

中国知识产权审判 动态跟踪

(第 81 期)

北京隆诺律师事务所

2023 年 5 月 10 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：2023年4月18日～2023年5月10日

本期案例：7个

目 录

案例 1：戴森公司与小狗吸尘器公司等侵害外观设计专利权纠纷案 ...	4
案例 2：泸州老窖公司与泸州老窖公司等侵害商标权纠纷案	7
案例 3：抖音公司与今日油条公司等侵害商标权纠纷案	9
案例 4：赛饰公司与弘宇公司等侵害商标权纠纷案	11
案例 5：魔法公司与杭州某网络公司著作权侵权及不正当竞争案	14
案例 6：正午阳光公司与北京叁零壹文化公司等著作权侵权纠纷案 ..	15
案例 7：阿飞公司与某易公司侵害作品信息网络传播权纠纷案	18



专利类

案例 1：戴森公司与小狗吸尘器公司等侵害外观设计专利权纠纷案

- 法院：北京市高级人民法院
- 案号：（2021）京民终 16 号
- 上诉人（一审被告）：北京小狗吸尘器集团股份有限公司、北京香橙科技有限公司、北京中芯线科技有限公司
- 被上诉人（一审原告）：戴森技术有限公司
- 案由：侵害外观设计专利权纠纷
- 案情简介：戴森技术有限公司（简称戴森公司）系名称为“吸尘器部件”、专利号为 201430281733.8 号外观设计专利（以下简称涉案专利）的专利权人。戴森公司认为，北京小狗吸尘器集团股份有限公司（简称小狗吸尘器公司）、北京香橙科技有限公司、北京中芯线科技有限公司（以下统称小狗吸尘器公司等）生产、销售、许诺销售侵害涉案专利权的被诉侵权产品，故诉至北京知识产权法院（北京知产法院），请求判令小狗吸尘器公司等停止生产、销售、许诺销售被诉侵权产品，小狗吸尘器公司赔偿戴森公司经济损失人民币 50 万元及合理支出 85317 元。

北京知产法院经审理认为，被诉侵权产品与涉案专利均为吸尘器的地刷头，属于相同种类产品，两者均由刷体和接管构成，其中刷体分前后两部分，前部为直径较大的滚筒状毛刷等。此类产品的整体形状相对于其他部位容易被一般消费者直接观察到，且在案证据不能证明该整体形状属于此类产品的惯常设计，被诉侵权产品与涉案专利的整体形状基本相同，对整体视觉效果具有显著影响。虽然被诉侵权产品与涉案专利在后刷体的凸起及上盖透明程度、斜纹倾斜角度、凸耳形状等方面有所区别，但均属局部细微的设计变化，属于一般消费者在正常使用产品时通常不会特别施加注意力或不容易直接观察到的部位，故其对此类产品的整体视觉效果影响较小。综合考虑二者的



外观设计特征及其对整体视觉效果的影响，被诉侵权产品与涉案专利的整体视觉效果无实质性差异，构成近似的外观设计。因此，被诉侵权产品落入涉案专利权的保护范围。北京知产法院综合考量小狗吸尘器公司的侵权获利及涉案专利贡献率等因素判决小狗吸尘器公司等停止侵权，小狗吸尘器公司赔偿戴森公司经济损失 50 万元及合理开支 85317 元。

小狗吸尘器公司等不服一审判决，上诉至北京市高级人民法院（以下简称北京高院）。戴森公司补充提交了多项现有设计证据。北京高院经审理认为，根据戴森公司提供的现有设计证据可知，虽然涉案专利产品吸尘器地头所具有的由刷体和接管构成、刷体上部加盖、接管为内外套管构造等设计特点在现有设计中已有所体现，但是在整体轮廓及各部件间的连接方式、大小比例、相对位置等方面，外观特点各异、设计风格多样，可推定地刷头的设计空间较大。考虑到被诉侵权产品使用的外观设计与涉案专利的相同点展示了吸尘器地刷头产品的整体视觉效果，亦为一般消费者所容易观察到的部位；而两者的不同点要么所占面积较小、形状细微变化，不易被一般消费者所察觉，要么不会对二者的整体视觉效果产生实质性影响。据此，被诉侵权产品使用的外观设计与涉案专利属于相似外观设计，落入涉案专利的保护范围。

