

中国知识产权审判 动态跟踪

(第 64 期)

北京隆诺律师事务所

2022 年 8 月 23 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：2022年8月9日~2022年8月22日

本期案例：14个

目 录

案例 1: 虹润公司与唐古拉公司等专利侵权案	4
案例 2: 徐斌、路宝公司与易德利公司、冀通公司专利侵权案	5
案例 3: 快手公司等与时代映像公司等商标侵权案	8
案例 4: 少年儿童出版社与天地出版社商标侵权案	10
案例 5: 小米科技公司等与周秋均等商标侵权案	12
案例 6: 睿健公司与小腰公司等商标侵权案	13
案例 7: 万可公司与乐智公司著作权侵权案	15
案例 8: 酷沃公司与高缔公司等确认不侵害著作权纠纷案	17
案例 9: 越用越有商行与青岛市监局不正当竞争行政纠纷案	18
案例 10: 薪得付公司与佩琪公司虚假宣传纠纷案	20
案例 11: 体娱公司与中超公司等滥用市场支配地位纠纷案	22
案例 12: 海南省市场监督管理局与盛华公司反垄断行政处罚纠纷案 ..	24
案例 13: 震雄公司与高思公司横向垄断协议纠纷案	25
案例 14: 施恺与网鱼公司特许经营合同纠纷案	27

专利类

专利民事纠纷

案例 1：虹润公司与唐古拉公司等侵害发明专利权纠纷案

- **法院：**最高人民法院
- **案号：**（2021）最高法知民终 1924 号
- **上诉人（原审原告）：**福建顺昌虹润精密仪器有限公司。
- **被上诉人（原审被告）：**青岛唐古拉精密仪器有限公司、徐某 1、陈某 1、江苏林工电气有限公司、何某、青岛海格自动化仪表有限公司、陈某 2、徐某 2。
- **案由：**侵害发明专利权纠纷

案情简介：福建顺昌虹润精密仪器有限公司（以下简称虹润公司）系 ZL201110232305.1、名称为“一种带有蝴蝶卡扣的仪表壳体”的发明专利（以下简称涉案专利）的专利权人。虹润公司认为青岛唐古拉精密仪器有限公司（以下简称唐古拉公司）未经许可，在其生产、销售的多款仪表（以下简称涉案产品）上使用涉案专利，构成专利侵权，且唐古拉公司资产与徐某 1 和陈某 1 的家庭财产混同，三者共同承担侵权责任；江苏林工电气有限公司（以下简称林工公司）在其自营店面和网络平台销售涉案商品，且公司资产与股东兼执行董事何某的个人资产混同，二者共同承担侵权责任；青岛海格自动化仪表有限公司（以下简称海格公司）、徐某 1、陈某 1 和何某生产销售涉案产品，构成专利侵权。虹润公司遂起诉至山东省青岛市中级人民法院（以下简称青岛中院），请求判令唐古拉公司、海格公司、林工公司立即停止实施侵害涉案专利权的行为，判令八名被告连带赔偿虹润公司经济损失及合理开支共计 63 万元。青岛中院经审理认为，涉案专利所述仪表主壳体的正面为一亚克力显示面框是该专利的创新点之一，在涉案专利明确限定面框材质为亚克力，而虹润公司不能证明涉案产品使用的是亚克力

的情况下，二者既不相同亦不等同。同时，涉案专利所述亚克力显示面框为一弧形的显示面框，而涉案产品的显示面框中间为平面，故二者明显不同。涉案产品未落入涉案专利权的保护范围，青岛中院据此驳回起诉。

虹润公司不服一审判决，上诉至最高人民法院。最高人民法院经审理认为，涉案产品的显示面框若为聚碳酸酯材料，其相对于涉案专利限定的亚克力材质而言，不属于涉案专利申请日后因技术发展而出现的新材料。虹润公司在撰写涉案专利申请文件时，已明确知晓聚碳酸酯可用于制造仪表表壳的面框，但并未将其纳入权利要求的保护范围，那么在本案中进行侵权比对时，不能再适用等同规则将该技术特征纳入保护范围。因此，涉案产品的技术方案缺乏涉案专利权利要求1记载的“亚克力显示面框”这一技术特征，未落入涉案专利权利要求1的保护范围，涉案产品不构成侵权。最高人民法院据此驳回上诉，维持原判。

- **裁判规则：**专利侵权比对时，等同原则的适用需要考虑专利申请与专利侵权时技术的发展水平。若专利权人在撰写专利申请文件时已明确知晓某项技术特征，却并未将其写入权利要求的保护范围，则在进行侵权比对时，不能再适用等同规则将该技术特征纳入保护范围。

案例 2：徐斌、路宝公司与易德利公司、冀通公司发明专利侵权案

- **法院：**最高人民法院
- **案号：**(2020)最高法知民终 1696 号
- **上诉人（一审原告）：**徐斌、宁波路宝科技实业集团有限公司
- **上诉人（一审被告）：**河北易德利橡胶制品有限责任公司
- **被上诉人（一审被告）：**河北冀通路桥建设有限公司
- **案由：**侵害发明专利权纠纷
- **案情简介：**徐斌系发明名称为“一种特大抗挠变梳型桥梁伸缩缝装置”、专利号为 ZL200410049491.5 的发明专利（以下简称涉案专利）的专利权人。

