

中国知识产权审判 动态跟踪

(第 24 期)

北京隆诺律师事务所

2021 年 1 月 18 日

“中国知识产权审判动态跟踪”是北京隆诺律师事务所为适应我国知识产权法律服务需求、打造专业化律师团队推出的全新服务项目。我们从2020年起，对最高人民法院及其知识产权法庭、北京市高级人民法院、北京知识产权法院、北京互联网法院、北京市海淀区人民法院、北京市朝阳区人民法院、上海市高级人民法院、上海知识产权法院、上海市浦东新区法院、广东省高级人民法院、深圳市中级人民法院、广州知识产权法院、广州互联网法院、浙江省高级人民法院、杭州知识产权法庭、杭州互联网法院、江苏省高级人民法院、南京知识产权法庭、苏州知识产权法庭、福建省高级人民法院、福州知识产权法庭、厦门知识产权法庭、武汉知识产权法庭等全国主要知识产权审判机构作出的典型裁判进行定期跟踪和发布，帮助企业及时了解中国知识产权司法审判动向，并以我们精专的分析解读，为企业创新驱动发展保驾护航。

跟踪期间：2020年1月1日~2020年1月18日

本期案例：8个

目 录

案例 1: 红牛公司与天丝公司商标权权属纠纷案	4
案例 2: 炎黄盈动公司与亚马逊通公司等商标侵权案	6
案例 3: 联安公司与小米通讯公司等商标侵权案	9
案例 4: 惠氏公司等与广州惠氏公司等商标侵权案	12
案例 5: 章节四公司与皎奢公司等商标侵权及不正当竞争纠纷案	13
案例 6: 哈士奇公司与国知局等商标权无效宣告请求行政纠纷案	16
案例 7: 某影业公司与某网络公司等著作权侵权及不正当竞争案	17
案例 8: 百度公司与子乐公司等不正当竞争纠纷案	19

商标类

商标民事纠纷

案例 1：红牛公司与天丝公司商标权权属纠纷案

- 法院：最高人民法院
- 案号：（2020）最高法民终 394 号
- 上诉人（一审原告）：红牛维他命饮料有限公司
- 被上诉人（一审被告）：天丝医药保健有限公司
- 案由：商标权权属纠纷
- 案情简介：天丝医药保健有限公司（以下简称天丝公司）是第 878072 号、第 878073 号、第 1289559 号、第 5608276 号等一系列“Redbull 红牛”“Redbull 红牛及图”“红牛”等商标（以下简称红牛系列商标）的商标权人。1995 年，天丝公司与中国深圳中浩（集团）股份有限公司、中国食品工业总公司及红牛维他命饮料（泰国）有限公司（以下简称红牛泰国公司）签订了《红牛维他命饮料有限公司合同》（以下简称“95 年合资合同”），约定共同投资设立红牛维他命饮料有限公司（以下简称红牛饮料公司）。1998 年，天丝医药公司、泰国华彬国际集团公司、红牛泰国公司及北京怀柔县乡镇企业总公司签订了《红牛维他命饮料有限公司合同》（以下简称“98 年合资合同”）。自 1996 年至 2016 年，红牛饮料公司与天丝公司签订了一系列《商标使用许可合同》，约定天丝公司将部分红牛系列商标及商标组成部分许可红牛饮料公司使用。红牛饮料公司认为，根据合资合同的约定，红牛系列商标是其资产的组成部分，并且，其对该系列商标的价值做出了巨大贡献，理应享有或至少应与天丝公司共同享有红牛系列商标的全部合法权益。据此，红牛饮料公司起诉至北京市高级人民法院（以下简称北京高院），请求确认红牛系列商标由红牛饮料公司单独享有所有权，若不能对此予以确认，则确认红牛系列商标由红牛饮料公司与天丝公司共同所有，同时请求判令天丝公司向红牛饮料

