

《知识产权法律资讯》编委：谢湘辉、何美华、李良、车小燕 2019年12月号—总第28期
本期责任编辑：谢湘辉



深圳律师



知识产权法律资讯

2019年12月号总第28期

深圳市律师协会知识产权法律专业委员会编制

目录

最新动态	2
1、 健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度营造更好发展环境支持民营企业改革发展	2
2、 专利法（修改）等法律案明年将继续审议	4
行业资讯	5
1、 不是李小龙的“真功夫”？	5
2、 “梦幻西游”网游直播侵权案二审有果，网易获赔 2000 万元	10
3、 特大假冒星巴克 VIA 咖啡案无锡一审落槌 涉案额超千万元	12
4、 北京高院就“美菱”商标案作出终审判决——美菱冰箱对美菱吊顶说“不”	15
5、 “鲍师傅”商标系列维权战再胜一局	19
6、 4 亿元！音著协 2019 年版权许可收入实现新突破	22
7、 燕京旅游”诉“燕京啤酒”案，终审认定不侵权	23
8、 “無印良品”VS“无印良品”，孰真孰假？	25
专业委员会简介	29
深圳市律师协会知识产权法律专业委员会	29
组成成员	29

最新动态

1、健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度营造更好发展环境 支持民营企业改革发展

《中共中央 国务院关于营造更好发展环境支持民营企业改革发展的意见》（下称《意见》）于近日发布，就营造更好发展环境支持民营企业改革发展提出若干意见。《意见》共8部分，28条。其中，《意见》明确，健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，完善诉讼证据规则、证据披露以及证据妨碍排除规则。

《意见》要求，坚持公平竞争，对各类市场主体一视同仁，营造公平竞争的市场环境、政策环境、法治环境，确保权利平等、机会平等、规则平等；遵循市场规律，处理好政府与市场的关系，强化竞争政策的基础性地位，注重采用市场化手段，通过市场竞争实现企业优胜劣汰和资源优化配置，促进市场秩序规范；支持改革创新，鼓励和引导民营企业加快转型升级，深化供给侧结构性改革，不断提升技术创新能力和核心竞争力；加强法治保障，依法保护民营企业和企业家的合法权益，推动民营企业筑牢守法合规经营底线。

《意见》第十二条强调，健全执法司法对民营企业的平等保护机制。加大对民营企业的刑事保护力度，依法惩治侵犯民营企业投资者、管理者和从业人员合法权益的违法犯罪行为。提高司法审判和执行效率，防止因诉讼拖延影响企业生产经营。保障民营企业家在协助纪检监察机关审查调查时的人身和财产合法权益。健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度，完善诉讼证据规则、证据披露以及证据妨碍排除规则。

近年来，党中央、国务院先后出台一系列举措，要求全面加强知识产权保护力度，建立健全知识产权侵权惩罚性赔偿制度。日前，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于强化知识产权保护的意见》，该意见着眼强化制度约束，确立知识产权严保护政策导向。针对侵权违法成本低的问题，提出在专利、著作权等领域加快引入侵权惩罚性赔偿制度，大幅提高知识产权侵权法定赔偿额的上限，加大损害赔偿力度。

国务院总理李克强日前签署国务院令，公布《优化营商环境条例》（下称《条例》），将于 2020 年 1 月 1 日起施行。《条例》第十五条明确，国家建立知识产权侵权惩罚性赔偿制度，推动建立知识产权快速协同保护机制，健全知识产权纠纷多元化解机制和知识产权维权援助机制，加大对知识产权的保护力度。（来源：综合中国政府网、中国知识产权报）

链接：<http://www.sipo.gov.cn/zscqgz/1144864.htm>

2、专利法（修改）等法律案明年将继续审议

12 月 20 日，全国人大常委会法制工作委员会举行第三次记者会，介绍立法工作有关情况并回答记者提问。

据介绍，在明年的立法工作安排中，全国人大常委会还将继续审议专利法（修改）、固体废物污染环境防治法（修改）、档案法（修改）、未成年人保护法（修改）、预防未成年人犯罪法（修改）等法律案。计划修改著作权法、行政处罚法、行政复议法、治安管理处罚法等法律。审议刑法修正案（十一），制定个人信息保护法、数据安全法、乡村振兴促进法、社会救助法等。

据悉，去年 12 月专利法修正案（草案）通过国务院常务会议审议，并由全国人大常委会进行了第一次审议。草案规定了惩罚性赔偿制度，对故意侵犯专利权，情节严重的，可确定一倍以上五倍以下的赔偿数额，并将法定赔偿额从“一万元以上一百万元以下”提高到“十万元以上五百万元以下”。

多年来，我国持续加强知识产权保护，但保护效果与权利人的期待仍有差距。党中央、国务院先后出台一系列举措，要求全面加强知识产权保护力度，建立健全知识产权惩罚性赔偿制度。专利法等相关法律的修改，将从立法层面有效解决知识产权侵权赔偿低等突出问题。（来源：知识产权报）

链接：<http://www.sipo.gov.cn/zscqgz/1144861.htm>

行业资讯

1、不是李小龙的“真功夫”？

被誉为“最早的武术打假人”的美籍华人功夫巨星李小龙逝世 46 年后上了热搜，这次还是因为“真功夫”。

近日，因认为真功夫餐饮管理有限公司使用酷似李小龙形象图标长达 15 年，法人代表为李小龙女儿（Shannon Lee，中文名：李香凝）的 Bruce Lee Enterprises, LLC（李小龙有限责任公司，下称李小龙公司）将上海真功夫快餐管理有限公司、广州市真功夫餐饮管理有限公司、广州真功夫快餐连锁管理有限公司（下统称真功夫）诉至上海市第二中级人民法院，要求真功夫立即停止使用李小龙形象，在媒体版面上连续 90 日澄清其与李小龙无关，并请求法院判令真功夫赔偿经济损失 2.1 亿元以及维权合理开支 8.8 万元。据李小龙有限责任公司代理律师、锦天城律师事务所律师叶芳介绍，上海市第二中级人民法院已于 12 月 5 日正式受理此案。目前，该案尚未开庭审理，叶芳称已准备多份证据待提交法院。

