以一般注意力就能将

“ 手尚工夫 手尚工夫
|陈|志|强| ”与涉案权利商标予以区分，不会引起混淆误认。因此，智盾公司主张丹山茗苑公司侵害案涉商标专用权并要求贾梦丹承担连带责任的诉讼请求，不予支持。丹山茗苑公司在案涉茶叶店店招上使用

“ 手尚工夫 手尚工夫
|陈|志|强| ”标识来源于手尚工夫公司的授权，由于该使用行为并不构成商标权侵权，则智盾公司关于手尚工夫公司侵权主张亦不能成立。由于本案查明的事实中不涉及品珍苑公司和陈志强的行为，智盾公司针对品珍苑公司、陈志强提出的诉讼请求，也不应支持。因此，本案驳回了智盾公司的全部诉讼请求。宣判后，被告智盾公司不服提起上诉，二审法院经审理维持原判。

【点 评】

根据《中华人民共和国商标法》第五十七条第二款规定，认定在相同或服务商品上使用近似商标，或在类似商品或服务上使用相同或近似商标，应当将是否容易导致混淆作为侵权的构成要件，也就是应考虑上述被诉侵权的使用行为是否会影响权利商标的识别和区分商品来源的功能。如果被诉侵权的使用行为并不会造成市场混淆的后果，则该种使用行为并不会被商标法所禁止。

在判断是否会造成相关公众混淆误认时，除了进行图文标识的比对外，还可以结合注册商标的显著性和知名度、相关公众的注意力程度、被诉侵权标识的实际使用情况、是否具有不正当意图等因素予以综合评判。本案中，权利商标分别注册在茶馆服务和茶商品上，与被诉侵权行为属于类似商品或服务，将

“ 手尚工夫 陈志强”与“ 手尚工夫 陈志强”标识与权利商标相比，虽然在读音、字形

方面有相似或相同，但被诉侵权标识“手尚工夫”的文字部分系与“”图案和“陈志强”文字结合使用，与涉案权利商标的整体差异明显，相关公众施以一般的注意力就能辨别二者的不同，不会造成混淆误认。而且，由于

“ 手尚工夫 陈志强”系手尚工夫公司注册商标，并经过长期商品销售和宣传使用，使之具有了一定的知名度，其使用“手尚工夫”文字，在主观上无意与涉案权利商标造成混淆或误认，更不具有攀附的故意。反观“尚功夫”“手尚工夫”“手尚功夫”商标，在案证据并不能证明上述权利商标有持续、广泛、大量使用，尚不能证明商标权人已经通过其经营使得这些权利商标已经与茶叶商品和茶馆服务之间形成了固有的、稳定的联系。在此情况下，一般消费者凭借被诉侵权

标识中的“手尚工夫”与“”“陈志强”图文的结合，足以实现对商品服务来源的识别，并不会造成混淆误认，因此本案并不构成侵权。

商标注册的最终目的在于使用，商标的权利人应当通过合法的生产经营积极使用注册商标，以建立注册商标与其标示的商品服务之间的稳定的联系。对于不以使用为目的，通过囤积商标以投机性诉讼来牟利的行为，不应当保护。

“维格娜丝”服装侵害商标权纠纷案（评选法院：福州知识产权法庭）

原告锦泓时装集团股份有限公司与被告许马榴、浙江淘宝网络有限公司侵害商标权纠纷案

【案情简介】

原告锦泓公司系第 25790377 号、第 4135533 号、第 21120690 号、第 7376308 号、第 15444826 号注册商标权利人，核定使用商品（第 25 类）服装、鞋子、手套等商品，上述商标经续展均在有效期内。被告许马榴在淘宝平台和淘特平台上经营了掌柜名为“路人_1988”的店铺“路人劲草代购”，两平台上的店铺实质系同一店铺。2022 年 6 月 27 日，锦泓公司在淘宝平台名为“路人劲草代购”的店铺内公证购买一件“维格娜丝”中式连衣裙，价格为 1410 元。2022 年 6 月 28 日，许马榴在淘宝平台店铺“格致轻奢女装店铺”下单购买一件上述同款连衣裙，价格为 379 元。许马榴收货后于 2022 年 6 月 30 日将上述连衣裙邮寄给锦泓公司指定收件人并于 2022 年 7 月 6 日签收。2022 年 10 月 14 日，锦泓公司在淘特平台上述店铺内另公证购买一件“VGRASS”连衣裙和一件“VGRASS”针织马甲，价格分别为 1700 元、680 元。同日，许马榴在淘宝平台店铺“依立方”下单购买上述同款连衣裙和针织马甲各一件，价格分别为 499 元、399 元。许马榴收货后于 2022 年 10 月 15 日将上述连衣裙、针织马甲邮寄给锦泓公司指定收件人并于 2022 年 10 月 17 日签收。当事人均确认许马榴销售的上述 3 件商品系侵犯锦泓公司注册商标专用权的商品。锦泓公司表示经核实上述商品链接已经删除，侵权行为已经不存在，申请撤回第一项诉请。

【法院认为】

根据《中华人民共和国商标法》第六十四条第二款规定，销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得并说明提供者的，不承担赔偿责任。鉴于许马榴向上游卖家购买的服装商品价格远低于“维格娜丝”服装正品价格，且其转手出售的价格亦远高于购买价格，许马榴作为在网络从事服装销售的人员，以明显不合理的低价购入商品后转手以高价售出，其主张不知道所购入并转手销售的是侵犯注册商标专用权的商品，明显不符合常理，因此许马榴的抗辩理由不能成立，其应承担侵权赔偿责任。关于赔偿损失的数额问题，根据双方当事人所提供的证据，综合案涉商标的知名度、商品的销售价格，许马榴购入和销售侵权商品的差价及数量，并结合侵权行为性质、情节、过错程度及锦泓公司为本案诉讼所支出费用的必要性和合理性等因素，确定许马榴应向锦泓公司赔偿 120000 元（含制止侵权行为的合理费用）。对锦泓公司超出部分的赔偿请求，依法不予支持。案件宣判后，双方当事人均未提起上诉。

【点评】

在侵害商标权纠纷案件中，一些当事人抗辩称侵权商品系其从他处购买取得，提供购买记录凭证、披露上游卖家，并声称不知道销售的商品系侵权商品，主张其不承提侵权责任。如何判断当事人是否知道所销售的是侵犯注册商标专用权的商品这个主观意识，是审判实践中较难把握的问题。我们认为，在审理该类案件时，不能仅以侵权者提供的购买记录、支付凭证等证据直接认定合法来源抗辩成立，还应进行实质审查，进而判断侵权者在其前手交易过程中是否尽到合理注意义务。实质审查可从正品商品的销售价格、侵权商品的进货价及销售价、商品品牌的知名度等方面进行考量，综合分析评判侵权者是否尽到合理注意义务，从而

更加准确判断其是否满足不知道的主观意识。若销售者在销售知名品牌时，存在进货渠道明显不规范、商品包装过于简陋、低价买后高价售出等情况，很难豁免销售者在主观上的过错。

路易威登马利蒂（LouisVuittonMalletier）诉龙岩苑旭贸易有限公司、泉州立帮顺医疗用品有限公司、陈双颜侵害商标权纠纷（评选法院：厦门知识产权法庭）

【基本案情】

路易威登马利蒂（以下简称路易威登）的“”图形商标于 1985 年 2 月 18 日向原国家工商行政管理总局商标局申请注册，已经依法获得逾 10 个商品国际分类的商标注册，路易威登在第 18 类上注册的第 241012 号“”图形商标核定使用商品为“背包、手提包、（肩）挎包、钱包”等。涉案商标以铺展延伸的方式使用在中国销售的背包、手提包、钱包等商品上，该商标长期受到行政、司法保护，其显著性和知名度被屡次认可。2021 年 4 月 15 日，龙岩苑旭贸易有限公司（以下简称苑旭公司）以一般贸易方式申报出口商品至菲律宾，经泉州海关查验后，发现出口货物中包括复制、摹仿路易威登“”商标标识的非医用口罩商品共 36600 个，泉州海关对该批侵权商品采取了扣留措施。被诉侵权商品上标注生产商为泉州立帮顺医疗用品有限公司（以下简称立帮顺公司），路易威登请求认定涉案商标为驰名商标并进行跨类保护，要求苑旭公司立即停止出口销售被诉侵权商品，立帮顺公司立即停止生产、销售被诉侵权产品，二者连带赔偿路易威登经济损失及合理开支 50 万元，陈双颜还应就立帮顺公司的前述侵权损害赔偿之债承担连带责任。经查，立帮顺公司实施了制造复制、摹仿路易威登“”商标标识的非医用口罩商品的行为，苑旭公司实施了出口、销售复制、摹仿路易威登“”商标标识的非医用口罩商品的行为。

【裁判结果】

厦门中院认定，根据在案证据，涉案商标构成驰名商标，遂判决立帮顺公司停止制造复制、摹仿路易威登“”商标标识的非医用口罩商品的行为，苑旭公司立即停止实施出口、销售复制、摹仿路易威登“”商标标识的非医用口罩商品的行为，并判决立帮顺公司、苑旭公司连带赔偿路易威登经济损失及合理费用 30 万元。

立帮顺公司不服提起上诉，福建高院判决驳回上诉，维持原判。

【案例评析】

涉案商标核定使用的商品类别为第 18 类的皮制盒子、旅行包、手提包等，而被诉侵权商品为口罩，两者在功能、用途、生产部门、销售渠道及消费对象方面既不相同，也不类似，不构成相同或类似商品。本案被诉侵权行为发生时，涉案商标尚未在口罩类别上获得注册。因此，针对路易威登主张苑旭公司、立帮顺公司、陈双颜在口罩商品上使用被诉侵权标识的行为，有必要对涉案商标是否构成驰名商标作出认定，进而判断商标侵权是否成立。根据涉案商标使用时间长短、行业排名、市场调查报告、市场价值评估报告、是否曾被认定为驰名商标等因素，认定涉案商标为驰名商标，并对其进行跨类保护。根据从海关依法调取的《海关出口货物报关单》《售货合同》等相关证据以及扣押的实物，认定立帮顺公司、苑旭公司分别实施了制造行为及出口、销售被诉侵权产品的行为，构成商标侵权。

【典型意义】

本案发生在新冠疫情期间，被诉侵权产品为涉疫口罩产品，关系人体健康安全。案件审理过程中，厦门中院多次与厦门海关、泉州海关行政机关进行协调联动，在海关的协助下前往海关所在仓库对被诉侵权产品进行了证据保全，并向海关调取了被诉侵权产品的报关信息、行政处罚等材料，通过所调取的证据认定立帮顺公司、苑旭公司系共同侵权，及时制止了被诉侵权产品流入市场，避免造成更大损失。在裁判结果上，根据驰名商标的按需认定、被动认定、个案认定原则，涉案商标虽未在口罩类别上进行注册，但考虑到路易威登涉案商标的知名度，对涉案商标进行了跨类保护，综合考虑涉案商标的知名度、被告的主观过错、路易威登的合理费用支出等判决立帮顺公司、苑旭公司承担连带赔偿责任。一定程度上威慑了防疫物品中存在的制售及出口假冒伪劣涉疫物资的行为，亦引导了社会大众在疫情期间规范交易及出口行为，体现了知识产权的“强保护”力度。

【点评】

新冠疫情期间，海内外对防疫物资的需求迅速增加，一些不法分子试图通过“搭便车”的方式生产、销售、出口假冒驰名商标的防疫产品谋取暴利。本案在以下三个方面为实施健康中国战略提供了有效的知识产权司法服务和保障：**1.跨类保护的适用**：在本案中，虽然路易威登的商标并未在口罩类别上进行注册，厦门中院考虑到涉案商标使用时间长短、行业排名、市场调查报告、市场价值评估报告、是否曾被认定为驰名商标等因素，认定涉案商标为驰名商标，对其进行了跨类保护，严厉制裁了涉疫防控的假冒商标行为。在疫情特殊时期，适用跨类保护有助于维护知名品牌的声誉，保障消费者的利益，同时也能遏制不法分子利用特殊时期进行侵权的行为。**2.司法协同作战**：在本案中，厦门中院充分发挥了司法审判的关键作用，并与海关进行了紧密协作。通过协同作战，厦门中院得以迅速获取证据、查明事实，从而确保法律的公正执行，提高执法效率，在疫情特殊时期对侵权行为形成有效打击，同时保护知识产权权利人的合法权益。**3.公共利益与私人权益的平衡**：本案涉及防疫物品（口罩），关系到公共卫生与安全。通过与海关的协同作战，及时制止了侵权产品流入市场，保障了防疫物资的供应与质量，有助于维护社会稳定和公众信任，充分实现了法律效果与社会效果的统一。

综上，在疫情特殊背景下，本案从跨类保护、司法协同作战、公共利益与私人权益的平衡等方面展示了法院在处理知识产权纠纷中的关键作用。这种做法有助于提高知识产权司法保护效率，确保公共卫生安全得到保障，并为维护国际贸易秩序提供了有力支撑。（李晶厦门大学知识产权研究院助理教授）

厦门优迅高速芯片有限公司诉大连优迅科技股份有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：厦门知识产权法庭）

【基本案情】

厦门优迅高速芯片有限公司（以下简称厦门优迅公司）成立于 2003 年 2 月，同年 9 月变更为现有企业名称，经营范围包括集成电路产品及相关电子器件的研究开发和生产。2020 年 3 月 28 日，厦门优迅公司取得第 39984972 号“优迅”商标，核定使用商品项目为第 9 类的半导体、集成电路、芯片等。经过多年持续研发投入和稳定经营，厦门优迅公司已在光通信领域申请、获得近百项专利技术成果，参与多项国家通信行业标准的制定，承担科技部 863 计划通信技术开发项目并取得阶段性成果，获得众多的国家、省、市级科学技术荣誉或表彰。大连优迅科技股份有限公司（以下简称大连优迅公司）成立于 2017 年 12 月 28 日，经营范围包括集成电路、半导体光电器件、电子元件、集成电路模块、网络通信产品的技术开发、制造、加工、销售及技术服务等。大连优迅公司在其官方网站、招股说明书申报稿、展览会以及宣传册上突出使用“优迅”“优迅科技”字样。厦门优迅公司主张，大连优迅公司在网络宣传、商业经营活动中突出使用“优迅”“优迅科技”字样及将“优迅”作为字号宣传使用，具有明显攀附厦门优迅公司“优迅”知名度的故意，引人误认为是厦门优迅公司商品或者与厦门优迅公司存在特定联系，侵害了涉案商标专用权。同时，擅自使用厦门优迅公司具有一定影响的“优迅”字号，违背了诚实信用原则和商业道德，构成不正当竞争。请求判令大连优迅公司立即停止在企业名称使用“优迅”字号及不正当竞争行为，并赔偿厦门优迅公司经济损失（含合理开支）1000 万元。

【裁判结果】

厦门中院认为，大连优迅公司突出使用“优迅”“优迅科技”字号的行为，容易导致相关公众混淆误认，构成对厦门优迅公司涉案注册商标专用权的侵害。大连优迅公司将与厦门优迅公司涉案企业字号相同的文字作为其字号进行登记，并在商业活动中予以使用，具有攀附厦门优迅公司涉案企业名称商誉的意图，利用厦门优迅公司的“优迅”字号所产生的良好商誉而提高自身知名度，容易导致相关公众认为大连优迅公司与厦门优迅公司之间存在关联关系。大连优迅公司的上述行为违反了诚实信用原则，损害了厦门优迅公司的市场利益，扰乱了正常的市场秩序，构成不正当竞争行为。遂判决：大连优迅公司停止商标侵权行为；大连优迅公司停止使用包含有“优迅”字样的企业名称；大连优迅公司赔偿厦门优迅公司经济损失和合理费用共计 100 万元。

大连优迅公司不服提起上诉，福建高院经审理后判决驳回上诉，维持原判。

【案例评析】

企业字号与注册商标是识别不同市场主体的重要标志，二者均通过发挥区分商品或服务来源的识别作用来避免可能的市场混淆。当同一市场主体注册并使用相同文字部分的企业字号与注册商标时，基于二者相似的特点和属性，侵权判定时不应将二者使用的事实完全割裂开来。在分别适用反不正当竞争法、商标法对企业字号或注册商标进行保护时，应一并考虑二者的在先注册、使用及知名度情况，企业字号知名度应及于注册商标，反之注册商标的知名度也可映射到企业字号上，二者相互作用、相互促进、相互辐射。本案中，“优迅”企业字号经过厦门优迅公司长期、广泛地持续使用和宣传推广，已经在相关公众中取得了较高的知名度和市场认可度，“优迅”字号的知名度可辐射到其注册商标，从而使“优迅”商标也具有了较高的市场知名度。大连优迅公司在类似商品上突出使用与涉案商标相同或近似的商标标识构成商标侵权。同时，反不正当竞争法第六条第二项规定，经营者不得实施混淆行为，擅自使用他人有一定影响的企业名称、社会组织名称、姓名，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。大连优迅公司与厦门优迅公司的经营范围和产品存在交叉重叠，属于同业竞争者，大连优迅公司理应知晓“优迅”字号已经具有相当的知名度，在经营活动中应对“优迅”字样作出合理避让。大连优迅公司明知“优迅”商标、字号享有较高知名度，仍在其登记注册的企业名称中使用与“优迅”文字相同的字号，明显具有攀附“优迅”商标及字号商誉的主观故意，容易引起相关公众对商品的来源产生混淆误认，其行为亦构成不正当竞争。