经徐斌授权许可，宁波路宝科技实业集团有限公司（以下简称路宝公司）为涉案专利的独占许可使用权人。徐斌和路宝公司认为，河北易德利橡胶制品有限责任公司（以下简称易德利公司）制造桥梁伸缩缝装置（以下简称被诉侵权产品）并销售给河北冀通路桥建设有限公司（以下简称冀通公司）在平赞高速公路工程中使用，侵害了涉案专利权，遂起诉至河北省石家庄市中级人民法院（以下简称石家庄中院），请求判令冀通公司、易德利公司立即停止侵权行为并赔偿徐斌、路宝公司经济损失以及合理开支共计 300 万元。易德利公司辩称，涉案专利已列入行业标准，本案不涉及侵权问题。冀通公司辩称，被诉侵权产品有合法来源，冀通公司不应承担法律责任。石家庄中院经审理认为，涉案专利系标准必要专利，根据《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释(二)》第二十四条第一款“推荐性国家、行业或者地方标准明示所涉必要专利的信息，被诉侵权人以实施该标准无需专利权人许可为由抗辩不侵犯该专利权的，人民法院一般不予支持”的规定，涉案专利所涉的行业标准在引言部分已经明示了涉案专利的有关信息、专利号、专利权人以及联系地址等，故对易德利公司的该案不涉及侵权的主张不予支持。本案中，涉案专利被列入行业标准，徐斌作为专利权人承诺愿在合理和非歧视的条款和条件下与申请人进行专利实施许可谈判，却又于 2017 年 9 月 30 日与路宝公司签订了独占许可使用合同，其行为违反了标准必要专利所要求的公平、合理、无歧视的许可义务，而易德利公司在原审庭审中明确表示愿意与徐斌、路宝公司进行许可谈判，不存在明显过错，故对徐斌、路宝公司关于判令冀通公司、易德利公司立即停止侵权行为的诉讼请求不予支持。易德利公司认可系其销售被诉侵权产品给冀通公司，故冀通公司的合法来源抗辩成立，冀通公司无需承担赔偿责任。石家庄中院综合考虑涉案专利权的类型、易德利公司侵权行为的性质、情节及各方当事人过错程度等因素，判令易德利公司向徐斌、路宝公司赔偿经济损失及合理费用共计 10 万元。



徐斌、路宝公司以及易德利公司不服一审判决，上诉至最高人民法院。最高人民法院经审理认为，徐斌既是路宝公司的法定代表人，又是路宝公司的股东和实际控制人，徐斌基于其上述身份，免费将涉案专利独占许可给路宝公司，属于正常的商业安排，且并不影响关于专利许可的商业谈判，不构成对于其他专利实施人的价格歧视，没有违反公平、合理、无歧视的许可义务。易德利公司明知涉案专利为标准必要专利，非但没有主动寻求专利许可，反而径行在之后的平赞高速公路工程中再次未经许可实施涉案专利且拒不付费，存在明显的主观过错。关于赔偿方式的确定，徐斌、路宝公司提供了多份专利实施许可合同予以佐证，具有较强的客观性，因此本案适宜采用许可使用费的倍数确定侵权赔偿数额，并以许可使用费的两倍计算易德利公司应当支付的赔偿数额为宜。最高人民法院据此判决撤销一审判决并判令易德利公司立即停止侵权并赔偿徐斌、路宝公司经济损失及合理开支共计 300 万元。

- **裁判规则：**在公平合理无歧视原则的要求下，标准必要专利的许可方式一般应为普通许可，但若专利权人出于正常的商业安排将专利独占许可给独占被许可人，独占被许可人于专利权人仍对外承担公平合理无歧视的义务，专利权人与独占被许可人达成独占许可的行为不应被认定违反了公平合理无歧视原则。

商标类

商标民事纠纷

案例 3：快手公司等与时代映像公司等侵害商标权及不正当竞争案

- **法院：**北京知识产权法院
- **案号：**（2021）津 03 民初 2119 号
- **上诉人（一审被告）：**深圳市时代映像文化传媒有限公司、深圳市果酱时代科技有限公司
- **被上诉人（一审原告）：**北京快手科技有限公司、北京达佳互联信息技术有限公司
- **案由：**侵害商标权纠纷及不正当竞争纠纷
- **案情简介：**北京达佳互联信息技术有限公司（以下简称达佳公司）是核定使用在第 35 类广告服务上的第 18459783 号“快手”商标、核定使用在第 9 类计算机软件商品上的第 14439349 号商标“快手”以及核定使用在第 41 类娱乐服务上的第 14439348 号商标“快手”（以下简称涉案商标）的商标权人。达佳公司将涉案商标许可给北京快手科技有限公司（以下简称快手公司）使用，用于快手公司及相关应用的运营。快手公司于 2015 年 3 月 20 日成立运营以来，推出了一系列以“快手”为核心词汇命名的手机应用，其中快手 App 作为一款为用户提供短视频记录、分享的社交平台，拥有大量用户。经其长期宣传推广，“快手”作为其企业名称和商品名称已具有较高的知名度和影响力。快手公司、达佳公司发现，深圳市时代映像文化传媒有限公司（以下简称时代映像公司）将其开发运营的快手直播 App（以下简称涉案 App）先后命名为“快手直播”、“块手直播”（简称被控侵权标识），并在应用的支付界面中使用“快手直播”字样，侵害

了快手公司、达佳公司的涉案商标专用权。此外，时代映像公司开发运营的老司机直播 App 和人气秀场 App，与涉案 App(以下统称为三款被诉 App)共用同一服务端，系时代映像公司利用涉案 App 为其余两款 App 导流之行为，有悖诚实信用原则和商业道德，违反《反不正当竞争法》第二条。深圳市果酱时代科技有限公司（以下简称果酱时代公司）系三款被诉 App 支付宝充值以及老司机直播 App 微信充值的收款主体，应就被诉行为与时代映像公司共同承担法律责任。快手公司、达佳公司遂起诉至北京市海淀区人民法院（以下简称海淀法院），请求判令时代映像公司、果酱时代公司消除影响并赔偿经济损失 400 万元以及合理开支 10300 万元。海淀法院经审理认为，时代映像公司、果酱时代公司未经许可将被控侵权标识作为涉案 App 的名称且在涉案 App 的账单支付页面使用“快手直播”字样的行为，系在与涉案商标三核定使用的服务类似的服务上使用与其近似的标识，足以造成相关公众混淆的行为，违反了《商标法》第五十七条第二项的规定。快手公司、达佳公司关于该项被诉行为同时侵害其对涉案商标一、二享有的商标专用权的主张，法院不予支持。同时，三款被诉 App 使用同一服务端，共享用户及其上传的信息等形成的相关数据，有违诚实信用原则和商业道德，违反了《反不正当竞争法》第二条。现有证据未显示果酱时代公司除收款外参与了三款 App 的实际经营。海淀法院据此判决时代映像公司立即停止侵权行为和不正当竞争行为、消除影响并赔偿快手公司经济损失 120 万元及合理开支 10300 元，果酱时代公司对其中的 20 万元经济损失和合理开支 10300 元承担连带责任。