中华人民共和国上海市第二中级人民法院 受理通知书

(2019)沪02民初161号

Bruce Lee Enterprises, LLC (李小龙有限责任公司)：

你单位诉与上海真功夫快餐管理有限公司一般人格权纠纷一案的起诉状已收到。经审查，起诉符合法定受理条件，本院决定立案审理。并将有关事项通知如下：

一、在诉讼进程中，当事人必须依法行使诉讼权利，有权行使民事诉法第四十九条、第五十条、第五十一条等规定的诉讼权利，同时也必须遵守诉讼秩序，履行诉讼义务。

二、应在前向本院递交法定代表人身份证明书。如需委托代理人代为诉讼，还应递交由法定代表人签名并加盖单位公章的授权委托书。授权委托书须记明委托事项和权限。

三、应在接到本通知书后7日内，向本院预交案件受理费1092242.92元。本院开户银行：农行闸北共和支行，帐号：09410501011842219

四、本案如确定适用普通程序进行审理的，当事人有申请人民陪审员参加陪审的权利。

五、本院在“中国裁判文书网”公布生效裁判文书，网址：www.court.gov.cn/zgcpwsw

六、你单位可以选择登陆上海高院网(www.hshfy.sh.cn)，或拨打12368热线等方式联系法官、查询案件办理信息等。

你单位的诉讼服务密码为：10314912，24小时后可使用，请妥善保管。

《最高人民法院关于人民法院在互联网公布裁判文书的规定》的相关规定印在本通知的背面，请仔细阅读。

- 附：1、空白法定代表人身份证明书一份
2、空白授权委托书二份
3、胜诉案件诉讼费用退还告知书
4、当事人“胜诉退费”银行账号确认书



二〇一九年十二月五日

虽然李小龙公司起诉真功夫的案由是李小龙人格权受到侵犯，不过公众的目光多聚集在真功夫的 Logo 到底是不是李小龙的问题上，其中涉及的商标问题也同样引发关注。

据悉，真功夫是我国知名快餐企业，目前在全国拥有 600 多家直营门店，年营收超过 50 亿，公司最著名的 Logo 便是身着黄色紧身衣的使用中国功夫的男性形象。

作为李小龙的女儿，李香凝在 2010 年接受媒体采访时表示，她曾和（原）国家工商行政管理总局商标局进行了接洽，该局复函表示，李小龙及其英文姓名“BruceLee”开发利用的权利应当归其继承人所有。其时李香凝已经在美国加州注册了李小龙公司，随后在中国采取多项措施维权，包括成立维权办公室等。

李小龙公司认为，真功夫的 Logo 形象乃是李小龙在《死亡游戏》《精武门》等电影中的“功夫龙”造型。叶芳对媒体称，李小龙身着黑黄连体衣、双臂挥舞的格斗造型已成为其最为经典的人物形象。被告在使用人物形象时，采用剪辑、拼接等方式，将李小龙独有的格斗姿势、颜色、精神象征等特征组合在一起，其广告释义具有明显指向性。该律师表示，截止到今年 3 月份，真功夫注册了 11 件带有李小龙形象的商标，侵害了李小龙的权益。

12 月 26 日，真功夫在其官方微博发文回应称将积极应诉，一切留待司法裁决。该声明表示，“（涉案）商标是经严格审查后获授权的，15 年来一直没有被判定侵权或者撤销的行政或司法结论，时隔多年后被起诉也很疑惑，正准备积极应诉。”

因为李小龙和真功夫都具有较高的知名度，加之数亿元的索赔额，该事件迅速登上了微博热搜。很多网友称“才知道真功夫不是李小龙后人开的”“分明是侵权”，不过还有部分网友认为李小龙公司和李香凝的行为是“养肥了再杀”“人家注册了商标，还真不好赢”。

真功夫的商标注册情况及法律状态到底如何呢？

小编本着我不检索谁检索的大无畏精神，经过检索后发现真功夫不仅在第 43 类餐饮住宿服务上注册了众多的“功夫龙”商标，还在第 8 类手工器械、第 29 类食品、第 31 类农林生鲜、第 35 类广告销售等十多个商标分类上注册了上百件“真功夫”“功夫送”等商标。这些商标多数处于有效状态，部分处于等待

授权或者无效的状态。所有商标注册时间都在 2004 年之后，多数商标注册时间达到 10 年左右。

没错，真功夫的商标布局非常完备，而这些商标相当比例是在 2014 年之前注册的，李小龙公司列举的争议商标有效时间超过了 5 年。根据我国 2019 年新修改的商标法第 45 条规定，“自商标注册之日起五年内，在先权利人或者利害关系人可以请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。对恶意注册的，驰名商标所有人不受五年的时间限制。”上海大邦律师事务所律师游云庭对媒体解释，对于涉案商标，李小龙公司无法提请无效宣告。根据 2009 年中国最高人民法院颁布的《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》的第 9 条，因超过商标法规定的争议期限而不可撤销的，在先权利人仍可在诉讼时效期间内对其提起侵权的民事诉讼，但人民法院不再判决承担停止使用该注册商标的民事责任。该律师认为争议商标既不能被无效，也难以被判决停止使用。当然，具体情形需要以法院判决结果为准。

聪明的你可能会问，“真功夫”系列商标的注册时间都在 2004 年之后，这是为什么？

原来，在 2004 年以前该公司名为“168 蒸品快餐店”，后更名为“双种子”。2004 年公司创始人邀请营销机构为其改变公司品牌形象。从这一年开始，这家企业开始使用中国功夫的男性形象图标，同时改名为“真功夫”，组合成为了代表性的商标，从此真功夫快速发展，根据中国饭店协会发布的 2018 中国餐饮集团百强榜，真功夫位居快餐 10 强首位。2016 年，真功夫发布了新的品牌形象和品牌 Logo。相比以前的设计，新的 Logo 文字和构图都有变化，无论是字体还是图案，更加趋向中国风，也更个性和张扬。不过，主体图案依然是一名使用中国功夫的男性形象，但脸部描写更为模糊。