公司支付广告宣传费用 37.53 亿元。北京高院经审理认为，“98 年合资合同”与“95 年合资合同”不具有延续或者补充关系。针对“98 年合资合同”与“95 年合资合同”，北京高院结合文义解释、体系解释、目的解释并参照交易习惯及诚实信用原则，认定两合同均未对红牛系列商标的所有权进行约定。红牛饮料公司作为红牛系列商标的被许可人并不因在履行许可合同过程中对许可标进行了广告宣传而当然取得商标所有权。红牛系列商标在使用、宣传过程中形成的商誉归天丝公司所有。因此，北京高院对红牛饮料公司有关确认其对红牛系列商标享有所有权的诉讼请求不予支持。红牛饮料公司与天丝公司未就红牛系列商标广告费用的分担进行过约定，并已将相关广告宣传费用计入公司运营成本，天丝公司除商标许可费用之外，也未获得额外商业利益，因此，红牛饮料公司要求天丝公司承担相关广告费用的诉讼请求缺乏事实依据。北京高院据此判决驳回了红牛饮料公司的全部诉讼请求。

红牛饮料公司不服一审判决，上诉至最高人民法院。最高人民法院经审理认为，“95 年合资合同”未对红牛系列商标的转让或权属进行约定。根据合同约定，天丝公司作为配方、技术的提供者保有对配方、技术的控制权，同理其作为红牛系列商标的提供者，也应保有对该系列商标的控制权。红牛饮料公司对红牛系列商标的使用是基于天丝公司的授权许可，且有法定义务保证使用该系列商标的商品质量并维护该系列商标的声誉。天丝公司对红牛系列商标知名度提升也作出了贡献。天丝公司与红牛饮料公司充分履行了商标许可协议，北京高院认定两公司就红牛系列商标存在商标许可使用关系并无不当。最高人民法院据此判决驳回上诉，维持原判。

■ 裁判规则：

1. 合同的变更、延续或者补充一般是针对合同相对方，并因合同约定事项不明或者发生变动时所致，且需要经过全体合同相对方作出一致的意思表示。对于不同合同主体所订立的合同，其中具体约定的事项亦存在差异，在合同中并未明确约定相关合同之间具有延续、补充关系的情况下，不宜直接认定不同合同之间具有延续或者补充关系。

2. 对合同条款的解释系对合同各方主体订立合同此种法律行为的解释，目的在于探求各方主体的真实意思表示。各方主体对合同条款的理解存在争议的，应当基于合同有效的解释原则，采取文义解释、体系解释、目的解释、习惯解释和诚信解释等方法，对合同条款的真实本意进行分析、认定。

3. 除当事人之间另有约定，设计商标、为商标注册提供帮助等均非取得商标权的法定要件。被许可人基于商标权人的授权使用商标，应当保证该商标所贴附商品的质量，维护被许可使用商标的声誉。尤其是在商标权人亦提供产品配方、生产工艺以确保商品质量并投放广告提升商标知名度，且被许可人已通过商标许可使用取得商品利润回报的情况下，商标被许可人无权对该商标主张所有权。



部分红牛系列商标

案例 2：炎黄盈动公司与亚马逊通公司等商标侵权案

- 法院：北京市高级人民法院
- 案号：（2018）京民初 127 号
- 原告：北京炎黄盈动科技发展有限责任公司
- 被告：北京光环新网科技股份有限公司、亚马逊通技术服务（北京）有限公司

案由：侵害注册商标专用权纠纷案情简介：北京炎黄盈动科技发展有限责任公司（以下简称炎黄盈动公司）于 2004 年 9 月 1 日申请注册第 4249189 号“**AWS**”商标。该商标于 2008 年 2 月 7 日核准注册，核定使用在第 42 类计算机软件设计等服务上。炎黄盈动公司于 2010 年 12 月 20 日申请注册第 8967031 号“**AWS**”商标。该商标于 2011 年 12 月 28 日核准注册，核定使用在第 9 类计算机程序（可下