时代映像公司、果酱时代公司不服一审判决，认为一审错误认定涉案 APP 的下载增加量、对赔偿金额酌定过高，上诉至北京知识产权法院（以下简称北京知产法院）。北京知产法院经审理认为，在快手公司直播功能具有一定影响力的前提下，涉案 APP 使用与其近似的“快手”字样，并与老司机直播 App 和人气秀场 App 使用同一服务端且共享数据，此行为足以给时代映像公司、果酱公司带来竞争优势，此种对信息的获取和利用具有不正当性。因

此一审裁定的二被告不正当竞争及赔偿金额并无不当。北京知产法院据此判决驳回时代映像公司、果酱时代公司上诉请求，维持原判。

快手


第 18459783 号



第 14439349 号、第 14439348 号

涉案商标

案例 4：少年儿童出版社与天地出版社商标侵权及不正当竞争纠纷案

- 法院：上海知识产权法院
- 案号：（2021）沪 73 民终 600 号
- 上诉人（一审被告）：四川天地出版社有限公司
- 被上诉人（一审原告）：上海少年儿童出版社有限公司
- 一审被告：上海新华传媒连锁有限公司新华书店江桥万达店
- 案由：商标侵权及不正当竞争纠纷案
- 案情简介：上海少年儿童出版社有限公司（以下简称少年儿童出版社）自 1961 年起先后出版《十万个为什么》书籍共计六版，另还出版《新编十万个为什么图画本》、《十万个为什么小学版》、《社会科学十万个为什么》等书籍。少年儿童出版社是核定使用在第 16 类书籍等商品上的第 17085619 号“”商标（以下简称涉案商标）的商标权人。少年儿童出版社发现上海新华传媒连锁有限公司新华书店江桥万达店（以下简称新华书店）销售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》，天地出版社还出版了其他《十万个为什么》图书并在线上销售，其不仅在图书封面等位置突出使用“十万个为什么”字样（以下简称被控侵权标识），而且在前言中声称本书是《十万个为什么》的升级版，侵害了少年儿童出版社的注册商标专用权及知名商品的特有名称，亦构成虚假宣传。少年儿童出版社遂起诉至上海市普陀区人民法院（以下简称普陀法院），请求判令天地出版社、新华书店立即停止商标侵权及不正当竞争行为，并消除影响，天地出版社赔偿经济损失 300 万元及为维权支出 10.7 万元，新华书店就其中 50 万元承担连带责任。


普陀法院经审理认为，被控侵权标识的使用属于在同一种商品上使用与注册商标近似的标识，容易导致相关公众混淆，构成商标侵权。涉案商标注册公告日期为 2017 年 6 月 21 日。被控侵权的 14 款图书中共有 9 款首次出版时间在 2017 年 6 月之前，时间跨度为 2015 年 6 月至 2017 年 5 月，在该段时期内“十万个为什么”构成知名商品特有名称，新华书店、天地出版社在图书名称中、销售商品的图片及描述中擅自使用原告知名商品特有名称“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。天地出版社在图书名称已含“十万个为什么”的情况下，使用“升级版本”等介绍方式，刻意建立与原告的联系，增加了混淆误认的可能性，这一宣传方式容易误导消费者，引人误解被告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。而无论是“擅自使用知名商品特有的名称”，还是虚假宣传，一般指向的都是直接实施行为，新华书店仅是销售方，亦无证据证明其存在帮助侵权等主观意图，故其销售行为不构成不正当竞争。最后普陀法院综合考虑注册商标的使用状况、知名商品特有名称与商标知名度的辐射作用、商标及知名商品特有名称对商品利润的贡献度、侵权情节、侵权持续时间、主观过错程度、相关出版市场情况、维权历史等因素，酌情确定侵权赔偿数额 50 万元。普陀法院判决天地出版社、新华书店立即停止商标侵权行为，天地出版社立即停止涉案虚假宣传的不正当竞争行为、消除影响，天地出版社赔偿经济损失 50 万元、合理开支 10 万元。

天地出版社不服一审判决，上诉至上海知识产权法院（以下简称上海知产法院）。上海知产法院经审理认为，问答式科普类图书包括涉案的“十万个为什么”系列图书，但“十万个为什么”尚无法与问答式科普类图书相同；即使市场上存在较多的以“十万个为什么”命名的图书，也仅仅是表明了相关图书的内容等特点，并不能证明“十万个为什么”已经成为此类图书的通用名称。在“十万个为什么”经过长期使用已经取得显著性而获得商标注册的情况下，天地出版社在出版的图书上突出使用“十万个为什么”的行为，超出了正当使用的范畴，容易导致相关图书的购买者对于图书的来源或者天地出版社与少年儿童出版社公司之间的关系发生混淆误认，构成商标侵权。上海知产法院亦认可普陀法院对新华书店、天地出版社不正当竞争行为的认定，遂驳回上诉，维持原判。



涉案商标

案例 5：小米科技公司等与周秋均等侵害商标权及不正当竞争纠纷

- **法院：**上海知识产权法院
- **案号：**（2021）沪 73 民初 450 号
- **原告：**小米科技有限责任公司、小米通讯技术有限公司
- **被告：**周秋均、上海寻梦信息技术有限公司
- **案由：**侵害商标权及不正当竞争纠纷
- **案情简介：**小米科技有限责任公司（以下简称小米科技公司）系“小米”、“”、“XIAOMI”系列注册商标（以下简称涉案商标）的商标权人，其授权小米通讯技术有限公司（以下简称小米通讯公司）使用其所持有的所有商标。涉案商标核定

