

1.png

深圳市律师协会知识产权法律专业委员会编制

**知识产权法律资讯**

2020年5月号总第31期

目录

[最新动态 2](#_Toc2381)

[1、两会政府工作报告指出：加强知识产权保护，提高科技创新支撑能力 2](#_Toc2417)

[2、两会代表委员提出：完善法律制度体系，强化知识产权保护 2](#_Toc5195)

[3、 世界知识产权组织举行第四次视频会议，申长雨出席会议并发言 4](#_Toc13726)

[行业资讯 7](#_Toc8434)

[1、图解影视作品《三生三世十里桃花》《军师联盟》 法院终审判决侵权 7](#_Toc29243)

[2、“快手”诉“抖音”商标侵权及不正当竞争，索赔500万元 8](#_Toc260)

[3、致力于维权的“鹿角巷”竟侵犯他人著作权？法院判赔50万元 9](#_Toc22384)

[4、分割转让近似商标是否导致转让合同无效？看看法官怎么说 10](#_Toc27591)

[5、RIMOWA拉杆箱设计引发特有装潢之争，结果如何？ 13](#_Toc18466)

[6、擅播热门节目，B站被判担责 15](#_Toc1629)

[7、当“椰子鞋”遇上“椰子”注册商标时，会构成商标侵权吗？ 18](#_Toc13174)

[8、“鹅厂”起诉“鹅厂出品”！法院这么判... 21](#_Toc4030)

[9、“鼎丰”料酒王瓶贴装潢被模仿构成不正当竞争 23](#_Toc16224)

[10、国内首宗涉5G技术侵犯知识产权刑事案件审结 26](#_Toc21883)

[专业委员会简介 28](#_Toc3284)

[深圳市律师协会知识产权法律专业委员会 28](#_Toc32702)

[组成成员 28](#_Toc2639)

# 最新动态

## 1、两会政府工作报告指出：加强知识产权保护，提高科技创新支撑能力

十三届全国人大三次会议开幕会22日9时在人民大会堂举行，国务院总理李克强代表国务院向十三届全国人大三次会议作政府工作报告。报告共分八部分：一、2019年和今年以来工作回顾；二、今年发展主要目标和下一阶段工作总体部署；三、加大宏观政策实施力度，着力稳企业保就业；四、依靠改革激发市场主体活力，增强发展新动能；五、实施扩大内需战略，推动经济发展方式加快转变；六、确保实现脱贫攻坚目标，促进农业丰收农民增收；七、推进更高水平对外开放，稳住外贸外资基本盘；八、围绕保障和改善民生，推动社会事业改革发展。

关于知识产权工作，报告在第四部分“依靠改革激发市场主体活力，增强发展新动能”中指出：提高科技创新支撑能力。稳定支持基础研究和应用基础研究，引导企业增加研发投入。加快建设国家实验室，重组国家重点实验室体系，发展社会研发机构。深化国际科技合作。加强知识产权保护。实行重点项目攻关“揭榜挂帅”，谁能干就让谁干。

链接：http://www.cnipa.gov.cn/zscqgz/1148937.htm

## 2、两会代表委员提出：完善法律制度体系，强化知识产权保护

5月28日下午，十三届全国人大三次会议胜利闭幕。今年的全国两会在新冠肺炎疫情防控取得重大战略成果之际召开，意义重大。会上代表委员围绕民法典中的知识产权内容、知识产权领域法律制修订等内容发表真知灼见。

闭幕会上，《中华人民共和国民法典》表决通过，我国民事权利保护正式进入法典时代。这部社会生活百科全书式的法典，将对知识产权事业发展产生怎样的影响？“民法典中的侵犯知识产权惩罚性赔偿内容，顺应了现实需要，体现了新时代的新特点。”全国政协常委、国家知识产权局副局长何志敏指出，民法典的相关规定，在各国立法中具有创新性，必将产生更大影响力，成为提高制度自信的最佳实践。

何志敏建议，在民法典的框架下，进一步加强对知识产权失信行为和侵权行为的规制，促进法治和德治的有机统一，强化法律效果和社会效果的更好融合。同时，扩大知识产权保护客体。“保护客体应包括能够更好体现我国优势和特色的传统知识、遗传资源、民间文艺等内容；应研究将大数据等纳入新的保护客体的可行性，扩大网络环境下作品邻接权保护。”他表示。

近年来，社会各界对知识产权基础性法律的认同度在不断提高、关注度也逐渐增加，在立法必要性、立法模式和立法内容方面不断取得共识。在民法典基础上，如何进一步完善知识产权法律体系？何志敏建议，加快知识产权基本法律制定，满足知识产权保护与时俱进的客观需要，促进新经济发展，也为其他国家提供更多的中国方案。

政协民进界别提案也提出，应尽快推进知识产权基本法的研究制定。该提案指出，建设知识产权强国，实施创新驱动发展，推进知识产权领域治理体系和治理能力现代化，有必要梳理我国多年来实施的知识产权宏观政策、管理体制和促进措施，通过基本法巩固深化改革成果。相关部门须结合我国实践，将符合知识产权运行普遍规律的、知识产权制度中国化进程中相关重点政策和法律规则实施过程中成熟和成功的中国经验，固化为基础性法律制度，以适应我国在创新驱动发展和全球化过程中对知识产权制度的需求。

目前，专利法、著作权法的新一轮修法工作正在紧锣密鼓地开展。全国人大代表、民进上海市委副主委、上海市作家协会副主席潘向黎对著作权法的修改提出看法。她认为，当前的著作权法修正案（草案）虽然提高了侵权赔偿金额上限，但对赔偿金额相对较低的判决缺乏指导意义。她建议，设置著作权侵权赔偿金额下限，给予著作权人诉讼所得合理预期，填补其诉讼成本，切实保护权利人合法利益。

全国人大代表、海尔集团总裁周云杰在接受中国知识产权报记者采访时表示：“科技竞争已成为国家竞争的焦点，而专利法是推动科技创新的杠杆，一部先进、完善的专利法能极大激励和保护创新，促进发明创造推广运用，提升科技产业整体水平。我国现行的专利法在实施过程中，面临专利权人举证难，惩罚性赔偿缺乏法律依据且难以落到实处等问题。这一现状无疑削弱了国内企业自主创新的积极性，阻碍了国家、企业层面的国际化合作，难以为创新发展赋予更为强劲的动力。建议加快专利法修改进程，加大专利保护力度，从而促进我国科技实力快速提升。”

今年的全国两会已经落下帷幕，“有法可依、有法必依、执法必严、违法必究”的社会主义法治国家建设仍然步履不停。代表委员们的智慧，正在不断推动知识产权法律体系完善，让“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”的知识产权文化在神州大地不断深化。（知识产权报　记者　冯飞　吴珂）

