



IP CASE EXPRESS



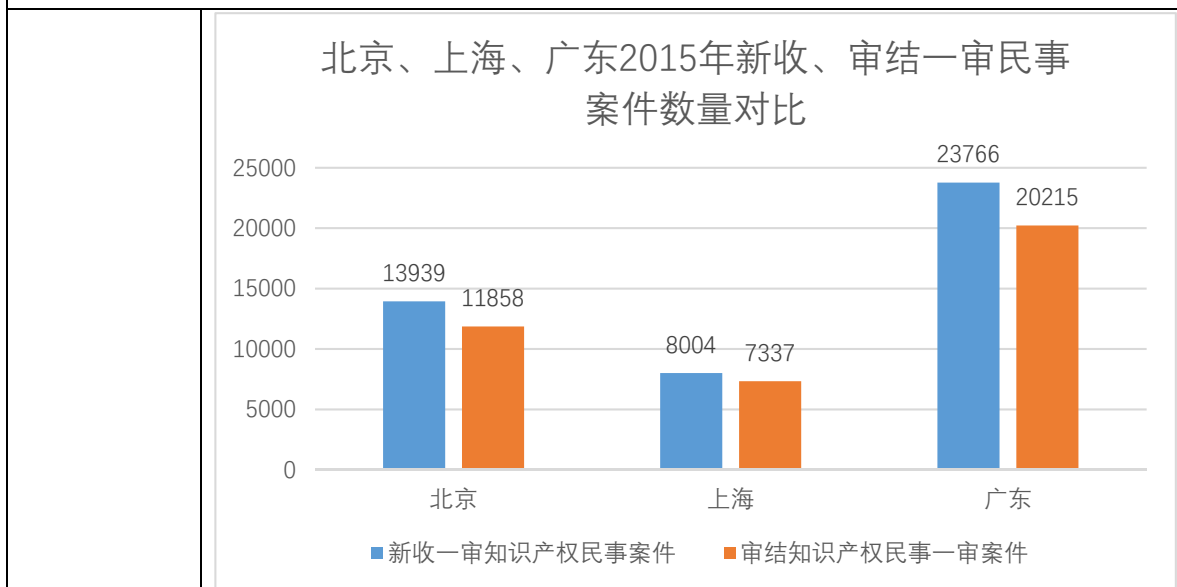
永新知识产权 · 中国知识产权案例速递 · 2016.06 第 20 期

目录

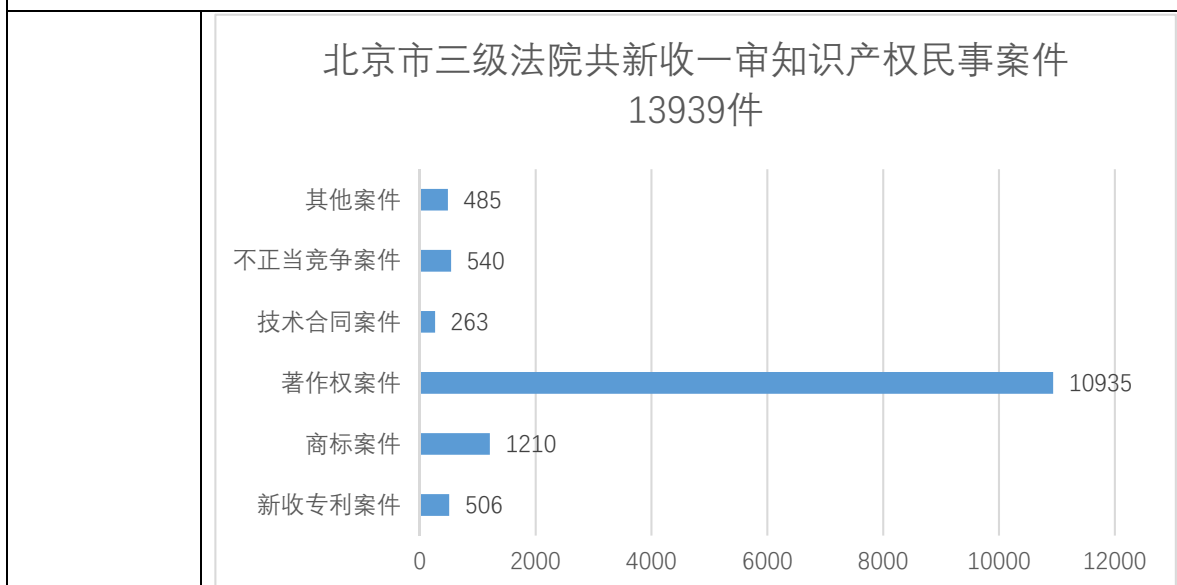
| | | |
|------|----------------------------------|--------|
| I. | 数据统计..... | - 2 - |
| II. | 2015 年度北京法院知识产权十大案例及十大创新性案例..... | - 9 - |
| III. | 2015 年度上海法院知识产权司法保护十大案例..... | - 14 - |
| IV. | 2015 年度广东法院知识产权司法保护十大案例..... | - 17 - |