使用在第9类可视电话、手提电话等商品上。小米科技公司、小米通讯公司认为，周秋均在“拼多多”网络交易平台开设的店铺销售的浴霸、暖风机、平板灯、凉霸四种被诉侵权商品上突出使用“小米”、“小米家浴霸”、“小米家暖风机”、“小米家用平板灯”、“小米家用凉霸”等标识（以下简称被诉侵权标识），侵害其对涉案商标享有的商标权，遂起诉至上海知识产权法院（以下简称上海知产法院），请求判令周秋均停止侵权，并赔偿经济损失500万元及10万元合理开支。上海知产法院经审理认为，涉案商标已在中国境内广为相关公众所知晓，属于驰名商标。周秋均在被诉侵权商品的商品名称、商品图片、商品详情页面以及产品机身、外包装、说明书等多处突出使用被诉侵权标识，属于在不相同或者不相类似的商品上使用复制、模仿涉案商标的标识，构成商标侵权。周秋均在其店铺视频中显示其系“小米 | 生活电器专售店”，会误导相关公众认为该店铺销售的产品来源于商标权人或者与商标权人存在关联关系，具有攀附他人商业信誉和商业声誉，提升自己竞争优势的意图，构成不正当竞争。上海知产法院据此判决周秋均赔偿小米科技公司、小米通讯公司经济损失及合理开支共计50万元。

案例6：睿健公司与小腰公司等侵害商标专用权纠纷案

- **法院：**江苏省无锡市中级人民法院
- **案号：**（2021）苏02民终2289号
- **上诉人（一审被告）：**上海小腰信息科技有限公司、泰兴市时代健身用品有限公司、凌云
- **被上诉人（一审原告）：**无锡睿健时代科技有限公司
- **案由：**侵害商标专用权纠纷
- **案情简介：**无锡睿健时代科技有限公司（以下简称睿健公司）系“FITTIME”系列商标（以下简称涉案商标）的商标权人，凌云系上海小腰信息科技有限公司（以

下简称小腰公司)法定代表人,泰兴市时代健身用品有限公司(以下简称时代公司)系小腰公司的关联公司。睿健公司认为,存在在先判决认定小腰公司构成不正当竞争行为的情况下,小腰公司、时代公司、凌云仍在其运营的即刻运动 official 微信公众号、即刻减脂微信公众号的“微信号”中使用“fittime”字样,并在即刻运动官网、搜狐视频、新浪微博、爱奇艺、腾讯视频、优酷网、即刻运动手机应用软件、即刻运动服务号微信公众号、即刻减脂微信公众号、即刻运动 official 微信公众号、小腰瘦身舞电视应用、即刻运动电视应用的名称或者内容中使用带有“fittime”、“It’ sfittime”等字样的视频、文章、广告、图片、文字介绍,侵害了其涉案商标享有的商标权,遂起诉至江苏省新吴区人民法院(以下简称新吴法院),请求判令三被告赔偿经济损失 1999999 元。新吴法院经审理认为,小腰公司向相关公众提供健身服务时,并未在前案不正当竞争行为范围内彻底清除“FitTime”名称或者标识,还在视频网站、电视应用程序等新渠道、新途径继续使用“FitTime”字样,侵犯了睿健公司的注册商标专用权且构成恶意重复侵权。时代公司、凌云在各自运营的官方网站、视频网站账号上进行交互式宣传,彼此之间相互联动呼应,并最终指向小腰公司提供的健身服务,三者构成共同侵权。新吴法院据此判决小腰公司、时代公司、凌云共同赔偿睿健公司经济损失及合理开支共计 1999999 元。

小腰公司、时代公司、凌云不服一审判决,上诉至江苏省无锡市中级人民法院(以下简称无锡中院)。无锡中院经审理认为,根据前案已作出的生效判决,小腰公司显然不拥有对“FitTime”字样的在先使用权利,小腰公司非但没有采取断开链接等形式删除被控侵权视频、APP,还采取发布新视频、跨平台进行发布等形式进一步使用“FitTime”字样,其行为构成商标侵权。凌云使用其个人账号发布视频,对外介绍其身份“FitTime 即刻运动创始人兼 CEO”,扩大了对小腰公司的宣传范围,其使用“FitTime”的行为显然与小腰公司具有共同的意思表示,故凌云与小腰公司构成共同侵权。时代公司作为 www.fit-time.com 网站的所有人,在网站上发布涉及

“FitTime”的视频，并提供不同类型 APP、社交媒体的下载、跳转链接，其行为构成共同侵权。无锡中院据此判决驳回上诉，维持原判。

■ **裁判规则：**

1. 因侵权被法院判决承担责任后，再次实施相同或者类似侵权行为，属于故意实施重复侵权行为，情节严重的，应当在赔偿额中体现惩罚性因素。
2. 公司实施侵害商标权及不正当竞争的行为，同时其法定代表人利用个人社交平台等，以个人名义实施侵权行为，两者在侵权对象、目的、侵权行为方式、造成的损害后果等方面均具有同一性的情况下，应当认定其构成共同侵权。

著作权

案例 7：万可公司与乐智公司著作权侵权案

- **法院：**北京互联网法院
- **案号：**（2020）京 0491 民初 32803 号
- **原告：**北京万可公共关系咨询有限公司
- **被告：**深圳市乐智教育科技有限公司
- **案由：**侵害著作权及不正当竞争纠纷
- **案情简介：**北京万可公共关系咨询有限公司（以下简称万可公司）经营官方网站 www.zeronepr.com（以下简称涉案网站），并在网页的相关位置上展示了其享有著作权的四张摄影作品及一幅美术作品（以下统称涉案摄影及美术作品）。万可公司认为，深圳市乐智教育科技有限公司（以下简称乐智公司）在其经营的网站 www.logili.com.cn（以下简称被诉侵权网站）上擅自使用涉案网站的大部分内容及涉案图片涉案摄影作品及美术作品，侵害了原告的著作权；乐智公司还将万可公司的服务客户品牌展示墙、全球服务网络、获奖图片作为自己的服务客户、全