链接：http://www.cnipa.gov.cn/zscqgz/1149314.htm

## 世界知识产权组织举行第四次视频会议，申长雨出席会议并发言

北京时间5月19日，世界知识产权组织（WIPO）召集第四次视频会议，就新冠肺炎疫情期间各国知识产权相关政策、涉及期限延误的救济措施，以及通过远程会议形式推进WIPO工作等议题进行了讨论。中国国家知识产权局局长申长雨出席会议并发言。

申长雨对WIPO在疫情期间采取的各项举措和取得的积极进展表示赞赏。他指出，在WIPO协调下，各成员国持续保持良好沟通，历次视频会议以来，各项议题取得了积极进展。5月初，WIPO在其官方网站发布了政策追踪器，向全球用户提供各国知识产权机构疫情期间的有关政策。中国国家知识产权局支持WIPO在疫情期间开展的各项工作，将继续与WIPO保持交流与合作。申长雨还就是否修改全球知识产权服务体系有关规则以在紧急状态下赋予WIPO总干事一般性权力，《保护工业产权巴黎公约》框架下优先权制度在紧急状态下的适用和完善，以及如何通过远程会议的形式推进WIPO的有关工作等议题发表了看法。他表示，中方愿同WIPO及各成员国一起努力，共同应对疫情对国际知识产权服务体系带来的挑战，确保各服务体系有序高效运转，惠及更多创新主体。

此次视频会议由WIPO总干事弗朗西斯·高锐主持。来自中国、澳大利亚、巴西、加拿大、法国、德国、印度、日本、韩国、俄罗斯、新加坡、瑞士、英国、美国等国知识产权机构，以及欧盟知识产权局、欧洲专利局的相关负责人出席会议。

链接：http://www.cnipa.gov.cn/zscqgz/1148833.htm

1. **聚焦民法典：对知识产权作概括性规定，统领各单行知识产权法律**

5月28日，十三届全国人大三次会议表决通过了《中华人民共和国民法典》。这部法律自2021年1月1日起施行。为建设创新型国家，民法典对知识产权作了概括性规定，以统领各个单行的知识产权法律。此外，为加强对知识产权的保护，提高侵权违法成本，民法典增加规定，故意侵害他人知识产权，情节严重的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿。

关于民事权利，第一编第五章规定了民事权利制度，包括各种人身权利和财产权利。为建设创新型国家，对知识产权作了概括性规定，以统领各个单行的知识产权法律（第一百二十三条）。同时，对数据、网络虚拟财产的保护作了原则性规定（第一百二十七条）。此外，还规定了民事权利的取得和行使规则等内容（第一百二十九条至第一百三十二条）。

关于损害赔偿，第七编第二章规定了侵害人身权益和财产权益的赔偿规则、精神损害赔偿规则等。同时，在现行侵权责任法的基础上，对有关规定作了进一步完善：一是完善精神损害赔偿制度，规定因故意或者重大过失侵害自然人具有人身意义的特定物造成严重精神损害的，被侵权人有权请求精神损害赔偿（第一千一百八十三条第二款）。二是为加强对知识产权的保护，提高侵权违法成本，民法典增加规定，故意侵害他人知识产权，情节严重的，被侵权人有权请求相应的惩罚性赔偿（第一千一百八十五条）。（综合新华社）

参考链接：http://www.cnipa.gov.cn/zscqgz/1149183.htm

1. **全国首单知识产权海外侵权责任保险在粤落地**

5月14日，在国家知识产权局、中国贸促会和中国人民财产保险股份有限公司（以下简称“中国人保财险”）共同推动下，中国人保财险广州市分公司与广州开发区知识产权局、中国贸促会知识产权服务中心广东分中心签订了知识产权海外侵权责任保险战略合作协议，并现场签发全国首单知识产权海外侵权责任保险，为金发科技、京信通信技术两家企业提供了725万元的风险保障。

此次落地的知识产权海外侵权责任保险，保险责任涵盖侵犯第三方知识产权而直接引起的知识产权侵权诉讼或潜在诉讼，依法应由被保险人或受偿方承担的经济赔偿责任，以及案件相关的诉讼或仲裁费用等法律费用，覆盖了国内企业应对海外侵权案的主要损失。

在保险增值服务上，中国人保财险广州市分公司将协助企业快速响应海外知识产权纠纷应对指导请求，收集整理分析中国企业遭遇海外知识产权纠纷，建立海外知识产权纠纷风险数据库，为“走出去”企业提供应对实务培训；整合专家、律师和团队资源切实协助企业解决问题。

广州黄埔区、开发区政府将为本区知识产权权利人或申请人投保知识产权保险的企业或机构，按投保费用的60%给予补贴，单一企业或机构每年最高补贴200万元。截至目前，广州开发区内已有30余家企业表达了投保意向。

中国人保财险广州市分公司相关负责人表示，将按照区知识产权局的要求，认真做好风险防范工作，积极为区内企业海外知识产权维权提供服务，出险后提供快速理赔，为企业消除后顾之忧。

链接：http://www.cnipa.gov.cn/zscqgz/1148767.htm

# 行业资讯

## 1、图解影视作品《三生三世十里桃花》《军师联盟》 法院终审判决侵权

优酷网络技术（北京）有限公司（下称优酷公司）享有热播影视作品《三生三世十里桃花》、《大军师司马懿之军师联盟》的信息网络传播权。深圳市蜀黍科技有限公司（下称蜀黍科技公司）运营的“图解电影”APP和“图解电影”网站为在线图文电影解说软件，宣传“十分钟品味一部好电影”， 在其网站上提供了《三生三世十里桃花》、《大军师司马懿之军师联盟》“图解电影”图片集。优酷公司认为蜀黍科技公司侵犯了涉案作品的信息网络传播权，故诉至法院。

一审法院经审理认为，涉案图片集过滤了涉案剧集的音效内容，截取了涉案剧集中的382幅画面，其截取的画面并非进入公有领域的创作元素，而为原涉案剧集中具有独创性表达的部分内容，因此，提供涉案图片集的行为构成提供作品的行为。被控侵权行为通过网络在线方式，使公众可以在其个人选定时间和地点获得涉案图片集，该行为落入涉案剧集信息网络传播权的控制范围。一审法院判决“图解电影”被诉侵权行为成立，并判令蜀黍科技公司赔偿损失。蜀黍科技公司不服，向北京知识产权法院提起上诉。