【典型意义】

注册商标与企业字号的保护，应该分别适用商标法、反不正当竞争法的相关规定。当标识相同的商标和企业字号由同一主体享有时，两类标识在知名度上是否可以互相辐射，关涉同一主体的相关商业标识权益能否得到妥善保障，相关法律规定及审判实践并未予以明确。

本案明确了两类商业标识的知名度可以相互辐射、相互作用，既符合市场经营与相关公众的基本认知，有利于激励市场主体持续诚信经营，不断累积商誉，维护其对企业字号及注册商标的合法权益，对于加强商业标志保护，科学合理界定商业标识权益的权利边界与保护范围，打击“搭便车”“傍名牌”等行为也起到积极示范作用。

【点评】

本案一方面明晰了商标和商号两类标识关于知名度、市场影响力的证据可以相互参考，两类商业标识的知名度可以相互辐射，另一方面坚持以市场价值为导向，支持了较高的侵权损害赔偿。该案严谨科学地界定了商业标识法益的权利保护边界，切实加大了对以芯片为代表的战略新兴行业知识产权的司法保护力度，有助于促进芯片行业的诚信经营、公平竞争、健康发展，展现了厦门中院推进市场化、法治化、国际化一流营商环境建设的坚定决心和司法能力。（李晶厦门大

学知识产权研究院助理教授)

减字控股有限公司诉福建东兴伞业有限公司等不正当竞争纠纷案（评选法院：厦门知识产权法庭）

【基本案情】

减字控股有限公司（以下简称减字控股公司）于 2014 年 8 月 6 日向国家商标局提出第 15110024 号“蕉下”商标注册申请，于 2015 年 10 月 7 日被核准注册，核定使用商品项目为第 18 类：毛皮、（女式）钱包、购物袋、伞、伞套、伞柄等。2019 年 7 月 23 日，减字控股公司通过微信公众号“BANANAUMBRELLA 官方旗舰店”公证购买被诉侵权产品雨伞 8 件，部分产品包装盒上印有“监制商：香港蕉下控股有限公司”，产品说明书及一张卡片上载有一个网址“<http://www.bananaumbrella.com.hk>”。该网站上载有香港蕉下控股有限公司的名称及简介。香港蕉下控股有限公司成立于 2015 年 6 月 10 日，蔡晓森为该公司唯一股东。2017 年 7 月 29 日该公司名称变更为香港一睿控股有限公司。此外，雨伞及部分包装盒上的商标、二维码或监制商、制造商等信息还指向东兴伞业公司、蔡晓森在内的本案其他被告。减字控股公司认为东兴伞业公司等在产品包装盒等标注“香港蕉下控股有限公司”的行为，主观上具有攀附“蕉下”知名品牌的故意，客观上使得消费者产生混淆，构成不正当竞争，请求法院判决各被告停止不正当竞争行为及赔偿经济损失及维权合理开支 10 万元。

【裁判结果】

思明区法院认定东兴伞业公司等在产品上标示“香港蕉下控股有限公司”的行为，容易使消费者误以为该产品与减字控股公司的商标存在某种关联，导致混淆，已构成不正当竞争行为。遂判决东兴伞业公司停止在生产的雨伞产品上标注“香港蕉下控股有限公司”的字样；东兴伞业公司赔偿减字控股公司经济损失（含合理费用）8 万元；蔡晓森、叶剑光对债务承担连带责任。

蔡晓森不服提起上诉。厦门中院判决驳回上诉，维持原判。

【案例评析】

商标法第三十二条规定：“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。”该条规定所称的在先权利，是指在商标申请日之前已经存在的合法权利，不得抢先注册的，也是他人在商标申请日前已经使用并有一定影响的商标。同时，商标法第五十九条第三款规定：“商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标注册人使用与注册商标相同或者近似并有一定影响的商标的，注册商标专用权人无权禁止该使用人在原使用范围内继续使用其商标，但可以要求其附加适当区别标识。”根据该条规定主张在先使用的商标，亦需满足在注册商标申请日之前已经使用并有一定影响的条件。可见，商标法所称的在先权利是指在商

标申请日前已经存在的合法权利。本案中香港蕉下控股有限公司的成立日期晚于减字控股公司第 15110024 号“蕉下”商标的申请日，在第 15110024 号“蕉下”商标申请日时，“香港蕉下控股有限公司”企业名称在先权利尚未形成，蔡晓森主张其拥有在先权利缺乏事实和法律依据。“香港蕉下控股有限公司”早在 2017 年 7 月 29 日就变更为“香港一睿控股有限公司”，蔡晓森等在企业名称发生变更后，仍继续使用变更前的企业名称具有不正当性。各被告作为从事伞类生产或经营的企业或个人，理应知道“蕉下”品牌在伞类行业的影响力，但未进行合理避让，仍然在被诉侵权产品上标示已变更的企业名称，且不能提供合理说明，证明其具有明显攀附减字控股公司商品知名度的故意。同时，“蕉下”是减字控股公司的注册商标，且经过减字控股公司的长期经营宣传推广，该商标已积累了较高知名度。东兴伞业公司等将“香港蕉下控股有限公司”字样标注在被诉侵权产品上，容易使消费者对商品的来源产生混淆误认，误认为被诉侵权产品为减字控股公司所生产的“蕉下”品牌伞具。

【典型意义】

本案系一起恶意使用公司曾用名“傍名牌”的典型案。该案例明确指出企业名称发生变更后，仍继续使用变更前的企业名称于商品上即具有不正当性。若变更前的企业名称包含他人知名商标，对变更前企业名称的使用足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系，则可认定构成不正当竞争。对于引导企业规范、诚信经营具有示范意义。此外，该案还明晰了商标法所称的在先权利是指在商标申请日前已经存在的合法权利，企业名称注册在商标申请日后、注册日前，不享有在先权利，对于处理类似权利冲突的案件具有参考意义。

【点评】

如何妥善解决商标与字号的冲突是知识产权领域的难点问题。《商标法》第 58 条明确规定，在企业名称中使用与他人注册商标相同近似标志，误导公众的，适用反不正当竞争法进行处理。本案的特殊之处在于，被告以使用曾用名且曾用名的取得先于原告注册商标核准日进行抗辩。法院明确，被告在更名后仍然使用曾用名缺乏正当性，明显具有攀附被告注册商标商誉的目的，在综合考量全案因素的基础上得出被告构成不正当竞争的结论。该案对于类似案件的处理具有参考意义。（朱冬厦门大学知识产权研究院副教授）

李宗熙诉湖南宝达食品有限公司、厦门国贸实业有限公司、第三人李宗智商标使用许可合同纠纷案（评选法院：厦门知识产权法庭）

【基本案情】

李宗熙经核准受让第 647299 号“”、第 1683243 号“”、第 12260207 号“”三个注册商标。涉案商标经广告宣传，具有一定市场知名度。2017 年 1

月1日，李宗熙作为合同甲方、商标使用许可人，湖南宝达食品有限公司（以下简称宝达公司）作为合同乙方、商标使用被许可人，李宗智作为合同丙方、第三方，共同签署了三份《商标使用许可合同》，分别对三个涉案商标的许可使用事宜进行约定。2017年7月27日，厦门舟和食品有限公司（以下简称舟和公司）、宝达公司、厦门国贸实业有限公司（简称国贸公司）与李宗智签订《八宝粥项目部分债务抵偿协议》。自2017年9月20日后，宝达公司未再支付约定的商标许可使用费。2020年5月12日，李宗熙向宝达公司寄送《合同解除通知函》，通知于2020年5月12日解除商标许可合同。2021年8月11日，湖南信大华林会计师事务所出具《专项审计报告》，对宝达公司自2017年6月至2020年8月期间对使用涉案商标的产品销售额情况进行了审计。国贸公司系宝达公司的唯一股东。李宗熙以宝达公司拒不支付商标使用许可费用，且未能保证使用涉案商标的商品质量，致品牌价值严重下降为由，诉求解除涉案三份《商标使用许可合同》；宝达公司支付商标使用许可费893828.76元及逾期付款违约金，并承担因违约行为造成李宗熙的损失400万元；国贸公司对前述付款责任承担连带责任。

【裁判结果】

厦门中院经审理认为，支付商标许可使用费是涉案合同商标使用被许可方的主要义务，宝达公司长期不履行该义务，符合合同法定解除的条件。遂判决：三份《商标使用许可合同》解除；宝达公司支付李宗熙商标使用许可费323144.28元及逾期付款违约金；宝达公司向李宗熙赔偿损失300000元；国贸公司对前述债务承担连带责任。

宝达公司、国贸公司不服提起上诉，福建高院经审理驳回上诉，维持原判。

【案例评析】

支付商标许可使用费是商标使用许可合同中作为商标使用方的被许可人的主要义务，被许可人长期不履行该义务，符合法定合同解除的条件，许可人作为享有法定解除权的一方，有权解除合同。李宗熙作为享有法定解除权的一方，将《合同解除通知函》邮寄至宝达公司的法定代表人，涉案合同于2020年5月13日解除。宝达公司未依约支付商标许可使用费构成违约。被许可人的违约行为致使合同解除，涉案合同虽未约定逾期付款违约金，但宝达公司未依约支付商标许可使用费，导致许可人通过合同本可获得的利益无法实现，客观上造成损失。故虽合同未对此进行约定，但许可人可依据法律规定主张可得利益损失。该损失可综合考量约定的商标许可使用费标准及合同未履行期限等因素予以酌定。李宗熙主张参照金融机构计收逾期贷款利息的标准计算逾期付款违约金可予以支持。宝达公司的唯一股东，对其财产与公司财产之间不存在混同承担举证责任。在唯一股东参与涉案合同款项支付的情况下，仅提供公司章程、验资报告等，不足以证明公司已建立独立完整的财务制度、公司财产独立于股东自己的财产，故唯一股东应对公司的债务承担连带赔偿责任。

【典型意义】

本案系涉台知识产权保护的典型案例。涉案“洪大妈”系列商标权人李宗熙系台湾地区居民，涉案商标创设于台湾地区，后经国家商标局核准注册。李宗熙对大陆法律了解不深，故讼争合同条款简单，未就合同的解除条件、被许可人未如期足额支付许可费的违约责任、可得利益损失等涉及许可人权益的重要事项进行约定。法院实事求是，在厘清事实的基础上，依照法律相关规定，给予作为许可人的涉台当事人相应的法律救济。该判决体现了平等保护大陆和台湾地区居民合法权益，鼓励和促进台湾地区居民在大陆合法利用在台湾地区形成的知识产权的司法态度。

本案还依法确定台胞陪审员参与案件审理，增进台胞对大陆司法制度的了解和信任。

【点评】

商标许可合同是典型的双务合同。本案中，被许可人拒不支付许可费的，已经构成根本违约，许可人享有法定解除权。即便解除涉案合同，被许可人仍然需要支付合同解除前已经发生的许可费用，并承担迟延履行违约责任。同时，基于被许可人违约在先，亦须考虑合同履行后可获利益的赔偿问题。唯此，方能有效保护守约方利益、督促当事人诚信履约、遏制违约行为的发生。本案判决为商标许可合同的适当履行提供了行为指引，更体现了对台胞平等保护的司法精神。（朱冬厦门大学知识产权研究院副教授）

某平陶瓷经营部涉嫌侵犯注册商标侵权案（评选法院：景德镇知识产权法庭）

【关键词】景德镇制 保护

市场监管局接上级交办清单，反映当事人珠山区某平陶瓷经营部涉嫌从山西省怀仁市购进外地陶瓷后贴上“景德镇制”底标，运回景德镇进行销售。4月14日执法人员立即对当事人所在的景德镇市太白园路公司仓库进行现场检查，在该仓库，发现部分外包装标注产地为：山西省怀仁市。经调查确认：当事人明知其所经营产品为山西省怀仁市的外地日用瓷器，为获取利益在未经授权的情况下擅自在经营产品上标贴注册商标进行销售。从2020年7月份至案发，当事人涉案物品的货值金额合计：128289.8元。

执法机关依法认定当事人使用的上述“景德镇制”“景德镇彩”与景德镇陶瓷协会注册的“景德镇”商标近似，属侵犯他人注册商标的侵权行为。依据《商标法》第六十条第二款之规定，责令当事人立即停止违法行为，并给予以下行政处罚：没收当事人涉案的侵权陶瓷产品，并处128289.8元罚款。

【典型意义】

近年来，我市以国家陶瓷文化传承创新试验区为契机大力推进双“一号工程”。

该案件的办理,充分体现了我市市场监管部门严厉打击侵犯注册商标行为的执法导向,同时切实保护知识产权及消费者的合法权益,维护公平竞争的市场秩序,也为建设景德镇国家陶瓷文化传承创新试验区贡献市场监管力量。

陈某某销售假冒注册商标商品案（评选法院：景德镇知识产权法庭）

【关键词】假冒 注册商标

2022年5月,江西某肥业股份有限公司生产线上的一台变压器发生着火烧坏,公司随后联系厂家来维修,厂家到达后发现该变压器不是其公司生产的,但是铭牌显示是其“北二变”品牌。北二变集团有限公司出具了这台1600KAV规格的“北二变”牌变压器系假冒产品的鉴定报告,随后和某肥业股份有限公司到公安局报案。

经查,犯罪嫌疑人陈某某,为了赚取非法利益,2019年9月至10月期间伙同江西某变压器公司员工习某青以仿冒贴牌的方式非法生产了一台1600KAV规格的“北二变”牌变压器。陈某某后以177500元的价格销售给江西某肥业股份有限公司,其中支付习某青110000元生产费用,现发生故障,导致江西某肥业股份有限公司经济损失高达百万元。

陈某某销售给江西某肥业股份有限公司假冒“北二变”牌的变压器,已构成生产销售假冒注册商标的商品罪,现已被公安局依法采取强制措施。

【典型意义】

该案侦破速度较快,侦查人员在接报第一时间通过摸排走访锁定犯罪嫌疑人固定有关证据链,并及时对犯罪嫌疑人采取强制措施;同时有效维护了本地企业的利益,目前全市极力开展优化营商环境工作,涉案的假冒注册商标的变压器严重损害了企业的利益及市场经济秩序,及时侦破该案为企业挽回损失,为优化营商环境奠定了基础。

周某某假冒注册商标案（评选法院：景德镇知识产权法庭）

【关键词】假冒 注册商标

2020年开始,周某某为获取非法利益,以每箱60元至85元的价格从他人处进购假冒注册商标的“牛栏山”白酒,分别存放在焦化厂旁一仓库、小港嘴村南山下村小组一仓库、曙光花苑后一仓库、青花文具厂内一仓库四个仓库内,同时通过走访市场推销的方式销售假冒“牛栏山”白酒。

2022年1月20日,景德镇市市场监督管理局执法人员日常检查发现珠山区锦旺副食行销售假冒“牛栏山”白酒,供货商周某某的四个仓库内存放还未出售的

42 度和 52 度两种规格的假冒“牛栏山”白酒共计 13577 瓶（1131 箱零 5 瓶），同日对周某某租用的仓库进行查封，并将该案线索移送公安机关，公安机关于同日将周某某抓获归案。

截至案发，周某某销售假冒“牛栏山”白酒给胡某、张某、曹某、杨某、熊某、于某、吴某七人，非法销售金额共计约 96095 元。

2022 年 7 月 21 日，法院判决被告人周某某犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑一年二个月，并处罚金人民币五万元。

【典型意义】

打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品犯罪工作是持久战攻坚战，对于维护市场秩序，做好“六稳”工作，落实“六保”任务具有十分重要的意义。市检察院加强与公安和市场监督管理局等部门联动，坚持严字当头，坚持对侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品犯罪零容忍。

“安踏”注册商标权案（评选法院：济南知识产权法庭）

原告：安踏（中国）有限公司（简称安踏公司）

被告：林某

【案情摘要】

安踏公司系第 4879787 号“”、第 2007375 号“**ANTA**”注册商标专用权人。林某销售假冒上述商标的服装，被人民法院判决犯销售假冒注册商标的商品罪，后安踏公司以林某侵犯注册商标专用权为由，请求法院判令林某停止侵权并赔偿损失，同时请求适用惩罚性赔偿。

【裁判内容】

法院经审理认为，林某侵权的主观恶意明显、情节严重，可以适用惩罚性赔偿。以实际销售的商品价值作为侵权销售金额，参考安踏品牌的毛利率确定为侵权产品的利润率，以此作为惩罚性赔偿计算基数。根据涉案安踏品牌的知名度，林某已构成刑事犯罪的主观过错程度和情节严重程度，并考虑林某已受到刑罚并缴纳罚金的情形，确定惩罚性赔偿的倍数为 1 倍。法院适用惩罚性赔偿，判决林某赔偿安踏公司损失。