小狗吸尘器公司等主张北京知产法院认定被诉侵权产品与涉案专利的“后刷体凸沿、刷体表面斜纹、通风格栅”等不同点为“局部设计变化”“一般消费者不容易直接注意到”与事实不符，其理由是该不同点在涉案专利无效案件中，经与在案的在先设计对比后，被国家知识产权局认定为对于现有设计的区别特征，并据此维持了涉案专利有效。北京高院认为，由于检索数据库对现有设计的收录差异、专利权人或无效请求人的检索能力局限等因素，一般不宜将某一具体的无效审查决定中确定的涉案外观设计相对于某一具体对比文件相比较得到的区别特征直接认定为对外观设计整体视觉效果产生显著影响的区别特征。戴森公司在二审诉讼过程中提交的大量的现有设计表明，涉案专利刷体及接管的整体形状以及刷体前后部位、前后刷体连接



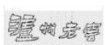
部位的具体形状等亦为区别于现有设计的设计特征，而被诉侵权产品的刷体及接管的整体形状以及刷体前后部位、前后刷体连接部位的具体形状与涉案专利构成实质性相似。北京知产法院认定被诉侵权产品构成侵权并无不当，北京高院据此判决驳回上诉，维持原判。

- **裁判规则：**《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》第十一条第二款中规定授权外观设计区别于现有设计的设计特征相对于授权外观设计的其他设计特征通常对外观设计的整体视觉效果更具有影响，此处的“区别特征”是指在充分检索现有设计的基础上确定的权利外观设计的创新性特征。由于检索数据库对现有设计的收录差异、专利权人或无效请求人的检索能力局限等因素，一般不宜将专利权人在简要说明中声称的“设计要点”或者某一具体的无效审查决定中确定的权利外观设计与某一具体对比文件相比较得到的区别特征直接认定为前述司法解释中的“区别特征”，从而认定该设计特征对被诉侵权产品整体设计具有显著影响。



商标类

案例 2：泸州老窖公司与泸州老窖公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

- 法院：四川省高级人民法院
- 上诉人：泸州老窖股份有限公司
- 被上诉人：泸州老窖股份有限公司
- 一审被告：孔某某、新乡兰艾生物科技有限责任公司
- 案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷
- 案情简介：泸州老窖股份有限公司（以下简称泸州老窖公司）是核定使用于第 33 类含酒精饮料（啤酒除外）商品上的第 915682 号“”、第 915681 号“”注册商标（以下统称涉案注册商标）的权利人，其“泸州老窖特曲 80 版”老窖酒（以下简称涉案商品）具有特有的包装、装潢。2021 年起，泸州老窖公司发现由泸州老窖股份有限公司（以下简称泸州老窖公司）生产，与新乡兰艾生物科技有限责任公司（以下简称兰艾科技公司）、孔某某一同销售的“泸州老窖窖藏、团结、特曲 80”等九款白酒产品均在内外包装上突出使用“”或“”标识（以下简称被诉侵权标识），且“泸州老窖窖藏、团结、特曲 80”等五款白酒均使用了与涉案商品近似的包装、装潢，容易使消费者混淆或误认。泸州老窖公司遂以侵犯注册商标专用权及构成不正当竞争为由，诉至泸州市中级人民法院（以下简称泸州中院）。

泸州中院经审理认为，泸州老窖公司、孔某某、兰艾科技公司的行为构成侵害商标权和不正当竞争，判决承担停止侵权、赔偿损失等民事责任，泸州老窖公司赔偿泸州老窖公司经济损失及合理开支共计 260 万元，孔某某在 96 万元的范围内承担连带赔偿责任，兰艾科技公司赔偿经济损失及合理开支共计 20 万元。