北京知识产权法院经审理认为，虽然被诉侵权的静态图集改变了涉案影视作品的表现形式，但并不意味着改变了类电作品的形态就不是使用作品的行为，且蜀黍科技公司亦不属于合理使用的情形。故二审法院认为，一审判决认定事实清楚，适用法律正确，应予维持，驳回了蜀黍科技公司的上诉请求。

（文章来源：中国知识产权杂志）

## 2、“快手”诉“抖音”商标侵权及不正当竞争，索赔500万元

因认为在第三方APP中搜索“快手”二字，置顶搜索结果为“抖音短视频”，快手开发及运营主体北京快手科技有限公司将北京微播视界科技有限公司诉至法院，要求其停止侵权行为，并索赔500万元。日前，海淀法院受理了此案。

原告快手公司诉称，其系知名短视频移动应用软件“快手”的开发及运营主体，从商标权人北京达佳互联信息技术有限公司获得了“快手”商标的独占使用权。经多年运营，“快手”移动应用已经成为国内最著名的短视频移动应用平台之一，拥有极高的用户量及知名度，涉案商标在相应领域内也取得了极高的知名度。

快手公司发现在第三方应用商店“360手机助手”内输入“快手”二字，出现的搜索结果第一条并非“快手”产品，置顶搜索结果竟然为“抖音短视频”APP，并且在应用程序名称右侧显示有“推广”标识，点击该搜索结果即可完成“抖音短视频”应用程序的安装及正常使用。经应用商店公示及“抖音短视频”《用户服务协议》约定，北京微播视界科技有限公司为“抖音短视频”的开发及运营主体。

原告快手公司认为，被告将“快手”设置为付费关键词的行为，利用了其公司在春节期间斥巨资推广运营产品的契机以及“快手”商标知名度，对自身产品进行推广宣传，且因双方产品功能高度相似，相关网络用户本欲通过搜索“快手”搜索相关产品，但搜索结果却被链接到“抖音”所运营的产品，因此使得快手公司提供的产品与其注册商标之间的特定联系被削弱，从而实质上损害了快手公司获取的商标专用权，因此构成商标侵权。

此外，被告的行为客观上导致希望下载安装“快手”的网络用户在第三方应用商店中搜索程序名称时，却在搜索结果第一条得到“抖音短视频”的安装链接，从而增加了“抖音”产品获取用户的机会、减少了本应属于“快手”的用户数量，损害了其合法利益，该行为属于典型的混淆他人商品名称的“食人而肥”和“搭便车”行为，构成不正当竞争。目前，此案正在进一步审理中。

（文章来源：海淀法院网）

## 3、致力于维权的“鹿角巷”竟侵犯他人著作权？法院判赔50万元

近日，广州市南沙区人民法院对原告邱茂庭（广州）餐饮管理有限公司（以下简称邱茂庭公司）诉被告广州鹿角巷餐饮有限公司（以下简称广州鹿角巷公司）著作权侵权及不正当竞争纠纷一案进行公开宣判，认定案外人邱茂庭是美术作品《鹿角巷》的著作权人。至此，美术作品《鹿角巷》的著作权属之争一审落定。



**对决：两方“逐鹿”之争 索赔达50万**

2019年5月，邱茂庭公司以著作权侵权及不正当竞争为由将广州鹿角巷公司诉至南沙法院，请求判令广州鹿角巷公司立即停止其侵权行为，并赔偿经济损失50万元。邱茂庭公司声称其经“鹿角巷”品牌创始人邱茂庭的许可，有权排他使用邱茂庭名下全部鹿角巷系列作品，并获授权以自己名义进行维权。

邱茂庭公司认为广州鹿角巷公司未经邱茂庭公司及邱茂庭许可，在经营活动中大量使用邱茂庭公司享有著作权的鹿角巷系列作品，侵害了邱茂庭公司的作品复制权、发行权等。另外，广州鹿角巷公司未经许可，擅自使用邱茂庭公司有一定影响的包装装潢、服务名称、商品名称、宣传文案等，构成不正当竞争行为，严重损害邱茂庭公司的合法权益及长期积累的市场知名度、美誉度。邱茂庭公司同时提供了授权证明书、美术作品登记证、设计底稿等57项证据。

案件受理后，南沙法院按照广州鹿角巷公司确认的地址向其寄送诉讼材料被拒收。但随后，广州鹿角巷公司却又书面提出管辖异议申请。开庭时，广州鹿角巷公司经合法传票传唤拒不到庭。

**落定：法院判决邱茂庭为作品《鹿角巷》的著作权人**

南沙法院认为，案涉8幅美术作品中的《鹿角巷之剪影鹿》《鹿角巷之美学循环图》《鹿角巷之睿智雄鹿》等7幅美术作品已在国家版权局进行了著作权登记，载明作者及著作权人为邱茂庭，在无相反证明的情况下，法院依法认定邱茂庭为上述涉案作品的著作权人。

而关于美术作品《鹿角巷》的著作权权属问题，虽然邱茂庭与尹某就相同的图案均进行了著作权登记，但邱茂庭公司就该作品的创作、发表提交相应证据，且邱茂庭对该图案进行著作权登记日期早于尹某的登记日期。因此，南沙法院依法认定邱茂庭是涉案作品《鹿角巷》的著作权人。

广州鹿角巷公司侵犯涉案作品的复制权，并擅自使用邱茂庭公司有一定影响的商品名称、装潢等，构成侵害著作权及不正当竞争行为，应承担停止侵权、赔偿损失的法律责任。一审判决判令广州鹿角巷公司赔偿邱茂庭公司经济损失、合理开支共计50万元。目前该案仍在上诉期。

（文章来源：信息时报）

## 4、分割转让近似商标是否导致转让合同无效？看看法官怎么说

**裁判要旨**

转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品或服务上注册的近似的商标，或者在类似商品或服务上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让，未一并转让的由国家知识产权局商标局（下称商标局）通知其限期改正，期满未改正的视为放弃转让该注册商标的申请。

**案情简介**

原告方某与被告上海名仕皮具护具有限公司（下称名仕公司）于2013年5月5日签订了“革工房”品牌许可合同，并一次性支付了品牌许可费。后因承租门面为违法建筑物，方某无法找到合适门面，并认为名仕公司违法转让与第7721313号“革工房”商标相近似的第8386010号“L&C皮革工房”商标，遂向名仕公司提出解约，但名仕公司不同意返还品牌许可费。方某向法院提起诉讼，请求解除双方签订的品牌许可合同，并判令名仕公司返还品牌许可费、保证金等各项费用。名仕公司提起反诉称，房屋租赁问题是由方某自身原因造成，名仕公司没有过错，合同不应解除，据此请求法院确认方某系违约解除合同，并赔偿其损失。