I. 数据统计

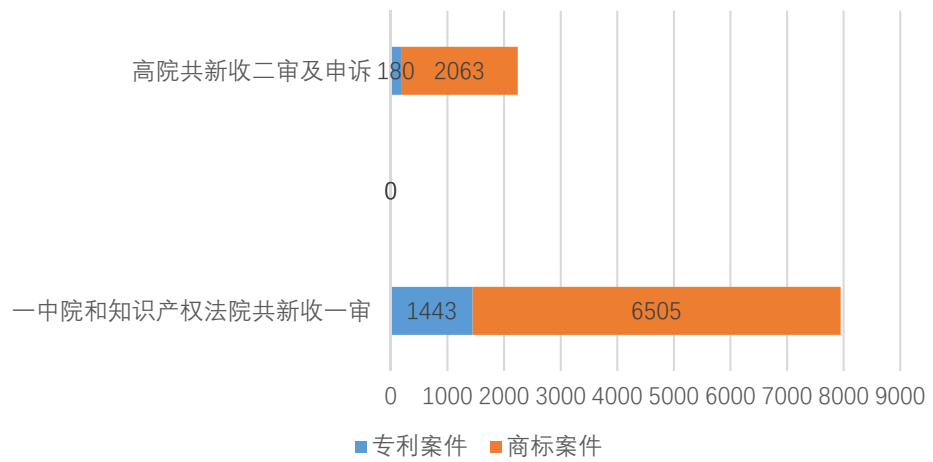
A. 民事案件数量对比



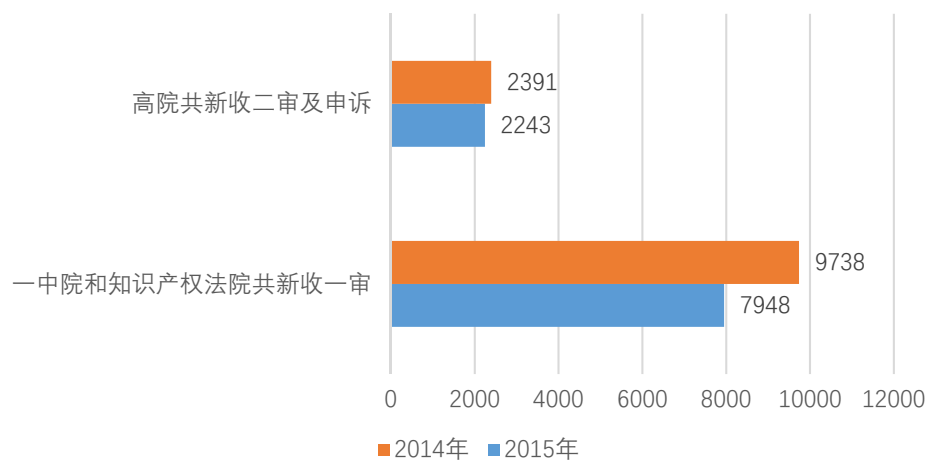
B. 北京法院



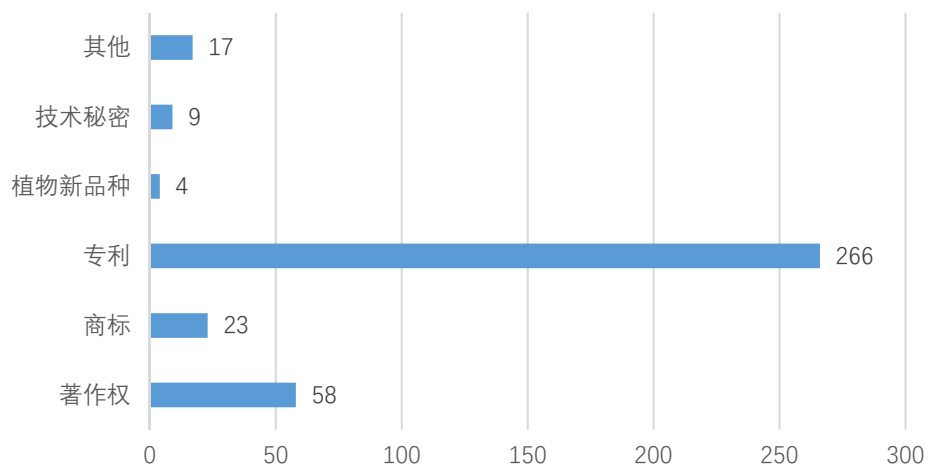
2015年知识产权授权确权行政案件-案由



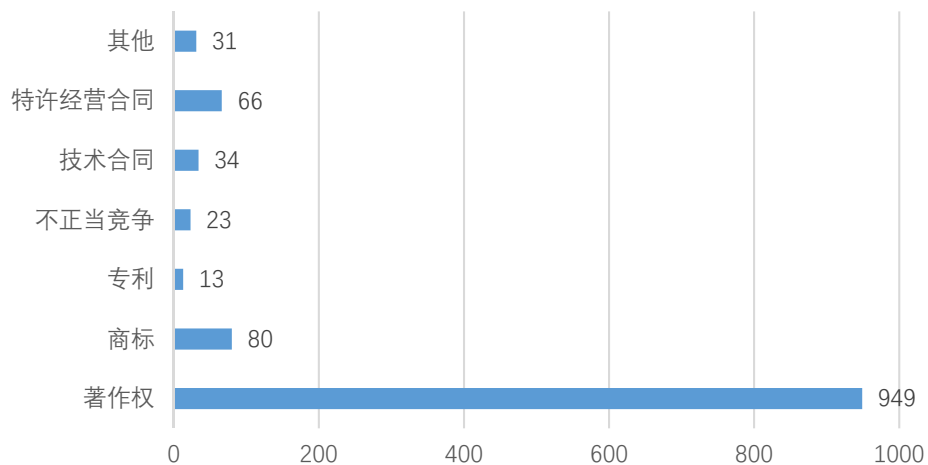