【典型意义】

本案系依法适用惩罚性赔偿的典型案列。侵权人被认定构成刑事犯罪，侵权

的主观恶意明显、侵权情节严重，符合适用惩罚性赔偿的要件。对于已经受到刑事处罚的侵权行为，权利人又另行主张惩罚性赔偿民事责任的，人民法院可依法予以支持。本案的审理对打击故意侵权行为、提高侵权违法成本具有指导意义。

“宏济堂”商标及不正当竞争案（评选法院：济南知识产权法庭）

原告：山东宏济堂制药集团股份有限公司(简称宏济堂公司)

被告：济南泓济平民大药房有限公司(简称泓济大药房)

【案情摘要】

宏济堂公司系第 4682618 号“宏济堂”、第 14544195 号“宏济堂 1907”注册商标权人。泓济大药房在其店铺门头突出使用“泓济”二字，以及在企业名称中使用“泓济”字号。宏济堂公司认为泓济大药房侵犯其商标权并构成不正当竞争，请求法院判令停止侵权并赔偿损失。

【裁判内容】

法院经审理认为，泓济大药房名称中“泓济”二字与“宏济堂”“宏济堂 1907”商标中“宏济”读音相同，“宏济”二字属于区别于其他商标并具有显著意义的主体内容。泓济大药房于其店铺门头突出使用“泓济”二字，属于商标性使用，容易使相关公众对商品、服务来源产生误认，并导致混淆，侵犯了宏济堂公司的注册商标专用权。同时，“宏济堂”为“有一定影响的企业字号”。泓济大药房作为同业竞争者，使用“泓济”二字作为企业字号，明显具有攀附宏济堂公司商誉的主观意图，客观上会造成相关公众误认为二者之间存在特定联系，其行为构成不正当竞争。鉴于泓济大药房诉讼中名称已变更，法院判决泓济大药房停止商标侵权并赔偿损失。

【典型意义】

本案系对中医药领域知名品牌保护的典型案例。作为同一地域范围内的同业竞争者，对于本领域内的知名企业、老字号企业，应具有更强的注意义务。本案的裁判加强了对侵犯中医药领域商业标识行为的惩治力度，切实维护了中医药老字号企业的合法权益。

“鲁葫 1 号”植物新品种权案（评选法院：济南知识产权法庭）

原告：山东省种子有限公司（简称山东省种子分公司）

被告：山东寿光蔬菜种业集团有限公司（简称寿光蔬菜种业公司）

被告：平原县圣思园种业发展有限公司（简称圣思园公司）

【案情摘要】

山东省种子公司是“鲁葫 1 号”西葫芦植物新品种的品种权人。寿光蔬菜种业公司经“鲁葫”注册商标专用权人许可，使用该注册商标。寿光蔬菜种业公司、圣思园公司生产并通过广告、展览等多种形式宣传、销售标有“鲁葫 1 号”字样的西葫芦品种。山东省种子公司认为寿光蔬菜种业公司、圣思园公司侵害其植物新品种权，请求法院判令停止侵权并赔偿损失。

【裁判内容】

法院经审理认为，授权品种名称是区别于其他植物品种的法定标志，在商业用途上具有标识品种特质的功能。寿光蔬菜种业公司在品种名称的标注中使用“鲁葫 1 号”，以及将其注册商标“鲁葫”不规范使用为“鲁葫 1 号”的行为，实为指示商品品种而非指向商品来源，侵害了山东省种子公司的植物新品种权。法院判决停止侵权并赔偿 50 万元。

【典型意义】

本案是以使用注册商标为名实施侵害植物新品种权的典型案例。人民法院准确适用最新的司法解释规定，认定使用相同名称的被告侵权品种与授权品种为同一品种，被告侵权品种繁殖材料即为授权品种繁殖材料。同时，对于不规范使用注册商标，以使用商标之名行侵权之实的行为依法予以严惩，使得侵权人以使用注册商标为名掩饰侵权的行为无处遁形。本案入选“第三批人民法院种业知识产权司法保护典型案例”。

非法制造、销售非法制造的“HP”注册商标标识罪案（评选法院：济南知识产权法庭）

公诉机关：济南市历下区人民检察院

被告人：杨某、王某 1、王某 2

【案情摘要】

杨某在未取得“HP”商标权人授权的情况下，向王某 1 提供“HP”牌硒鼓包装盒的电子模板及样品，委托王某 1 经营的包装厂非法制造带有“HP”商标标识的硒鼓包装盒，王某 1 安排王某 2 负责组织生产。杨某、王某 1、王某 2 非法制造“HP”注册商标标识共计 43570 件；杨某销售伪造的“HP”注册商标标识共计 79667 件。经鉴定，上述查扣的包装盒、型号标、防伪标及说明书等均假冒“HP”注册商标标识。公诉机关以三人构成犯罪为由，向法院提起公诉。

【裁判内容】

法院经审理认为，杨某伪造他人注册商标标识；销售他人伪造的注册商标标识，均情节严重，其行为已构成非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪；王某 1、王某 2 伪造他人注册商标标识，情节严重，均已构成非法制造注册商标标识罪。法院判处杨某有期徒刑一年六个月，王某 1 有期徒刑一年、缓刑一年，王某 2 有期徒刑八个月、缓刑一年，并对三人并处罚金。

【典型意义】

本案是依法惩治知识产权犯罪的典型案例。被告人非法制造、销售的商标标识数量在二万件以上，属于刑法规定的“情节严重”情形，应当承担刑事责任。法院严格依据法律规定，针对各被告人的犯罪情形做到罚当其罪，凸显了刑罚在惩治侵权假冒行为中的震慑功能，有力保护了权利人和消费者的合法权益。

“红岛湾”商标侵权案（评选法院：青岛知识产权法庭）

原告：青岛鲁邦通用新材料有限公司（简称鲁邦公司）

被告：青岛慧联置业有限公司（简称慧联公司）、保利（青岛）实业有限公司（简称保利公司）

【案情摘要】

鲁邦公司系第 29412712 号“红岛湾”注册商标专用权人，鲁邦公司发现慧联公司、保利公司开发的位于青岛市城阳区红岛街道的楼盘突出使用“红岛湾”商标。遂以慧联公司、保利公司侵害其商标权为由起诉两公司，请求判令两公司停止侵权、赔偿经济损失 50 万元。

法院经审理认为，红岛是国家行政区划的地名，红岛湾是青岛沿海的一个海湾，“红岛湾”属于地理名称。鲁邦公司虽系“红岛湾”注册商标的专用权人，但鲁邦公司无权禁止他人正当使用地名“红岛湾”。慧联公司是房地产开发公司，慧联公司在房地产广告上突出使用“红岛湾”，其目的是为了相关公众即商品房购买者了解商品房的地理位置及优越性，是基于说明商品房自然属性的需要，因此，慧联公司在商品房销售中使用“红岛湾”用于指示房地产的地理位置具有正当性、合理性。并且，“红岛湾”地名的知名度明显高于“红岛湾”商标的知名度，相关公众在购买商品房时，不会因慧联公司使用“保利 红岛湾”标识而误认为商品房来源于鲁邦公司或与鲁邦公司有关联联系。法院据此认定，鲁邦公司主张慧联公司使用“保利 红岛湾”侵犯其商标权没有法律依据，鲁邦公司也未举证证明保利公司侵犯其商标权，故判决驳回鲁邦公司的诉讼请求。山东省高级人民法院二审维持原判，再审驳回鲁邦公司的再审申请。

【典型意义】

本案是一起对地名商标进行认定及规制的典型案件。红岛经济区作为青岛高新科技技术产业发展的重点区域，是城市发展重要的战略储备空间，“红岛湾”作为地理区域名称属于当地社会公众共同拥有的一种公共资源，如果被垄断使用，显然违反公共利益，有悖于商标法的立法宗旨和公平竞争原则。该案明确了地名商标的使用和维权边界，规范地名商标权利人合法行使权利，对类案裁判具有重要的借鉴意义。

“爱马仕”商标侵权及不正当竞争案（评选法院：青岛知识产权法庭）

原告：爱马仕国际

被告：山东沪港建业房地产开发有限公司（简称沪港公司）

【案情摘要】

爱马仕国际是“”“爱马仕”商标权人，核定使用商品为箱包、皮具等。沪港公司在其开发的“爱马仕公寓”项目名称、售楼处、样板间及广告宣传中大量使用“”“爱马仕”标识，在售楼处、样板间摆放爱马仕品牌的皮包、丝巾、餐具等系列商品，举办爱马仕商品展览活动，并在商业宣传中称其公寓装潢为爱马仕风格。爱马仕国际认为沪港公司的上述行为侵害了其商标权，并构成不正当竞争，请求法院判令沪港公司停止侵权、消除影响并赔偿损失 500 万元。

法院经审理认为，涉案商标经过权利人的长期使用和宣传推广，在第 18 类箱包、皮具等商品上为相关公众广为知晓，达到驰名程度，构成驰名商标，应予跨类保护。沪港公司在开发的公寓样板间及广告宣传中突出使用涉案两商标的行为，易使相关公众产生误认，构成商标侵权。沪港公司同时在售楼处摆放爱马仕品牌商品举办展览品鉴活动，在样板间装潢中大量使用橙色、马车、H 型图案等爱马仕经典元素标识，并在宣传中刻意强调“爱马仕公寓”与爱马仕品牌的关联关系，攀附爱马仕国际及涉案商标知名度的主观意图极为明显，构成不正当竞争。法院根据涉案公寓项目的实际销售情况，结合沪港公司的侵权情节等因素，判决沪港公司停止侵权、消除影响并赔偿爱马仕国际经济损失及维权合理开支 200 万元。山东省高级人民法院二审维持原判。

【典型意义】

本案是一起对驰名商标给予跨类保护、正确厘清“合法使用”边界的典型案件。实践中，侵权人往往将看似合法的使用行为当作实施混淆的工具，以合法形式掩盖不正当目的。该案对侵权人在商品房销售中的全部行为整体予以评价，结合侵权人不正当竞争的主观恶意，对侵权人的攀附和混淆行为全面予以禁止，彰显了依法严格保护知识产权、严厉打击侵权行为的鲜明司法态度。

“海尔”系列商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：青岛知识产权法庭）

原告：青岛海商智财管理咨询有限公司（简称海商智财公司）

被告：无锡思迈尔物联科技有限公司（简称思迈尔公司）

【案情摘要】

海商智财公司是海尔品牌无形资产管理公司，主要负责“海尔”“Haier”等系列商标的持有、授权及维权事务等。海商智财公司经调查发现，思迈尔公司未经授权擅自改装海商智财公司商标权产品的电脑板控制器、支付二维码，变更产品的用途，在改装产品上贴上思迈尔公司的“思迈尔”“smile 及图”标识对外销售、运营。海商智财公司认为思迈尔公司的上述行为构成商标侵权及不正当竞争，遂提起诉讼，请求法院判令思迈尔公司停止侵权、赔偿经济损失 1000 万元。

法院经审理认为，思迈尔公司改装标有海商智财公司商标的产品、张贴被告的“思迈尔”“smile 及图”标识及二维码，并将上述改装产品销售或运营的行为，影响了原告商标识别功能和品质保障、信誉承载功能的发挥，破坏了商标权人、商品与商标之间的联系，造成对海商智财公司商标权的侵害。思迈尔公司在网站、淘宝店铺等的相关宣传行为会使消费者认为思迈尔公司与海商智财公司存在特定联系，损害了海商智财公司的商业信誉和商品声誉，构成虚假宣传、商业诋毁。法院综合考虑海商智财公司的商标具有较高的知名度、改装产品数量较大，同时存在虚假宣传、商业诋毁的不正当竞争行为及该案的合理开支，酌情确定思迈尔公司赔偿海商智财公司经济损失 300 万元。二审中原被告达成和解，撤回上诉。

【典型意义】

随着互联网技术发展，企业尤其是大型集团企业为适应市场需求、寻求新的效益增长点，纷纷进行现代化产业体系布局和转型升级。该案就是海尔集团从世界家电第一品牌向全球唯一物联网生态品牌转型过程中与其他市场经营主体产生的新类型知识产权侵权纠纷。案件的审理保护了商标权人在新经济形态发展中享有的合法权益，促进了市场主体在新行业的探索和创新，规制了市场主体的竞争行为，有利于维护公平竞争的市场秩序。

“宜家”侵犯商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：青岛知识产权法庭）

原告：英特宜家系统私营有限责任公司（简称英特宜家公司）

被告：青岛宜家楼梯有限公司（简称宜家楼梯公司）、临沂名德宜家家居有限公司（简称名德宜家公司）、王某、上海红星美凯龙品牌管理有限公司日照分公司（简称红星美凯龙日照公司）

【案情摘要】

英特宜家公司是“宜家”“IKEA”注册商标的权利人，在家具家居商品上具有较高的市场知名度。英特宜家公司发现，宜家楼梯公司通过“宜家整木家装”微信公众号进行推广、宣传，大量使用“宜家”“宜家整木”“ENKEA”“ENKEA 宜家”等标识，在其开设于红星美凯龙日照公司的加盟店中使用被诉侵权标识，名德宜家公司在其经营活动中也使用被诉侵权标识。英特宜家公司认为，被告侵犯了其注册商标专用权并构成不正当竞争，请求判令被告停止侵权，赔偿经济损失 350 万元。

法院经审理认为，“IKEA”商标为驰名商标，宜家楼梯公司注册“ENKEA”商标为恶意注册，应当禁止其使用。宜家楼梯公司、名德宜家公司使用的“宜家”“名德宜家”“IKEA”等标识，与英特宜家公司“宜家”“IKEA”商标构成相同和近似，侵犯了英特宜家公司的商标权。红星美凯龙日照公司作为商场经营者并未尽到合理的管理职责，构成对涉案商标权的侵犯。宜家楼梯公司、名德宜家公司将英特宜家公司“宜家”商标作为其企业名称中的字号使用，构成不正当竞争。判令被告停止侵权，宜家楼梯公司、名德宜家公司赔偿原告 300 万元，王某承担连带责任，红星美凯龙日照公司赔偿 5 万元。一审判决后，当事人均未上诉。

【典型意义】

该案系一起对驰名商标加大司法保护力度的典型案件。侵权行为人在明知涉案商标具有较高知名度的情况下，仍申请近似的“ENKEA”商标，以合法形式掩盖非法目的，并且在微信公众号、企业名称、域名中大量使用侵犯涉案商标权的标识，主观恶意明显。法院通过认定驰名商标，有效阻止了“ENKEA”商标的使用，并全额支持权利人对直接侵权行为人的诉讼请求，加大对恶意侵权行为的惩治力度，体现了严格保护知识产权的司法政策和平等保护中外当事人合法权益的司法理念。

孙某、林某、张某、王某犯假冒注册商标罪案（评选法院：青岛知识产权法庭）

原公诉机关：青岛市即墨区人民检察院

上诉人：（原审被告）王某

原审被告：孙某、林某、张某、刘某、苟某等

【案情摘要】

2016 年以来，孙某、林某、张某各出资 10 万元，在青岛市即墨区开设加工厂，生产无商标橱柜。2017 年 2 月，孙某、林某、张某共谋后，从王某处购买由其生产的带有“Haier”注册商标的板材，非法生产带有“Haier”注册商标的橱柜，

张某利用其职务便利提供海尔经销商名单和联系方式，由孙某、林某联系并将产品销售给海尔经销商。2018年5月29日，张某取得30万元的分红后退出。2019年11月，青岛市公安局即墨分局在孙某、林某的加工厂内查获假冒“Haier”注册商标的成品橱柜、板材、外包装等物品一宗，价值11万余元，在王某的经营场所查获带有“Haier”注册商标板材的生产模板2套。王某为孙某等生产带有“Haier”注册商标标识的板材共计142万余元。经审计，自2017年2月至案发，孙某、林某假冒“Haier”注册商标的非法经营数额为1000余万元，张某参与的非法经营数额为500余万元。

即墨区人民法院经审理认为，孙某、林某、张某、王某未经注册商标所有人许可，在同一种商品上使用与注册商标相同的商标，情节特别严重，其行为均构成假冒注册商标罪，判处孙某、林某有期徒刑四年、王某有期徒刑三年，并处罚金。青岛市中级人民法院二审维持原判。

【典型意义】

该案是通过刑事判决严厉打击知识产权侵权行为的典型案件。在被告人称其不知道该商品未经注册商标所有人许可而生产、销售的情况下，法院结合被告人的供述以及相关证据认定被告人在从事相关行为时主观上具有假冒注册商标的故意。对被告人将假冒注册商标的商品与无标识的商品混在一起生产、销售的行为，法院根据被告人当时的主观意图、实施行为以及交易习惯等，结合具体案情准确认定非法经营数额。案件的裁判有力打击了假冒注册商标的犯罪行为，维护了商标权人的合法权利，对于加大民族品牌保护、营造公平竞争的市场秩序具有重要作用。