法院经审理查明，2009年9月24日，名仕公司提交了第7721313号“革工房”商标的注册申请，2011年1月21日被核准注册使用在服装翻新、修补衣服、皮革保养等第37类服务上，2013年10月27日盛尚公司经核准受让取得该商标。2010年6月11日，名仕公司提交了第8386010号“L&C皮革工房”商标的注册申请，2012年7月14日被核准注册使用在服装翻新、修补衣服、皮革保养等第37类服务上。

经审理，一审法院认为由于方某自身的过失没有查清房屋产权状况致使无法履行合同，其通知解除合同缺乏理由，名仕公司未将近似商标一并转让的行为无效，但并不存在违约开设加盟店的行为。据此，一审法院判决解除双方合同、名仕公司返还方某部分费用、方某支付名仕公司违约金。方某不服一审判决提起上诉，二审法院维持了原判。

**案件评析**

根据我国商标法第四十二条规定，转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让。这一规定系2013年商标法进行第三次修改时新增加的条款，旨在防止因注册商标转让导致消费者对商品来源产生混淆以及导致他人或者公共利益受到损害。根据商标法实施条例第三十一条规定，转让注册商标，商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标未一并转让的，由商标局通知其限期改正；期满未改正的，视为放弃转让该注册商标的申请，商标局应当书面通知申请人。

该案涉及分割转让近似商标是否导致转让合同无效，而这一问题的关键在于商标法第四十二条第二款法律性质的认定，即该条款系管理性强制规定还是效力性强制规定，如系管理性规定则转让合同有效，如系效力性规定则转让合同无效。在区分上述条款是管理性规定与效力性规定时，首先要查明关于强制性规定是否有明确具体的法律条文，而且这一法律条文是否对违反这一强制性规定的行为作出了确定的否定性评价，如果确实给出了否定性评价，则合同无效或者不成立，上述条款便属于效力性强制性规定。如果法律法规没有明确规定违反这一强制性规定的合同无效或者不成立，也可以从保护国家利益和社会公共利益的角度出发，合同若违反了强制性规定并且继续有效将会与国家公共利益发生严重的冲突，在这种情况下，应将这一规定归为效力性强制性规定。如果法律法规没有明确规定合同无效或不成立，从保护国家利益和社会公共利益的角度出发，即使合同违反了强制性规定并且继续有效也不会与国家公共利益发生冲突，并且不会对其造成损害，只是会对当事人的利益造成损害，则上述条款应属于管理性强制规定。

我国商标法并没有明确规定分割转让近似商标的法律后果，但根据商标法实施条例规定，未一并转让的由商标局通知其限期改正，期满不改正的视为放弃转让该注册商标的申请，商标局应当书面通知申请人。从上述规定来看，对于分割转让注册商标的合同，并未直接否定其合同效力。实践中，涉及商标一并转让的纠纷情况复杂多样，在商事交易中，商标注册人对其近似商标注册的数量是清楚的，而受让人对此则处于信息不对称的地位，如果商标注册人选择分割转让部分商标，当商标受让人事后知晓商标注册人还有其他近似商标未转让提起诉讼要求转让剩余商标时，如果认定双方签署的分割转让商标合同无效，显然无法保障受让人的利益。而且，如果认定分割转让商标合同无效，也导致与商标法条例中有关要求一并转让剩余商标的规定冲突，因为该合同无效，也不存在后续一并转让问题。此外，分割转让近似商标虽可能导致市场混淆，但解决该问题的方式并非使商标转让合同无效。商标受让人取得商标权并非转让合同签署之时，而是商标局核准公告之日，商标局对于商标注册人是否进行了一并转让需进行审查，一定程度上可以防止分割转让注册商标所产生的不良后果。商标转让人如果一并转让，则其先期签署的分割转让注册商标的合同当然无效；如果商标转让人拒绝一并转让，其签署的分割转让合同仍然有效，但商标转让人应当向受让人承担违约责任。（上海知识产权法院 范静波）

（文章来源：中国知识产权报）

## 5、RIMOWA拉杆箱设计引发特有装潢之争，结果如何？

随着生活水平的提升，旅游市场持续升温。作为出行好帮手，旅行箱在人们的生活中逐渐成为必备品。各式各样的旅行箱，从整体造型到细节设计，无不体现着箱包品牌的理念和价值。里莫瓦有限公司（下称里莫瓦公司）与段某琴因旅行箱特有包装装潢发生诉讼，北京知识产权法院近日就该案作出终审判决，驳回里莫瓦公司的全部诉讼请求。

**箱包外形引发纠纷**

据了解，里莫瓦公司系世界知名的旅行箱生产商，其前身Kofferfabrik Paul Morszeck行李箱制造公司于1898年在德国科隆建立，1941年公司名称改为RIMOWA行李箱公司，旗下的里莫瓦旅行箱以沟槽条纹为主，并具有独特造型的包角、金属条、铆钉、锁槽等五个装潢设计要素的组合（下称凸出条纹设计组合）。里莫瓦公司认为该设计组合具有独特性，故使得其旅行箱的整体外观具有区别商品来源的显著特征。2014年，里莫瓦公司发现段某琴销售的旅行箱产品在银色整体外观及多个设计细节上，均构成对其箱包的仿冒，遂于9月公证购买涉案产品，随后以段某琴侵犯其特有包装装潢权及不正当竞争为由，诉至北京市东城区人民法院（下称东城法院），请求法院判令段某琴立即停止销售涉案产品，刊登声明消除影响，并赔偿其经济损失15万元及合理支出5万元。

得知被起诉后，段某琴立即停止销售涉案旅行箱。庭审中，段某琴表示，里莫瓦旅行箱不属于知名商品，且凸出条纹设计不属于特有装潢。里莫瓦公司提供的证据不能证明里莫瓦旅行箱在中国境内的市场知名度和公众熟悉度。此外，里莫瓦旅行箱凸出条纹设计在中国市场内普遍存在，没有唯一确定性的指向里莫瓦公司，因此这种装潢无法起到标示性作用，不能起到区别商品来源的作用。而且，其销售的旅行箱材质不同于里莫瓦公司，且价格差距大，不会造成相关公众的混淆，故请求驳回原告的诉讼请求。

**一审认定被告侵权**

记者了解到，里莫瓦公司请求保护的凸出条纹设计组合所包含的条纹、护角、锁槽、金属条及铆钉五个元素，属于形状构造类装潢。凸出条纹设计组合所包含的五个元素虽为旅行箱行业中通用的装潢元素，且其具有一定的功能性，但是，在条纹的宽度、高度和方向、护角的形状和大小、锁槽的数量和形状、金属条的宽度和长度等方面仍有很大的选择空间。