载软件)等商品上。炎黄盈动公司于2010年12月20日申请注册第8967030号“AWS”商标。该商标于2012年4月14日核准注册,核定使用在第35类计算机数据库信息化等服务上(以上商标统称涉案商标)。炎黄盈动公司认为,北京光环新网科技股份有限公司(以下简称光环新网公司)在其运营的网站中使用“AWS”“AWS及图”标识(以下简称被诉侵权标识),并使用被诉侵权标识作为搜索引擎关键词,侵害了其对涉案商标享有的商标权;亚马逊通技术服务(北京)有限公司(以下简称亚马逊通公司)在其运营的网站及云计算微信公众号中使用被诉侵权标识,将“AWS云计算”作为微信公众号名称等,侵害了其对涉案商标享有的商标权。炎黄盈动公司起诉至北京市高级人民法院(以下简称北京高院),请求判令光环新网公司及亚马逊通公司停止侵权、消除影响、共同赔偿经济损失3亿元及合理支出26万元。北京高院经审理认为,光环新网公司将被诉侵权标识作为搜索引擎关键词宣传推广云计算服务,并在其运营的网站中使用“AWS技术峰会2018中国站”“AWS云解决方案”等文字表述,属于突出使用被诉侵权标识,足以发挥识别商品或服务来源的作用,构成商标性使用。亚马逊通公司在其运营的微信公众号使用“线下研讨会AWS云计算助力IT创新与转型研讨会”等涉及“AWS”云计算的文字表述,并在其运营的网站突出使用被诉侵权标识,构成商标性使用。虽然亚马逊通公司的相关商标具有较高知名度,但光环新网公司及亚马逊通公司自2016年8月起开始合作开展相关服务并在该服务上长期、大量地使用涉案商标,容易导致相关公众将炎黄盈动公司提供的相关商品或者服务与光环新网公司及亚马逊通公司联系在一起,并误认为炎黄盈动公司是他人相应服务品牌的代理商或者是出于攀附他人商誉目的而使用涉案商标。北京高院参照光环新网公司2017年和2018年在“云计算及其服务”领域的利润作为损害赔偿数额计算的基础,但也考虑到经营利润的取得取决于技术、服务、营销等多个方面,即使考虑商标品牌方面的贡献,也还包含了“AWS”以外的其他商标,故不宜完全按照光环新网公司的全部获利确定赔偿数额,而是综合考虑涉案商标的使用状况、侵权行为持续时间、侵权规模、涉案商标利润贡献率等因素,酌情按照上述利润的

5%确定光环新网公司及亚马逊通公司的侵权获利为 38 231 500 元。北京高院还认为，亚马逊通公司的关联公司在相关商标的申请注册过程中，早已知悉炎黄盈动公司涉案商标在先注册的事实，仍在 2016 年 8 月后与光环新网公司共同实施被控侵权行为，主观上漠视他人依法取得的合法权利，客观上挤压了炎黄盈动公司通过商标使用行为积累商誉、开拓市场空间的可能，而且使相关公众误认为炎黄盈动公司是他人相关服务品牌的代理商或者是出于攀附他人商誉而使用相关商标，严重损害了炎黄盈动公司的市场声誉，属于恶意侵犯商标专用权的行为且情节严重。在诉讼中，两公司滥用程序性权利，提出明显不能成立的管辖权异议并就该管辖异议裁定提出上诉，故意拖延诉讼进程，进一步加剧了侵权行为的影响，因此，北京高院适用二倍惩罚性赔偿确定最终的损害赔偿金额为 76 463 000 元。由于光环新网公司及亚马逊通公司在被诉行为中分工合作且共享侵权利润，故二者应当承担连带赔偿责任。北京高院据此判决光环新网公司及亚马逊通公司停止侵权、刊登声明消除影响，并连带赔偿经济损失 76 463 000 元及合理支出 26 万元。

■ 裁判规则：

1. 混淆误认的判断通常要考虑商标标志的近似程度、商品和服务的类似程度、注册商标的显著性和知名度以及相关公众的注意程度等因素，商业活动中实际混淆的证据情况亦可作为混淆误认判断的重要参考因素。同时，混淆误认不仅包括将使用被诉侵权标志的商品或服务误认为商标权人的商品或服务，或者与商标权人有某种联系；也包括将商标权人的商品或服务误认为被诉侵权人的商品或服务，或者误认商标权人与被诉侵权人有某种联系的情形。
2. 计算侵犯商标权的损害赔偿数额时，应当考虑涉案商标的使用状况、侵权行为持续时间、侵权规模、涉案商标的利润贡献率等因素，综合确定赔偿数额。侵权人恶意侵犯商标专用权且情节严重，在诉讼过程中滥用程序性权利故意拖延诉讼进程，进一步加剧侵权行为影响，扩大权利人损失的，可以适用惩罚性赔偿予以规制。