“真功夫”系列商标既然 2004 年就开始申请注册，为何最近才引起纠纷？叶芳回应表示，此次诉讼并不是首次与真功夫交锋，李香凝此前曾多次奔走维权。而在 2010 年，针对李香凝提出的真功夫商标涉嫌侵犯李小龙形象一事，真功夫表示“我们只是利用了一种艺术形象，并不是李小龙的肖像。”

而近些年，李香凝开始陆续买回父亲的影片和商标、版权，她曾表示会把这些资源重新进行整合，让“李小龙”成为全球品牌。不过，因为李小龙的明星效应，在中国有不少以“李小龙”“小龙功夫”等为名的公司，其中李香凝认为真功夫是“最大的侵权公司”。如前文所述，李香凝于是在中国展开了“维权行动”。实际上她在美国等国家也采取了行动。今年，昆汀导演的《好莱坞往事》在北美上映后，李香凝表示不能接受电影将李小龙拍成了一个“傲慢、爱吹牛的蠢货”。《好莱坞往事》原定于 10 月 25 日在中国上映，但最终也撤档。

除了双方争议的第 43 类服务上的争议商标，小编在检索时还发现，真功夫在第 28 类健身器材上，亦有 6 件处于有效或者变更程序中的“真功夫”商标，此前李小龙公司已经进入中国销售 Bruce lee 李小龙品牌健身器械以及拳击散打装备。双方在此类商标上不知是否会有进一步的纠葛。

本案后续发展，需要等待法院的判决结果，本报会持续关注此事件。（来源：中国知识产权报微信）

2、“梦幻西游”网游直播侵权案二审有果，网易获赔 2000 万元

12 月 26 日，广东省高级人民法院（下称广东高院）对备受关注的“梦幻西游”网络游戏直播侵权案进行公开宣判，二审驳回广州华多网络科技有限公司（简称华多公司）上诉，维持原判。据悉，该是国内第一例游戏厂商在诉讼中向直播者主张游戏画面权利的案件，被业界称为“网络游戏直播侵权第一案”。

广州网易计算机系统有限公司（下称网易公司）发现华多公司擅自在 YY、虎牙平台上组织主播人员直播“梦幻西游 2”游戏内容，认为其构成侵害著作权及不正当竞争。经交涉未果，网易公司于 2014 年 11 月 24 日提起诉讼，请求判令华多公司停止侵权、赔礼道歉和赔偿 1 亿元等。广州知识产权法院一审认定华多公司构成著作权侵权，判令其停止侵权、赔偿网易公司 2000 万元。网易公司、华多公司均不服，向广东高院提起上诉。

网易公司上诉认为，一审判赔数额过低。华多公司上诉认为，游戏连续动态画面不构成作品，游戏直播应是一种合理使用行为，一审计算赔偿的方法不合理。二审庭审中，双方展开激烈交锋，申请了专家辅助人出庭陈述专业意见，双方诉讼代理人还就争议焦点向专家辅助人进行了交叉询问。

广东高院经审理认为，“梦幻西游”网络游戏连续动态画面整体构成“以类似摄制电影的方法创作的作品”，应获得著作权法保护。被诉游戏直播行为不符合著作权法第二十二条规定的权利限制情形，不能认定为合理使用行为。华多公司未经许可组织主播人员直播涉案游戏，并从直播业务中抽成获利，并非单纯提供网络技术服务，直接侵害了网易公司依法享有的著作权利，应承担停止侵权、赔偿损失的民事责任，但网易公司要求华多公司赔礼道歉的理据不足，不予支持。关于本案赔偿金额，应综合考虑涉案游戏类型和知名度、侵权行为性质和情节、相关游戏直播许可市场情况、涉案游戏因素在直播平台获利中的贡献、维权费用等，可酌定为 2000 万元。综上，遂作出上述判决。

涉案公司代表、新闻记者及社会各界群众旁等 20 余人旁听了宣判。（来源：
中国知识产权资讯网）

3、特大假冒星巴克 VIA 咖啡案无锡一审落槌 涉案额超千万元

知假售假，无锡一家企业及企业相关负责人受到了法律的制裁。日前，无锡市新吴区人民法院审理一起涉案金额高达 1000 余万元的特大假冒星巴克 VIA 咖啡案，以销售假冒注册商标的商品罪判处被告人邓某、陈某、甄某 3 人有期徒刑 5 年到 4 年 6 个月不等，并处罚金 300 万元到 200 万元不等，另有 2 名被告人被判处有期徒刑并处罚金。

同时，法院还禁止 2 名被判处有期徒刑的被告人在考验期内从事生产、销售咖啡的经营活动，判处被告单位双善公司罚金 320 万元。上述被告人及单位违法所得 120 余万元上缴国库、假冒注册商标的商品依法处理。

据了解，这起案件颇具戏剧性。

2018 年 2 月，双善公司销售代表魏某发现无锡金桥市场内有代理商假借其公司名义销售假冒星巴克 VIA 咖啡，遂到有关部门举报，并直接附上了包含生产批号日期、中文标二维码、防伪标、关单卫检、法律维权等内容的辨别声明。很快，被举报者受到了有关部门的惩处。

原以为此事已告一段落，但魏某万万没想到，当公安机关对无锡金桥市场内所有在售的星巴克 VIA 咖啡进行鉴定时，发现有三家代理商销售的均为假冒产品，其中就有一家双善公司旗下的代理商。

今年 1 月，公安机关一路顺藤摸瓜找到了“假冒星巴克”的仓库，在货源商邓某城的窝点内查获假冒星巴克 VIA 咖啡货物价值 116 万余元。令人诧异的是，这次查获行动的结果证实了双善公司所售星巴克 VIA 咖啡全部为假冒产品。