东城法院将公证购买的旅行箱与原告提交的旅行箱进行比对，两者的包装装潢均包含凸出条纹设计组合的五个元素，此外，两者存在相似特征：箱体颜色为带有金属光泽的银白色；箱体正面上端正中有一长方形书包挂扣，挂扣四周为长方形边框；箱体侧面金属条上方覆盖有与金属条等宽的合页，上述因素足以使相关公众将涉案旅行箱和里莫瓦旅行箱相混淆，或者误认为其与里莫瓦旅行箱的经营者具有许可使用、关联企业关系等特定联系。另外，里莫瓦旅行箱在中国境内具有一定的市场知名度，并为相关公众所知悉，属于反不正当竞争法规定的知名商品。此外，里莫瓦公司系旅行箱产品的生产、销售企业，段某琴作为箱包产品的销售者，与里莫瓦公司属于同行业经营者，二者之间存在竞争关系。据此，东城法院判决，段某琴立即停止侵权行为，并赔偿原告经济损失及合理支出7万元。

**二审改判被告无责**

段某琴不服一审判决，上诉至北京知识产权法院称，里莫瓦旅行箱并非知名商品，其所售商品与里莫瓦旅行箱装潢不同，且价格差距大，故不会误导消费者，未构成不正当竞争。

法院经审理认为，对于相关公众而言，即便上述设计在先从未出现过，在未经过使用的情况下，这一使用方式亦仅仅会使相关公众将其认知为某种经过特定设计的旅行箱，而并不会通过该设计而产生特定旅行箱提供者的认知。另外，如果里莫瓦公司的使用情形尚不足以使段某琴将该旅行箱的凸出条纹设计组合与里莫瓦公司相对应，则即便里莫瓦旅行箱在特定范围内的相关公众中已起到识别作用，在该案中无法认定段红琴具有主观恶意，相应地，无法证明被诉行为构成不正当竞争行为。段某琴表示其从不知晓一个商品的形状会被法律保护，且其所在销售场所经营者并未对此类行为是否合法进行过宣传或告知，这一情形反映与段某琴情况相仿的零售商对这一问题的认知程度。里莫瓦公司亦无相关证据的情况下，无法证明段红琴对该行为是否合法有所认知。此外，里莫瓦公司提供的证据不足以证明其在箱包的普通消费者中具有较高知名度。综上，一审判决相关认定有误，应予纠正。据此，北京知识产权法院判决撤销一审判决，驳回里莫瓦公司的全部诉讼请求。（本报记者 郑斯亮）

（文章来源：中国知识产权报）

## 6、擅播热门节目，B站被判担责

2016年，优酷网络技术（北京）有限公司（下称优酷公司）发现，上海幻电信息科技有限公司未经允许（下称幻电公司）在其开发并实际运营的“哔哩哔哩”网站（下称B站）播放其享有独家信息网络传播权的《德云社乙未年封箱庆典2016》（下称涉案节目），于是将幻电公司告上法庭。近日，北京知识产权法院对这起信息网络传播权纠纷案作出终审判决，认定幻电公司侵犯了优酷公司对涉案节目享有的独家信息网络传播权，判决幻电公司赔偿经济损失及合理开支共计10万元，即维持了一审判决。

值得关注的是，该案中，针对优酷公司的指控，幻电公司认为B站是短视频分享网站，由用户上传内容，应适用“避风港原则”，但这一主张并未获得法院支持。有业内人士认为，该案的警示意义在于，网络服务提供商应注意避免存在有可能被认定为“应知”的情形，在日常运营中对热播影视作品应负有较高注意义务，同时应对自身的经营模式进行全面审查，在接到权利人的侵权通知后，应及时删除平台上的侵权作品。

**播放节目引发争议**

据了解，优酷网于2006年6月创立并正式上线，现为阿里巴巴文化娱乐集团的核心用户引擎。目前，优酷网支持PC、电视、移动三大终端，兼具版权、自制、合制、自频道、直播等多种内容形态，优酷公司是优酷网的经营者。B站创建于2009年6月，系高度聚集的年轻人文化社区和视频平台。B站拥有动画、番剧、国创、音乐、科技等内容分区，并开设直播、游戏中心、周边等业务板块。幻电公司为B站的经营者，也是该网站安卓客户端的开发者和运营者。

2016年，优酷公司购买了涉案节目，并经授权获得了涉案节目的独家信息网络传播权。优酷公司表示，其发现使用安卓手机下载“哔哩哔哩动画”安卓客户端，安装后搜索“德云社开箱”，第一个搜索结果显示涉案节目，封面图片有德云社名称，其下方前列为三个视频，三个视频的内容连续播放，为优酷公司完整节目的内容。优酷公司认为幻电公司的上述行为严重侵犯了其合法权益，遂将幻电公司诉至北京市海淀区人民法院（下称海淀法院），请求法院判令幻电公司赔偿经济损失及合理支出共计20万元。

对此，幻电公司认为，该公司为网络服务提供商，B站是短视频分享网站，由用户上传内容。涉案节目页面右侧显示上传者信息，标签也是用户自行设置，幻电公司难以注意到。涉案节目未经幻电公司编辑，没有分类，应适用避风港原则，优酷公司未事先通知删除，幻电公司不应承担侵权责任。

**两审法院均判侵权**

海淀法院经审理认为，优酷公司通过授权取得涉案节目的独家信息网络传播权，幻电公司未尽到相应的注意义务，其行为侵犯了优酷公司的合法权益。据此，判决幻电公司赔偿优酷公司经济损失及合理支出10万元，驳回优酷公司的其他诉讼请求。

幻电公司不服一审判决，向北京知识产权法院提起上诉称，一审判赔过高，其属平台性质，应适用通知删除规则等。

北京知识产权法院经审理认为，幻电公司主办并经营涉案app，属于网络服务提供者，只有在应知或明知网络用户利用网络服务侵犯他人信息网络传播权的情况下，才承担法律责任。该案中，3个视频为连续播放的该期节目的全部内容，且每个视频的播放时间较长，用户上传的名称与节目内容的主要部分相近。据此，可以推定，幻电公司应属于能够合理地认识到网络用户提供涉案作品、表演、录音录像制品未经权利人的许可之情形，幻电公司未提交相反证据，故一审法院认定幻电公司未尽到相应的注意义务，存在应知或明知网络用户利用网络服务侵犯信息网络传播权的情形正确，应予以支持。关于一审法院确定的经济赔偿和合理费用数额是否适当的问题，二审法院认为，优酷公司未提供充分证据证明其实际损失，也没有充分证据证明幻电公司的违法所得，在此情况下，一审法院采用法定赔偿的方式并无不当。综上，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