泸州老窖公司不服一审判决，上诉至四川省高级人民法院（以下简称四川高院）。四川高院经审理认为，关于是否构成商标侵权，泸州老窖公司依法注册涉案注册商标，应受法律保护。涉案注册商标经过长期宣传和使用，在市场上享有广泛知名度和影响力。泸州老窖公司在被诉九款产品的内外包装上均突出使用被诉侵权标识，构成商标性使用。被诉九款产品上使用的被诉侵权标识与泸州老窖公司的涉案注册商标比对，均由四个字组成，其中“老窖”和“泸”字均使用与涉案注册商标字形近似的繁体，呼叫、文字构成近似，二者核定使用商品均为酒类，被诉侵权标识与涉案注册商标亦在视觉上基本无差别，容易导致混淆。因此，泸州老窖公司生产、销售被诉商品的行为侵害了泸州老窖公司的涉案注册商标专用权。关于是否构成不正当竞争，涉案商品系泸州老窖公司“泸州老窖”系列酒之一，其酒瓶总体造型为方瓶、圆底、两侧有麦穗，该包装自二十世纪八十年代使用至今，2018年获得外观设计专利，经过泸州老窖公司多年的宣传使用及广告投入，具有显著性，属于反不正当竞争法规定的具有一定影响的商品包装、装潢，应当受到法律保护。而泸州老窖公司的泸州老窖团结酒、喜庆酒外观设计专利于2021年取得，晚于涉案商品的包装、装潢及其外观设计专利。泸州老窖公司生产的“泸州老窖窖藏、团结、原浆酒、喜庆酒、特曲80”五款酒均使用了与涉案商品近似的包装、装潢，容易使相关公众混淆，构成不正当竞争。综上，泸州老窖公司明知涉案注册商标享有较高知名度，且其在申请“瀘牌”等商标被驳回的情况下，仍继续生产、销售涉案被诉侵权产品，侵权规模较大，侵权恶意较为明显。泸州中院结合泸州老窖公司为制止侵权行为所产生的差旅、公证、律师费等合理开支事实，依法确定泸州老窖公司赔偿泸州老窖公司经济损失及合理开支共计260万元，并无不当。因此，四川高院判决驳回上诉，维持原判。

涉案商标	被诉侵权标识
	

案例 3：抖音公司与今日油条公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

- 法院：广州知识产权法院
- 案号：（2020）粤 73 民初 2332 号
- 原告：北京抖音信息服务有限公司
- 被告：河南今日油条餐饮管理有限公司、赵亚东、河南烧烤者食品有限公司
- 案由：侵害商标权及不正当竞争纠纷
- 案情简介：北京抖音信息服务有限公司（以下简称抖音公司）是核定使用在第 9 类已录制的计算机程序、电脑软件等商品上的第 11752793 号“今日头条”、第 13563638 号“头条”商标，以及第 38 类信息传送、通过互联网提供信息传送等服务等服务上的第 23130298 号“头条”、第 23130299 号“今日头条”商标（以下统称涉案商标）的商标权人。抖音公司认为，赵亚东注册的个体工商户今日油条早餐店为河南今日油条餐饮管理有限公司（以下简称今日油条公司）开设的直营店，其在餐馆招牌、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、宣传材料等多处大量使用“头条”“今日油条”商标（以下统称被诉侵权标识）以及今日油条公司、今日油条早餐店、河南烧烤者食品有限公司（以下简称烧烤者公司）在广州国际餐饮连锁加盟展览会为“今日油条”项目进行招商宣传等行为，构成对抖音公司涉案商标专用



权的侵害及不正当竞争，遂起诉至广州知识产权法院（以下简称广州知产法院），请求判令今日油条公司、赵亚东、烧烤者公司停止商标侵权及不正当竞争行为；在报刊、网站及微信公众号上刊登声明消除影响；赔偿经济损失及合理支出 200 万元。

广州知产法院经审理认为，被诉侵权标识与涉案商标在文字构成、读音、含义、背景图案等方面存在区别，且被诉侵权标识使用的食品商品及餐饮服务与涉案商标核定使用的商品或服务在功能、用途、服务目的、内容等区别明显，在生产部门、销售渠道、服务场所等亦存在较大差异，相关公众施以一般注意力可将被诉侵权标识与涉案商标加以区分，在案证据未能证明今日油条公司等具有混淆故意或已造成相关公众实际混淆，故不构成商标侵权。