记者了解到，双善公司主要从事食品生产、销售活动。该公司实际控制人陈某看上了星巴克 VIA 咖啡的市场，便主动联系“上家”邓某。双方见面后，陈某表示，需要邓某的产品手续齐全才能购买。

数月后，邓某称手续已办妥，并抛出低价策略：市场上 4 条装星巴克 VIA 咖啡售价为 40 元，其主营的 5 条装星巴克 VIA 咖啡市场定价为 49 元，但进货价约为市场定价的四分之一。

不过，陈某拿到样品后便发现，邓某的产品内袋包装颜色和封口与星巴克门店所售产品有明显差异，尽管有海关进口关单和卫生检验检疫证，但凭着自己多年在食品行业的经验，他对这批咖啡的“真伪”已心知肚明。

但在丰厚的利润、广阔的市场以及貌似“完备”的审批手续面前，陈某还是与邓某签订了采购协议。

之后，陈某买进的这批咖啡十分畅销，但随之而来的，还有越来越多客户对咖啡净含量、口味的投诉。对此，邓某告知陈某，这与星巴克公司内部不同的产地、包装机器有关，不同批次产品有差异很正常。

一段时间后，陈某、甄某（双善公司法定代表人）收到了星巴克公司的发函，国内主要商场也收到了函件，表示五条装的星巴克 VIA 速溶咖啡是没有授权的。邓某、陈某、甄某等人当然拿不出授权，便借口说该商品为一般贸易货，目前提供的手续已经足够。

尤其是陈某、甄某两人仍心存侥幸，认为货源来自邓某，双善公司只是负责销售而已，甚至还允许其员工对其他代理商销售的咖啡进行“打假”，不料东窗事发，其销售假冒商品的行为悉数曝光。

警方调查后得知，2017 年 5 月至 2019 年 1 月期间，陈某从邓某处先后购得假冒“星巴克”“STARBUCKSVIA”等注册商标的咖啡产品 21304 件。而后，陈某与甄某两人又以双善公司名义对外推广销售这些产品。据陈某供述，倒卖的利润平均每件约 50 元（每件 20 盒，每盒 5 条）。

法院审理查明，邓某明知购入、持有的咖啡产品为假冒注册商标的商品，仍销售给双善公司，销售金额达 383 万余元；双善公司在明知邓某所售咖啡产品为假冒注册商标的商品情况下，仍以单位名义购入，并通过员工推销、推广，将这些咖啡产品先后销往江苏、浙江等全国 18 省份 50 余名商户，涉案金额高达 724 万余元。

“知识产权侵权形态已经从初级粗放型侵权慢慢演变到中级阶段。在销售假冒注册商标的商品时，邓某从一开始的不提供任何委托或者授权材料，到现在提供诸如本案中记载有星巴克商品名称的海关报关单、卫生检验检疫证等初步材料，具有一定程度的迷惑性，刻意误导商家认为其拥有合法授权。”办案法官如是说。

（来源：中国新闻网）

4、北京高院就“美菱”商标案作出终审判决——美菱冰箱对美菱吊顶说“不”

近日，北京市高级人民法院（下称北京高院）就合肥美菱公司（现更名为长虹美菱股份有限公司）与嘉兴市美菱电气有限公司（下称嘉兴美菱公司）、嘉兴市秀洲区王店永钦厨卫电器厂（下称永钦电器厂）、嘉兴市丰高澳尔玛电器有限公司（下称澳尔玛公司）、北京市美菱尚达科技有限公司（现更名为新乡迪岛贸易有限公司，下称美菱尚达公司）“美菱”系列商标及不正当竞争案作出终审判决，判令四被告立即停止侵犯合肥美菱公司第 918234 号等 5 件“美菱”系列商标专用权的行为，共同赔偿原告经济损失 300 万元；嘉兴美菱公司、美菱尚达公司停止在企业名称中使用“美菱”字号的不正当竞争行为。

对此，有专家表示，在我国日益加大知识产权保护力度的情况下，市场主体应学习知识产权的基本知识，提高知识产权保护的意识，避免搭便车、傍名牌等侵犯他人知识产权的违法行为。不仅于此，企业的长足发展，只有通过诚实劳动、合法经营才能得到市场的认可，才有可能持续获利。

美菱商标引纠纷

据了解，合肥美菱公司自 1983 年建厂以来，就开始在电冰箱产品上使用“美菱”商标，其最早申请注册并使用第 209814 号“ML 美菱”商标。随后，合肥美菱公司先后注册了第 918234 号、第 6252214 号、第 9489511 号、第 9489494 号、第 9489524 号“美菱”和“美菱 Meiling 及图”系列商标，均核定使用在第 11 类“冰箱、空调、热水器”等商品上。1997 年 4 月，原国家工商行政管理总局商标局认定合肥美菱公司注册使用在“电冰箱”商品上的“美菱”商标为驰名商标。

合肥美菱公司发现，嘉兴美菱公司在集成吊顶用铝扣板等商品上使用“美菱塞纳春天”商标，澳尔玛公司、美菱尚达公司在上述商品的宣传、销售中使用“美菱”“美菱 Meiling 及图”商标，均构成对其第 918234 号、第 6252214 号商标的复制和模仿。嘉兴美菱公司在生产、销售的集成吊顶浴霸、集成吊顶换气扇排风扇等商品上使用“美菱塞纳春天”商标，澳尔玛公司、美菱尚达公司在上述商

品的宣传、销售中使用“美菱”“美菱 Meiling 及图”商标，均与其第 9489511 号、第 9489494 号、第 9489524 号商标构成近似。此外，合肥美菱公司发现，美菱塞纳春天网站主办单位是永钦电器厂。据此，合肥美菱公司以上述四公司侵犯其商标权及不正当竞争为由，诉至北京知识产权法院，请求法院判令四被告立即停止生产、销售涉案产品；嘉兴美菱公司、美菱尚达公司变更企业名称且不得含有“美菱”字样；永钦电器厂关闭域名为“meilingdd.com”的网站；四被告连带赔偿其经济损失 300 万元。