**加强审查降低风险**

该案中，B站主张其是网络服务提供商，适用“避风港”原则，但这一主张并未获得法院支持。对此，北京市安理律师事务所律师白小莉在接受中国知识产权报记者采访时分析指出：“该案中，B站能否适用‘避风港’原则的关键，在于B站对用户上传侵权作品的行为，在主观上是否属于‘网络服务提供者不知道也没有合理的理由应当知道服务对象提供的作品、表演、录音录像制品侵权’的情形。两审法院均认为B站未尽到合理注意义务，属于‘有合理的理由应知道’其服务对象存在侵权行为却未予以制止的情形，所以不适用‘避风港’原则。”

在司法实践中，什么情况下可以适用“避风港”原则？白小莉介绍，“避风港”原则最早源自1998年美国的《数字千年版权法案》，主要是指网络服务者在接到权利人的通知后应当在一定期限内对于被指涉嫌侵权的作品采取删除、屏蔽或断开链接等处理，网络服务者采取上述措施，尽到了注意义务的，可以免于承担赔偿责任。我国侵权责任法第三十六条、《信息网络传播权保护条例》第二十二条都对“避风港”原则作出了相关的规定。目前司法实践中，适用“避风港”原则从而令平台免于承担赔偿责任需要具备以下条件：网络服务提供者对相关内容或行为构成侵权不存在“明知”或“应知”情形，主观上不存在过错；没有对作品进行任何形式的改变、主动推荐、编辑（如添加标记或置顶等）、修改等行为；未从用户的上传或分享行为中获得经济利益，或以其他手段和方式鼓励或纵容用户的上述行为；在接到权利人的侵权通知后，及时履行了移除义务。

那么，网络服务提供商在日常经营中如何正确适用“避风港”原则，有效降低侵权风险？对此，白小莉给出三点建议：一是网络服务提供商对热播影视作品应负有较高注意义务，建议针对热播影视作品建立高度防范体系，采取一定技术措施加强预防，如针对热播影视作品进行关键词屏蔽等；二是对自身的经营模式进行自我审查或通过外聘专业律师进行合规审查，判断公司自身是否存在改变、整理、推荐、突出显示平台中的作品的行为，以及公司的经营模式中是否存在其他可能导致公司被认定为“有合理的理由应当知道平台中的作品侵权”的情形；三是在接到权利人的侵权通知后，及时删除平台上的侵权作品。（本报记者 孙芳华）

（文章来源：中国知识产权报）

## 7、当“椰子鞋”遇上“椰子”注册商标时，会构成商标侵权吗？

自从Adidas联手美国歌手侃爷（Kanye West）推出yeezy（国内网友将yeezy音译为“椰子”）系列运动鞋之后，椰子鞋可谓家喻户晓，备受年轻一代消费者追捧。但是，当“椰子鞋”遇上“椰子”注册商标时，会构成商标侵权吗？近日，福建省高级人民法院（下称福建高院）就福州市马尾区大掌柜贸易有限公司（下称大掌柜公司）诉莆田市佰良信息技术有限公司（下称佰良公司）侵犯商标权案作出二审判决，认定佰良公司在推广其生产的“Dliziz丁丽姿”品牌运动鞋时使用“正品椰子款”等字样的行为不侵犯大掌柜公司对其享有的第384939 号“椰子”注册商标专用权， 驳回了大掌柜公司的上诉。

值得注意的是，该案一审和二审法院均认定椰子鞋代表的是一种新潮、文化现象，是对某一类鞋款式的描述，这意味着其他品牌厂商在宣传该款式的鞋子产品时，使用“椰子鞋”字样的行为不一定侵犯“椰子”注册商标专用权。当然，这并不意味着经营者就可以在相关产品上任意使用“椰子鞋”字样，使用者应本着善意、合理和描述性的出发点进行使用，在使用过程中将该名称与相关注册商标划清界限。



**使用“椰子”引发官司**

让大掌柜公司与佰良公司对簿公堂的是第384939号文字商标“椰子”，该商标于1991年3月30日核准注册，核定使用在第25类“鞋”商品中。历经数次转让，该商标目前注册人为卓某伟。随后，卓某伟将该商标许可给沈某春使用，后者又许可给大掌柜公司使用。佰良公司从事鞋袜等产品的生产与销售，其申请注册的“Dliziz 丁丽姿”商标于2012年5月7日核准注册，核定使用的商品类别为第25类“服装、鞋、袜”等。

在经营过程中，佰良公司开设了名为“丁丽姿运动户外旗舰店”的网店，并上线了“Dliziz 正品椰子款休闲跑步鞋”等多款产品。不过，这引起大掌柜公司的不满，其认为，“椰子”为其合法注册的商标，佰良公司未经授权在同类产品上使用“椰子鞋”等字样的行为，会使相关公众误认为与大掌柜公司被许可使用的 “椰子”商标存在关联关系，容易误导消费者，涉嫌构成商标侵权。据此，大掌柜公司将佰良公司起诉至福建省莆田市中级人民法院（下称莆田中院）。

莆田中院经审理认为，公众通过各种网络搜索“椰子鞋”，搜索结果基本上是Adidas和侃爷联名发布的yeezy运动鞋以及类似样式的流行鞋子，大掌柜公司也认可市场上把yeezy音译为椰子，认可椰子是一款鞋型，可见椰子代表的是一种新潮、文化现象，椰子鞋是对一类鞋款式的描述；佰良公司在其销售的鞋子标题上使用文字“椰子”，只是对所售鞋子款式的描述，并非商标性使用，其标题中的“Dliziz 丁丽姿”才是商标性使用，用于识别所售鞋子的来源。而且佰良公司没有在商品标题中突出使用文字“椰子”，不会使相关公众误认文字“椰子”与大掌柜公司享有普通许可使用权的商标“椰子”存在关联关系。因此，佰良公司未侵犯大掌柜公司就“椰子”享有的注册商标专用权。

**二审驳回上诉请求**

大掌柜公司不服，向福建高院提起上诉。大掌柜公司上诉称，首先，虽然“椰子”具有一种文化背景，但没有任何证据能够证明一审判决认定的“椰子鞋是对一类鞋的款式的描述”的事实。其次，一审法院认为，在互联网上搜索椰子鞋，并未导向原告生产、销售的商品，系人为削减原告作为第25类“椰子”注册商标专有权人的权利范围，违背商标法基本规定，是否拥有商标专用权不是以搜索结果为依据，而是以商标局对商标的核准注册为依据等。

佰良公司辩称，首先，椰子款鞋或椰子鞋是一种通用的鞋款名称，为类似Adidas旗下yeezy品牌的一个鞋款的通称。其次，佰良公司在商品详情的商品属性里面明确填写了公司的品牌，并在最重要与必要的地方明确标识了品牌属性，产品广告标题使用“椰子”仅起到宣传用途。