知识产权授权确权行政案件-年份对比



北京知识产权法院一审民事案件审结377件

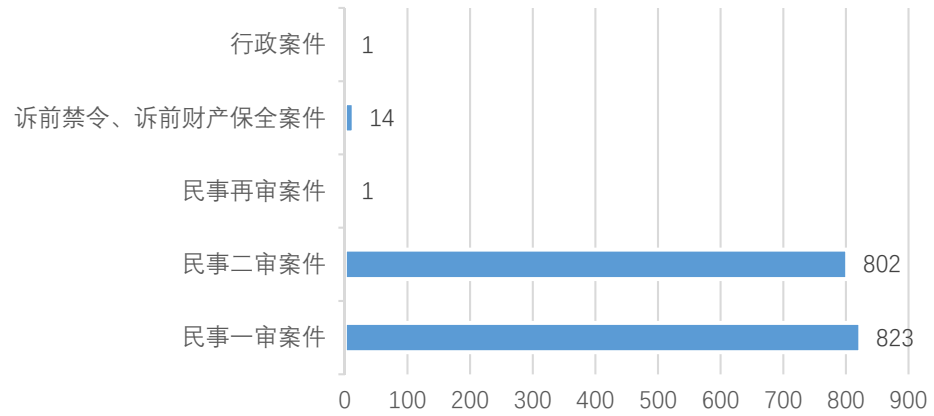


北京知识产权法院二审民事案件审结1196件

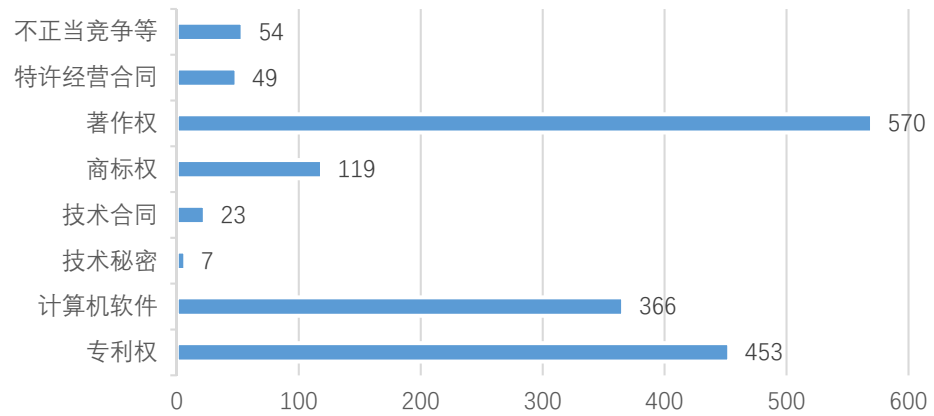


C. 上海法院

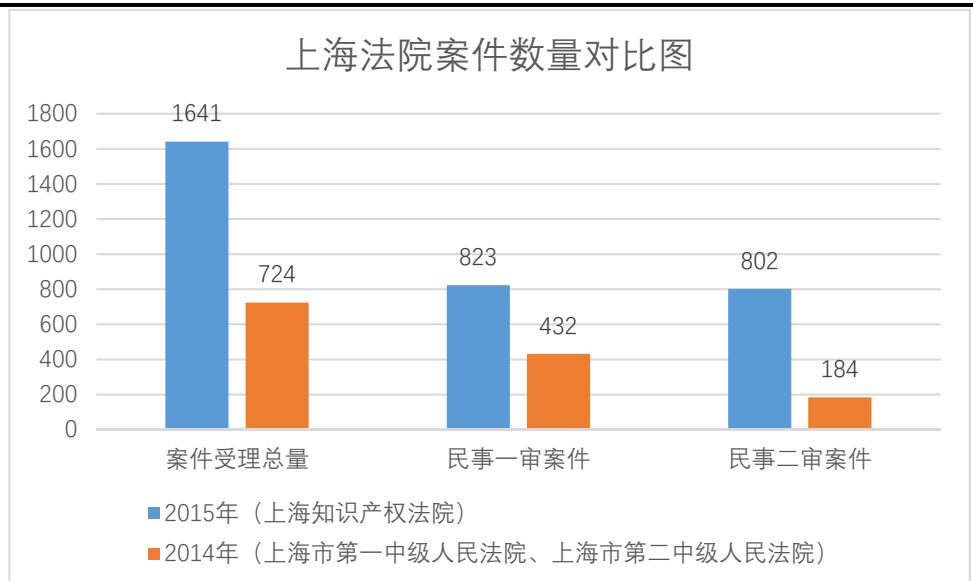