嘉兴美菱公司辩称，其生产的集成吊顶系列产品使用的是美菱尚达公司授权的第 13655826 号“美菱塞纳春天”商标，该商标被宣告无效后便立即停止使用了。此外，集成吊顶与电冰箱不属于类似商品，且其合法、规范使用企业名称的行为未构成不正当竞争。永钦电器厂辩称，域名 meilingdd.com 网站实际由嘉兴美菱公司使用，目前该域名的网站已停止使用，故请求驳回原告的诉讼请求。澳尔玛公司辩称，其是嘉兴美菱公司生产集成吊顶系列产品的销售者，且涉案产品均取得“美菱塞纳春天”商标的所有权人授权，目前并未构成商标侵权，故其销售的产品不构成侵权。美菱尚达公司未提交答辩意见。

两审均认定侵权

一审法院经审理认为，嘉兴美菱公司生产、销售，澳尔玛公司和美菱尚达公司宣传、销售的集成吊顶系列产品上使用“美菱”系列商标的行为，易导致相关公众混淆误认，侵犯了原告的商标专用权。嘉兴美菱公司、美菱尚达公司与合肥美菱公司为具有竞争关系的同业经营者，但二公司在注册企业名称时并未对他人的在先驰名商标或字号合理避让，主观上具有攀附合肥美菱公司商誉的故意，构成不正当竞争。综上，法院判决上述被告立即停止侵犯合肥美菱公司第 918234 号等 5 件“美菱”注册商标专用权的行为，共同赔偿原告经济损失 300 万元；嘉兴美菱公司、美菱尚达公司停止在其企业名称中使用“美菱”字号的不正当竞争行为。

嘉兴美菱公司不服一审判决，上诉至北京高院，请求撤销一审判决并依法改判。合肥美菱公司辩称，一审法院认定事实清楚，证据充分，应予维持。

北京高院经审理认为，嘉兴美菱公司在集成吊顶系列商品上使用“美菱塞纳春天”商标，构成对合肥美菱公司“美菱”系列商标的复制、模仿，且明显具有攀附合肥美菱公司商誉的主观故意。一审法院认定的300万元赔偿并无不当，据此二审法院判决，驳回上诉，维持原判。

提高意识避风险

对此，北海国际仲裁院仲裁员钟兰安在接受中国知识产权报记者采访时表示，两审法院对该案认定事实清楚，适用法律正确，判决四被告立即停止侵权并赔偿原告300万元的经济损失，保护了权利人的合法权益，值得肯定。从事实来看，该案被告不仅侵犯原告的注册商标专用权，还将原告的驰名商标作为企业字号使用而构成不正当竞争，存在两项明显的侵权行为。该案中，法院查明四被告在实施被诉侵权行为期间存在明显的分工合作和共同侵权行为，主观恶意十分明显。这种多被告实施共同侵权的现象时有发生，该案判令多个被告承担连带责任，有力地震慑了此类违法行为。

“该案也反映了权利人在当下维权的常见困境：维权过程漫长、赔偿金额过低。该案原告合肥美菱公司从2015年前后就开始搜集侵权证据，2016年诉至法院，经过一审和二审诉讼程序，在2019年11月方才获得生效的二审判决书，前后历时三年。就该案的赔偿金额而言，多个被告分工合作，侵权后果严重、侵权性质恶劣，在这种情况下，根据当时的相关法律规定，原告提出依据当时法定赔偿最高额300万元的赔偿金额确实不多。但是，考虑到该案中多个被告通过侵权行为获得的利益和原告由此造成的损失，原告的诉求完全可以突破法定赔偿的最高额，要求更高的赔偿金额，从该案认定的事实来看并结合我国不断加强知识产权保护的背景下，也是有可能得到法院支持的。”钟兰安说。

在我国日益加大知识产权保护力度的新常态下，钟兰安建议，市场主体应学习知识产权的基本知识，提升保护知识产权的意识，做到合法、合规经营。搭便车、傍名牌的行为，均是侵犯他人知识产权的违法行为，轻则赔偿损失，重则身

陷囹圄。“人间正道是沧桑”，只有通过诚实劳动，合法经营才能得到市场的认可，才有可能持续通过经营获利。（来源：中国知识产权报）

5、“鲍师傅”商标系列维权战再胜一局

备受关注的网红糕点“鲍师傅”商标系列纠纷案又有新进展（本报曾于 2019 年 4 月 10 日第 9 版曾做相关报道）。

因不服原国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称原商标评审委员会）就第 17899096 号“鲍师傅 Bao Shi Fu 及图”（下称诉争商标）商标无效宣告请求作出的裁定（下称被诉裁定），北京易尚餐饮管理有限公司（下称易尚公司）将国家知识产权局告上法庭。近日，北京知识产权法院就该行政纠纷案作出一审判决，认定被诉裁定事实清楚，适用法律正确，驳回易尚公司的全部诉讼请求。在该被诉裁定中，原商标评审委员会认定诉争商标与申请鲍才胜餐饮管理有限公司（下称鲍才胜公司）所持有的第 12484211 号“鲍师傅”商标（下称引证商标）构成近似，宣告诉争商标无效。

因“鲍师傅”品牌糕点在具有较高知名度，系列商标纠纷引起业界广泛关注。

提起无效宣告请求

2015 年 9 月 15 日，鲍某兵就争议商标提出申请注册，后经核准使用在第 32 类“啤酒”等商品上。随后，该商标被核准转让至易尚公司。原商标评审委员会审理查明，易尚公司还申请注册了 100 余件商标，包括“鲍才胜”“鲍师傅”“鲍师傅小贝”等多件商标。另经查明，引证商标一在争议商标申请日前获准注册，核定使用在第 30 类“面包”等商品上。