AWS AWS AWS

涉案商标

案例 3：联安公司与小米通讯公司等商标侵权案

- **法院：**浙江省高级人民法院
- **案号：**（2020）浙民终 264 号
- **上诉人（一审被告）：**小米通讯技术有限公司、小米科技有限责任公司
- **被上诉人（一审原告）：**杭州联安安防工程有限公司
- **一审被告：**北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、杭州京东惠景贸易有限公司、昆山京东尚信贸易有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、上海圆迈贸易有限公司
- **案由：**侵害注册商标专用权纠纷
- **案情简介：**杭州联安安防工程有限公司（以下简称联安公司）于 2012 年 12 月 7 日核准注册第 10054096 号“MIKA 米家”商标（以下简称涉案商标），核定使用在第 9 类报警器、摄像机、网络通讯设备等商品上。联安公司认为，小米通讯技术有限公司（以下简称小米通讯公司）、小米科技有限责任公司（以下简称小米科技公司）在摄像机、智能摄像机云台版烟雾报警器等商品上使用“米家”标识（以下简称被诉侵权标识），侵害了联安公司对涉案商标享有的商标权。北京京东世纪贸易有限公司（以下简称京东世纪贸易公司）、杭州京东惠景贸易有限公司（以下简称杭州京东公司）、昆山京东尚信贸易有限公司（以下简称昆山京东公司）、上海圆迈贸易有限公司（以下简称上海圆迈公司）在北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司（以下简称京东电子商务公司）运营的网站上销售侵权商品，侵害了涉案商标权。联安公司向浙江省杭州市中级人民法院（以下简称杭州中院）提起诉讼，请求判令七被告停止侵权；小米通讯公司、小米科技公司及京东电子

商务公司刊登致歉声明，消除影响；小米通讯公司、小米科技公司连带赔偿经济损失 7780 万元，京东电子商务公司、杭州京东公司、昆山京东公司、上海圆迈公司、京东世纪贸易公司就其中的 2500 万元承担连带赔偿责任；七被告连带赔偿合理支出 20 万元。杭州中院经审理认为，小米通讯公司在其制造、销售的相同或类似商品上使用与涉案商标近似的标识，容易导致相关公众产生混淆、误认，侵害了涉案商标权。京东世纪贸易公司、杭州京东公司、昆山京东公司、上海圆迈公司销售侵权商品侵害了涉案商标权，但该四公司的合法来源抗辩成立，只承担停止侵权的责任。在案证据无法证明京东电子商务公司作为网络服务提供者，主观上明知或应知平台上存在侵权商品而未采取必要措施，因此，京东电子商务公司不构成侵害商标权。杭州中院参考小米通讯公司及小米科技公司的侵权商品销售额、30%利润率及被诉侵权标识对侵权获利的贡献率，确定损害赔偿额为 1200 万元。联安公司未举证证明其法人人格权受到损害，因此对于其要求致歉的诉讼请求不予支持。杭州中院据此判决小米通讯公司、小米科技公司、京东世纪贸易公司、杭州京东公司、昆山京东公司、上海圆迈公司停止侵权；小米通讯公司、小米科技公司刊登声明，消除影响；小米通讯公司赔偿经济损失 1200 万元及合理支出 103767 元，小米科技公司对其中的 6803767 元承担连带赔偿责任。

小米通讯公司、小米科技公司不服一审判决，上诉至浙江省高级人民法院（以下简称浙江高院）。浙江高院经审理认为，被诉侵权的米家多功能网关、米家无线开关、米家门窗传感器与涉案商标核定使用的“网络通讯设备”构成相同或类似商品，被诉侵权标识“米家”与涉案商标构成近似商标，二者并存容易使相关公众对商品来源产生混淆误认，构成对涉案商标的侵害，小米通讯公司、小米科技公司构成共同侵权。关于赔偿数额，浙江高院认为杭州中院采用了不同计价标准的销售价（含税）和进货价（不含税），使得计算出的毛利润率明显偏高。侵权人因侵权所获得的利益一般应按照侵权人的营业利润计算，对于完全以侵权为业的侵权人，可以按照销售利润计算。小米通讯公司、小米科技公司显然不属于以侵权为业的情形，因此杭州中院以毛利润率计算侵权获利缺乏依据。

小米通讯公司、小米科技公司的侵权商品的销售利润来源于多种因素，包括自身的企业声誉、技术力量、销售渠道等，尤其是侵权商品上同时还使用了小米科技公司的注册商标，该部分商品利润与被诉侵权行为之间欠缺直接因果关系。浙江高院综合考虑涉案商标的显著性和知名度、侵权情节、侵权人主观恶意等因素，适用法定赔偿确定本案赔偿金额为 300 万元。浙江高院据此改判小米通讯公司赔偿经济损失 300 万元及合理开支 103767 元，小米科技公司对全部赔偿金额承担连带责任。