抖音公司还主张涉案商标构成驰名商标，今日油条公司等构成对其驰名商标的侵权，规制在不相同不类似的商品或服务类别上对驰名商标混淆或淡化的行为。广州知产法院认为，涉案商标的显著识别部分“头条”“今日头条”文字属于通用词汇，其使用在新闻资讯领域固有显著性较弱，即使认为涉案商标经抖音公司使用在计算机软件或互联网提供信息传送服务等商品服务上，具备了相当程度的获得显著性，其在与资讯类交易环境完全不同的其他领域亦不能对该通用词汇的使用进行垄断。被诉侵权标识与涉案商标并不相同或近似，其同样是将公有领域的通用词汇进行组合。而且，被诉侵权标识与涉案商标分别使用在完全不同的领域与市场，相关公众不易对二者之间的关系产生联想。从而，使用被诉侵权标识的行为不存在削弱涉案商标与所使用的商品或服务之间的联系，不存在弱化驰名商标的情形。同时，被诉侵权标识也不存在贬损涉案商标的情形，以及不正当利用驰名商标的市场声誉的情形。据此，即使涉案商标可以被认定为驰名商标，被诉侵权标识的使用行为不能认定为对涉案商标的侵害，故没有审查涉案商标是否构成驰名商标的必要性。此外，抖音公司也未能证明被诉行为扰乱市场秩序，损害其他经营者或者消费者的合法权益，故不构成不正当竞争。广州知产法院据此判决驳回抖音公司的诉讼请求。

- **裁判规则：**在权利人主张其商标构成驰名商标，主张被诉侵权标识在不相同或不类似商品或服务类别使用近似标识构成侵权时，应考虑权利商标的固有显著性与获得显著性的程度，相关公众对两者标识的联系程度，两者标识所在的商品服务类别与市场领域等，判断被诉侵权标识的使用是否弱化了驰名商标。若在假设权利商标构成驰名商标情形下仍不构成侵权，则可以认为没有审查权利商标是否驰名商标的必要性。

被诉侵权标识	涉案商标
 今日油条	今日头条   今日头条

案例 4：赛饰公司与弘宇公司等侵害商标权纠纷案

- **法院：**北京市海淀区人民法院
- **案号：**（2021）京 0108 民初 6194 号
- **原告：**赛饰贸易（上海）有限公司
- **被告：**莱州市弘宇工艺品有限公司、北京微播视界科技有限公司
- **案由：**侵害商标权纠纷案
- **案情简介：**赛饰贸易（上海）有限公司（以下简称赛饰公司）系核定使用于第 18 类箱子、手提包等商品上的第 4378441 号“AGATHA”商标、第 4378446 号“”商标（以下统称涉案商标）的独占许可人，有权单独对侵害涉案商标的行为进行



维权。赛饰公司发现，莱州市弘宇工艺品有限公司（以下简称弘宇公司）通过其在北京微播视界科技有限公司（以下简称微播公司）的“抖音直播”平台运营的抖音账号进行直播并销售带有涉案商标标识的两款手提包（以下简称被诉侵权商品），认为弘宇公司侵害其涉案商标权利，微播公司作为平台运营商未尽合理注意义务，就此起诉弘宇公司及微播公司至北京市海淀区人民法院（以下简称海淀法院），请求判令弘宇公司及微播公司共同赔偿其经济损失 30 万元及合理开支 10598 元。

海淀法院经审理认为，弘宇公司销售被诉侵权商品，侵害了商标专用权。关于微播公司是否需就弘宇公司的侵权行为承担连带责任问题，海淀法院基于微播公司运营的抖音平台中用户可以开通“商品橱窗”功能在其抖音帐号中进行直播展示和销售商品，平台直播界面中既有主播直播画面亦显示了涉案商品的名称、价格、买家评价等信息，且用户可以在抖音平台直接进入商品页面或查询订单信息并需在抖音平台进行操作才能完成购物等因素，认定微播公司系电子商务平台经营者。海淀法院进而依据该平台设有专门的知识产权条款、列明了禁止分享的商品目录、公示了对主播违规行为的不同处理方式、企业需上传营业执照等相关信息并经审核通过后才可进行直播营销等规定，认定微播公司尽到了合理注意义务。被诉侵权商品信息中无涉案商标，因此微播公司亦不具备事前知晓被诉行为的可能。赛饰公司未在诉讼前就被诉行为向微播公司发出通知，微播公司对被诉行为不构成明知。且考虑到微播公司在接收诉讼材料后主动提供销售商信息、涉案商品已无法在抖音平台中展示等因素，微播公司已尽合理注意义务，无需承担连带责任。海淀法院最终判决弘宇公司赔偿赛饰公司经济损失 30 万元及合理开支 10598 元。