河南某投资公司诉南京某公司、连云某食品公司、郑州某商业公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：郑州知识产权法庭）

河南某投资公司是主要从事肉制品生产、销售的上市企业。该公司于2018年10月获准注册了“双汇王中王”图文商标，并将该商标使用在火腿肠等商品上。经过持续的宣传、使用，“双汇王中王”火腿肠在相关消费群体中具有较高的知名度。同时，“双汇王中王”火腿肠使用以红色、黄色、蓝色、绿色等为底色，以红黄色蹲式小狮子、蓝色“双汇王中王”艺术字体、枣红色盾牌、小猪、栅栏、房子、蓝天、绿地等元素组合而成的包装袋，因其设计美观、独特，给消费者留下了深刻印象。南京某公司于2018年7月向国家知识产权局申请注册了“雨润王中王”图文商标。南京某公司及其关联公司连云某食品公司在生产、销售“雨润王中王”火腿肠时，使用了与“双汇王中王”火腿肠近似的包装袋。双汇公司通过公证取证，先后从郑州某商业公司等多处购买到“雨润王中王”火腿肠，并于2022年5月诉至法院，请求判令三被告停止商标侵权及不正当竞争行为，并要求南京某公司、连云某食品公司共同赔偿经济损失及合理开支共计1000万元。

郑州市中级人民法院审理后，判令南京某公司、连云某食品公司立即停止在“雨润王中王”火腿肠商品上使用与双汇公司具有一定影响的“双汇王中王”火腿

肠近似的包装装潢；郑州某商业公司立即停止销售行为；南京某公司、连云某食品公司共同赔偿双汇公司经济损失及合理支出共计 169 万元，并在河南省省级报纸上刊登声明，消除影响。经二审审理，维持一审判决。

【典型意义】

附着在商品上的包装因其独特的设计风格，往往给消费者留下深刻的印象，成为了消费者选择商品的考虑因素之一。经营者通过持续的宣传、使用，消费者会将该包装与经营者或商品联系在一起。商品的包装装潢已成为品牌的一部分，不仅具有区别商品来源的功能，亦承载着经营者商誉。通过本案审理，明确了经营者采用“搭便车”的方式，使用与他人具有一定知名度的相同或近似的包装装潢的行为，破坏了正常的竞争秩序，构成不正当竞争，经营者应承担赔偿责任。

杨某兴、古某朝等人犯销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：郑州知识产权法庭）

2020 年 4 月至 2021 年 12 月，被告人杨某兴、古某朝二人共同出资，从福建晋江等地进购假冒阿迪达斯、耐克、斐乐、彪马、北面、安德玛等品牌的服装向外销售，并租赁郑州市某住宅楼作为仓库。公安机关在仓库内现场查扣带有耐克、阿迪达斯等品牌标识的服装 6800 余件及销货单据若干。经鉴定，被查获的服装均为假冒注册商标的商品。经统计，查扣的假冒注册商标的商品价值 26 万余元；已销售假冒品牌服饰 2.7 万余件，金额 150 余万元。2020 年 6 月至 2021 年 12 月，被告人刘某昌从被告人杨某兴、古某朝处以及青岛、北京等地卖家处进购假冒耐克、阿迪达斯、斐乐等品牌的服装，雇佣被告人李某发、杜某霞对外销售。公安机关在刘某昌经营场所现场扣押带有耐克、阿迪达、斐乐等品牌标识的服装共计 3700 余件。经鉴定，被查获的服装均为假冒注册商标的商品。经审计，查扣的假冒注册商标的商品价值 20 余万元；刘某昌微信确认收到销售假冒品牌服装货款金额共计 8 万余元。管城回族区人民法院认定，杨某兴、古某朝、刘某昌、李某发、杜某霞犯销售假冒注册商标的商品罪，分别判处古某朝、杨某兴各有期徒刑三年，各并处罚金 40 万元；判处刘某昌有期徒刑一年九个月，缓刑二年，并处罚金 12 万元；分别判处杜某霞、李某发各有期徒刑一年，缓刑一年，各并处罚金 4 万元；禁止被告人刘某昌、杜某霞、李某发在缓刑考验期内从事服装类经营活动；被告人杨某兴、古某朝各退缴违法所得 4 万元，被告人刘某昌退缴违法所得 2 万元，均予以没收，上缴国库。经二审审理，维持一审判决。

【典型意义】

在巨额利润的驱使下，一些不法经营者为了谋取非法利益，大肆生产、销售假冒他人注册商标的名牌服装，误导消费者，该行为不仅破坏了国家商标管理秩序，严重侵害了商标权人的商标专用权，极大损害了名牌服装的品牌形象。本案准确认定销售数额，依法惩处各被告人，并在判处被告人主刑后，综合运用罚金、禁止令、没收违法所得等刑罚措施，剥夺犯罪分子再犯的能力和条件，从而有效预防此类犯罪再次发生，从源头上遏制假冒名牌服装的违法犯罪行为，起到了有

力的震慑作用。

上诉人湖南省原味老饭铺餐饮有限公司与被上诉人湘阴县樟树镇辣椒产业协会商标权纠纷案（评选法院：长沙知识产权法庭）

〔长沙市中级人民法院（2021）湘 01 民终 163 号〕

——确立了地理标识保护应以商标性使用为前提，以混淆可能性为标准，同时排除正当使用的侵权认定规则，充分发挥地理标志对于乡村振兴积极作用的同时，又要防止地理标志商标权的滥用

中联重科股份有限公司诉青岛青科重工有限公司、长沙国际会展中心管理有限责任公司侵害商标权纠纷案（评选法院：长沙知识产权法庭）

〔长沙市中级人民法院（2019）湘 01 民初 2626 号〕

——在判断商标是否近似时，应以公众的一般注意力为标准，结合颜色组合的使用位置、排列组合方式、颜色色差、整体视觉效果等方面综合进行观察和判断

原告山东长彤生物科技发展股份有限公司与被告湖南汇泽生物科技有限公司侵害商标权案（评选法院：长沙知识产权法庭）

〔长沙市中级人民法院（2020）湘 01 民初 2158 号〕

——企业高管离职后成立新公司以生产侵害原企业商标权的商品，应认定该企业以侵权为业，适用惩罚性赔偿

原告湖南守护神制药有限公司与被告武汉东信医药科技有限责任公司、武汉天地人和药业有限公司、广东恒金堂医药连锁有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：长沙知识产权法庭）

〔长沙市中级人民法院(2018)湘 01 民初 3915 号〕

——原本缺乏显著性的名称通过实际使用获得了较强显著性的，应当予以保护

上诉人北京字节跳动科技有限公司与上诉人北京小度互娱科技有限公司、被上诉人北京百度网讯科技有限公司、原审被告长沙七丽网络科技有限公司侵

害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：长沙知识产权法庭）

〔长沙市中级人民法院（2021）湘 01 民终 8394 号〕

——搬运视频且去除商标的行为分别构成不正当竞争和商标侵权

碧欧公司与碧鸥国际公司等侵害商标权纠纷案（评选法院：广州知识产权法院）

【（2020）粤 73 民终 5237 号】

【当事人】

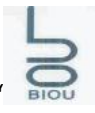
上诉人（一审原告）：广州市碧欧化妆品有限公司（简称碧欧公司）

被上诉人（一审被告）：广东碧鸥国际化妆品有限公司（简称碧鸥国际公司）、广州汝宁木影贸易有限公司（简称汝宁公司）、广州汝宁木影贸易有限公司韶关分公司（简称汝宁韶关分公司）、澳宝化妆品（惠州）有限公司（简称澳宝公司）

【案情与裁判】

碧欧公司系第 12113899 号“”注册商标权利人，其主张碧鸥国际公司、澳宝公司、汝宁韶关分公司实施了侵害其涉案注册商标的行为，要求各被告连带赔偿其经济损失及维权支出 20 万元并登报道歉。一审法院认为案外人钟利民对于“”标识的使用，符合商标在先使用抗辩的构成要件，有权在原使用范围内继续使用使用该商标，碧欧公司无权加以禁止，但钟利民在后续使用中，应注意附加区别标识，使其产品区别于碧欧公司产品，判决驳回碧欧公司的全部诉讼请求。

广州知识产权法院经审理认为，在碧欧公司 2013 年 1 月广州知识产权法院知识产权司法保护状况及十大典型案例（2022 年）28 日申请涉案商标之前，钟利民及其经营的相关企业在涉案商标核定使用的化妆品、洗洁用品等商品上存在在先使用包含“”图形商业标识的事实并且符合《商标法》第三十二条“有一定影响”的要件。由于钟利民在先使用包含“”图形的商业标识并达到“有一定影响”

的知名度，应当允许钟利民及其许可的碧鸥国际公司等延续使用“”“”被诉标识。碧欧公司在申请涉案商标之前，应当知道钟利民在化妆品、洗洁用品等商品上在先使用包含“”图形的商业标识，故其申请注册取得涉案注册商标构成《商标法》第三十二条规定的以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影



响商标的行为，碧欧公司在本案中以此作为权利基础主张侵权，有违诚实信用原则，难谓正当，构成权利滥用，遂判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案在细化商标法条文，填补法律空白，统一裁判尺度等方面有一定指导意义。在本案之前，商标法没有明确区分第三十二条“抢注商标行为的否定性评价”以及第五十九条第三款的“商标在先使用抗辩”两种情形的适用要件。“商标在先使用抗辩”只是在先使用人被动、有限的抗辩理由，而“抢注商标行为的否定性评价”制度则是全面否定滥用权利者的有力武器。二审判决创新性地指出应当区分“抢注商标行为的否定性评价”以及“商标在先使用抗辩”两种情形。在后注册商标申请人在申请注册商标时主观上是善意还是恶意，是区别适用商标在先使用抗辩和对于抢注商标的否定性评价两种法律制度的关键。在后注册商标申请人主观上明显存有恶意，应考虑对其抢注商标滥用权利行为给予否定性评价，而非适用“商标在先使用抗辩”制度对在先使用人施以“原使用范围”“附加适当区别标识”等限制后对先后二者的行为均予以肯定，避免了适用“商标在先使用抗辩”制度放任有恶意的在后注册商标申请人的问题。本案首次在裁判中将这两种情形的适用场景和法律要件加以区分并明确，更有力地遏制了权利滥用行为。裁判作出之后，在中国知识产权报上宣传报道，获得良好的法律效果和社会效果。

“今日头条”诉“今日油条”侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：广州知识产权法院）

【（2020）粤 73 民初 2332 号】

【当事人】

原告：北京抖音信息服务有限公司（简称抖音公司）

被告：河南今日油条餐饮管理有限公司（简称今日油条公司）、赵亚东、河南烧烤者食品有限公司（简称烧烤者公司）

【案情与裁判】

抖音公司是**今日头条**、、、**今日头条** 四个注册商标的商标权人。抖音公司诉称，上述四注册商在被告侵权行为发生之前已为相关公众广为知晓，请求法院认定为驰名商标。今日油条公司等开设早餐店售卖油条、豆浆等食品，在餐馆招牌、菜单、食品包装、店铺装潢、员工服装、微信公众号、网站、招商加盟广告及展览会等多处大量使用、**今日油条** 等标识，侵害了其商标权并构成不正当竞争，请求法院判令今日油条公司等停止侵权，赔偿经

济损失及诉讼合理支出共计 200 万元。

广州知识产权法院经审理认为，被诉标识与涉案注册商标在文字、含义、颜色等构成要素上不构成相同或相似，相关公众施以一般注意力易于区分，现有证据未能证实今日油条公司等具有混淆故意或已造成公众实际混淆，故今日油条公司等不构成普通商标侵权。涉案注册商标使用的文字“头条”“今日头条”属于常用词汇，使用在新闻资讯领域固有显著性较弱，被诉侵权标识与涉案注册商标分别使用在完全不同的市场，抖音公司在餐饮领域不具有现实利益，双方在该市场上没有直接或间接的竞争关系，今日油条公司等未对驰名商标造成弱化、贬损或丑化，亦未不正当利用驰名商标市场声誉的情形。故即使涉案注册商标中的部分商标可以认定为驰名商标，今日油条公司等亦不构成对驰名商标的侵害。今日油条公司使用的企业字号“今日油条”与“今日头条”区别明显，其在微信公众号、网站等使用的被诉侵权标识与“今日头条”手机 APP 的运行界面不构成相同或近似，二者的广告语及海报存在差异，故今日油条公司等行为亦未构成不正当竞争。

广州知识产权法院一审判决驳回抖音公司的全部诉讼请求。

【典型意义】

本案涉及“今日头条”知名商标，且抖音公司系国内知名自媒体公司，自立案起即引起社会广泛讨论及高度关注。无论是从保护勤勉、鼓励创新、维护公平的层面，还是从维护消费者合法权益的层面出发，对驰名商标进行特殊保护都是必要和正当的。但是，对于驰名商标的特殊保护，应当基于利益平衡原则合理划定保护界限，避免对市场自由和公平竞争空间的随意挤压。本案的审理，较好把握了提升知识产权保护力度与防止知识产权权利人滥用权利限制竞争之间的利益平衡，对营造公平竞争的市场环境产生积极影响。

徐定朋与壹欣公司侵害商标权纠纷案（评选法院：广州知识产权法院）

【（2021）粤 73 民终 7380 号】

【当事人】

上诉人（一审原告）：徐定朋

被上诉人（一审被告）：广州壹欣贸易有限公司（简称壹欣公司）

【案情与裁判】

徐定朋是“牧马人”注册商标的商标权人，其在另案中起诉广州市派仕盾电子有限公司（简称派仕盾公司）侵害该商标权，派仕盾公司在该案中提出在先使用抗辩，该案经二审终审认定派仕盾公司的商标先用权抗辩成立。壹欣公司在本案中提交的商标先用权抗辩证据与派仕盾公司在上述案件中提交的相关证据相同，

一审法院认定壹欣公司的先用权抗辩成立，判决驳回徐定朋的诉讼请求。壹欣公司和派仕盾公司系同一法定代表人、同股东的关联公司。壹欣公司和派仕盾公司在上述两案中的被诉侵权行为是在其各自的淘宝网店中销售链接的商品名称上使用了被诉侵权标识“牧马人”，被诉侵权鼠标上没有该标识。壹欣公司在二审中提交了采购合同、协议书等，拟证明其销售的被诉侵权产品来自于派仕盾公司。

广州知识产权法院经审理认为，在维护我国商标注册制度稳定的框架下，商标先用权抗辩的主体除了在先使用者本人外，还包括：**1.源自在先使用人的商标先用权。**（1）在先被许可使用人。本案中，双方签订协议书的时间是在涉案商标申请日之后，故壹欣公司不属于在先被许可使用人。（2）在先使用供应商的销售商。本案中，壹欣公司在二审提交的证据不能证明其销售的被诉侵权产品来源于派仕盾公司，且被诉侵权标识并非使用在被诉侵权产品上，而是使用在商品链接名称上，因此壹欣公司不属于在先使用供应商的销售商。**2.承继在先使用人的商标先用权：**法人或者非法人组织权利义务变更或转移后的继承者、自然人的法定继承人、遗嘱继承人以及个体工商户的受让方。壹欣公司和派仕盾公司虽是同一法定代表人、同股东的公司，但双方均是独立的法人，有独立的法人人格，且派仕盾公司并未注销，故壹欣公司不能作为派仕盾公司的承继人或受让方承继其商标先用权。

综上，壹欣公司的商标先用权抗辩不成立，遂二审判决撤销一审判决，改判壹欣公司停止侵权及赔偿徐定朋经济损失和合理维权费用。

【典型意义】

商标法并未对可行使商标先用权抗辩的主体进行明确规定，司法实践中对该问题也没有形成统一的裁判规则。本案提出商标先用权是对抗商标侵权指控的消极权利即抗辩权，并不是与商标权平行的权利，其性质是民事法益而非民事权利。在维护我国商标注册制度稳定的框架下，以下两种类型主体亦可以主张商标先用权：**1.源自在先使用人的商标先用权：**在先被许可使用人和在先使用供应商的销售商；**2.承继在先使用人的商标先用权：**法人或者非法人组织权利义务变更或转移后的继承者、自然人的法定继承人、遗嘱继承人等。二审判决对商标权人与在先使用人的权利边界，规范在先使用人的商标使用行为等方面作出了有益的探索和尝试。

被告人周飞假冒注册商标罪刑事附带民事公益诉讼案（评选法院：广州知识产权法院）

【（2021）粤 0112 刑初 80 号】

【当事人】

原告：广州市黄埔区人民检察院

被告人：周飞

【案情与裁判】

2018年3、4月至2019年1月13日期间，周某与同案人曾某明结伙，先后雇请同案人倪某林、伍某，并利用同案人周某来提供的场地及商标标识、酒瓶、原料酒等原材料，在广州市白云区人和镇建南横巷街X巷X号等地，以杰坊、豪马等洋酒为原料酒，在未取得注册商标权利人许可下，灌装生产带有“轩尼诗”“马爹利”等注册商标的洋酒并销售，经核算销售金额共计461万余元。2019年1月13日，公安机关在上址抓获被告周某及同案人曾某明等人，缴获作案工具和假冒洋酒一批。公诉机关以假冒注册商标罪对被告周某等提出指控，同时提起刑事附带民事公益诉讼。