2018 年 2 月 11 日，鲍才胜公司针对诉争商标向原商标评审委员会提出商标无效宣告请求。鲍才胜公司称，引证商标经过长期大量的宣传和使用，在争议商标注册申请日之前已具有较高的知名度和影响力，争议商标构成对引证商标的复制、摹仿，易误导公众，致使申请人的利益可能受到损害；争议商标的申请注册构成以不正当手段抢注申请人在先使用并具有一定影响的“鲍师傅”商标等。

对此，易尚公司辩称，争议商标的申请注册并未摹仿、抄袭申请人商标，并未侵犯申请人的利益；争议商标指定使用的服务与引证商标核定使用的商品不属于类似商品，争议商标与引证商标未构成商标法所规定之情形；争议商标经过广

泛的宣传和使用，已具有较强的显著性和较高的知名度，在实际使用中不会造成消费者产生误认。

宣告涉案商标无效

原商标评审委员会经审查认为，该案争议焦点如下：争议商标与引证商标是否构成商标法第三十条所指使用在类似商品或服务上的近似商标之情形等。

对此，原商标评审委员会经审理认为，商标近似的判定，首先应认定指定使用的商品或服务是否属于同一种或者类似商品或服务；其次应从商标本身的形、音、义和整体表现形式等方面，以相关公众的一般注意力为标准，并采取整体观察与对比主要部分的方法，判断商标标志本身是否相同或者近似；同时，还应当考虑到商标的显著性、知名度和实际使用之情形。商品和服务类似是指商品和服务之间存在特定联系，容易使相关公众混淆。该案中，争议商标的显著部分为中文文字“鲍师傅”，与引证商标一“鲍师傅”在文字构成、呼叫、含义等方面相同，两商标构成近似商标。争议商标核定使用的“餐厅”等服务与引证商标一核定使用的“糕点、面包”等商品在销售渠道、销售场所及消费对象等方面相近或者密切相关，属于类似或者密切相关商品或服务。加之鲍才胜公司提交的相关证据可以证明引证商标经申请人宣传使用在“糕点”等商品上已具有一定的知名度。争议商标与引证商标一若共存于上述类似或者密切相关商品或服务上，易造成相关公众对商品或服务来源产生混淆和误认。

据此，原商标评审委员会宣告争议商标无效。

一审维持裁定有效

易尚公司不服，向北京知识产权法院提起行政诉讼。

易尚公司诉称，首先，诉争商标与引证商标在整体构成、含义和外观上可以相互区分，未构成近似商标；其次，诉争商标核定使用在第 43 类上的服务与引证商标一核定使用在第 30 类上的商品在服务内容、方式、对象等方面存在差异；再次，其申请注册诉争商标是商业需要，实践中未造成相关公众的混淆误认。

北京知识产权法院经审理认为，诉争商标为图文组合商标，由汉字“鲍师傅”、汉语拼音“Bao Shi Fu”及鲍某兵的头像构成，其显著识别部分为汉字“鲍师傅”。引证商标为纯文字商标，由汉字“鲍师傅”构成，诉争商标的显著识别部分与引证商标完全相同，已构成近似商标。

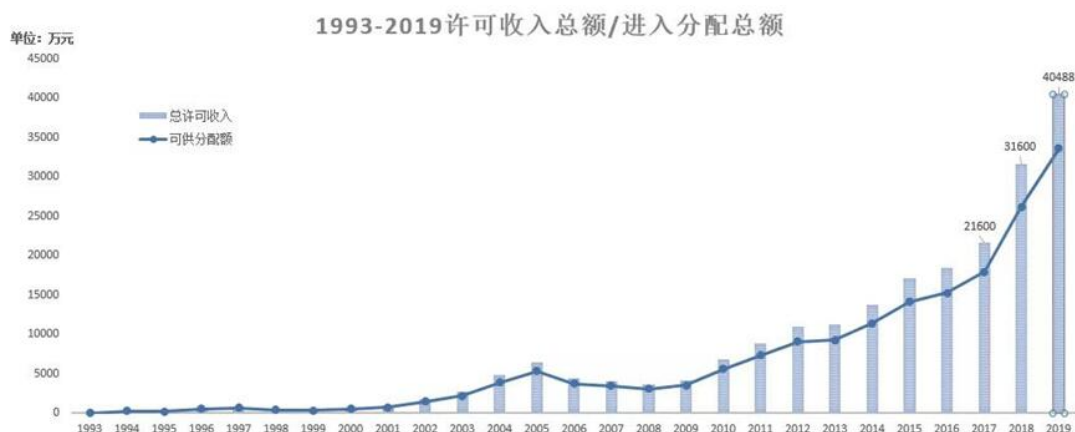
此外，法院还认为，诉争商标核定使用的第 4 类“餐厅、茶馆、旅馆预定”等服务与引证商标核定使用的第 30 类“糕点、蛋糕、面包”等商品，在日常实践中具有较为密切的关联性。考虑到鲍才胜公司提交到证据能够证明引证商标经使用在糕点、蛋糕等商品上已具有一定的知名度，故如果在上述服务和商品上使用相同或近似的商标，容易导致相关公众认为上述服务的提供者亦为上述商品的提供者或者认为两者之间存在某种特定联系，从而导致相关相关消费者的混淆误认。因此，诉争商标与引证商标构成使用在类似商品和服务上的近似商标。

综上，北京知识产权法院维持被诉裁定，驳回易尚公司的诉讼请求。

记者在采访中了解到，自 2017 年年底至今，鲍才胜公司已经在全国 18 个地区（含淘宝平台店）针对 213 个门店提起侵权诉讼，其中涉及易尚店公司等门店有 163 家。上述 213 个诉讼案件中已经有 129 件已经通过判决、调解、和解等方式结案，案件结果均是被告门店立即停止使用“鲍师傅”商标销售糕点，并赔偿侵权期间给原告造成的经济损失。整体判决和调解金额已达到 618 万元，涉及易尚公司加盟店的金额约为 461 万元。此外，据鲍才胜公司创始人鲍才胜介绍，在维权初期，北京地区各类涉险侵权的店铺数量超过 300 家，目前北京地区侵权店已不足 30 家。（来源：中国知识产权资讯网）