上海知识产权法院受理各类知识产权案件1641件



上海知识产权法院受理各类知识产权案件1641件

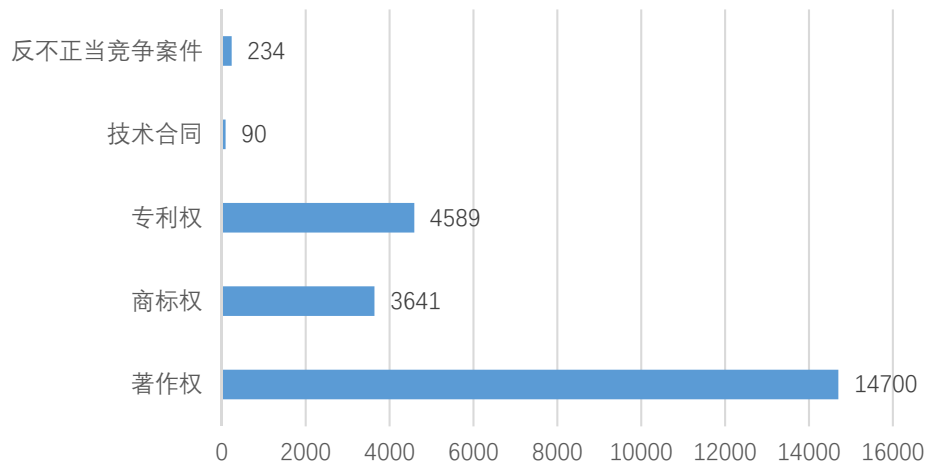


与上海市第一中级人民法院、上海市第二中级人民法院 2014 年所受理知识产权案件总量相比,上海知识产权法院 2015 年受理案件总数上升 126.66%,其中,民事一审案件上升 90.51%,民事二审案件上升 335.87%。