福建高院结合在案证据，经审理后维持了一审判决，驳回了大掌柜公司的上诉，即明确了椰子代表的是一种新潮、文化现象，椰子鞋是对一类鞋的款式的描述。

在业内人士看来，该案一审、二审认定被告不构成对“椰子”注册商标专用权侵犯的关键点在于，两审法院结合在案证据认定“椰子鞋”是对某一类鞋款式的描述，被告使用“椰子鞋”字样仅是对其产品款式的描述，而非商标性使用或者刻意突出“椰子”字样，这对此类案件的审理具有一定的借鉴意义。

该人士指出，在此类案件中，被告大多以其对相关标识的使用属于描述性使用为由进行不侵权抗辩。描述性使用，又称叙述性使用或说明性使用，是指行为人在描述其商品或者服务时对与他人商标相同或相似文字进行的合理使用。描述性合理使用包括对自己名称或地址的使用、商品通用名称以及自己商品或服务特性的描述等。相对于普通商标而言，由于含有描述性成分的商标缺乏先天显著性，在发挥识别特定商品来源和商品提供者的效果上明显低于其第一含义的指代使用。如果禁止他人的正当性使用，显然是将一种公共资源演变为一种垄断性资源，这对于其他经营者是不公平的，对于正常的市场竞争也是有害的。“不过需要指出的是，即便某一件商标中含有描述性元素，在其获得注册后非经法定程序撤销或被无效前，其相关合法权益也应受到保护。这并不意味着他人就可以随便使用，他人需本着善意、合理和描述性的出发点使用，尽量与注册商标划清界限，否则还会有侵权风险。”该人士指出。（本报记者 姜旭）

（文章来源：中国知识产权报）

## 8、“鹅厂”起诉“鹅厂出品”！法院这么判...

近日，据北京法院审判信息网显示，腾讯公司与国家知识产权局的商标权无效宣告请求行政纠纷案二审判决。二审法院认为华宇公司注册诉争商标“鹅厂出品”的行为，违反诚实信用原则，扰乱了正常商标注册秩序，谋取不正当利益的主观恶意明显，构成2013年商标法第四十四条第一款规定的“以其他不正当手段取得注册”的情形。

据判决书显示，华宇公司不仅在第9类上申请注册了“鹅厂出品”，

还在第35类、第38类、第41类及第42类多个与互联网行业相关的商品或服务类别上申请注册“猫厂出品”“狼厂出品”“鹅厂”以及“Soiken”等近20件商标。



本案二审诉讼争议焦点为：一、诉争商标与引证商标是否构成使用在类似商品上的近似商标；二、原审判决是否漏审腾讯公司关于诉争商标的注册违反2013年商标法第十条第一款第七项规定的诉讼请求；三、华宇公司在多个商品或服务类别上注册包括诉争商标在内的 “鹅厂出品”“猫厂出品”“狼厂出品”等商标是否违反2013年商标法第四十四条第一款的规定。

二审法院最终认为：一、诉争商标核定使用的商品“复印机（照相、静电、热）；动画片；电热袜”与引证商标核定使用的商品分属于《类似商品和服务区分表》第9类商品中的不同类似群，且未构成交叉检索，在商品的功能、用途、销售渠道、消费群体方面亦不相同或者具有密切关联，不构成类似商品。诉争商标与引证商标未构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。

二、本案中，诉争商标为中文“鹅厂出品”，根据在案证据尚不足以证明公众基于对中文“鹅厂出品”的认读习惯会和理解会对诉争商标核定使用的商品“复印机（照相、静电、热）；动画片；电热袜”的质量等特点或者产地产生误认，且在案证据亦不能证明诉争商标本身具有欺骗性，故诉争商标的注册未违反2013年商标法第十条第一款第七项的规定。

三、华宇公司在原审诉讼阶段和二审诉讼阶段均未出庭应诉，且未提交证据证明其已注册的包括诉争商标在内的商标分别在核定使用的商品上进行了实际使用。根据腾讯公司提交的在案证据，可以证明在诉争商标申请日之前，“鹅厂”“猫厂”“狼厂”在互联网行业的相关公众中已分别与腾讯公司、阿里巴巴公司和百度公司之间建立起对应关系。华宇公司在其核准经营范围之外的第9类、第35类、第38类、第41类和第42类中与互联网相关的商品和服务上申请注册包括诉争商标在内的多件分别与腾讯公司、阿里巴巴公司及百度公司具有指示对应关系的“鹅厂出品”“猫厂出品”“狼厂出品”商标，以及与他人在先注册的国内外商标相近似的商标，其行为超过了正常的生产经营需要，具有攀附腾讯公司等知名企业商誉，通过注册商标谋取不正当利益的主观恶意。

综上，华宇公司注册诉争商标的行为，违反诚实信用原则，扰乱了正常商标注册秩序，谋取不正当利益的主观恶意明显，构成2013年商标法第四十四条第一款规定的“以其他不正当手段取得注册”的情形。

（文章来源：知识产权那点事）

## 9、“鼎丰”料酒王瓶贴装潢被模仿构成不正当竞争

5月20日，上海知识产权法院（以下简称上海知产法院）对上诉人柘荣县荣辉太子参酒业有限公司（以下简称荣辉太子参公司）与被上诉人上海鼎丰酿造食品有限公司（以下简称鼎丰公司）、原审被告上海市松江区中山街道松金食品店（以下简称松金食品店）擅自使用知名商品特有装潢纠纷案进行二审宣判，判令荣辉太子参公司、松金食品店停止不正当竞争行为，荣辉太子参公司刊登声明消除影响，并赔偿鼎丰公司经济损失8万元及合理开支2万元，松金食品店对其中的4000元合理开支承担连带赔偿责任。

**“西源春”料酒商品和“鼎丰”料酒王起纷争**

鼎丰公司创始于1865年，生产的“鼎丰”料酒王商品多次被认定为知名商品，其装潢为特有装潢。鼎丰公司发现荣辉太子参公司、松金食品店未经其许可，擅自在生产、销售的净含量为300ml、450ml、500ml的“西源春”料酒王及“西源春”料酒商品上使用了与“鼎丰”料酒王商品装潢近似的瓶贴，易使相关公众产生混淆，侵害了鼎丰公司的合法权益，遂诉至法院，请求判令荣辉太子参公司、松金食品店停止不正当竞争行为、登报刊登声明以消除影响，荣辉太子参公司赔偿鼎丰公司经济损失30万元以及合理支出2万元，松金食品店对合理支出2万元承担连带赔偿责任。