6、4 亿元！音著协 2019 年版权许可收入实现新突破

中国知识产权报社记者今日从中国音乐著作权协会（下称音著协）获悉，音著协 2019 年年度许可总收入最终突破 4 亿元，达到人民币 4.04 亿元，比 2018 年增长约 28%，连续 11 年保持增长趋势，许可收入总额较 2009 年增长 851%。（各项许可收入的具体数据将在 2020 年 1 月进行公示）



自 1992 年成立以来，音著协为词曲著作权人收取的著作权使用费总额突破 20 亿元大关，达到人民币 21.78 亿元，累计可分配金额约人民币 18 亿元。（来源：中国知识产权资讯网）

7、“燕京旅游”诉“燕京啤酒”案，终审认定不侵权

近日，北京知识产权法院对燕京智汇（北京）国际旅行社有限公司（下称燕京智汇公司）诉北京燕京啤酒集团公司、北京燕京啤酒股份有限公司（以下统称燕京啤酒公司）侵犯商标权案作出终审判决，认定燕京啤酒公司的被诉行为不构成对燕京智汇公司商标权的侵犯。

燕京智汇公司系“燕京旅游”商标权人，该案起因系其发现燕京啤酒公司于 2015 年至 2018 年期间举办的一年一度的燕京啤酒国际文化节的宣传海报、会场出入口、会场内、现场内的舞台使用了“燕京啤酒”四个字及“燕京加麦穗标识”，而且在公众号上对燕京啤酒文化节进行宣传的页面、在燕京啤酒官网上宣传工厂游的页面中也使用了前述标志。

故燕京智汇公司认为燕京啤酒公司的行为侵犯了其就“燕京旅游”享有的注册商标权，请求法院判令燕京啤酒公司立即停止侵权行为，并刊发声明消除影响，同时主张经济损失及为制止侵权行为的合理支出合计 300 余万元。

一审法院经审理认定：被诉行为不构成对燕京智汇公司注册商标专用权的侵犯，二被告不应承担相应的民事责任。燕京智汇公司不服，上诉至北京知识产权法院。

北京知识产权法院经审理认为，该案中，燕京智汇公司主张商标权的商标系“燕京旅游”，与燕京啤酒公司使用的“燕京啤酒”及“燕京加麦穗标识”相比，显著识别部分均为“燕京”，构成近似商标。

关于服务是否类似问题，法院认为，“工厂游”与“啤酒文化节”作为较为新兴的工业旅游的一种，侧重的是对知名厂区的游览、对生产工艺的亲历、对文化节氛围的感受，但无论侧重点如何，其仍属于旅游服务的一种，系将提供旅游服务和宣传特定产品相结合的一种新型旅游方式。

关于混淆可能性问题，经过燕京啤酒公司长期的宣传和使用，“燕京啤酒”及“燕京加麦穗标识”在啤酒商品上已具备较高知名度，加之“工厂游”

与“啤酒文化节”本身与其啤酒生产和销售紧密相关，燕京啤酒公司举办前述活动的根本目的亦是宣传其啤酒产品，故即便同样使用在旅游类服务上，相关公众在产源识别上仍然会指向燕京啤酒公司而非燕京智汇公司，不会引起混淆误认，故不构成侵权。

最终，北京知识产权法院终审驳回了燕京智汇公司的上诉请求，维持一审判决。（来源：中国知识产权报）

8、“無印良品” VS “无印良品”，孰真孰假？

“無印良品”和“无印良品”，哪个是真，哪个是假？一般消费者恐怕难以分清楚。近日，北京市高级人民法院（下称北京高院）就北京棉田纺织品有限公司（下称棉田公司）、北京无印良品投资有限公司（下称北京无印良品公司）与株式会社良品计画（下称良品计画）、无印良品（上海）商业有限公司（下称上海无印良品）侵犯商标权纠纷案，作出终审判决，判令被告立即停止侵权，并赔偿原告经济损失及合理开支 62.6 万余元。

商标注册遭遇波折

“無印良品”品牌是设计师田中一光于 1980 年创作完成。自 1999 年起，良品计画先后在中国多类商品和服务上申请注册了“無印良品”商标，均被核准注册。

在良品计画在第 24 类申请注册商标之前，海南南华实业贸易公司（下称南华公司）于 2000 年 4 月在第 24 类（棉织品、毛巾、床单、被子等）商品上申请注册了第 1561046 号“无印良品”商标，并于 2004 年 7 月将该商标转让至棉田公司名下。2011 年，棉田公司以“无印良品”为字号，设立了子公司北京无印良品公司。

2001 年 4 月 26 日，良品计画针对 1561046 号“无印良品”商标向当时的商标行政管理部门提出异议，但并未成功。在随后的行政诉讼中，法院均维持此前的裁定。在随后的申请再审中，最高人民法院在 2012 年 6 月的判决中认为，良品计画提供的证据只能证明被异议商标申请日之前，其“無印良品”商标在日本、中国香港地区等地宣传使用的情况以及在这些地区的知名度情况，并不能证明“無印良品”商标在中国大陆境内实际使用在第 24 类毛巾等商品上并具有一定影响的事实，因此作出维持原判的最终判决。

对此，中国人民大学知识产权学院院长刘春田教授指出，对知识产权的地域性特征应避免机械理解。地域性不应当成为居心不当的人规避法律和侵犯他人正当权益的工具。

北京大学竞争法研究中心主任肖江平认为，我国反不正当竞争法关于商品名称的“有一定影响力”，也可以从时间、地域、经营额等方面进行分析。良品计画在中国内地、中国香港及日本本地的销售数据，包括销售数量、销售额、利润、门店数量、工作人员数量等数据，也是判断影响力的重要指标。