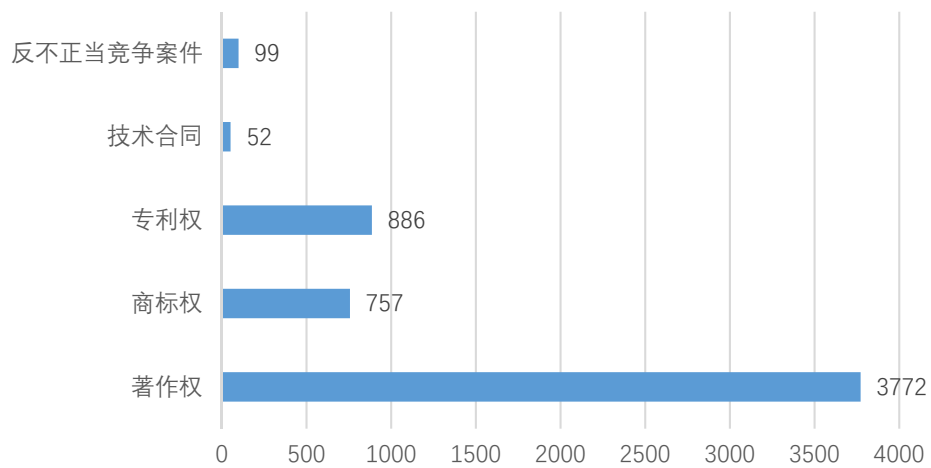


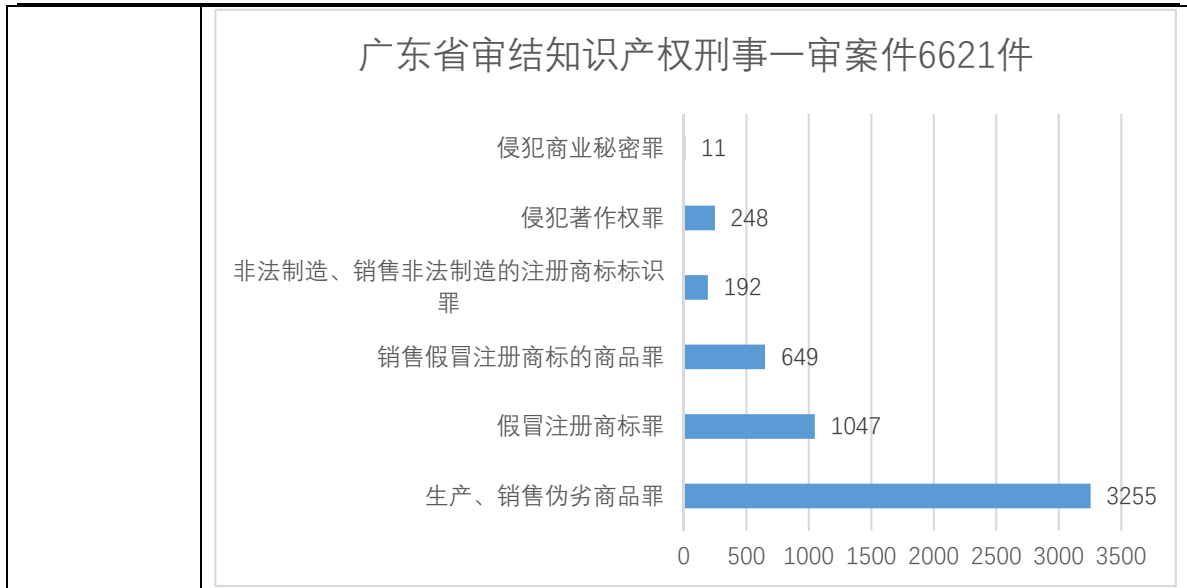
D. 广东法院

广东省新收知识产权民事一审案件23766件



广东省新收民事二审案件6132件





II. 2015 年度北京法院知识产权十大案例及 十大创新性案例

一、2015 年度北京市法院知识产权十大典型案例

| | |
|----|--|
| 01 | 琼瑶诉于正侵害著作权纠纷案 |
| | 点评： <p>第一，明确了文学作品中思想与表达的区分标准。文字作品所表达的故事和情节，只有具体到一定程度，反映出作者独特的选择、判断、取舍，才能成为著作权法保护的表达。第二，明确实质性相似的判断标准。著作权侵权需满足“接触”加“实质性相似”两个要件。文学作品“实质性相似”可以根据对文学作品中的情节选择、结构安排、情节推进设计等进行判断。第三，引入专家辅助人。本案开启了侵害著作权案件中引入专家辅助人的先例，使案件的审理和裁判契合行业特点和创作规律。</p> |
| 02 | “中国饮料第一罐”虚假宣传纠纷案 |
| | 点评： <p>引人误解是虚假宣传的本质；只要竞争者所做宣传足以引人误解，一般则构成反不正当竞争法项下之虚假宣传。</p> <p>值得特别注意的是，最高院在驳回再审裁定中专门针对该案当事人诉诸的多起虚假宣传案指出，涉案当事人应当充分尊重历史，正确认识和尊重商标许可相关规则，既要尊重商标权，又必须充分考虑被许可方对商标知名度所做巨大贡献；既不应以各种不正当竞争手段和方式，获取不当利益，更不宜滥用诉讼手段和浪费司法资源。该段表述对今后如何正确处理此类纠纷，提供了基本规则。</p> |
| 03 | “一种聊天机器人系统”发明专利权无效行政案 |
| | 点评： |