广州市黄埔区人民法院经审理认为，周某等人在未取得食品生产许可证和食品经营许可证的情况下，私自灌制假冒的高端洋酒，对消费者进行欺诈销售，给购买上述假冒洋酒的消费者的人身健康造成了潜在的安全隐患，侵害了不特定消费者的合法权益，损害了社会公共利益。因此，判决被告周某支付公益诉讼惩罚性赔偿金1383万余元，并在省级以上电视台或全国范围内发行的报纸上公开发表赔礼道歉声明。

【典型意义】

本案中，法院依法认定被告周某等人在未取得食品生产许可证和食品经营许可证的情况下，私自将低端洋酒手工灌装到不符合卫生标准的回收空酒瓶内，并封装制作成假冒的高端洋酒的行为，构成对消费者的欺诈，给不特定购买者的人身健康造成了潜在的安全隐患，损害了社会公共利益。此类针对假冒洋酒提起刑事附带民事公益诉讼的案例在全国范围内尚不多见，且本案支持了三倍惩罚性赔偿，判赔金额超过千万，属于目前全国判赔金额较高的案例之一，彰显了司法机关对知识产权违法犯罪行为的打击力度，体现了司法机关维护消费者合法权益、维护商标管理秩序和净化市场环境的决心。同时，本案通过刑事和民事司法程序对侵害商标权利人与消费者合法权益的行为予以惩处，对震慑和预防侵犯知识产权违法犯罪行为，具有较强的司法引导和教育示范意义。

马尼株式会社诉吴某侵害商标权纠纷案（评选法院：深圳知识产权法庭）

【裁判要旨】

1.认定民事侵权行为不应简单以刑事文书所记载的犯罪事实为限，而应根据民事案件具体事实和证据进行认定，侵权人承担民事责任的范围和形式也应当与民事程序中所认定的侵权行为相对应。

2.对于影响范围广、与人体健康密切相关的商标侵权行为，应当积极适用赔礼道歉、消除影响等侵权责任承担方式，以恢复权利人的商业声誉，消除社会公

众对相关商品的混淆误认状况，建立规范有序的市场秩序和营商环境。

【案情简介】

被告吴某未经商标注册人马尼株式会社的许可，授意他人租赁车间，雇佣工人用假冒的“MANI”注册商标标识包装牙科产品并向世界各地销售。2019年9月19日，公安机关在该包装车间抓获九名工人，同时缴获假冒“MANI”注册商标的牙科产品20788盒。吴某于2019年10月9日向公安机关自动投案并如实供述上述事实。龙川县人民检察院出具《不起诉决定书》，认为吴某实施了假冒注册商标的行为，但犯罪情节轻微，具有自首情节，认罪认罚，是初犯、偶犯，根据刑法规定不需要判处刑罚，故决定对吴某不起诉。马尼株式会社向一审法院提出诉讼请求，请求判令吴某停止侵权、公开赔礼道歉、消除影响并赔偿损失300万元。

【法院审理】

深圳市中级人民法院二审生效判决认为，根据公安机关在侦查阶段形成的讯问笔录及询问笔录、现场缴获的订单、发货汇总等证据，足以证实吴某实施侵害涉案商标权的行为的范围并不限于《不起诉决定书》所认定的现场缴获的侵权商品，其承担侵权责任的范围也不应当限定于《不起诉决定书》所记载的商品货值。二审法院综合考虑涉案商标的知名度、吴某实施商标侵权行为的性质、情节及主观恶意程度，全额支持原告的赔偿请求，判令侵权人赔偿权利人经济损失及合理维权开支合计300万元；同时判令侵权人赔礼道歉、消除影响。

【典型意义】

该案涉及民刑交叉案件审理原则和裁判思路的认识与厘清，同时涉及假冒国际知名品牌牙科治疗产品的商标侵权行为，与人体健康与消费者保护有直接关系，社会影响较大。二审法院查明全案事实，并向被告发出书证提出命令，在此基础上认定被告侵权行为远远超过《不起诉决定书》所记载的范围，全额支持原告的诉讼请求300万元，并判决被告赔礼道歉、消除影响，体现司法对知识产权的强保护，对建立规范有序的市场秩序和营商环境的充分保障，以及对社会公众利益的坚决维护。判决生效后，被告主动履行判决所确定的全部义务，法律效果与社会效果俱佳。

深圳市分期乐网络科技有限公司、深圳乐信控股有限公司等诉深圳乐信互动科技有限公司、金某侵害注册商标专用权及擅自使用他人有一定影响的企业名称纠纷案（评选法院：深圳知识产权法庭）

【裁判要旨】

商标权人申请注册商标前，行为人已在不同商品类别上在先使用与注册商标近似的标识并取得了一定影响，该行为不会造成相关公众混淆或淡化注册商标显著性的，不构成商标侵权，商标权人无权通过认定驰名商标进行跨类别保护。

【案情简介】

原告乐信软件公司、分期乐公司对第 21526860 号“LEXIN”、第 21526820 号“乐信”注册商标享有专用权和使用权，该两个商标核定使用商品类别均为第 36 类“通过网站提供金融信息”等，该两个商标在金融领域内具有一定知名度。

被告乐信互动公司于 2015 年 3 月 2 日成立，经营范围包括网络游戏的开发与设计等，被告金某为其法定代表人。在原告申请前述两个商标权，被告乐信互动公司、金某已经成功开发多个游戏，在经营中持续使用“乐信互动”“乐信游戏”“lexin”，在计算机游戏软件行业已具有了一定的经营规模和知名度。

原告要求认定“乐信”和“LEXIN”为驰名商标进行跨类别保护，两被告在第 42 类计算机游戏软件上使用“乐信互动”“乐信游戏”“lexin”的行为侵犯涉案商标专用权，并构成擅自使用他人有一定影响的企业名称的不正当竞争行为。

【法院审理】

法院认为：1、“LEXIN”“乐信”商标申请注册之前，两被告在第 42 类计算机游戏软件中已在先使用“乐信互动”“乐信游戏”“Lexin”，与涉案两个商标核准使用的第 36 类商品不相同不类似，且两被告在计算机游戏软件行业已具有了一定知名度，前述标识在第 42 类计算机游戏软件上与两被告产生了稳定联系。两被告没有不正当利用原告涉案两个商标在 36 类商品的声誉，不会弱化原告与涉案两个商标在 36 类商品上的唯一对应关系，不构成商标侵权，法院无需对“LEXIN”“乐信”商标是否驰名进行审查并进行跨类别保护。2、原告乐信控股公司、乐信软件公司成立时间均晚于被告乐信互动公司，且未完成证明“乐信”字号具有一定影响企业的举证责任，故关于被告乐信互动公司构成不正当竞争的主张不能成立。法院判决驳回三原告的全部诉讼请求。

本案一审判决作出后，双方当事人均未提起上诉，一审判决书已生效。

【典型意义】

本案涉及驰名商标“按需认定”的适用问题。驰名商标的司法认定是在需要进行保护且能够进行保护时才予以认定，即以制止侵权行为为前提，根据当事人的请求和审查处理案件的需要进行认定，不构成侵权的案件无需认定驰名。本案坚持“按需认定”的保护导向和结果导向，对商品/服务类别严格判断，清楚界定了商标专用权的规制范围，保证了市场主体良性竞争秩序。

范斯公司与温州某鞋业有限公司、成都某科技有限公司、金某侵害商标权纠纷案（评选法院：成都知识产权法庭）

【案例索引】

一审：四川自由贸易试验区人民法院（2021）川 0193 民初 5246 号

二审：成都市中级人民法院（2022）川 01 民终 4100 号

【基本案情】

范斯公司系第 21171127A 号“VANS”等商标的商标专用权人，上述商标具有较高的知名度。温州某鞋业有限公司（以下简称温州某公司）未经许可，在其生产的鞋子上使用与范斯公司商标相同和近似的标识，侵害了范斯公司的商标权，并多次被行政机关查处。温州某公司在多次被行政处罚后，仍继续通过在阿里巴巴网开设网店大量销售使用与前述商标近似的 VANCN 等标识的运动鞋。成都某科技有限公司（以下简称成都某公司）通过在天猫网开设网店，大量销售鞋内底使用前述标识的运动鞋。金某系温州某公司的股东、1688 店铺绑定的支付宝账户的所有人，以及成都某公司的一人股东，同时还系温州某公司和成都某公司网店对外销售产品的共同发货人。

【裁判结果】

四川自由贸易试验区人民法院经审理认为，温州某公司等被告在被告侵权商品鞋面外侧显著位置标注被告侵权标识，能够有效醒目的向消费者传达商品来源的信息，属于商标性使用，且上述标识与涉案商标系近似标识。虽被告侵权行为在形式上由温州某公司、成都某公司分别实施，但温州某公司、成都某公司的行为实际上均为有母子关系的金某、李某绿共同控制，且在产品生产与销售、对外联系、款项收取、货物收发等方面进行深度的分工合作与配合，应认定为三被告共同实施侵权行为。温州某公司在多次侵犯范斯公司注册商标权被行政处罚后，继续实施侵权行为，应属故意侵害范斯公司商标权，且情节严重，应当适用惩罚性赔偿。一审判决温州某公司、成都某公司、金某立即停止使用侵害范斯公司第 21171127A 号“VANS”等注册商标专用权的行为，停止销售侵害前述商标专用权的产品，并连带赔偿范斯公司经济损失 4889924.2 元及为制止侵权行为所支出的合理开支 10072.8 元。

一审宣判后，温州某公司、成都某公司、金某不服，提起上诉。成都市中级人民法院二审判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

“利之所在，人争趋之”。伴随着社会经济体系的日益完善，市场竞争日趋激烈，商标侵权现象屡见不鲜，违法成本与高额收益之间的巨大差距，往往是侵权行为人对侥幸的权衡。实践中一直存在知识产权侵权违法成本低、维权成本高的问题。本案裁判时综合考虑各行为人的主客观状态，认定在产品生产与销售、对外联系、款项收取、货物收发等方面进行深度分工合作、配合支持的方式实施侵权行为的各被告构成共同侵权，有效打击了侵权人“换个马甲”规避惩罚的行为。对被告多次侵害同一权利人商标权且被行政处罚后，仍然变换方式继续实施侵权

行为的，果断适用“惩罚性赔偿”，对于打击侵权的震慑作用立竿见影，对于遏制严重侵害知识产权行为具有重大价值。本案的审理切实惩戒严重侵害知识产权的行为，让侵权者切实感受到侵权行为的严惩与威慑，彰显了人民法院在知识产权司法保护中秉承有利保护、有力保护、有效保护的价值导向。

方某“谭鸭血”假冒注册商标罪案（评选法院：成都知识产权法庭）

【案例索引】

一审：成都市锦江区人民法院（2021）川 0104 刑初 514 号

二审：成都市中级人民法院（2022）川 01 刑终 174 号

【基本案情】

四川某品牌管理有限公司是第 28641690 号“谭鸭血”文字商标的注册商标专用权人，四川某品牌管理有限公司以独占许可的方式授权四川某餐饮管理有限公司使用。2020 年 5 月以来，被告人方某为谋取非法利益，在未取得商标权利人的授权许可下，自行在其生产和委托他人加工的火锅底料、油料外包装上，使用与权利人注册商标“谭鸭血”相同的标识，并将假冒四川某餐饮管理有限公司生产的牛油火锅底料、油料销售给天津、江苏、上海、河南等地的谭鸭血火锅加盟店，非法经营数额高达人民币 350275 元。审理过程中被告人方某提出四川某餐饮管理有限公司在其对外销售的火锅底料、油料上使用的标识与“谭鸭血”注册商标并不相同，不侵害权利人第 28641690 号“谭鸭血”文字商标的商标专用权，不构成假冒注册商标罪。

【裁判结果】

成都市锦江区人民法院经审理认为，被告人方某通过改变注册商标的字体、添加拼音等方式变形注册商标，用于自己生产的商品，但该“变形”并未改变注册商标的显著性特征，应认定为使用与注册商标相同的标识。被告人方某未经“谭鸭血”商标所有人授权许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标，其非法经营数额高达 263210 元，属情节特别严重，其行为已构成假冒注册商标罪。遂判决被告人方某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑三年四个月，并处罚金人民币 20 万元。

一审宣判后，被告人方某不服，提出上诉，成都市中级人民法院裁定驳回上诉，维持原判。本案判决已发生法律效力。

【典型意义】

本案是一起典型的行政机关、司法部门联合重拳打击食品安全领域侵犯知识产权犯罪的案件，“谭鸭血”作为成都火锅餐饮龙头企业，其品牌影响力已辐射到

全国各大城市，打击假冒火锅底料、油料的犯罪行为，对于保障广大消费者“舌尖上的安全”，维护火锅品牌商誉具有重要意义。

本案中，被告人方某实际使用的商标是通过加粗放大、添加拼音、文字等方式在原注册商标上“变形”而成，其使用方式未改变“谭鸭血”文字注册商标的呼叫方式和显著性特征，且足以使公众对商品来源产生误认，应当认定被告人方某在火锅底料、油料商品上使用了与注册商标相同的商标，构成假冒注册商标罪。

该案办理过程中，公安机关、检察机关、市场监督管理局及法院就查明储存地点、调取证据、技术审查、案件梳理、事实查清等方面都付出了巨大努力，各方聚力从严打击侵害食品商标法益的犯罪行为，凸显了保护知名商标品牌的决心及惩治食品安全犯罪的力度，实现行政保护与司法保护的优势互补和良性互动，为擦亮成都品牌提供更强有力的执法司法保障。

被告人党志红犯假冒注册商标罪案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案件明确了以次充好的商标侵权行为构成犯罪的定罪量刑标准，是西安知识产权法庭实行“三审合一”审判模式后，审理的第一起知识产权刑事案件。

案号：西安市中级人民法院（2020）陕 01 知刑初 2 号

被告人王亚宗犯假冒注册商标罪、被告人胡世章犯销售假冒注册商标的商品罪暨附带民事公益诉讼赔偿案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案件通过支持检察机关在提起刑事诉讼的同时提起的附带民事公益诉讼，严厉打击了侵害不特定多数消费者合法权益的犯罪行为，维护了公共利益。

一审：西安市中级人民法院（2021）陕 01 知刑初 4 号

北京大明眼镜股份有限公司与蓝田县大明眼镜行侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案为权利人在注册商标核准使用的商品或服务类别因国际分类规则调整，不再涵盖原商标具体使用项目时，提供一条符合商标管理目的的救济途径，保障了依法合规经营的商标权人的利益。

一审：西安市长安区人民法院（2022）陕 0116 知民初 123 号

被告人梁士果犯销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案对上游“造假”行为与下游“销假”行为是否构成共同犯罪提供了判定标准，为此类型案件正确适用法律提供有益参考。

一审：西安市中级人民法院（2022）陕 01 知刑初 5 号

日本 A 公司与日本 B 公司、广州某公司侵害商标权诉中证据保全案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案系府院联动协同保护的一次有益实践。西安知识产权法庭与海关合作，及时、高效的保全了案涉证据，促成了涉外当事人之间的成功和解，获得涉外企业的赞扬。

一审：西安市中级人民法院（2022）陕 01 知民初 1426 号

李楠与付鹏、武智慧侵害商标权纠纷案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案件有效打击了特许经营过程中“以次充好”的贴牌销售行为，严厉惩处了加盟商“明知故犯”的侵权行为，维护了知名商标的信誉。