■ 裁判规则：

1. 互联网直播平台、互联网音视频平台等网络服务提供者为用户提供网络直播营销服务，为交易各方实际提供的服务属于在电子商务中为交易各方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动，且



仅提供自动接入、自动传输、信息存储空间、搜索、链接、文件分享技术等网络服务的，该网络服务提供者主张未直接提供被诉侵权商品的，应予支持。

2. 电子商务平台经营者建立了直播帐号、商品和服务相关规范等机制，制定并公开了网络直播营销管理等规则，履行了对直播商家的审核义务，建立了知识产权保护规则，建立健全了投诉、举报机制，及时对违法违规内容采取必要处置措施，提供必要证据等支持的，可以认定该网络平台经营者已尽合理注意义务，无需就平台内经营者的侵权行为承担连带责任。



著作权

案例 5：魔法公司与杭州某网络公司著作权侵权及不正当竞争案

- **法院：**杭州互联网法院
- **原告：**魔法（上海）信息科技有限公司
- **被告：**杭州某网络公司
- **案由：**侵害著作权及不正当竞争纠纷案
- **案情简介：**魔法（上海）信息科技有限公司（以下简称魔法公司）应用人工智能技术打造了超写实虚拟数字人 Ada，于 2019 年发布并在视频网络平台发布两段介绍视频，分别用于介绍 Ada 的场景应用和记录真人演员徐某与 Ada 的动作捕捉画面。魔法公司发现，2022 年 7 月杭州某网络公司通过短视频社交平台发布的两段虚拟数字人课程的营销视频（以下简称被诉侵权视频）使用了魔法公司已发布的视频内容，并在片头片尾替换有关标识，其中一段视频还添加有杭州某网络公司的注册商标，并将其他虚拟数字人名称写入视频标题。魔法公司认为，上述行为侵害其对美术作品、视听作品的信息网络传播权，侵害录像制作者及录像制品中表演者的信息网络传播权，并构成虚假宣传的不正当竞争行为，遂起诉至杭州互联网法院，请求判令杭州某网络公司消除影响并赔偿经济损失及合理开支共计 50 万元。杭州某网络公司辩称，魔法公司不享有相关权利，其行为不构成侵权，且未因发布被诉侵权视频而实际获利。

杭州互联网法院经审理认为，涉案虚拟数字人 Ada 系真人驱动型虚拟数字人，虚拟数字人作为一种人工智能技术的具体应用和多个技术领域的集合产物，其本身运行的既定算法、规则以及所获得的运算能力和学习能力，均体现了开发设计者的干预和选择，在某种程度上仅是作者进行创作的工具，不具有作者身份。虚拟数字人不是自然人，即使人工智能生成的内容具有独



创性，能够构成具体类型的作品，也不归属于虚拟数字人。真人驱动型虚拟数字人所作的“表演”实际上是对真人表演的数字投射、数字技术再现，其并非《著作权法》意义上的表演者，不享有表演者权，也不享有视听作品的著作权或录像制作者的邻接权。虚拟数字人 Ada 的表现形式借鉴了真人的体格形态，同时又通过虚拟美化的手法表达了作者对线条、色彩和具体形象设计的独特的美学选择和判断，符合作品独创性的要求，构成美术作品。使用 Ada 形象的相关视频分别构成视听作品和录像制品。魔法公司享有上述作品的财产性权利及录像制作者权。虚拟数字人 Ada 由徐某真人驱动，其神态、动作都是徐某的数字投射，而并非在徐某的表演基础上所产生的新的表演，徐某符合《著作权法》中的表演者的相关规定，且徐某为魔法公司的员工，其表演属于职务表演，结合双方书面约定，应当由魔法公司享有表演者权中的财产性权利。杭州某网络公司发布的两段被诉侵权视频构成了对视听作品信息网络传播权和美术作品、录像制作者及表演者的信息网络传播权的侵害。杭州某网络公司借用虚拟数字人 Ada 的视频，为其虚拟数字人课程引流，并对魔法公司有关标识的信息内容进行删减并替换为课程营销信息或自身商标，影响消费者理性决策，扰乱了市场秩序，直接损害魔法公司的商业利益，构成不正当竞争的虚假宣传行为。杭州互联网法院认定杭州某网络公司构成著作权侵权及不正当竞争，需承担相应的民事责任，据此判决其消除影响并赔偿经济损失及合理开支共计 12 万元。