| | |
|----|---|
| | <p>在涉及计算机软件领域的专利保护及专利有效性认定时，应考察该专利说明书是否充分公开了如何实现该软件某种功能的具体方式，专利说明书不应仅在形式上记载实现上述功能的技术特征，而不进一步说明该技术特征的组成部分和工作原理。总之，专利说明书应当对发明创造作出清楚、完整的说明，以所属技术领域的技术人员能够实现为准。</p> |
| 04 | <p>“滴滴打车”商标权侵权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>判断两商标是否构成商标法意义上的近似商标，除比较两商标标识本身是否近似，还应当综合考虑商标的显著性、商品或服务的类别性质、商标的实际使用情况等诸多因素。</p> |
| 05 | <p>“清样”商标异议复审行政纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>本案确定商标异议程序中可以参照 2001 年商标法第四十一条第一款规定。即已经注册的商标是以欺骗手段或其他不正当竞争手段取得注册的，可以撤销。</p> |
| 06 | <p>《红色娘子军》著作权侵权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>关于作品许可使用，虽未有书面许可合同，但根据相关事实和证据可以证明许可存在的，在许可期间，使用他人作品不构成侵犯他人著作权，但应依法向著作权人支付报酬。</p> |
| 07 | <p>“超级 MT”著作权侵权及不正当竞争案</p> |
| | <p>点评： 若游戏名称经过持续宣传使用，能够起到区分商品或者服务来源的作用，可以认定在手机游戏上已构成知名服务的特有名称。行为人在明知的情况下，擅自使用与知名服务特有名称近似的名称，容易造成相关公众混淆误认的，应认定其构成不正当竞争行为。本案中游戏人物名称同样被认定为知名服务的特有名称，为以后类似的移动终端游戏案件提供了参考。</p> |
| 08 | <p>旅游卫视台标著作权侵权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>对于知识产权诉讼中的伪造证据、出具虚假证言等不诚信诉讼行为，因其会干扰诉讼秩序，浪费司法资源、损害对方当事人权益，将面临法院的高额罚款。</p> |

| | |
|----|---|
| 09 | “雅培米粉罐”外观设计专利侵权纠纷案 |
| | <p>点评：</p> <p>确定专利侵权的赔偿数额时，应考虑如下因素：1. 涉案专利类型；2. 涉案专利对被控侵权产品销售的贡献率；3. 侵权产品销售范围；4. 销售数量、持续时间；5. 被告主观过错。</p> |
| 10 | 销售计算机软件加密锁侵犯著作权罪案 |
| | <p>点评：</p> <p>在计算机软件侵权犯罪案件中判定涉案行为是否属侵犯著作权行为时，要结合计算机软件的侵权模式，从行为实质上进行认定。</p> |

二、2015 年度北京市法院知识产权十大创新性案例

| | |
|----|--|
| 01 | 搜狗诉奇虎阻碍浏览器安装设置不正当竞争纠纷案 |
| | <p>点评：</p> <p>安全软件在发挥其合理的风险提示和必要的干预功能时，应当遵循诚实信用原则及商业道德的基本要求，对其他软件进行干预时须以“实现其功能所必需”为前提，应尽量客观、中立，不应超出合理限度。安全软件超出合理限度干预其他软件的正常运行、安装并给其他软件经营者造成损害的，应认定其构成不正当竞争。</p> |
| 02 | “极路由”屏蔽视频广告不正当竞争纠纷案 |
| | <p>点评：</p> <p>1. 判断经营者之间是否存在“竞争关系”不应以身份、主营业务或所处行业来判断，而应着眼于经营者的具体行为，判断其行为是否具有经营性、竞争性，与该指导案例裁判原则一致。</p> <p>2. 判断竞争行为是否具有正当性，需遵守非因公益必要，经营者一般不得直接干预他人的合法经营行为的原则。</p> |
| 03 | 积木外观设计专利侵权纠纷案 |
| | <p>点评：</p> <p>对于各构件之间无组装关系或组装关系不唯一的组件产品的外观设计专利，</p> |