球网络及获奖图片在被告侵权网站上进行展示，构成虚假宣传。万可公司遂起诉至北京互联网法院，请求判令乐智公司刊登致歉说明并赔偿经济损失及合理支出391390元。

北京互联网法院经审理认为，涉案网站包含公司介绍、服务介绍、最新作品、品牌客户、新闻动态等图文介绍，网页中包含了文字、图片等信息材料，网页设计者通过智力劳动对其进行了独特的选材和编排，该网页的版面设计、图案色彩的选择与组合、栏目设置等方面均体现了设计者独特的审美观和创造力，具有一定的独创性，且在互联网上以数字的形式固定，属于受《著作权法》保护的汇编作品。被告侵权网站的6个页面的文字、图片的摆放位置、比例、标题内容等与涉案网站高度一致，构成实质性相似且乐智公司多处、多次高度引用了万可公司的网页源代码。乐智公司未经许可，将与涉案网站实质性相似的页面置于互联网中，使公众可以在其选定的时间和地点获得涉案作品，构成侵害涉案作品的信息网络传播权。乐智公司在被告侵权网站上未经许可，使用了涉案摄影及美术作品，构成侵害涉案摄影及美术作品的信息网络传播权。乐智公司在被告侵权网站上使用万可公司的企业名称及Logo，并将万可公司全部客户的品牌以与涉案网站相同的设计构图的形式上传于被告侵权网站，容易导致相关公众认为其与万可公司存在关联关系或授权经营等特定关系，亦极易使相关公众误认为其与万可公司服务的客户群体完全一致，构成不正当竞争。因乐智公司的被告行为可能给万可公司造成商业混淆，故对于万可公司赔礼道歉、消除影响的诉讼请求予以支持。北京互联网法院综合考虑涉案网站成本、侵权性质及主观恶意、侵权持续时间等因素，判决乐智刊登说明以消除影响并赔偿经济损失16万元及合理支出46390元。

- **裁判规则：**网页的版面设计、图案色彩的选择与组合、栏目设置等方面体现了设计者独特的审美观和创造力，具有一定的独创性的，且在互联网上能够以数字的形式固定的，构成汇编作品。

案例 8：酷沃公司与高缔公司等确认不侵害著作权及不正当竞争纠纷案


- **法院：**浙江省义乌市人民法院
- **案号：**（2021）浙 0782 民初 11011 号
- **原告：**义乌酷沃家居用品有限公司
- **被告：**上海高缔网络科技有限公司、杭州阿里巴巴广告有限公司
- **第三人：**北京站酷网络科技有限公司
- **案由：**确认不侵害著作权及不正当竞争纠纷
- **案情简介：**上海高缔网络科技有限公司（以下简称高缔公司）系沪作登字-2018-F-01208085 号美术作品的著作权人，作品登记证书的附图包括五幅图案，第一幅图案即为本案争议的图案(以下称涉案图案)。高缔公司发现义乌酷沃家居用品有限公司（以下简称酷沃公司）在其经营的阿里巴巴网店中销售的“ET102 马赛克瓷砖贴仿古花砖自粘瓷砖贴复古墙贴防水可移除”（以下称涉案商品）所使用的图案与涉案图案完全一致，故向阿里巴巴电商平台提起了投诉。酷沃公司专业从事贴纸产品的生产、销售工作，该公司在收到侵权投诉后曾向阿里巴巴平台提出反通知，主张与涉案图案一致的图案是经由第三人站酷公司授权使用的。高缔公司在酷沃公司递交反通知申诉材料后并未撤回投诉，阿里巴巴平台故而删除了酷沃公司涉案商品的销售链接。酷沃公司认为高缔公司的上述行为构成恶意投诉，遂起诉至浙江省义乌市人民法院（以下简称义乌市法院），请求判令确认不侵害高缔公司美术作品著作权；高缔公司赔偿经济损失及合理维权费用一百万元；杭州阿里巴巴广告有限公司（以下简称阿里巴巴公司）恢复酷沃公司在阿里巴巴平台上的产品链接。义乌市法院经审理认为，高缔公司提供的作品登记证书中载明，作品(含涉案图案)创作完成日期为 2016 年 9 月 20 日，首次发表日期为 2018 年 3 月 10 日,但尚无证据加以证明。涉案图案是俄罗斯用户“Markovskaya”于 2017 年 7 月 20 日上传至美国 shutterstock 公司运营的网站，站酷公司作为 shutterstock 公司的授权分销商于 2020 年 8 月 23 日将该图案授权给酷沃公司使用。因此，高缔公司登记的涉案图案不具有独创性。涉案图案不构成著作权法意

义上的美术作品，故高缔公司对涉案图案不享有著作权，酷沃公司在其网店销售涉案商品并未侵权。高缔公司与酷沃公司均在网店销售相同图案的瓷砖贴产品，明显存在直接的竞争关系，高缔公司在明知自身缺乏著作权权利基础的情况下进行投诉，其行为具备较为明显的可责性。高缔公司利用阿里巴巴平台的投诉规则，影响作为直接竞争对手的酷沃公司的正常经营，以此侵夺原告的交易机会，获取不当的利益，扰乱了市场竞争秩序，构成不正当竞争。义务市法院在综合考虑涉案侵权行为的性质、情节及酷沃公司为维权支付的合理开支等因素的基础上，判决高缔公司赔偿酷沃公司经济损失及合理费用 80000 元。

- **裁判规则：**被投诉方已提供权利证明，投诉方应更加谨慎审查自身的权利基础，明确知悉自己的权利基础存在重大瑕疵，仍未及时主动撤回投诉，损害被投诉方利益的，构成不正当竞争。

不正当竞争

案例 9：越用越有商行与青岛市监局不正当竞争行政纠纷案

- **法院：**山东省高级人民法院
- **案号：**（2022）鲁行终 674 号
- **上诉人（一审原告）：**平度市越用越有调味品批发商行
- **被上诉人（一审被告）：**青岛市市场监督管理局
- **一审第三人：**青岛啤酒股份有限公司
- **案由：**不正当竞争行政纠纷
- **案情简介：**青岛啤酒股份有限公司（以下简称青岛啤酒公司）是核定使用在第 32 类啤酒商品上的第 6026949 号“”商标的商标权人。2021 年 5 月，青岛啤酒公司投诉举报平度市越用越有调味品批发商行（以下简称越用越有商行）经营

“青麒麟特制啤酒”（以下简称涉案产品）与青岛啤酒公司的 500ml 易拉罐装青岛啤酒经典款包装、装潢近似，构成不正当竞争行为。青岛市市场监督管理局（以下简称青岛市监局）对越用越有商行进行执法检查并组织听证会，认定其销售的涉案产品构成擅自使用与他人有一定影响的包装、装潢相同或者近似的标识的不正当竞争混淆行为，违反《反不正当竞争法》第六条第一款规定，并作出没收啤酒与罚款的行政处罚决定。