一审法院审理后认为，鼎丰公司的“鼎丰”料酒商品已有多年的生产历史，在1993年即已获得“中华老字号”称号，并多次获得“上海名牌产品”等称号，可以认定其具有一定的市场影响力，并为相关消费者所知悉。“鼎丰”料酒王商品瓶贴装潢在文字、图案、色彩及其组合等方面设计感较强，经过长期使用、宣传，已经与“鼎丰”料酒王商品形成特定联系，故涉案装潢属于有一定影响的商品的特有装潢。

“鼎丰”料酒王装潢（左一）和被诉侵权商品装潢（除左一外其余四款）

对比图

被诉侵权商品与“鼎丰”料酒王商品属于相同商品，两者的装潢在整体色彩、背景底纹、元素布局、图案风格等方面基本相同。虽然在局部颜色、图案及文字内容上存在差异，但该差异在整体设计中所占比重较小，不足以对视觉效果造成实质影响。在普通购买者施以一般注意力的情况下，可能将被诉侵权商品误认为鼎丰公司的“鼎丰”料酒王商品，或者认为其与鼎丰公司的商品存在特定联系。

因此，荣辉太子参公司生产的“西源春”料酒王、“西源春”料酒上的瓶贴装潢与涉案“鼎丰”料酒王装潢近似，其行为构成不正当竞争，应当承担法律责任。松金食品店同时销售被诉侵权商品与“鼎丰”料酒王商品，且两者放于货架相邻位置，其装潢的相似性极其明显，故其具有一定的主观过错，亦应当承担法律责任。

一审法院综合考虑涉案装潢知名度及对销售的作用大小、荣辉太子参公司和松金食品店的主观过错程度、经营规模、被诉侵权商品销售数量及合理利润、侵权持续时间等酌定赔偿数额，判令荣辉太子参公司和松金食品店停止不正当竞争行为，荣辉太子参公司刊登声明消除影响，并赔偿经济损失8万元及合理开支2.5万元，松金食品店对其中的4000元合理开支承担连带赔偿责任。

即便商标不同，装潢近似造成混淆仍构成不正当竞争

一审判决后，荣辉太子参公司不服，向上海知产法院提起上诉。荣辉太子参公司认为被诉侵权商品装潢有独特的创意、构思，与 “鼎丰”料酒王商品装潢不构成近似，两者装潢所标注的商标、条形码、部分商品的容量等均不同，足以使消费者分辨系不同品牌，不会导致相关公众混淆和误认，请求法院撤销一审判决，改判驳回鼎丰公司的一审诉讼请求。

上海知产法院审理后认为，被上诉人鼎丰公司提交的证据能够证明其主张保护的“鼎丰”料酒王瓶贴装潢经过较长时间的使用及宣传，已具有区别商品来源的显著特征，可认定为有一定影响的商品装潢。被诉侵权“西源春”料酒王和料酒的瓶贴与被上诉人“鼎丰”料酒王瓶贴系使用在相同商品上，从两者的整体色彩、文字与图案的排列组合、背景底纹的风格等方面来看，在视觉上基本无差别，即使在瓶贴上标注的商标、企业名称等存在不同，但因该商品售价较低，相关公众在购买时一般不会施以很高的注意力加以辨别，在隔离比对的情况下，容易造成混淆与误认，或者误认为上诉人与被上诉人之间具有许可使用、关联企业关系等特定联系。被诉侵权“西源春”料酒王和料酒瓶贴的装潢元素、整体布局和色彩搭配，特别是料酒王瓶贴正面右侧的文字内容和排列，与被上诉人主张保护的瓶贴装潢的一致性，难以让人相信是出于巧合。综上，法院对上诉人的上诉理由不予采信。

二审另查明，被上诉人在一审中明确主张2万元合理开支，但一审判决上诉人赔偿合理开支2.5万元，属于原判决超出诉讼请求之情形，故上海知产法院在当事人诉讼请求范围内对此作出相应处理。

据此，上海知产法院维持一审判决有关停止不正当竞争行为、消除影响、赔偿经济损失的判决内容，对合理开支数额予以部分改判。

（文章来源：知识产权那点事）

## 10、国内首宗涉5G技术侵犯知识产权刑事案件审结

近日，南山法院审理的黄某瑜、王某侵犯商业秘密案入选2019年度广东检察机关打击侵犯知识产权犯罪典型案例，该案系国内首宗涉5G技术侵犯知识产权刑事案件。

法院经审理查明，被告人黄某瑜、王某均曾就职于中兴通讯股份有限公司（以下简称中兴公司），且二人皆为5G方面的专家。任职期间，两被告人接受某研究所5G有源天线原型机的技术外包项目，并找到中兴公司原有源天线A8808项目多名成员进行技术开发，研发完成后交付了一台5G有源天线原型机及相关技术文档，并收取项目经费人民币235万元。

经鉴定，王某交付和发送的技术文档，与中兴公司的文档具有同一性；中兴公司的前述文档属于不为公众所知悉的技术信息。经查明，中兴公司对该文档采取了制定保密制度、与员工签订保密协议等保密措施。经评估，该文档商业秘密的评估值为人民币430万元。

南山法院经审理认为，涉案文档内容系中兴公司的商业秘密，被告人黄某瑜、王某在为某研究所研发5G项目的过程中使前述商业秘密实际脱离中兴公司控制，构成对中兴公司商业秘密的侵权。根据案情，认定中兴公司因两被告侵犯商业秘密行为所受的损失为430万元。两被告在共同犯罪中均系主犯，应按照全部犯罪处罚。综上，判决被告人黄某瑜、王某均构成侵犯商业秘密罪，均判处有期徒刑三年、缓刑四年，并处罚金人民币15万元。两被告均认罪认罚，现该案一审判决已生效。

5G即第五代移动通信技术的简称，是最新一代蜂窝移动通信技术，近年来，多个国家都加大了对5G技术的研发投入。被害单位中兴公司一直是我国5G领域的领军企业，在5G领域拥有多项自主知识产权，被告人黄某瑜和王某泄露的两份技术文档是中兴公司在5G技术领域的重要技术资料，中兴公司亦采取了保密措施，这些技术资料属于中兴公司的商业秘密，应当受到法律的保护。本案的妥善处理有效地打击了侵犯知识产权的刑事犯罪，彰显了人民法院在实施最严格知识产权保护方面的决心。

在本案审理中，南山法院积极践行司法为民宗旨，在依法公正办理案件的同时全力服务企业经营和发展，有效避免了“案件办了，企业垮了”的结果，助力辖区打造诚信有序又充满活力的法治营商环境。

（文章来源：南山区人民法院）

# 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）