| | |
|----|--|
| | <p>被诉侵权设计与其全部单个构件的外观设计均相同或者相近似的，应当认定被诉侵权设计落入专利权的保护范围；被诉侵权设计缺少单个构件的外观设计或者与其不相同也不相近似的，应当认定被诉侵权外观设计未落入专利权的保护范围。</p> |
| 04 | <p>“莫言”商标驳回复审行政案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>抢注知名人士的姓名、笔名、艺名，借助知名人士效应获得利益的行为，不但有违诚实信用原则，损害该知名人士的特定利益，而且在一定程度上损害了社会公共秩序和善良风俗。这类商标注册申请不符合商标法第十条第一款第八项的规定。</p> |
| 05 | <p>“优衣库”侵害商标权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>在认定被控侵权标识与涉案商标是否构成商标法意义上的近似时，要从标识本身的外观形态、涉案商标的实际使用情况、被告是否具有攀附意图以及公众认知等角度全方位综合考量。</p> |
| 06 | <p>“启航”商标先用权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>《商标法》第五十九条第三款规定先用抗辩的适用要件为：（1）在注册商标申请日之前在先使用；（2）在先使用原则上应早于商标注册人的使用；（3）在先使用的商标应具有一定影响；（4）被诉侵权行为系在原有范围内的使用。</p> |
| 07 | <p>恶意提起知识产权诉讼损害责任纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>一方基于其主动放弃的权利要求起诉他人侵犯其专利权，是为在明知其请求缺乏正当理由的情况下，对他人恶意提起专利侵权诉讼，因此致使他人在诉讼中遭受律师费等经济损失，应当予以赔偿。</p> |
| 08 | <p>小米公司诉奇虎公司管辖异议案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>1.如果案件的争议是被控不正当竞争的计算机软件或者网站是否设置了妨碍他人正当竞争的的功能设置，则其不涉及网络上的信息是构成侵权的问题，不属于《民诉法解释》第25条关于信息网络侵权行为地规制的范畴。</p> |

| | |
|-----------|---|
| | <p>2. 倘若以相关计算机软件可以在互联网上下载运行就认定原告住所地法院享有管辖权，不仅不符合管辖权确定的基本原则，也可能使“被告住所地”确定管辖的制度设计落空。因此，不宜将信息网络侵权行为进行扩大解释。</p> |
| <p>09</p> | <p>“歼十”战机模型著作权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>模型作品是根据物体的一定比例放大或缩小而成。模型与原物的近似程度越高或者越满足实际需要，其独创性越高。本案模型具有独创性，已构成模型作品，应当受到《著作权法》的保护。他人未经许可制造、销售被控侵权模型的行为侵害权利人对该模型作品享有的复制权及发行权。</p> |
| <p>10</p> | <p>《贾志刚说春秋》著作权权属、侵权纠纷案</p> |
| | <p>点评：</p> <p>广播电台广播他人已发表的作品属于著作权法定许可的范围，法定许可允许对原作进行改动，但改动应当是为了满足广播电台播放要求、适应播放特点的适当改动，而且改动不应增加已有作品中没有的内容而产生新的作品，否则侵犯作者改编权。</p> |

III. 2015 年度上海法院知识产权司法保护十

大案例

| | |
|----|---|
| 01 | “毕加索”商标独占使用重复授权商标使用许可合同纠纷案 |
| | 点评： 商标权人就同一商标先后订立两份商标独占许可合同的，在后的商标独占许可合同并不因在先的商标独占许可合同的存在而当然无效，但在后的商标独占许可合同的被许可人不属于善意第三人的，不能对抗在先的商标独占许可合同，不能取得该商标的使用权。 |
| 02 | “维多利亚的秘密”商标侵权及不正当竞争纠纷案 |
| | 点评： 行为人未经授权但通过正规渠道进口权利人正牌商品并再次销售的行为，不构成侵犯商品商标专用权。如果对商标的使用超出了为指示所销售商品所必需的方式，并足以产生标识服务来源的效果，则构成侵犯服务商标权。 |
| 03 | 淘宝网诉“帮5买”网站不正当竞争诉前行为保全案 |
| | 点评： 诉前行为保全应满足以下条件：（1）申请人具有胜诉可能性；（2）不采取保全措施会对申请人造成难以弥补的损害；（3）采取保全措施不损害社会公共利益。其中关于难以弥补的损害，法院认为：申请人淘宝的交易量巨大，且具有购物狂欢节之称的“双十一”即将到来，若不及时制止被控侵权行为，可能会对申请人的竞争优势、市场份额造成难以弥补的损害。 |
| 04 | 擅自使用“卡骆驰(CROCS)洞洞鞋”知名商品特有名称、包装装潢等系列纠纷案 |
| | 点评： 以白色和绿色为主的营业场所装饰和鞋类产品的悬挂方式本身不具有显著性也非原告所独有。在经营中使用的商业标识、图标、说明图、材料分析文字、网站 |