越用越有商行不服前述行政处罚决定，起诉至青岛市中级人民法院（以下简称青岛中院）。青岛中院经审理认为，越用越有商行经营的涉案产品的包装与第三人青岛啤酒公司“500ml 易拉罐装青岛啤酒经典款”外包装近似，结合该产品为快消产品的属性，容易造成相关公众的混淆，构成不正当竞争。关于越用越有商行诉称其作为涉案商品的销售者，在进货时对相关进货手续进行了严格的审核，但其提交的证据不足以证明其已经尽到了合理的注意义务。故青岛中院认定青岛市监局的行政处罚合法，并据此驳回起诉。

越用越有商行不服一审判决，上诉至山东省高级人民法院（以下简称山东高院）。山东高院经审理认为，根据《反不正当竞争法》第二条、第六条、第十八条及《关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定》第九条的规定，将销售者擅自销售仿冒知名商品特有名称、包装、装潢的商品行为列为不正当竞争的内容予以禁止，在其明知或应知时与生产者有着同样的处罚。青岛啤酒公司“500ml 易拉罐装青岛啤酒经典款”具有显著的区别性特征，且经大量的推广和使用，在市场上具有一定知名度，系有一定影响的商品包装、装潢。越用越有商行销售的涉案产品的包装与“500ml 易拉罐装青岛啤酒经典款”外包装相比较，除跑道图形内部花纹、字样、跑道图形中间部分商标、罐体侧面文字内容略有不同外，无论是罐体的整体色彩搭配，还是具体细节的设计排列，二者产品设计特征近似，容易造成相关公众的混淆。青岛市监局对已被投诉的越用越有商行进行执法检查时，越用越有商行称因“绿罐”产品好卖而多次进货，可见越用越有商行对其销售的商品系仿冒知名商品特有的名称、包装、装

潢的商品是明知的，其实施的“混淆行为”违反了《反不正当竞争法》规定，依法应予处罚。因此山东高院维持一审判决，驳回越用越有商行的上诉请求。

- **裁判规则：**《反不正当竞争法》中作为实施“混淆行为”主体的“经营者”，既包括从事商品生产的生产者也包括从事商品经营的销售者或者提供服务者；经营者在明知或应知销售的商品系仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的商品时，其实施的“混淆行为”依法应予处罚。

青島

涉案商标

案例 10：薪得付公司与佩琪公司虚假宣传纠纷案

- **法院：**上海知识产权法院
- **案号：**（2020）沪 73 民再 1 号
- **再审申请人（一审原告、二审上诉人）：**薪得付信息技术（上海）有限公司
- **被申请人（一审被告、二审被上诉人）：**上海佩琪信息技术有限公司
- **案由：**虚假宣传纠纷
- **案情简介：**薪得付信息技术（上海）有限公司（以下简称薪得付公司）是基于 SaaS 模式和云服务的一站式人力资源管理服务公司，为企业的人力资源管理提供数据整合等服务。薪得付公司认为，由薪得付公司原职工担任法定代表人的上海佩琪信息技术有限公司（以下简称佩琪公司）自称系专注于 HR 云平台和一站式人力资源外包服务的提供商，将原薪得公司的客户即 SAP 公司、万国长安公司、万国数据公司宣传为自己的合作伙伴，宣称 DOW 公司系其提供服务的典型案例，还宣称 300 多个城市 30 多个行业的 2000 多家跨国企业和本地大型企业提供人力资源服务，所述不实。薪得付公司与佩琪公司均以软件平台和云服务的方式提供人力

资源管理服务，存在直接竞争关系，佩琪公司作出上述不实宣传显属恶意且会扰乱竞争秩序，损害了薪得付公司的合法利益，违反了《反不正当竞争法》第九条规定，构成虚假宣传。薪得付公司遂起诉至上海市徐汇区人民法院（以下简称徐汇法院），请求判令佩琪公司立即停止涉案不正当竞争行为、消除影响、赔偿经济损失及合理开支 300 万元。徐汇法院经审理认为，薪得付公司是销售开发完成的人力资源管理软件的公司，而佩琪公司是根据客户需求提供定制的人力资源管理服务，两者并不存在直接竞争关系，不受《反不正当竞争法》规制。而且佩琪公司涉案宣传虽有不当之处，可能会引起相关公众对于佩琪公司经营能力的误解，但薪得付公司未能证明因此遭受损害，不能简单地以相关公众可能产生与薪得付公司无关的误导性后果而代替其对自身受到损害的证明责任，故驳回了薪得付公司的全部诉讼请求。

薪得付公司不服一审判决，上诉至上海知识产权法院（以下简称上海知产法院）。上海知产法院经审理认为，薪得付公司未能举证证明其系 C 公司、万国数据公司在国内唯一的合作伙伴，亦未证明其系为 DOW 公司在中国境内提供人力资源服务的唯一一家公司，而且佩琪公司宣称为多个行业、多家大型企业提供人力资源服务系对自身经营业务的夸大宣传，上述三类宣传内容中均未直接提及薪得付公司，对薪得付公司不具有针对性，薪得付公司未因涉案虚假宣传行为遭受损害。故上海知产法院驳回上诉，维持一审判决。

薪得付公司不服二审判决，向上海市高级人民法院申请再审，上海市高级人民法院指令上海知产法院再审本案。薪得付公司提交了万国数据（即北京 C 有限公司、万国数据服务有限公司）出具的两份《情况说明》作为再审新证据。上海知产法院经再审认为，需要承担民事责任的虚假宣传行为，应当具备经营者之间具有竞争关系、有关宣传内容足以造成相关公众误解、对经营者造成直接损害三个基本要件。薪得付公司与佩琪公司均是从事人力资源管理服务行业的公司，即使在具体业务上存在差别，也不可否认双方在同一行业存在竞争关系。佩琪公司在对于自己提供的人力资源服务确实做了不真实的宣传介绍，会导致相关公众的误解，使得处于同一行业的经营者在面对客户选择、市场竞争时处于劣势，直接