- **裁判规则：**真人驱动型虚拟数字人所进行的“表演”实际上是对真人表演的数字投射、数字技术再现，虚拟数字人并非《著作权法》意义上的表演者，不享有表演者权，也不享有视听作品的著作权或录像制作者的邻接权。而真人驱动型虚拟数字人中的真人符合《著作权法》中表演者的相关规定，应由其享有表演者权。

（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）



案例 6: 正午阳光公司与北京叁零壹文化公司等著作权侵权及不正当竞争纠纷案

- 法院：上海市杨浦区人民法院
- 案号：（2021）沪 0110 民初 17435 号
- 原告：东阳正午阳光影视有限公司
- 被告：北京叁零壹文化传播有限公司、梁某某、上海汉涛信息咨询有限公司
- 案由：著作权侵权及不正当竞争纠纷
- 案情简介：东阳正午阳光影视有限公司（以下简称东阳公司）经授权获得《琅琊榜》第二版小说（以下简称涉案小说）独家的根据小说的作品内容开发桌面游戏、主题公园等衍生品，以及其他与小说衍生开发相关的著作权等权利，并有权在授权范围内开展各种维权活动并收取赔偿款项。北京叁零壹文化传播有限公司（以下简称叁零壹公司）未经授权在“301·沉浸式超级密室·轰趴馆”店铺中销售名为“琅琊榜之权谋天下”的密室主题（以下简称涉案密室主题），并通过上海汉涛信息咨询有限公司（以下简称汉涛公司）经营的大众点评、美团平台进行宣传和销售。东阳公司认为，叁零壹公司将小说任务角色、故事背景等以道具卡、背景录音播放等形式呈现，将含有涉案小说内容的密室主题以有偿方式供消费者体验，将小说改编为互动沉浸式戏剧作品并让消费者及演员通过扮演互动等方式对剧情进行呈现，侵害了其复制权、发行权、改编权和表演权；并且叁零壹公司在涉案密室的名称、宣传百宝、装潢上使用“琅琊榜”标识，利用涉案作品“琅琊榜之权谋天下”的好评及影响力吸引玩家对修改后的密室主题进行消费，构成不正当竞争。东阳公司遂起诉至上海市杨浦区人民法院（以下简称上海杨浦法院），请求判令三被告立即停止侵害涉案小说著作权的行为以及不正当竞争行为、消除影响、赔偿经济损失 300 万元及合理费用 5 万元。

上海杨浦法院经审理认为，涉案密室主题系根据一定的故事剧情，提供机关或实景场地等，供玩家之间互动或者玩家与工作人员互动的体验活动，应属于东



阳公司享有的授权范围，东阳公司可以据此提起侵权诉讼。在保留原作品基本表达的情况下对原作品进行演绎再创造，才属于《著作权法》意义上的改编行为，如果新作品所使用的人物关系、故事安排等具体到足以构成原作品的独创性表达的情况下，新作品构成对于原作品的改编。涉案密室主题的故事背景、人物名称、身份关系与涉案小说的故事背景等内容存在实质性相似，故构成著作权侵权。叁零壹公司在其大众点评店铺内对于涉案密室主题的宣传海报、产品名称上，以及在门店内对于涉案密室主题的实景牌匾、卷轴道具上均使用了“琅琊榜”字样，并且存在以“琅琊榜”主题吸引消费者的情形，攀附意图明显，构成擅自使用他人有一定影响的商品名称的不正当竞争行为。梁某某是叁零壹公司的唯一股东及法定代表人，但无证据证明其以个人意志与叁零壹公司共同实施侵权行为，汉涛公司作为“大众点评”和“美团”网络平台的经营者，未参与任何实际经营活动，也不存在明知涉案密室主题侵权仍实施帮助宣传推广等行为，故叁零壹公司、梁某某、汉涛公司不构成共同侵权。梁某某作为叁零壹公司的唯一股东兼法定代表人，其个人账户应当区别于公司账户，但涉案密室的租赁、装修及员工工资等支出和收入均使用梁某某的个人账户而非公司账户，两者构成财产混同，梁某某在不能证明公司财产独立于自己财产的情况下，应当对叁零壹公司债务承担连带责任。上海杨浦法院据此判决叁零壹公司停止侵害涉案小说的改编权，停止对于涉案名称的不正当竞争行为，消除不良影响，并赔偿东阳公司经济损失及合理开支共计 105 万元，梁某某承担连带责任。