一审：西安市雁塔区人民法院（2022）陕 0113 知民初 84 号

宜宾五粮液股份有限公司与未央区商户侵害商标权纠纷诉前调解司法确认案（评选法院：西安知识产权法庭）

【典型意义】

该案件充分发挥诉前调解组织作用，通过“诉前调解+司法确认”的方式，为知识产权纠纷多元化解提供了生动实践。

一审：西安市未央区人民法院（2022）陕 0112 诉前调确 746 号

全国首例认定直播带货场景下的直播平台为电商平台侵害商标权案（评选活动：北京市海淀区人民法院）

合议庭成员：邵明艳、张璇、梁铭全

承办人：张璇

原告：某贸易公司

被告：某工艺品公司、某科技公司



【案情简介】某贸易公司通过授权获得“AGATHA”和“”两枚商标的独占许可使用权。某工艺品公司未经授权，通过其在抖音直播平台（以下简称抖音平台）的帐号进行直播并销售带有涉案商标标识的两款手提包（以下简称涉案商品）。某贸易公司认为某工艺品公司该行为侵害了其商标权；某科技公司作为抖音平台运营商，未尽合理注意义务，应共同承担法律责任。故请求判令二被告共同赔偿经济损失 30 万元以及合理开支 10 598 元。本院一审认为，涉案商品系侵犯商标专用权的产品，某工艺品公司销售涉案商品，违反了商标法第五十七条第三项之规定，构成侵权。对抖音平台所属平台类型的认定，结合电子商务法第二条第二款、第九条中关于电子商务平台经营者的定义，并考虑随着互联网技术的创新和网络营销模式的多样化，当前电子商务平台经营主体的范围逐渐发生变化的客观情形，明确指出对互联网直播平台、互联网音视频平台等以生产、提供内容为主营业务的平台，如其为交易各方实际提供的服务本身符合前述电子商务法的相关定义，亦应认定其所运营的平台系电子商务平台。据此，结合涉案平台用户可通过开通特定功能从事互联网营销活动，涉案平台的直播界面显示有涉案商品的名称、图片、价格等信息，用户点击涉案平台中特定链接后未跳转至其他平台即直接进入商品页面，涉案平台用户可在其抖音帐号中直接查询其购买涉案商品的订单信息，观看直播时需点击抖音平台界面中的购物车才可进入小店平台完成购物等事实，认定某科技公司作为抖音平台运营者，系电子商务平台经营者。同时明确，本案系结合案件事实对网络直播营销场景下抖音平台所属类型的认定，不影响该平台在其他场景下可被认定归属于其他类型平台。对某科技公司是否已尽合理注意义务，一方面，结合网络直播营销类电子商务活动的特殊性、直播带货类电子商务平台的审核能力和成本等角度，提出不宜对其采取过于严苛的事前审核标准，否则既在客观上难以实现，也不利于此类平台将有限的成本和精力投入到技术的研发或服务的改进上，从长远看亦将有损网络直播营销产业的整体发展。另一方面，结合平台是否建立了直播带货准入机制，是否制定并公开了直播营销管理规范或平台公约，是否履行了对直播间运营者资质、商品等的审核，是

否制定了负面清单，是否建立知识产权保护规则，是否建立了必要的投诉举报机制，是否事后采取了及时且必要的处理措施，是否积极协助权利人维权等方面，归纳直播带货类电子商务平台经营者是否已尽合理注意义务的判断标准；并据此认定某科技公司就被诉行为履行了事前审核、提示，以及事后及时处置等措施，已尽到合理注意义务。最终法院判决某工艺品公司赔偿某贸易公司经济损失 30 万元及合理开支 10 598 元。本案宣判后各方均未上诉，一审判决已生效。

【典型意义】

在“人人皆可直播”的当下，主播通过直播内容积累流量进而带货已经成为一类新的商业模式，直播平台也演变成了兼具为内容生产者和产品营销者提供服务的网络服务提供者。在此情形下，如何判断个案中直播平台的性质并合理界定其合理注意义务边界，关系着新业态新模式的健康有序发展。本案以促进平台经济规范健康高质量发展为起点，结合电子商务法等规范依据，对在认定主播带货场景下的直播平台为电子商务平台时应考虑的因素进行总结，并结合直播带货营销活动的特殊性探索此类平台合理注意义务的判断规则。本案既及时回应了主播带货类直播平台模式下的相关法律争议，也为此类平台进一步规范行为，完善平台审核机制建设等提供了有效指引。

涉网络平台用户认证侵害商标权案（评选法院：北京市海淀区人民法院）

合议庭成员：李莉莎、王栖鸾、刘佳欣

承办人：李莉莎

原告：某餐饮管理有限公司

被告：某商贸有限公司、某信息技术有限公司

【案情简介】

某餐饮管理有限公司依法享有第 17789854 号“凑凑”图文商标（以下简称涉案商标）的商标权，核定使用在第 43 类餐厅、饭店、餐馆的服务类别上。其发现，某商贸有限公司未经许可，擅自在某信息技术有限公司运营的同城网加盟宣传中使用“凑凑”等字样，侵害其涉案商标权；某信息技术有限公司未尽合理的审查义务，构成帮助侵权。故要求二被告消除影响并共同赔偿其经济损失 479 550 元及合理开支 20 445 元。本院一审认为，现有证据不足以证明某商贸有限公司实施了涉案行为。结合某信息技术有限公司提交的相关后台记录及用户使用协议等，可以证明涉案加盟信息为第三方发布，某信息技术有限公司为网络服务提供者，非涉案加盟信息的直接发布主体。第三方发布涉案加盟信息的行为属于在类似服务上使用与涉案商标近似的商标，直接侵害了某餐饮管理有限公司享有的涉案商标权。在此情况下，法院结合如下因素，认为某信息技术有限公司未尽合理注意义务：第一，涉案加盟信息页面显示某商贸有限公司为加 V 认证用户，平台

针对帐号进行加 V 认证意味着平台对帐号发布者信息进行了审核和认证,普通用户亦会对加 V 认证企业更有信赖感,此种认证在一定程度上也给平台带来直接或间接的利益。在此情况下,平台在进行加 V 认证审核时,理应负有较高的注意义务。但某信息技术有限公司仅凭一张悬挂于墙上的营业执照照片即通过该帐号的企业认证,既未核实帐号注册人的身份和情况,亦未要求其提交加盖公章的营业执照,或要求法定代表人出具说明等,未尽合理的注意义务。第二,证据显示某信息技术有限公司采用的认证方式包括身份认证、营业执照法人认证等多种方式,可见其有能力实现多种认证方式并采用交叉验证的方式对认证企业进行验证,亦应当知晓仅凭一张悬挂于墙上的营业执照照片即对相关帐号进行企业加 V 认证存在诸多漏洞和风险,但其并未采取相关方式,未尽合理的注意义务。第三,涉案加盟信息发布于招商加盟-餐饮加盟版块中,餐饮服务行业关乎国计民生,法律法规亦对该行业有诸多规定,某信息技术有限公司亦应对此类信息及此类帐号负有较高注意义务。综合以上因素,法院认为,某信息技术有限公司对于经其认证后的帐号发布的涉案加盟信息未尽合理的注意义务,主观上具有过错,应承担相应的法律责任。最终判决某信息技术有限公司赔偿某餐饮管理有限公司经济损失及合理开支共计 25 777 元。本案一审宣判后,某信息技术有限公司提起上诉,二审维持原判。

【典型意义】

当网络平台中的认证主体与被诉行为实施主体不一致时,尽管被诉行为并非网络平台直接实施,但是网络平台仍可能因未按其公示的认证规则认证等情形就被诉行为承担相应法律责任,本案即为此类典型案例。本案明确,网络平台应对其平台内所涉用户的注册信息、其平台的用户认证规则、是否按其规则进行认证等方面提交证据,并应承担与其服务类型、技术能力、认证规则等方面相匹配的平台注意义务。当网络平台未尽合理注意义务,导致其平台内用户认证信息与实际侵权实施主体不一致,对被诉行为的发生具有主观过错时,应承担相应的法律责任。

英国某公司诉北京某电子商务公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——进口假冒商品行为构成商标侵权

【基本案情】

自 2011 年起,被告北京某电子商务公司在其经营的网站显著位置、专题活动、专栏等处,持续使用原告英国某公司享有的“BURBERRY”英文字母、格子图形、骑士图形等商标,销售含有上述商标标志的商品,并宣称“官方授权 100%正品”,介绍 BURBERRY 品牌历史、正品鉴定方式等。2013 年 9 月,原告在该网站上购买到假冒 BURBERRY 商标的男士钱夹一个。2013 年 12 月,北京海关查获三票假冒 BURBERRY 商标的进口商品,货值达 589 万余元人民币,该三票货物的实际收货人均均为被告。为此,原告起诉至法院,要求被告停止侵犯商标权及不正当

竞争行为，并索赔经济损失及合理支出共计 500 万元。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院经审理认为，原告依法享有 BURBERRY 英文字母、骑士图形、格子图形等商标专用权。被告销售假冒 BURBERRY 商标的产品，构成商标侵权；同时，其在网站中展示使用 BURBERRY 商标的行为，系商标性使用，亦构成侵权。关于进口侵权产品一节，被告的进口行为应被认定为即将实施销售侵权商品的行为，其进口的目的在于将侵权产品投入网站销售，故应当承担销售商的法律責任。另外，被告未提交证据证明所售 BURBERRY 商品的进货来源系原告，但其在网站、百度词条等处均宣称“100%正品”，介绍 BURBERRY 品牌历史、正品鉴定方式等。被告的上述宣传行为，容易使消费者误认为该公司系经原告的合法授权，销售的产品来源于原告，违反了诚实信用的商业道德，构成虚假宣传的不正当竞争，应承担相应法律責任。因无证据证明原告实际损失和被告侵权获利，法院综合考虑商标知名度、侵权及不正当竞争行为的性质、持续时间、范围、过错程度等因素酌情判定。据此法院判决被告停止侵犯原告涉案商标专用权的行为，并赔偿因此给原告造成的经济损失及合理支出共计 140 万元；被告停止涉案不正当竞争行为，并赔偿因此给原告造成的经济损失及合理支出共计 40 万元。

一审法院判决后，被告北京某电子商务公司提出上诉，二审维持原判，该案已生效。

【典型意义】

本案认定进口侵犯注册商标专用权商品的行为，是为销售做准备的行为，属于商品流通环节，故应当依据商标法第五十七条第（三）项“销售侵犯注册商标专用权的商品的”行为来规制。关于销售商/进口商是否应承担赔偿責任的问题，依据商标法第六十四条第二款规定，应当以进口商进口的侵权产品是否有合法来源、其是否知道或者应当知道该产品属于侵权产品来进行判断。同时，本案被告未能提交进货来源系源自于原告，其网站的宣传内容容易使消费者误认为其系经过原告授权，其销售的产品与原告有关，被告行为违反了诚实信用的商业道德，构成虚假宣传的不正当竞争行为，应当承担相应的法律責任。本案判决对于如何认定进口商的法律地位和其应当承担何种法律責任，以及虚假宣传行为的认定规则予以明确，对此类案件的审理具有一定指导意义。

德国某医药公司与上海某保健品公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——在电子邮箱核心识别部分使用他人具有一定影响的企业名称构成不正当竞争

【基本案情】

原告德国某医药公司是一家主要从事医药健康、生命科学及高性能材料业务的公司，被告上海某保健品公司主要从事中国区域动物保健业务。原告与被告有共同的历史渊源，原告前身与被告关联主体美国某医药公司曾达成协议，就双方在全球内使用“Merck”标识的范围进行了划分。依据该协议，在中国区域使用“Merck”标识的权利归属于原告。原告在第5类药品、第44类医疗服务、兽医服务等商品或服务上取得了“Merck”注册商标专用权。被告在展销会上销售了一款使用“MERCK”标识的兽药。被告在员工邮箱使用了“@merck.com”形式的邮箱后缀，在网址中使用“merck”标识。原告主张，被告上述行为构成商标侵权及不正当竞争，请求法院判令被告停止侵权，消除影响，赔偿经济损失300万元及维权合理支出10万元。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院经审理认为，涉案药品系侵犯原告涉案注册商标专用权的商品，被告明知其与其关联公司无权在中国区域内使用“Merck”标识，仍销售涉案药品，构成商标侵权。被告擅自使用原告具有一定影响的企业名称“merck”作为其电子邮箱和网站联系方式的核心识别部位的行为，容易使消费者误认为被告与原告存在关联关系，既不利于划清彼此之间的界限，亦不利于各自企业的发展壮大以及各自品牌的进一步提升，构成擅自使用他人企业名称的不正当竞争行为。据此一审法院判决被告停止涉案商标侵权及不正当竞争行为，刊登声明消除影响，赔偿原告经济损失55万元、维权合理支出10万元。

一审法院判决后，被告提出上诉，二审维持原判，该案已生效。

【典型意义】

随着全球经济一体化的发展趋势，知识产权领域的全球化程度不断提高，我国参与全球知识产权治理的重要意义也日益凸显。本案中争议主体原告德国公司及被告的关联主体美国公司均为国际知名医药企业，诉争商业标识具有极高知名度。原告就美国公司或其关联公司以邮箱后缀等方式使用涉案标识的行为在全球范围内广泛提起诉讼，中国作为双方全球商业版图的关键市场，使本案成为双方全球知识产权攻防中的重要阵地。本案对邮箱后缀和网站地址的商业识别意义予以肯定，认定被告在电子邮箱和网站联系方式的核心识别部位使用涉案标识的行为构成不正当竞争，进一步厘清了不正当竞争行为认定规则，对此类案件的审理具有一定指导意义。判后，当事人主动履行判决，两大跨国集团困扰多年的重大利益纷争得以妥善解决。

香港某贸易公司诉云南某公司等不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——不能依据境外图形商标就该图样主张包装装潢

【基本案情】

自 1978 年起，涉案“黄绿色格纹与白色间隔的圆扁盒”包装装潢被用做云南某茶厂生产的唛号 7663 沱茶产品上，因统购统销要求，其生产销售由案外人某进出口公司统一管控。1994 年，云南某茶厂与某进出口公司等主体共同发起设立此后改制的被告云南某公司。1979 年，法国人甲在欧洲独家经销该款沱茶，并在法国就涉案包装、装潢俯视图注册境外商标。2004 年，原告香港某贸易公司从被告前身等主体处受让取得该境外商标及该款沱茶出口销售业务。同年，被告以自己名义销售包括涉案商品在内的沱茶，继续沿用、推广涉案包装装潢，取得一定影响，并注册“销法沱”商标。原告以被告擅自使用与其有一定影响的包装、装潢相同或近似的标识及“销法沱”商标涉虚假宣传等为由诉至法院，主张停止侵权、消除影响并赔偿经济损失、合理支出 230 余万元。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院经审理认为，有一定影响的包装、装潢承载了经营者的商誉，其作为一种商业标识性权益，理应归属于对该包装装潢影响力付出持续不断经营性努力的合法经营者，并可在不同的合法经营者之间继受。涉案包装、装潢的知名度和美誉度的形成，离不开被告前身对其持续不断的经营性努力和品牌维护，凝结了被告前身的较高商誉和市场价值。被告由其改制而成，可以承继前述包装装潢的商誉和市场价值。本案中，原告基于受让取得境外商标及后期的使用行为主张本案的涉案包装、装潢权益，但商标权具有地域性，该境外商标在我国境内不享有注册商标专用权，且商标权与知名商品特有的包装、装潢权益分属两种不同的权利类型，在案证据不能认定涉案有一定影响的包装、装潢的权益归属于原告所有，原告主张缺乏事实和法律依据。据此法院判决驳回原告全部诉讼请求。

一审宣判后，原告不服提起上诉，二审法院判决驳回上诉，维持原判，该案已生效。

【典型意义】

本案为国内外有一定影响的下关沱茶包装、装潢权益归属纠纷，香港企业因受让涉案包装、装潢俯视图的法国商标，向本院主张涉案包装、装潢权益，本院厘清了双方历史沿革、经营情况，该款沱茶产品、包装装潢多年来的荣誉及相关权利基础，阐明包装、装潢并非因设计及印刷而产生，而系经过长期、大量、持续使用而形成，承继及享有他人涉案包装、装潢权益需至少具备两重要件，即形式上必须有合法的承继关系，进行了明确的合并或转让；实质上要持续不断对包装、装潢进行实际使用和维护，创造、凝结出较高商誉和市场价值，在相关消费者中产生一定的影响，进而能起到识别商品来源的功能。本案进一步明确了承继及享有他人涉案包装、装潢权益的判断标准，肯定了主体对包装装潢影响力持续不断付出的经营性努力，对同类案件的审理具有指引和借鉴意义。

北京某建筑设计咨询公司诉北京某建筑规划设计公司侵害商标权及不正当

竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——外国公司在华全资子公司可在原使用范围内继续使用外国公司中国办事处“在先使用”的未注册商标

【基本案情】

2009年9月24日，原告北京某建筑设计咨询公司分别在第42类、第44类申请注册了“MCM”商标。被告北京某建筑规划设计公司母公司 MCM GROUP INTERNATIONAL INC 为美国集团公司。被告母公司至迟于2008年2月5日在中国的建筑设计、景观设计等相关设计咨询服务上早于原告在先使用了“MCM”未注册商标，且在全国范围内已经具有一定影响。被告作为被告母公司在中国注册的全资子公司，前身为被告母公司在北京设立的办事处。被告成立时间晚于原告的“MCM”注册商标申请日，但早于“MCM”注册商标初审公告日。被告在“MCM”注册商标核定服务项目相同或类似的服务上使用了与“MCM”注册商标相同或近似的标识，原告据此主张被告构成商标侵权，要求被告停止商标侵权行为并赔偿经济损失以及维权合理开支。被告辩称其使用涉案标识构成在先使用，原告无权禁止被告在“原使用范围”内继续使用被诉侵权标识。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院认为，商标法在先使用条款旨在保护在先使用且具有一定影响的未注册商标权益，该保护应是实质性保护。判断是否构成在先使用，应结合个案情况，从使用主体、被诉侵权标识与在先使用标识的差异情况、服务范围、商誉所及地域范围等因素进行综合考量，使用被诉标识未就商标注册人的利益造成不合理影响的，可以认定为“原使用范围”内的使用。本案中，被告前身系被告母公司在华开展经营时在北京设立的办事处，后为被告母公司在华注册的全资子公司。被告成立时间早于原告商标初审公告日，被告无从知晓原告申请注册商标事宜，不具有蚕食原告利益的主观意图。被告延续前身北京办事处的设立目的，作为被告母公司为中国客户提供服务的媒介，在经营活动中继续使用被告母公司标识具有合理性。被告母公司系被告的唯一股东，被告的所有经营活动均由被告母公司决策，实质贯彻的是被告母公司意志，故被告的使用只要未超出被告母公司在先使用的“原使用范围”，未给注册商标专用权造成不合理的影响，被告就属于在先使用人，可以援引在先使用抗辩，法院最终判决驳回原告起诉。