■ 裁判规则：

1. 商标法意义上的混淆包括正向混淆与反向混淆。正向混淆是指在后被诉标识的使用使得相关公众误认为该标识使用人的商品或服务来源于在先商标权人；反向混淆是指由于在后被诉标识的使用，使得相关公众误认为在先商标权人的商品或服务来源于在后被诉标识的使用者，或两者之间存在某种特定的联系。在认定混淆可能性时应秉承基本相同的裁量标准，考虑涉案商标的显著性与知名度、被诉侵权标识的使用强度等因素，给予其相匹配的保护强度。
2. 以侵权人的获利计算赔偿数额时，应当注意被诉侵权商品销售利润与侵权行为之间的因果关系。在反向混淆的情况下，侵权人的经营能力、品牌知名度、营销推广能力明显强于商标权人，特别在商标权人对注册商标的使用和宣传有限的情况下，侵权人的销售利润往往远高于商标权人的损失，但对于侵权人基于自身的商标商誉或者商品固有价值获得的利润，由于其与被诉侵权行为之间欠缺直接因果关系，故商标权人无权对此部分利润主张赔偿。

MIKA 米家

涉案商标

案例 4：惠氏公司等与广州惠氏公司等商标侵权案

- **法院：**浙江省杭州市中级人民法院
- **案号：**（2019）浙 01 民初 412 号
- **原告：**惠氏有限责任公司、惠氏（上海）贸易有限公司
- **被告：**广州惠氏宝贝母婴用品有限公司、广州正爱日用品有限公司、杭州单恒母婴用品有限公司、青岛惠氏宝贝母婴用品有限公司、陈泽英、管晓坤
- **案由：**侵害注册商标专用权及不正当竞争纠纷
- **案情简介：**惠氏有限责任公司（以下简称惠氏公司）自 1979 年起，申请注册了多个“WYETH”及“惠氏”商标（以下简称惠氏系列商标），核定使用在第 5 类药剂、医用药物、婴儿食品、婴儿奶粉等商品上。惠氏（上海）贸易有限公司（以下简称惠氏上海公司）经许可享有惠氏系列商标的非独占使用权。惠氏公司与惠氏上海公司认为，广州惠氏宝贝母婴用品有限公司（以下简称广州惠氏公司）、广州正爱日用品有限公司（以下简称正爱公司）、杭州单恒母婴用品有限公司（以下简称单恒公司）、青岛惠氏宝贝母婴用品有限公司（以下简称青岛惠氏公司）、陈泽英及管晓坤在生产、销售的沐浴露、湿巾、护唇膏、纸尿裤、洗衣液等商品上使用“Wyeth”“惠氏”“惠氏小狮子”标识；广州惠氏公司、陈泽英及管晓坤在宣传活动中使用“Wyeth”“惠氏”“惠氏小狮子”标识，侵害了惠氏公司对惠氏系列商标享有的商标权；青岛惠氏公司在企业名称中使用“惠氏”字样，构成不正当竞争。惠氏公司与惠氏上海公司起诉至浙江省杭州市中级人民法院（以下简称杭州中院），请求判令青岛惠氏公司停止使用含有“惠氏”字样的企业名称、六被告停止侵害商标权并连带赔偿经济损失 3000 万元及合理支出 55 万元。杭州中院经审理认为，广州惠氏公司、正爱公司、单恒公司、青岛惠氏公司在类似商品上使用与惠氏系列商标相同或近似的标识，容易使相关公众对商品来源产生混淆，侵害了惠氏公司的商标权。陈泽英及管晓坤与前述四被告存在攀附惠氏公司商誉的意思联络，有计划、有目的地共同实施侵权行为，与前述四被告构成共同侵权。青岛惠氏公司在企业名称中使用“惠氏”字样，违反了诚实信用原则及公