- **裁判规则：**未经许可将文字作品改编为桌面游戏或其他衍生作品，该衍生作品体现的角色设置、人物关系以及由此展开的故事主线、情节推演等作为一个整体与原作品构成实质性相似的，即使表现形式不同，仍应认定该衍生作品使用了原作品的具有独创性表达的内容，侵害了著作权人对原作品享有的改编权。



案例 7：阿飞公司与某易公司侵害作品信息网络传播权纠纷案

- **法院：**成都高新技术产业开发区人民法院
- **原告：**阿飞公司
- **被告：**某易公司
- **案由：**侵害作品信息网络传播权纠纷
- **案情简介：**阿飞公司于 2021 年 12 月 1 日在其运营的芝麻网上发布《好好的古玩行：就这样被玩坏了》（以下简称涉案文章），全文共 868 字，并署名作者为其公司法定代表人王某某。阿飞公司认为，某易网于次日发布的《好好的古玩行业：就这样被玩坏了》（以下简称被诉侵权文章）侵害了涉案文章的信息网络传播权，遂起诉至成都高新技术产业开发区人民法院（以下简称高新法院），请求判令某易公司停止侵权并赔偿经济损失及合理开支 1 万元。

某易公司提交了相反证据，证明阿飞公司发表涉案文章前数年即有大量网络用户发布相似内容的文章，其中最早于 2017 年 4 月 15 日发布的《好好的古玩行：就这样被玩坏了》（以下简称在先作品）全文共 2271 字，总阅读量达 1450 万次。高新法院经审理认为，被诉侵权文章与涉案文章经比对仅存三处细微文字差别，涉案文章实为对在先作品进行同义词替换及语序调整后形成作品。庭审中，经法院责令阿飞公司作出作品来源说明后，阿飞公司确认涉案文章系通过淘宝网批量购买取得，且芝麻网全部发布文章中 20%（约 2000 篇）文章均以相同方式取得，阿飞公司同期在高新法院以该类文章提起诉讼达 40 余件。据此，阿飞公司在审理中向法院递交撤诉申请。

高新法院认为根据在案证据能够证明在阿飞公司主张首次发表涉案文章前，已有案外方通过网络发布在先作品，阿飞公司主张权利的文章作品与在先作品相比，在文字表达上虽具差别，但在文章的逻辑框架及整体观感构成实质性相似，实为在不改变他人原创作品中心思想及表达实质的前提下，对其表达进行同义替换及语序调整而形成，相应表达并非独立创作的结果，与在先作品构成实质性相似，因此涉案文章不具有独创性，阿飞公司并非相



关文章的著作权人。同时，阿飞公司明知其不具备著作权，仍谎称作品系原创并提起诉讼主张经济损失赔偿，结合其批量购买文章、批量诉讼维权的行为，高新法院认定阿飞公司具有损害他人权益的直接故意，明显有违诚实信用原则，构成恶意诉讼，其相关权利主张不应得到法律的保护和支持。据此，高新法院对阿飞公司申请撤诉不予准许，判决驳回其全部诉讼请求，并对其恶意诉讼行为处以罚款 5 万元。

- **裁判规则：**明知其不具备著作权但仍谎称作品系原创并提起批量诉讼进行维权的，可以认定该当事人具有损害他人权益的直接故意，有违诚实信用原则，构成恶意诉讼，对其相关权利主张不应予以支持。

（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）

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 潘雨泽女士

邮箱：panyuze@mailbox.luntin.com