一审法院判决后，原告提出了上诉，但未在法定期间内预交案件受理费，二审按原告自动撤回上诉处理，该案已生效。

【典型意义】

我国商标法及相关司法解释并未对“原使用范围”中的抗辩主体范围进行明确规定，合理确定“原使用范围”中的抗辩主体范围对于正确适用在先使用抗辩制度，平衡善意在先使用人及注册商标权人的合法权益具有重要意义。本案依据我国在先使用抗辩制度的立法宗旨，提出商标法对在先使用人的保护应是实质性保

护，使用人对被诉标识的使用对商标注册人的利益没有造成不合理的影响，可以认定构成“原使用范围”内的使用。本案的裁判对相关涉外主体的商标使用等市场行为具有指引作用。

美国某公司诉杭州某贸易公司等知识产权及不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——在平行进口产品上擅自添加标识的行为构成商标侵权

【基本案情】

原告美国某公司先后于 1997 年至 2015 年在油漆等第 2 类商品获准注册了“BENJAMIN MOORE”“BENJAMIN MOORE 本杰明摩尔”等商标。曾为原告授权经销商的被告一杭州某贸易公司在授权经销关系终止后仍在其网站、微信公众号、实体店铺等经营活动中使用“BENJAMIN MOORE”等系列商标以及原告享有著作权的图案“”销售和宣传原告品牌产品，并宣称其为原告战略合作伙伴、中国销售总部等。此外，被告一的经销商被告二北京某商贸公司在其销售的原告品牌产品上擅自突出使用被告一的注册商标“楷模”。原告以二被告侵害著作权、商标权及不正当竞争为由诉至法院，主张停止侵权、消除影响并赔偿经济损失 100 万元。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院经审理认定，商标的基本功能是区分商品或服务的来源，侵害商标权行为的本质特征是对商标识别功能的破坏。被告一在销售、宣传涉案商品过程中使用原告商标“”“BENJAMIN MOORE 本杰明摩尔”的行为是为了介绍说明其销售的产品为原告品牌产品，不会损害原告系列商标标示来源、保证品质的功能，使用“”的行为亦非属于对图案本身的独创性表达的使用，未给原告正常使用商标“”造成影响，故不构成商标侵权和著作权侵权。被告二在原告品牌产品上粘贴的标签带有被告一的“楷模”商标，割裂了涉案商标与原告之间的唯一对应关系，弱化了涉案系列商标标识产品来源的功能，侵害了原告的商标权。此外，被告一在其网站及微信公众号中的不实表述行为构成虚假宣传和商业诋毁。据此，法院部分支持了原告的诉讼请求，判决二被告停止侵权，赔偿原告经济损失 29 万元并消除影响等。

一审法院判决后，双方当事人均未上诉，该案已生效。

【典型意义】

随着全球自由贸易的不断发展，未经商标权人许可从域外进口商标权人生产

的产品并在国内销售的行为已经成为跨境贸易的一种常见方式。该方式为消费者购买进口商品提供了更多选择，但也对商标权人、平行进口商带来困扰，亦在实践中引发了商标权侵权及不正当竞争纠纷。本案判决回归商标权本质属性、基本功能，以是否损害商标基本功能、破坏商标承载商誉、是否造成消费者混淆等角度考量，对未破坏进口产品包装、未损害商标承载商誉的指示性使用行为不予禁止，对擅自添附其他商标，割裂商标标识功能的行为明确制止，为平行进口经营者规避从业风险，规范商标使用行为提供了良好指引。

德国某公司诉北京某公司商标侵权及不正当竞争纠纷案（评选法院：北京市朝阳区人民法院）

——可能导致混淆的标识使用不能构成描述性使用

【基本案情】

原告德国某公司系一家德国化学品制造商，其核心产品为“FEPORID”酸洗抑制剂。2011年5月7日，原告在我国取得G1073817号“FEPORID”商标的专用权，核定使用在第1类工业用品化学制品等商品上。曾系原告中国独家经销商的被告北京某公司在授权关系终止后，对外销售的酸洗抑制剂产品仍然使用“FEPORID388”字样，并进行了加粗或者加黑色框处理，同时标注了与原告德文名称高度近似的“DEFEL Technic GmbH”字样，以及德文地址“Am Wehrhahn50, 40211 Düsseldorf-Germany”和“MADE IN GERMANY”字样。原告以被告的上述行为构成商标侵权及不正当竞争为由诉至法院，主张停止侵权、消除影响并赔偿经济损失300万元。

【裁判结果】

北京市朝阳区人民法院经审理认定，被告使用“FEPORID388”的行为是否属于描述性使用，应依据该行为是否会导致消费者对产品来源产生混淆判断。本案中，首先，被告在使用“FEPORID388”字样时，进行了加粗或加黑色边框处理，该行为显然不属于描述性使用的一般方式；其次，被告曾与原告存在紧密的合作关系，明知“FEPORID”系原告的注册商标，不但不主动避让，还在产品上标注与原告德文名称高度近似的企业名称“DEFEL Technic GmbH”，并标注了虚假的德文地址“Am Wehrhahn50, 40211 Düsseldorf-Germany”，以及“MADE IN GERMANY”字样。被告显然是希望通过上述行为导致消费者产生混淆，继而非法获利。因此，法院未采纳其描述性使用的抗辩意见，认定其构成商标侵权及不正当竞争，最终判决被告停止侵权、消除影响，并赔偿原告经济损失150万元及维权合理开支20万元。

一审法院判决后，被告提出上诉，二审维持原判，该案已生效。

【典型意义】

在产品上使用标识的行为可以区分为商标性使用和描述性使用，商标性使用

即以商标的方式使用标识，目的是使消费者通过该标识了解产品的提供者，只有商标性使用他人注册商标才能构成商标侵权。但在交易过程中，有时经营者必须使用他人注册商标中的文字对自身商品进行描述，此即属于描述性使用。例如，销售水果的经营者在箱子上标注“苹果”，是为了描述商品内容，消费者不会因此认为该商品是由持有“苹果”商标的科技公司提供的。正因为描述性使用通常不会导致消费者混淆，故不构成商标侵权。判断描述性使用成立与否，应结合使用者的主观意图、使用方式及标识的固有含义，判断消费者是否通常将该标识认识为对商品的描述。若使用者出于误导消费者的目的，以不合理的方式使用标识，导致消费者可能认为该标识系用于标示产品来源，即使标识本身具有一定的描述功能，仍构成商标性使用。本案结合案件事实，明确列举、分析了否定描述性使用抗辩的具体标准，具有一定典型意义。

百度公司与沃玺公司等侵害商标权及虚假宣传纠纷案（评选法院：上海市浦东新区人民法院）

——对人机交互产品唤醒词正当使用的认定

【推荐理由】

本案系原告百度在线网络技术（北京）有限公司针对其“小度”系列产品以注册商标专用权为权利基础进行维权的首例案件。本案原告开发的语音智控机器人的产品名称“小度”已在第9类等多个类别上被核准注册了商标，其他经营者若非出于善意且在必要的范围内使用与“小度”注册商标相同或近似的标识，易导致相关公众对商品来源产生混淆的，不构成正当使用。涉案被诉侵权商品语音智控机器人，是通过语音识别技术将产品与智能主机网关联动，用户可用语音对产品下达命令，也可设置自定义问答，实现控制家电设备、获取互联网上与教育、娱乐、生活有关的资源等目的智能设备，在人机交互的过程中需通过特定的语音指令（即唤醒词）实现相应功能。同时，本案所涉产品在《商标注册用商品和服务国际分类表》中尚无明确分类，正确判断、认定被诉侵权商品与原告主张权利的注册商标核定使用的商品（服务）是否构成相同或类似对该案的判决亦十分重要。该案的审判从商标侵权及不正当竞争的角度全面维护了权利人的知识产权，对类案裁判亦具有一定的参考意义。

【案情】

原告：百度在线网络技术（北京）有限公司（以下简称百度公司）

被告：上海沃玺智能科技有限公司（以下简称沃玺公司）

被告：郑州雅兰化妆品有限公司（以下简称雅兰公司）

原告百度公司诉称，原告系第15668021号“小度 Xiao Du”、第24315163号“小度机器人”、第13754556号“小度”、第15667594号“小度 Xiao Du”、第24315397

号“小度机器人”、第 24315638 号“小度机器人”、第 13754630 号“小度”、第 31823354 号“小度 XIAODU”、第 27165477 号“小度在家”、第 30569391 号“小度在家”注册商标的拥有者，前述商标核定使用的商品/服务分别为第 9 类计算机程序（可下载软件）、可下载的计算机应用软件、网络通讯设备、数据处理设备、计算机外围设备、电子图书阅读器、已录制的计算机程序（程序）等及第 35 类广告、计算机网络上的在线广告、为零售目的在通讯媒体上展示商品、替他人推销等。“小度机器人”是原告推出的技术创新类产品，是依托百度搜索引擎、自然语言处理和机器学习技术，将深度问答技术和语音技术创造性地运用到人工智能实体硬件上而完成的，能自然流畅地与用户进行信息、服务、情感等多方面的交流。“小度机器人”首次亮相于 2014 年 9 月初举办的 2014 百度世界大会，面世后参加了很多活动，得到诸多好评、认可。

原告从未就“小度”等商标授权被告沃玺公司、雅兰公司使用。被告沃玺公司在未经原告许可的情况下，擅自使用“小度”“小度机器人”等标识在其产品的销售、广告宣传上使用，并进行全球合伙人招募，违反了《中华人民共和国商标法》第五十七条第（一）项、第（二）项的规定，侵犯了原告第 15668021 号、第 24315163 号、第 27165477 号、第 30569391 号、第 13754556 号、第 15667594 号、第 24315397 号注册商标专用权；被告沃玺公司在广告、媒体活动、宣传文章中称其是百度 AI/ DUEROS/官方合作伙伴，其产品叫“小度”，是全球首款百度语音智控机器人，其法定代表人以“小度机器人创始人”身份自居，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条的规定，构成虚假宣传，严重损害了原告的合法权益。被告雅兰公司是微信小程序“小度 AI 智能家居”的经营者，其在该小程序首页标注“全球首款百度语音智控机器人”并在该小程序中销售涉案被控侵权产品，推广“小度会员”“特约代理”“体验中心”等，构成对原告上述 7 个注册商标专用权的侵犯，且在销售产品时宣称其是 DUEROS 度秘人工智能合作伙伴，构成虚假宣传。被告雅兰公司销售的产品来源于沃玺公司，故沃玺公司、雅兰公司应当就商标侵权和虚假宣传行为向原告承担连带赔偿责任。

被告沃玺公司辩称，该公司未实施商标侵权及虚假宣传行为。其产品使用的是自身注册的第 22803990A 号“Anysay”商标，在宣传中使用的标识与原告主张的注册商标核定使用的商品或服务不相同、不类似，商标本身也不构成相同或近似。该公司的产品搭载了百度 DUEROS 系统，唤醒词是“小度小度”，被控侵权标识中的“小度”并非商标性使用，而是作为唤醒词进行描述性使用，且原告“小度”“小度机器人”商标已成为智能机器人的通用名称，失去了显著性，无权禁止他人在合理范围内使用。被告雅兰公司未答辩。

【裁判】

上海市浦东新区人民法院经审理认为，被告沃玺公司在类似商品的宣传中使用与原告权利商标相同或近似的标识，被告雅兰公司销售被告沃玺公司生产的涉案产品，在宣传中使用与原告权利商标相同或近似的标识，构成对原告第 15668021 号、第 24315163 号、第 27165477 号、第 30569391 号注册商标专用权的侵犯。被告沃玺公司辩称其使用被控侵权标识“小度”并非商标性使用，而是对产品唤醒词“小度小度”的正当使用，且原告的注册商标“小度”“小度机器人”已成

为智能机器人的通用名称，失去了显著性。浦东法院认为，商标的基本功能在于区别商品或服务的来源，经营者在经营活动中使用他人商标是正当使用还是构成商标侵权，应考虑具体使用行为是否会导致相关公众就商品或服务的来源产生混淆。本案中，被告沃玺公司在其经营的 Anysayx3 语音智能机器人产品的宣传过程中，将其品牌“Anysay”与“小度”同时作为产品标识使用，或直接称其产品为“小度”“小度机器人”，易使相关公众误认为该产品的来源与原告具有关联性，从而产生对产品来源的混淆，且现有证据难以证明被告沃玺公司对被控侵权标识的使用系善意且在必要范围内。另一方面，原告在其经营、宣传的过程中亦使用“小度”等标识，使相关公众将“小度”等商标与百度公司相关产品相关联，已具有一定的显著性，起到了指示、区分商品来源的作用，即便所有搭载该系统的设备唤醒词均为“小度小度”，相关设备经营者在宣传、推广其产品时亦不应侵犯原告的商标专用权。因此，被告沃玺公司的抗辩不成立。

最终浦东法院判决被告沃玺公司、雅兰公司停止侵权、消除影响，被告沃玺公司因商标侵权行为赔偿原告经济损失 350 万元（被告雅兰公司对其中的 2000 元承担连带赔偿责任）、因虚假宣传行为赔偿原告经济损失 10 万元，被告雅兰公司因虚假宣传行为赔偿原告经济损失 1 万元，两被告分别赔偿原告合理开支 12 万元、2 万元。

一审宣判后，被告沃玺公司依法提起上诉，上海知识产权法院判决驳回上诉，维持原判。

案号：（2019）沪 0115 民初 56156 号

合议庭：倪红霞（审判长）、陆光怡（审判员）、林新建（人民陪审员）

汉涛公司与千络公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：上海市浦东新区人民法院）

——组织虚假交易进行有偿刷量的不正当竞争认定

【推荐理由】

近年来，电子商务领域利用虚假交易进行虚假宣传的情况较为普遍，部分网店通过虚假交易给自己虚构成交易量、交易额、好评，吸引消费者购买，不当谋取交易机会或者竞争优势（即“刷单炒信”）。“刷单炒信”不仅损害公平竞争的市场秩序，造成“劣币驱逐良币”的负面效应，更是欺骗、误导消费者做出与现实相悖的主观评判，损害了消费者的合法权益、影响市场公平竞争秩序。本案原告经营的大众点评网凭借长期以来的运营服务，形成了有影响力的评价体系。被告经营的被诉平台以“代运营”为名，组织、帮助商户有偿进行虚假点评刷量。此类行为痕迹隐蔽，导致用户评价虚假、滋生大量无效流量，不仅导致相关公众对商户服务质量、原告网站信誉产生虚假认知，亦破坏了点评类网站赖以生存的真实评价数据体系，应当给予反不正当竞争法上的否定评价。本案通过虚假宣传条款对该

类行为进行规制，有助于营造真实、高效的互联网营商环境，确保互联网经济健康发展。

【案情】

原告：上海汉涛信息咨询有限公司（以下简称汉涛公司）

被告：江西省千络信息科技有限公司（以下简称千络公司）

原告汉涛公司系“大众点评”网站的经营者，“大众点评”网站是一个为用户提供商户信息、消费点评及消费优惠等信息服务的本地生活信息及交易平台。“大众点评”网站用户协议禁止参与、组织撰写及发布虚假点评。原告是第 5135459 号“大众点评”文字商标、第 11716586 号图形商标的权利人。上述商标均核准注册于第 35 类广告、广告代理等服务上，现均在有效期内。原告在大众点评网站经营中使用上述商标。被告千络公司通过其运营的网站、百度贴吧及微信等为用户有偿提供大众点评网站的刷点赞量、收藏量、预约量、门店星级、用户好评数等的“代运营”服务及相关宣传。根据服务项目不同，相应价格在 50 元至 1.4 万元不等。被告还在其经营的网站上突出使用了与原告商标相同的标识。

原告汉涛公司诉称，“大众点评”网站经过原告的长期持续经营，汇集了海量的数据内容、用户评论，具有较高的商业价值，能够为原告带来竞争优势。被告千络公司提供的涉案“代运营”服务属于帮助其他经营者进行虚假宣传的不正当竞争行为。此外，被告未经原告授权，擅自在其网站、百度贴吧等处突出使用涉案商标，构成商标侵权。据此，诉请法院判令被告停止商标侵权及虚假宣传的不正当竞争行为，刊登声明、消除影响，并赔偿经济损失及合理支出 217 万余元。