双方互诉各有输赢

在最高人民法院对第1561046号“无印良品”商标行政案作出判决后不久，2014年，良品计画以商标侵权、不正当竞争为由，在北京知识产权法院对棉田公司的子公司北京无印良品公司提起一系列诉讼，请求判令后者立即停止对良品计画名下“無印良品”“MUJI”等商标的侵权行为，停止使用含有“無印良品”及“MUJI”文字的企业名称，刊载声明以消除不良影响，并赔偿相应的经济损失及合理支出等。

2017年7月，北京知识产权法院对该系列案件作出一审判决，认为北京无印良品公司未经许可在被控侵权产品上使用“无印良品”“無印良品 HOME”“無印良品”标识，属于在同一种商品上使用与良品计画注册商标相同或近似的商标的情形，容易导致相关公众的混淆误认，事实上已经有相关公众产生了混淆误认，故北京无印良品公司的行为侵犯了良品计画享有的涉案商标专用权。

法院还认为，北京无印良品公司在被控侵权产品及宣传推广活动中使用包含“无印良品”的企业名称“北京无印良品投资有限公司”，包含“MUJI”的英文企业名称“Mujihome(Beijing)InvestmentCo.,Ltd”等等，构成对良品计画的不正当竞争。

据此，法院判令北京无印良品公司停止相关侵权行为，发表声明消除影响，并赔偿良品计画经济损失及合理支出等共计高达近 200 万元。虽然北京无印良品公司对判决结果提起上诉，但北京市高级人民法院于 2017 年 12 月作出的二审判决维持原判。

此外，2015 年 4 月，棉田公司、北京无印良品公司在北京知识产权法院对良品计画及其在上海成立的“无印良品（上海）商业有限公司”提起系列诉讼，声称良品计画方面对其第 1561046 号、第 7494239 号等第 24 类“无印良品”商标构成侵权。

北京知识产权法院经审理认为，被诉侵权产品上使用的“無印良品”“MUJI 無印良品”“无印良品 MUJI”与北京棉田公司的“无印良品”商标相比，仅存在“无”和“無”的差异以及有无“MUJI”的差异，构成相同或者近似商标，二者同时使用在毛毯、床罩或浴巾、面巾等同一种或类似商品上，容易导致相关公众对商品来源产生误认。

法院认为，良品计画方面在被控侵权商品及其宣传推广中使用的“無印良品”“MUJI 無印良品”“无印良品 MUJI”标识，侵犯了北京棉田公司的商标权，判令良品计画方面停止侵权，发表声明消除侵权影响，并赔偿北京棉田公司方面经济损失及合理开支共计百万余元。

良品计画不服一审判决，提起了上诉。2019 年 11 月，北京高院作出二审判决，维持原判。对此，中国科学院大学教授李顺德认为，对于“無印良品”商标，良品计画有明确的设计理念、设计时间及设计过程，从而为文字组合赋予了新的含义，具有显著的独创性，且无论是在日本国内还是在中国，都先于北京棉田公司申请注册。“無印良品”四个字具有明显日本特色，无论是从用词选择、词语组合，都不符合中国常见的表达习惯，给人的第一印象是这个商标是日本人设计并注册的，而不会让人产生良品计画抢注的误认。

两家公司的商标之争仍在继续，如何更好地保障权利人的合法权益受到业界广泛关注。

我国商标保护制度历经数十年的发展已经渐趋成熟，为营造各类企业公平竞争的环境，推动我国经济社会的发展作出了贡献。但近年来商标抢注、侵权假冒等行为频发，需要我们从源头杜绝此类侵权行为。对此，刘春田认为，自始至终诚信经营且在经营活动没有过错的经营者，是受中国法律和社会欢迎的经营者，在法治环境的中国，不能让其合法权益受到侵犯。

目前，我国的商标法律制度正在不断完善，为打击商标抢注等行为提供了依据。比如，在今年通过的《商标法修正案（草案）》中增加了 6 条对恶意注册行为的规制条款；今年 10 月，国家市场监督管理总局通过《规范商标申请注册行为若干规定》，明确打击 6 种恶意商标申请行为。这些法律法规的出台，将为推动我国知识产权保护提供助力。（来源：中国知识产权资讯网）

专业委员会简介

深圳市律师协会知识产权法律专业委员会

律协各专业委员会是律协理事会根据律师业务的发展情况设置的负责组织会员进行学习和交流，指导律师开展业务活动的机构。其宗旨是发动会员积极学习专业知识，提高律师业务素质和服务水平，拓展律师业务领域，促进律师专业化分工，增强深圳律师的整体实力。

律协业务创新与发展专门委员会负责管理、协调各专业委员会开展工作，律协秘书处业务部负责专业委员会的日常工作。

根据深圳市律师协会第十届理事会第一次会议决定，市律协设立30个专业委员会，知识产权法律专业委员会是其中之一，本委员会致力于提高律师知识产权法律服务水平，拓展知识产权业务领域，制定知识产权律师业务指引，撰写有关知识产权法律专业论文，积极参与人大、政府的知识产权法律领域重要法律法规和司法解释的征求意见工作。

组成成员

主任：谢湘辉（国浩所）

副主任：何美华（卓建所）、李良（良马所）、车小燕（锦天城所）、

委员：陈文景（诚公所） 丁敬伟（德恒所）葛素华（盈科所）韩岳峰（国浩所）
刘 晖（晟典所） 李启首（星辰所） 李新淼（华商所） 刘志伟（隆安所）
马 戎（良马所） 缪小斌（诚公所） 穆银丽（卓建所）石干章（广和所）
唐本全（卓建所） 王厚盛（德恒所） 吴家伟（诚公所） 王英辉（盈科所）
肖革文（海派所） 冼耀山（金段所） 许志兵（前海所） 易湘磊（卓建所）
易 钊（盈科所） 左殿勇（普罗米修所） 周力思（中伦文德胡百全所）
张 松（赋权所） 郑 雄（卓建所） 朱 颖（海派所）。

——本资讯由深圳市律师协会知识产权法律专业委员会搜集整理（相关著作权归原权利人所有）

本资讯可在深圳市律师协会网站下载，投稿及建议联系邮箱：
13927468232@lawzj.cn（何美华律师）