认的商业道德，容易引起相关公众的混淆，损害了惠氏公司与惠氏上海公司的竞争利益，构成不正当竞争。惠氏公司与惠氏上海公司主张按广州惠氏公司侵权获利的三倍计算惩罚性赔偿金额。杭州中院经审理认为，六被告侵权主观恶意明显、侵权情节严重，对赔偿金额采用惩罚性赔偿的方式进行计算，以广州惠氏公司至少 1000 万元的侵权获利作为惩罚性赔偿的基数，并在此基础上以三倍计算赔偿金额。杭州中院据此判决六被告停止侵害惠氏公司的商标权；青岛惠氏公司停止在企业名称中使用“惠氏”字样并变更企业名称，变更后的企业名称不得包含“惠氏”字样；广州惠氏公司、陈泽英及管晓坤赔偿经济损失 3000 万元及合理支出 55 万元，单恒公司、正爱公司、青岛惠氏公司分别就其中的 1500 万元、10 万元、60 万元承担连带赔偿责任，

■ 裁判规则：



1. 明知他人注册商标具有较高知名度，仍将他人注册商标作为企业字号使用，从事与他人相同或类似的商品或服务经营，容易导致相关公众对商品或服务来源产生混淆、误认，或误认为二者存在特定联系的，构成不正当竞争，并可就此判决变更企业名称。
2. 对于主观恶意明显、侵权情节严重的侵害商标权行为，可以适用惩罚性赔偿予以规制，并在确定惩罚性赔偿基数的基础上，在《商标法》规定的合理倍数范围内确定赔偿数额。

WYETH 惠氏 WYETH 惠氏

惠氏系列商标





案例 5：章节四公司与皎奢公司等商标侵权及不正当竞争纠纷案

- 法院：浙江省杭州市中级人民法院
- 案号：（2019）浙 01 民初 4193 号

- **原告：** 章节四公司
- **被告：** 上海皎奢国际贸易有限公司、复品实业（上海）有限公司、浙江奥特莱斯广场有限公司
- **案由：** 侵害注册商标专用权及不正当竞争纠纷
- **案情简介：** 章节四公司认为，其使用在服装、帽子等商品上的“Supreme”“”标识（以下简称涉案标识）经过长期持续的使用和宣传，在中国的相关公众中已经具有较高的知名度和影响力。章节四公司于 2014 年 3 月 4 日申请注册第 14108746 号“”商标（以下简称涉案商标），涉案商标于 2020 年 3 月 10 日核准注册，核定使用在服装、帽子等商品上。章节四公司认为，上海皎奢国际贸易有限公司（以下简称皎奢公司）、复品实业（上海）有限公司（以下简称复品公司）、浙江奥特莱斯广场有限公司（以下简称奥特莱斯公司）在服装、帽子等商品上使用与涉案商标相同或近似的标识（以下简称被诉侵权标识），侵害了章节四公司对涉案商标享有的商标权，并构成不正当竞争。章节四公司起诉至浙江省杭州市中级人民法院（以下简称杭州中院），请求判令三被告停止侵权、消除影响并赔偿经济损失及合理支出 850 万元。杭州中院经审理认为，在被诉行为发生前，涉案标识已构成反不正当竞争法规定的“有一定影响的商业标识”。皎奢公司在相同商品上使用与涉案标识及涉案商标相同或近似的标识，容易引起相关公众的混淆、误认，构成商标侵权及不正当竞争。在案证据尚不足以证明皎奢公司及复品公司构成共同侵权。复品公司及奥特莱斯公司销售侵权商品构成商标侵权，但奥特莱斯公司的合法来源抗辩成立，只承担停止侵权的责任。杭州中院据此判决复品公司及奥特莱斯公司停止侵害涉案商标权；皎奢公司停止在服装、帽子商品上使用被诉标识，并就其不正当竞争及商标侵权行为消除影响并赔偿经济损失 800 万元及合理支出 50 万元。
- **裁判规则：**
 1. 判断是否构成反不正当竞争法中有一定影响的商业标识，关键在于判断在相关公众中，该商业标识与其权益主张者之间是否已经产生稳定联系，是否以该商


业标识作为识别相应商品或服务来源于其权益主张者的依据。在经济和信息全球化、资讯和互通极为发达、不同商业模式层出不穷的今天，判断此种联系是否已经建立，不能固守传统市场环境中的考量要素，机械地要求以主动进入某一地域市场、在该地域市场内持续经营或宣传达一定时间、经营规模达一定量级为衡量标准，相反，“地毯式铺店”与“饥饿营销”、独立经营与联名经营、线下销售与网络销售等商业模式均可能产生此种联系，各类媒体主动通过纸质、网络等媒介所作的报道、宣传均可作为此种联系已经形成的证据。