损害了同行业的其他经营者的利益，无论佩琪公司在宣传中有没有提及或者暗示薪得付公司的存在，薪得付公司作为同业经营者中的一员，也属于这种泛主体不正当竞争行为的受害者。因此佩琪公司的被控侵权行为构成虚假宣传的不正当竞争，一、二审法院关于该行为的定性有误。另外，薪得付公司对于经济损失并未提交证据予以证明，故对其主张的经济损失赔偿不予支持；关于合理费用，根据薪得付公司提交的证据等酌情支持 6 万元。故上海知产法院再审判决，撤销一、二审判决，佩琪公司赔偿薪得付公司合理费用 6 万元。

- **裁判规则：**经营者之间具有竞争关系、有关宣传内容足以造成相关公众误解，即使在虚假宣传中没有提及或暗示某一具体主体，但该虚假宣传行为足以对泛主体经营者造成损害的，应当认定构成不正当竞争。

垄断类

案例 11：体娱公司与中超公司等滥用市场支配地位纠纷案

- **法院：**最高人民法院
- **案号：**（2021）最高法知民终 1790 号
- **上诉人（一审原告）：**体娱（北京）文化传媒股份有限公司
- **被上诉人（一审被告）：**中超联赛有限责任公司、上海映脉文化传播有限公司
- **案由：**滥用市场支配地位纠纷
- **案情简介：**中国足球协会（以下简称中国足协）是中国足球运动的管理机构，是其管辖的各项赛事包括中国足球超级联赛（以下简称中超联赛）所产生的所有权利的所有者。中国足协授权中超联赛有限责任公司（以下简称中超公司）对中超联赛整体商务资源进行独家经营和管理。经过招投标程序，中超公司独家授权上

海映脉文化传播有限公司（以下简称映脉公司）经营中超联赛图片。体娱（北京）文化传媒股份有限公司（以下简称体娱公司）认为，中超公司、映脉公司滥用其在中超联赛图片市场的支配地位，垄断了中超联赛图片的销售权，限定交易相对人只能与映脉公司进行交易，排除了中超联赛图片市场的竞争，损害了体娱公司及其他交易相对人的合法利益。体娱公司遂起诉至上海知识产权法院（以下简称上海知产法院），请求判令中超公司和映脉公司停止滥用市场支配地位的垄断行为，赔偿经济损失及合理支出共计 600 万元。

上海知产法院经审理认为，赛事权利在性质上属于无形财产权，系包含多种权利客体和权利内容的民事权益。中超公司将中超联赛图片销售独家授予映脉公司，系对其民事权益的处分行为。映脉公司经过与其他图片机构的竞争，并支付高额合作费用获得的中超联赛图片商业化权利，亦属应受法律保护的民事权益，该民事权益本身即包含了交易相对人只能从映脉公司购买中超联赛图片的内容。而且反垄断法旨在保护竞争，而非保护竞争者，故其关注的重心并非个别经营者的利益，而是健康的市场竞争机制是否受到扭曲或者破坏。体娱公司、映脉公司系体育图片销售市场的竞争者，均参与了中超联赛官方图片合作机构的竞标，其竞争利益在竞标程序中已经得到了保障。上海知产法院据此判决驳回了体娱公司的诉讼请求。

体娱公司不服一审判决，上诉至最高人民法院。最高人民法院经审理认为，由于赛事商业权利属于一种民事权利，也是一种独占性、排他性权利，其原始权利人可以选择由本人自己行使、授权他人行使、与他人合作行使。中国足协独家授权中超公司行使足球赛事商业权利，中超公司又部分转授权映脉公司独家行使其中赛事图片经营权，均是中国足协和中超公司行使民事权利的体现。中超联赛图片需求方只能向映脉公司购买，这是基于原始经营权人中国足协依法享有专有权（垄断经营权）通过授权相应传导的结果，符合法律规定且有合理性。最高人民法院据此判决驳回上诉，维持原判。

- **裁判规则：**民事权利所呈现的独占性和排他性属于权利自身的内在属性。《反垄断法》预防和制止滥用权利以排除、限制竞争的行为，但是由权利内在的排他属

性所形成的“垄断状态”并非权利滥用行为。权利的排他性或者排他性权利本身并不是反垄断法预防和制止的对象，排他性权利的不正当行使才可能成为《反垄断法》预防和制止的对象。

案例 12：海南省市场监督管理局与盛华公司反垄断行政处罚纠纷案

- **法院：**最高人民法院
- **案号：**（2021）最高法知民终 880 号
- **上诉人（一审被告）：**海南省市场监督管理局
- **被上诉人（一审原告）：**海南盛华建设股份有限公司
- **案由：**反垄断行政处罚纠纷
- **案情简介：**海南省市场监督管理局经过调查，认定海南盛华建设股份有限公司（以下简称盛华公司）存在与具有竞争关系的经营者达成并实施固定、变更消防安全技术检测价格的协议的违法行为。故作出琼市监处[2020]38 号《行政处罚决定书》（以下简称被诉处罚决定），对盛华公司处以上一年度销售额 100734213.88 元百分之一的罚款，即罚款 1007342.13 元。盛华公司不服被诉处罚决定，起诉至海南省第一中级人民法院（以下简称海南一中院）。

海南一中院经审理认为，海南省市场监督管理局在对盛华公司进行价格垄断处罚时，将盛华公司开展其他正常业务未实施价格垄断行为所取得的销售收入与实施垄断协议取得的销售收入共计 100734213.88 元一并作为处罚基数来计算处罚金额，属于对 2007 年《反垄断法》第四十六条第一款中“上一年度销售额”的错误理解。海南一中院据此判决撤销被诉处罚决定，责令海南省市场监督管理局重新作出处理。

海南省市场监督管理局不服一审判决，上诉至最高人民法院。最高人民法院经审理认为，海南省市场监督管理局作出该罚款处罚时，已经考虑盛华公司达成并实施垄断协议的主观意愿不强、部分检测业务未严格按照垄断协议执行等较轻

违法情节，但是盛华公司垄断业务一年的相关销售额已达 939218.43 元，且该违法行为持续时间超过两年。综合考虑最终处罚数额应当包含没收违法所得和罚款两项处罚，并结合涉案垄断行为的危害性及持续时间等因素，上述处罚结果在反垄断行政处罚的法定幅度内，符合《反垄断法》预防和制止垄断行为的立法目的，也并未明显违反过罚相当原则。最高人民法院据此判决撤销一审判决，驳回盛华公司的诉讼请求。