被告千络公司辩称，被告通过补贴形式邀请真实消费者到店消费，根据店铺特点作出真实评价，相关消费评价系真实数据，并非虚假宣传。被告的行为也不构成对原告商标权的侵害。

【裁判】

上海市浦东新区人民法院经审理认为，第一，关于涉案行为是否构成虚假宣传。根据《反不正当竞争法》第八条之规定，经营者不得对其商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者；亦不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。本案中，原告对真实、清洁、可靠的平台数据及所产生的衍生性商业价值具有正当合法利益。原告经营的大众点评网系点评类网站，用户点评数据实际是店铺消费者体验报告，是该网站的竞争优势所在，也是原告获得流量和用户粘性的基础。原告为运营“大众点评”网站投入了巨额成本，点评数据是原告长期运营的结果，原告由此获得的商业利益及竞争优势应当受到保护。被诉平台经营行为名为“代运营”，实质为点评刷量，服务内容包括增加浏览量、收藏量、评论量和提升店铺排名。点评刷量行为会滋生大量无效评论，导致用户评价数据虚假，导致相关公众对商户服务质量及原告网站信誉产生虚假认知，产

生欺骗、误导相关公众的后果，从而严重破坏市场竞争秩序以及互联网产业生态。该行为系以组织虚假交易的方式实施误导性宣传的帮助行为，构成虚假宣传。

第二，关于被诉行为是否构成商标侵权。原告系第 5135459 号、第 11716586 号商标的权利人，上述商标均核准注册于第 35 类广告、广告代理等服务上。原、被告的服务对象均包括大众点评的商户，服务内容均围绕商户点评展开，构成类似服务。被告使用的标识与原告商标完全相同。被诉行为系未经原告许可，在类似服务上使用与原告主张权利的商标相同的标识，易使相关公众对服务来源产生混淆，构成商标侵权。

据此，法院依法判令被告千络公司停止涉案商标侵权及不正当竞争行为、消除影响，赔偿原告经济损失及合理开支共 70 万余元。一审判决后，双方均未上诉，该案已生效。

案号：（2020）沪 0115 民初 59328 号

合议庭：宫晓艳（审判长）、袁田（审判员）、徐弘韬（审判员）

中国重型汽车集团有限公司与长沙某进出口贸易有限公司侵害商标权纠纷案（评选法院：天津自贸区人民法院）

原告：中国重型汽车集团有限公司

被告：长沙某进出口贸易有限公司

【案号】(2020)津 0116 民初 3814 号

【案情摘要】

原告中国重型汽车集团有限公司系 CNHTC 及图形“”商标的注册人，该商标在 2009 年被认定为驰名商标，在国内及国际享有很高的声誉。2019 年 12 月 10 日，经天津海关通知，被告将带有原告注册商标的 1 台汽车牵引车申报出口到境外，经原告鉴定上述汽车并非原告公司生产，该车辆更换了发动机等部件，系“非法拼装”。原告认为，被告未经原告许可，使用原告注册商标，给原告造成经济损失和恶劣影响，为维护原告合法权益，故请求判令被告停止侵权以及赔偿原告经济损失及合理开支 30 万元。

【裁判结果】

法院经审理认为，案涉车辆未经法定程序即更换发动机等五大总成核心部件，更换后车辆是否合乎驾驶条件等均无法确定，但车辆外部仍多处使用原告中国重汽的商标，容易使相关公众造成误认，其行为破坏了商标的识别来源功能，侵害了消费者对品牌的信赖及合理期待，同时也影响了商标质量保证功能的发挥；根

据被告在海关报关的相关材料，被告系出口涉案车辆的发货人，在没有其他相反证据的情况下，应认定为销售者。故判令被告立即停止侵权、赔偿原告经济损失以及合理开支共计 15 万元，驳回原告中国重型汽车集团有限公司其他诉讼请求。

【典型意义】

本案系二手车更换核心部件后出口被海关扣押引发的商标权纠纷。商标权利人中国重型汽车集团有限公司系国内知名汽车制造商，生产销售各种载重汽车、特种汽车、客车和专用车及发动机、变速箱、车桥等总成和汽车零部件，对案涉商标享有商标权利。案涉车辆系报关出口的二手汽车，被告在更换发动机等核心部件后，仍多处使用原告中国重汽的商标，且未履行相关维修、备案手续，既难以保障汽车行驶安全，又可能对原告的国际商誉造成不利影响。本案裁判中不再适用商标权用尽原则，适度扩大二手汽车的商标权保护范围，最终判决认定被告销售该二手汽车的行为构成侵权，彰显了法院对我国汽车出口企业的知识产权保护力度，维护了汽车出口企业的境外合法权益和国际形象，为推动“一带一路”建设提供了坚实司法保障。

BURBERRY LIMITED 与天津某皮具商行、天津某城投公司侵害商标权纠纷案 (评选法院：天津自贸区人民法院)

原告：原告 BURBERRY LIMITED（以下简称博柏利公司）

被告：天津某皮具商行、天津某城投公司

【案号】(2021)津 0319 民初 18738 号

【基本案情】

原告博柏利公司系 G733385 号“BURBERRY”文字商标及 G987322 号图形“”商标注册权利人，经过原告公司长期经营，成为世界著名的奢侈品牌和高档商品的标志。天津某皮具商行系一百货市场内经营的店铺，该百货市场系天津某城投公司的分支机构。2019 年，原告发现百货市场内该皮具商行店内销售假冒原告注册商标的商品，原告向皮具商行及百货市场发送了律师函，要求商户停止售假行为，并要求百货市场采取有效措施制止市场内商户的售假行为。2020 年，原告再次发现该皮具商行内存在售假行为，并公证购买了假冒注册商标提包一个。

【裁判结果】

法院经审理认为，被告皮具商行销售了假冒原告商标权的商品，侵犯了原告注册商标专用权，应承担停止侵权、赔偿损失的法律责任。百货市场作为商场的管理者，在 2019 年原告进行通知后，已知悉了涉案店铺存在侵权行为，但直至 2020 年，涉案商铺仍存在侵权行为，百货市场未能举证证明已尽到了合理的注

意义，构成了对侵犯商标专用权的帮助侵权行为，侵权行为发生期间，百货市场属于天津某城投公司的分支机构，故城投公司应承担在此期间内百货市场所需承担的民事责任，应对原告要求的经济损失及合理开支费用承担连带赔偿责任。

【典型意义】

本案是一起典型的侵害涉外知名商标权的案件。小商铺通过低价售卖仿冒名牌的商品获利，而对于商场负有管理责任的经营者在经营过程中，未能规范市场秩序，从而加剧了假冒商品在市场中的流通。本案在认定直接售假者承担侵权责任的基础上，也对于市场经营者提出了要求，市场的经营者不仅应为商户提供良好的经营场所，也要为消费者打造规范的消费环境，其不仅需要维护市场的正常经营秩序，也需要对市场内商户的经营行为进行一定的规范，及时制止售假、售劣、欺骗消费者、侵害他人合法权利的行为。本案裁判的作出，一方面打击了售假行为，维护了商标权人的合法权益，对市场内其他的经营主体起到了警醒教育作用；另一方面，主动督促市场管理者履行维护良好市场秩序的责任，在充分保护商标权的前提下，维护了公平有序的市场竞争秩序。

天津市金桥焊材集团股份有限公司与彭某某、河北省石家庄市某金属线材厂侵害商标权及不正当竞争纠纷案（评选法院：天津自贸区人民法院）

原告：天津市金桥焊材集团股份有限公司（以下简称天津金桥公司）

被告：彭某某、河北省石家庄市某金属线材厂

【案号】(2022)津 0319 民初 24049 号

【案情摘要】

原告天津金桥公司，英文全称为“TIANJIN GOLDEN BRIDGE WELDING MATERIALS GROUP CO., LTD.”，是国内知名的焊接材料生产制造企业。原告在六类“金属焊条”“金属焊丝”等产品上注册了第 3033612 号“”商标和第 15197067 号“GOLDEN BRIDGE WELDING MATERIALS”商标。2021 年 8 月，天津海关发现南京某进出口公司向天津新港海关申报出口的带有原告“”商标标识的焊条 5593 箱，涉嫌侵害原告的注册商标专用权和企业名称，并于 2021 年 12 月对南京某进出口公司作出行政处罚。经公安部门侦查，案涉侵权货物由二被告生产并出口销售。原告认为二被告行为侵害其注册商标专用权并构成不正当竞争。

【裁判结果】

二被告在案涉焊条的包装上使用“”和“GOLDEN BRIDGE WELDING MATERIALS”标识，属于商标性使用，且分别与原告第 3033612 号、第 15197067

号注册商标的图形和文字相同，商品类别相同，二被告行为侵害了原告第 3033612 号和第 15197067 号注册商标专用权。此外，原告在对外贸易经营者备案登记中对其英文企业名称“TIANJIN GOLDEN BRIDGE WELDING MATERIALS GROUP CO., LTD.”登记备案，该企业名称经过原告的宣传和长期使用，被国外多家机构认证，并获得众多奖项，积攒了良好的声誉，属于原告有一定影响的企业名称。二被告在案涉侵权产品包装上同时使用了原告的英文企业名称，具有显著仿冒故意，易引人误认为是原告商品，二被告行为亦构成不正当竞争。法院全额支持了原告赔偿损失的诉讼请求，判令被告赔偿原告经济损失和维权合理开支共计 110 万元。

【典型意义】

近年来，中国制造业锚定全球供应链中高端定位，不断提升出口工业产品的品质，大力拓展国际市场。但是，恶意的仿冒混淆行为，以假乱真，以次充好，严重损害了中国工业产品在国际市场的良好声誉，对正常的进出口贸易活动造成极大负面影响。本案的审理，着眼于惩治措施的有效性，强力维护了天津市重点培育的国际自主品牌的良好形象。通过司法保护与行政保护有机衔接，充分发挥了滨海新区进出口贸易知识产权全链条保护机制的优势，以高效有力的司法服务，助力民营经济高质量发展。

NIKE INNOVATE C.V.与安新县某商贸公司、单某某侵害商标权纠纷一案（评选法院：天津自贸区人民法院）

原告：NIKE INNOVATE C.V.（耐克创新有限合伙公司）

被告：安新县某商贸公司、单某某

【案号】（2022）津 0319 民初 20657 号

【案情摘要】

耐克国际有限公司拥有“NIKE”、“”、“”等注册商标，经过长期使用和广泛宣传，均已成为家喻户晓的知名运动品牌。2015 年底，原告从耐克国际有限公司受让了后者在中国境内所拥有的“NIKE”、“”、“”系列商标的所有权利，现原告已成为上述商标的合法持有人。原告发现被告安新县某商贸公司向海关申报出口到印度的休闲鞋中，有部分鞋品注有“”“NIKN”标识，涉嫌侵犯原告享有的“”“NIKE”注册商标专用权，故向本院提起诉讼，要求被告停止侵权并赔偿损失，要求其唯一股东单某某对前述债务承担连带责任。

【裁判结果】

法院经审理认为，原告作为第 4581865 号“”与第 4516216 号“NIKE”注册商标的权利人，其合法权利受法律保护。被告在鞋子上突出使用“NIKN”和的标识，与原告主张权利的“NIKE”、注册商标核定使用商品类别相同，构成近似，足以导致公众混淆，或认为侵权商品与原告的商品在来源上具有特定的联系。被告安新县某商贸公司应当承担停止侵权、赔偿损失的法律責任；被告单某某作为茂利宏公司的一人股东，未举证证明公司财产独立于其个人财产，应当对公司债务承担连带责任。故判决安新县某商贸公司立即停止侵权并销毁涉案休闲鞋，并与单某某连带赔偿原告各项损失及合理支出共计 20 万元。

案件宣判后，经承办法官主动释法明理，双方均未上诉，且被告自觉履行义务，取得良好的社会效果。

【典型意义】

该案是侵犯他人注册商标专用权的典型案件。案件的审理切实维护了商标权利人合法权益，打击了针对国外知名商标品牌的侵权行为，既向品牌“擦边球”行为传递了此路不通的明确信号，也向外宣示进一步加大知识产权保护力度的决心，维护了正常的进出口贸易秩序。同时该案的审理有效净化了市场环境、保障了市场公平竞争秩序，为持续优化法治化营商环境，服务保障高质量发展提供了司法保障。

被告人韩某销售假冒注册商标的商品罪案（评选法院：天津自贸区人民法院）

公诉机关：天津市滨海新区人民检察院

被告人：韩某

【案号】（2020）津 0116 刑初 230 号

【案情摘要】

被告人韩某伙同他人将购进的大量假冒注册商标的服装存放于天津市滨海高新区光纤园办公区内，并通过淘宝网等电商渠道对外进行销售。2019 年 5 月 28 日 9 时许，办案人员对上述地点进行检查，当场查获并扣押大量尚未销售、属于假冒注册商标的 LACOSTE(鳄鱼)、ARMANI（阿玛尼）、CALVIN KLEIN JEANS 和 POLO BY RALPH LAUREN 品牌服装共计 26465 件，后又在位于天津市河西区某小区的仓库内，将韩某委托他人代为加工的假冒 POLO BY RALPH LAUREN 品牌服装 3641 件予以扣押。经统计，公安机关扣押的上述服装共计 30106 件，货值金额共计人民币 8389794 元。

【裁判结果】

法院经审理认为，被告人违反商标管理法规，销售明知是假冒注册商标的商品，数额巨大，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪。本案假冒注册商标的商品尚未销售即被查获，是犯罪未遂，依法比照既遂犯从轻处罚。被告人另具有自首情节，并自愿认罪认罚，依法从轻处罚。最终判处被告人有期徒刑三年六个月，并处罚金人民币四百二十万元。

【典型意义】

本案系通过刑罚打击涉知识产权犯罪、保护注册商标权利人及消费者合法权益、维护合法经营者正当竞争利益的典型案例。被告人通过淘宝网等电商渠道大量销售假冒知名注册商标的 LACOSTE(鳄鱼)、ARMANI（阿玛尼）、CALVIN KLEIN JEANS 和 POLO BY RALPH LAUREN 品牌服装，货值金额高达 800 余万元，严重损害了商标注册人及利害关系人的商标专用权益，扰乱了社会主义市场经济秩序。法院在对被告人判处有期徒刑外，另对其科以高达 420 万元的罚金，通过自由刑及财产刑的双重适用，加大了对涉知识产权违法犯罪活动的打击力度，提升了对此类犯罪的刑事威慑，为营造良好的营商环境贡献了司法力量。

被告人周某某假冒注册商标罪案（评选法院：天津自贸区人民法院）

公诉机关：天津市滨海新区人民检察院

被告人：周某某

【案号】（2023）津 0116 刑初 182 号

【案情摘要】

被告人周某某系保定某商贸公司法定代表人、实际经营人。2021 年 9 月，周某某花费人民币 7.6 万元购买拉杆箱半成品 7600 个，同年 10 月 15 日，保定某商贸公司与埃及客户签订销售合同，以 2 万美元（折合人民币 12 万余元）将上述拉杆箱出售。后周某某在未经注册商标所有人添柏岚许可有限责任公司授权的情况下，将该公司享有权利的“Timberland 及图形”注册商标缝制于上述拉杆箱之上，并以保定某商贸公司名义向天津海关报关发货。2022 年 1 月 18 日，埃及客户向周某某支付货款人民币 10 万元，同年 1 月 25 日，上述拉杆箱被天津海关查获。

【裁判结果】

法院经审理认为，被告人周某某作为保定某商贸公司法定代表人、实际经营人，未经注册商标所有人许可，在同一商品上使用与权利人注册商标相同的商标，

并以公司名义签订销售合同、将商品对外销售，情节严重，其行为符合单位犯罪的特征，应当认定为单位犯罪，在公诉机关仅对周某某提起公诉的情况下，应以假冒注册商标罪追究周某某作为直接责任人的刑事责任。最后以被告人周某某犯假冒注册商标罪，判处其有期徒刑六个月，缓刑一年，并处罚金人民币三万元。

【典型意义】

本案涉及国际知名品牌“Timberland”商标，系假冒注册商标的商品在出口环节被海关查获扣押后移送司法机关追究刑事责任的典型案件。被告人未经商标权利人许可，在同一种商品上使用与“Timberland”注册商标相同的商标，这种恶意“傍名牌”的犯罪行为，不仅损害了注册商标所有人的合法权益，也让消费者陷入真假难辨的选择困境，无法维护自身利益，更是对正常的市场秩序造成了严重破坏。本案的依法公正审理，既严厉打击了侵犯知识产权的犯罪行为，又依法保护了注册商标所有人的合法权益，维护了市场的正常经营秩序，同时震慑了潜在的侵犯知识产权犯罪，有效保护了知识产权所有人的无形财产，是法院贯彻国家知识产权战略，营造良好知识产权法治营商环境的有效举措。