2. 同一标识在不同国家可能有不同权利主体，各该权利主体对该标识在国际上或第三国的知名度与影响力可能均有贡献。对于该标识在第三国的权益归属，需要考虑不同主体所使用商业标识为该第三国相关公众所知的时间早晚、在第三国对该品牌知名度与影响力的贡献大小、对该标识的使用本身合法与否等因素，以判断在该第三国相关公众将该商业标识与哪一方主体形成稳定联系。一方已经在先建立稳定联系的应享有相应权益，在后进入市场者理应避让。

被诉侵权标识	涉案商标
  Supreme 	

商标行政纠纷

案例 6：哈士奇公司与国知局等商标权无效宣告请求行政纠纷案

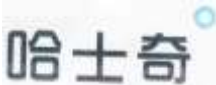
- 法院：北京市高级人民法院
- 案号：（2019）京行终 10145 号
- 上诉人（原审原告）：广东哈士奇制冷设备有限公司
- 被上诉人（原审被告）：中华人民共和国国家知识产权局
- 一审第三人：木星工业有限公司
- 案由：商标权无效宣告请求行政纠纷
- 案情简介：广东哈士奇制冷设备有限公司（以下简称哈士奇公司）于 2011 年 4 月 13 日申请注册第 9332936 号“哈士奇”商标（以下简称诉争商标），并于 2012 年 4 月 28 日核准注册使用在第 11 类冰箱、冷冻设备和装置等商品上。木星工业有限公司（以下简称木星公司）于 2008 年 5 月 14 日申请注册第 G924870 号“”商标（以下简称引证商标），其国际注册日为 2007 年 3 月 13 日，核定使用在第 11 类家用和商用冰箱、冷却设备及其装置等商品上。针对诉争商标，木星公司向国家知识产权局提出商标权无效宣告请求。国家知识产权局认定诉争商标与引证商标构成使用在同一种或者类似商品上的近似商标，裁定宣告诉争商标无效。哈士奇公司不服该裁定，起诉至北京知识产权法院。北京知识产权法院经审理认为，基于对诉争商标与引证商标标志本身及实际使用情况的考量，二者使用在同一种或者类似商品上容易使相关公众认为两者所标示的商品来源于同一市场主体或者提供者之间存在特定联系，从而产生混淆。在案证据难以证明哈士奇公司申请诉争商标是经木星公司同意。北京知识产权法院据此判决驳回哈士奇公司的诉讼请求。

哈士奇公司不服一审判决，上诉至北京市高级人民法院（以下简称北京高院）。二审中，木星公司向北京高院提交了其与哈士奇公司签订的《商标共存同意书》，

该同意书载明：木星公司同意诉争商标与引证商标在中国大陆地区共存。北京高院经审理认为，诉争商标与引证商标在文字构成、整体视觉效果上存在一定差异。

《商标共存同意书》足以证明木星公司已经同意诉争商标在核定使用的商品上维持注册。在无其他证据证明诉争商标与引证商标共存足以导致相关公众对商品来源产生混淆的情况下，诉争商标可以维持注册。北京高院据此判决撤销一审判决及被诉裁定，国家知识产权局重新作出裁定。

- **裁判规则：**商标共存协议体现了引证商标权利人对其所享有的商标权部分权利空间的让渡和处分，根据意思自治原则，应当允许商标注册人自由处分其商标权，故在判断诉争商标与引证商标在类似服务上共存是否会导致相关公众的混淆、误认时，应当考虑引证商标注册人与诉争商标申请人之间达成的商标共存协议。在诉争商标标志与引证商标标志存在差异的情况下，商标共存协议可以作为排除混淆可能性的参考因素。

诉争商标	引证商标
	

著作权类

案例 7：某影业公司与某网络公司等著作权侵权及不正当竞争案

- **法院：**杭州互联网法院
- **原告：**北京某影业公司
- **被告：**杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司
- **案由：**侵害著作权及不正当竞争纠纷