- **裁判规则：**在对 2007 年《反垄断法》第四十六条第一款规定的“上一年度销售额”进行解释时，不仅要符合《反垄断法》预防和制止垄断行为的立法目的，还要综合考虑垄断行为的危害程度、经营者的主观恶意、经营者在违法行为中所处的地位和作用。

案例 13：震雄公司与高思公司横向垄断协议纠纷案

- **法院：**广州知识产权法院
- **原告：**广州震雄装饰工程有限公司
- **被告：**广州高思贸易有限公司
- **案由：**横向垄断协议纠纷
- **案情简介：**广州震雄装饰工程有限公司（以下简称震雄公司）为广州高思贸易有限公司（以下简称高思公司）关于灯箱广告的供应商，高思公司委托震雄公司对其设计开发的产品进行加工。震雄公司和高思公司于 2016 年和 2018 年签订两份《保密协议》，其中第 13 条约定“（a）本人（即震雄公司）不会（无论是直接或间接）自行或代表其他人士或实体；（b）从高思公司的任何顾客或客户招揽或试图招揽业务（与高思公司日常提供的货物及服务种类无关的业务除外）”。震雄公司和高思公司于 2017 年签订《制造和供应协议》，其中第 3.3 条约定“供应商（震雄公司）可向其他客户提供类似服务，前提是此类服务的提供不得与向买

方（高思公司）提供的产品或服务构成竞争或冲突”；第 20 条为“不竞争条款”；第 21 条约定“于本协议有效期内至此后十（10）年期间，任一方均不得直接或间接招揽、拉拢或带走或试图招揽、拉拢或带走对方的业务、客户或商户”（上述所有条款以下简称涉案条款）。震雄公司认为，涉案条款属于 2007 年《反垄断法》第十三条第一款第（三）项规定的“分割销售市场”类禁止性横向垄断协议，违反了涉及市场秩序的效力性强制性规定，应当被认定为无效。震雄公司遂起诉至广州知识产权法院（以下简称广州知产法院），请求依法确认上述涉案条款均为无效。

广州知产法院经审理认为，震雄公司与高思公司自 2016 年至 2018 年在餐饮行业灯箱广告、标识标牌等产品上存在事实履行的买家与供应商之间的关系，完成了包括麦当劳在内的多家商家的产品。再结合双方于 2016 年、2018 年所签订的《保密协议》以及 2017 年签订的《制造和供应协议》的内容，震雄公司与高思公司在上述协议中所存在的是供应商与买家之间上下游的纵向关系而非横向关系，不属于 2007 年《反垄断法》第十三条第一款第（三）项规定的“分割销售市场”类禁止性横向垄断协议。广州知产法院据此判决驳回了震雄公司的诉讼请求。

- **裁判规则：**在反垄断审查中，应当根据协议主体是否位于商业活动链条的同一经济层面或商业环节来区分诉争的协议属于横向协议还是纵向协议，如果协议主体位于同一经济层面或同一商业环节，则认为协议主体之间具有横向关系；如果协议主体位于商业活动链条的不同层面或环节，则认为协议主体之间具有纵向关系。

其他

案例 14：施恺与网鱼公司特许经营合同纠纷案

- 法院：上海知识产权法院
- 案号：（2021）沪 73 民终 347 号
- 上诉人（一审原告）：施恺
- 被上诉人（一审被告）：上海网鱼信息科技有限公司
- 案由：特许经营合同纠纷
- 案情简介：上海网鱼信息科技有限公司（以下简称网鱼公司）与施恺签订特许经营合同（以下简称涉案合同）。网鱼公司系“网鱼网咖”中国境内特许经营体系授权及管理的提供者，施恺经网鱼公司授权非独占性地使用“网鱼网咖”品牌。网鱼公司推出“鱼乐卡”制度后，施恺多次停止售卖“鱼乐卡”，其间网鱼公司多次向施恺发函警告无效，网鱼公司遂向施恺发送《解约函》。施恺认为网鱼公司无擅自单方面解除合同的权利，其擅自停止网咖管理系统的行为影响其门店的正常经营，遂起诉至上海市徐汇区人民法院（以下简称徐汇法院），请求判令网鱼公司赔偿经济损失 4154.63 元，并返还强制收取的鱼乐卡售卖费用 76109.25 元。徐汇法院经审理认为，根据网鱼公司向加盟商发送的《“鱼乐卡”销售告知函》、《鱼乐卡制度》及微信公众号发布的《鱼乐卡购买协议》，“鱼乐卡”相关内容属于会员制度。会员在“鱼乐卡”中充值并消费的款项与单独就该卡支付的卡费不同，前者系双方合作以来一贯列入特许经营使用费计算基数之内的营业收入，而后者系“鱼乐卡”制度推出后新产生的收入，此前双方并未就该收入的分配进行过约定。施恺实际履行了该项目并在明知“鱼乐卡”的销售及结算的情况下，从未就该项目的结算方式及分成比例向网鱼公司提出异议，系以实际履行行为认可了“鱼乐卡”的销售模式及分成比例。施恺擅自停止销售“鱼乐卡”，并且在网鱼公司多次催促履行的情况下仍未恢复销售，违反涉案合同约定，徐汇法院据此驳回施恺的诉讼请求。

施恺不服一审判决，上诉至上海知识产权法院（以下简称上海知产法院）。上海知产法院经审理认为，首先，“鱼乐卡”制度本质上是一种促销活动，根据涉案合同约定，施恺有义务参加此类活动；其次，应当判断具体的促销活动是否对被特许人的利益产生实质影响，是否违背从事特许经营活动及合同履行所应当遵循的自愿、公平、诚实信用的原则，本案中尚不足以证明该制度对施恺的利益造成了损害；最后，施恺以实际履行的方式同意了“鱼乐卡”销售金额的分成比例。上海知产法院据此判决驳回上诉，维持原判。

- **裁判规则：**特许经营合同约定被特许人有义务参加特许人开展的促销活动，且该活动不损害被特许人利益的，被特许人未开展该促销活动的，构成违约，应当承担违约责任。

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