- **案情简介：**北京某影业公司（以下简称某影业公司）享有电影作品《哪吒之魔童降世》（以下简称涉案电影）及电影中“哪吒”“敖丙”等（以下简称涉案角色）美术作品的著作权。某影业公司认为，杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司在涉案电影公映下档后不久，在游戏《梦塔防》（以下简称被诉侵权游戏）中使用涉案角色皮肤，侵害了某影业公司对涉案电影的改编权，并侵害了对涉案角色享有的复制权、发行权、信息网络传播权、改编权等著作权；杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司使用电影剧情设定宣传该皮肤，构成不正当竞争。某影业公司起诉至杭州互联网法院，请求判令三被告停止侵权、消除影响并赔偿损失。杭州互联网法院经审理认为，涉案角色形象构成美术作品，被诉侵权游戏皮肤中使用的美术形象与涉案角色形象构成实质性相似，杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司侵害了涉案角色的信息网络传播权。但杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司使用的宣传文案及游戏角色介绍不构成对涉案电影改编权的侵害。涉案角色形象与涉案电影之间已经建立了稳定的联系，具备了特定的指代与识别功能。涉案角色设定与涉案电影情节也具有极高知名度。杭州某网络公司、北京某网络公司、某科技公司使用的宣传文案及游戏角色介绍易使相关公众产生混淆、误认，构成不正当竞争。杭州互联网法院据此判决杭州某网络公司、北京某网络公司停止对涉案角色著作权的侵害及不正当竞争行为并赔偿经济损失 100 万元，判决杭州某网络公司公开刊登道歉声明、消除影响。
- **裁判规则：**对电影作品的保护是保护其在连续图像形成中的独创性表达，对电影情节的保护应该从电影画面中剥离出来，还原为对文字作品的保护。仅在宣传文案中使用他人电影作品的情节，不构成对该电影作品改编权的侵害。

（本案判决尚未公开，相关规则系根据法院官方报道内容归纳）

被诉角色	涉案角色
	
	

不正当竞争

案例 8：百度公司与子乐公司等不正当竞争纠纷案

- **法院：**北京市海淀区人民法院
- **原告：**百度在线网络技术（北京）有限公司
- **被告：**北京子乐科技有限公司、北京经纬智诚电子商务有限公司
- **案由：**不正当竞争纠纷
- **案情简介：**百度在线网络技术（北京）有限公司（以下简称百度在线公司）是小度智能音箱等 AI 电子产品的开发者和运营者，“xiaodu xiaodu”是具有唤醒和操作功能的语音指令，应用于百度在线公司的 AI 电子产品中。百度在线公司认为，北京子乐科技有限公司（以下简称子乐公司）生产、销售与小度智能音箱相同的 AI 电子产品杜丫丫学习机，在其官网宣传内容及杜丫丫学习机中突出使用“小杜”

指代该产品，并在杜丫丫学习机中使用“xiaodu xiaodu”语音指令进行唤醒和操作，构成不正当竞争。北京经纬智诚电子商务有限公司（以下简称经纬智诚公司）销售该侵权产品，构成不正当竞争。百度在线公司起诉至北京市海淀区人民法院（以下简称海淀法院），请求判令子乐公司及经纬智诚公司停止侵权；子乐公司消除影响并赔偿经济损失及合理开支 300 万元。海淀法院经审理认为，“小度”作为百度在线公司智能音箱的商品名称，属于《反不正当竞争法》规定的“有一定影响的商品名称”。“xiaodu xiaodu”语音指令已与百度在线公司及其产品建立起了明确、稳定的联系，并具有较高知名度和影响力，应受《反不正当竞争法》第六条第四项的保护。子乐公司实施被诉行为，主观上具有恶意，客观上易使相关公众误认为杜丫丫学习机与百度在线公司的小度智能音箱及其相关服务可能存在产品研发、技术支持、授权合作等方面的特定联系，构成不正当竞争。经纬智诚公司销售侵权产品亦缺乏合法依据。海淀法院据此判决子乐公司及经纬智诚公司停止侵权；子乐公司就其不正当竞争行为消除影响，并赔偿经济损失 50 万元及合理支出 5 万元。

（本案判决尚未公开，相关内容系根据法院官方报道内容整理）

了解更多典型案例，获知更多专业内容，敬请关注
www.lungtinlegal.com/jdal/sfgz.html

如欲了解更多资讯
请联系：
北京隆诺律师事务所 韩雪女士
邮箱：lnbj@lungtin.com