| | |
|----|---|
| | 设计风格、产品手册的布局、广告宣传内容、卡通形象等内容，与构成商业装潢的要素缺乏关联性，不符合法律规定的商业装潢的构成要件，其中属于作品或具有外观设计专利权的内容可以通过《著作权法》、《专利法》予以保护。 |
| | “洁水”商标侵权及虚假宣传纠纷案 |
| 05 | <p>点评：</p> <p>1. 如果在商业活动中使用他人商标只是为了描述或说明某种客观情况,且并不会导致相关公众就商品或服务的来源产生混淆,则不构成商标侵权。无论是修法前还是修法后,商标侵权之判定都主张以混淆和可能作为判断标准。本案中,法官显然考量了“洁水”商标一直与被告及其产品相联系的客观事实。虽然法院不能直接判定“洁水”商标属被告所有,但亦不支持原告以其不当抢注的商标获取不当利益。</p> <p>2. 在虚假宣传行为的认定上,对广告宣传语应整体解读,并结合相关公众的一般注意力、已有的认知经验等因素综合认定。</p> |
| | “西湖龙井”地理标志证明商标侵权纠纷案 |
| 06 | <p>点评：</p> <p>对地理标志证明商标的保护力度相较于一般注册商标更强,商标使用人不仅应获得注册人许可,而且其使用该证明商标的商品应来源于特定产地并具有特定品质,该品质是由该地区的自然因素或者人文因素所决定,否则应视为商标侵权。</p> |
| | “前置过滤器”专利侵权纠纷案 |
| 07 | <p>点评：</p> <p>在酌定损害赔偿侵权数额时,被诉侵权产品的销售渠道、在网络上所宣称的销售数量、网络评价人数、被控侵权产品外包装及网络销售平台的广告宣传、市场同类产品的售价等均系考察因素。</p> |
| | 网络游戏侵害金庸作品著作权、不正当竞争纠纷案 |
| 08 | <p>点评：</p> <p>在判断游戏作品是否侵犯文字作品的改编权时,可以根据游戏与文字作品中的人物、人物关系、故事情节、武功等方面进行对比、判断是否构成实质性相似。</p> |
| | “乌龙”学习软件侵犯著作权罪案 |
| 09 | <p>点评：</p> <p>对于计算机软件实质性相似的判断,应当根据行业惯例、软件特点,在排除公</p> |

| | |
|------------------|---|
| | <p>共文件、第三方文件的基础上, 结合软件核心部分的相似度比例以及其他具体情况, 进行综合判断。</p> |
| <p>10</p> | <p>“美国”商标行政处罚案</p> <p>点评:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 工商行政管理机关在接到投诉后, 在立案前可以进行检查和调查取证工作, 并在紧急情况下, 可以先采取行政强制措施, 后补办批准手续。 2. 权利人应工商机关要求作出的鉴定结论, 在无相反证据情况下, 可以作为判断产品真伪的依据。 3. 销售侵犯他人商标专用权的商品, 包括既遂销售, 也包括未遂销售, 是否实际销售并不影响其行为性质的认定。 |

IV. 2015 年度广东法院知识产权司法保护十

大案例

| | |
|----|--|
| | 珠海格力电器股份有限公司诉广东美的制冷设备有限公司、珠海市泰锋电业有限公司侵害商标权纠纷案 |
| 01 | <p>点评：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 商品名称分为通用名称和特定名称，商品特定名称是指对特定商品的称呼，因此可以起到识别商品或者服务来源的功能。2. 商品名称是否具有识别商品来源意义，不以使用人的主观认识或者称谓上的差异为转移，而是要根据其客观上是否具有了识别商品来源意义进行判断。3. 本案确定在适用 2001 年商标法时应参照 2013 年新商标法关于“注册商标专用权人不能证明此前三年内实际使用过该注册商标，也不能证明因侵权行为受到其他损失的，被控侵权人不承担赔偿责任”这一规定。 |
| 02 | 皇家飞利浦有限公司诉超人集团有限公司、刘健平等侵害发明专利权纠纷案 <p>点评：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 无规律、随机出现的偶然状态不应被纳入专利权保护的范围；2. 即便专利就是要解决特定偶然状态下的技术问题，其相应的技术方案也应当有规律可循，能够被掌握和实施，并且通过撰写权利要求清晰地加以描述。 |
| 03 | 广东蒙娜丽莎新型材料集团有限公司诉广州蒙娜丽莎建材有限公司、佛山市贝佳斯洁具有限公司侵害注册商标专用权纠纷案 <p>点评：</p> <p>驰名商标跨类保护是与其驰名程度和显著性相适应的跨类保护，不能绝对排他地禁止他人的正当、合理使用。在处理在先注册商标与驰名商标的关系问题上，应当遵守公平诚信、利益平衡的基本原则，充分考量注册商标与驰名商标的权利边界，尊重既有法律秩序与市场格局。</p> |

| | |
|----|--|
| 04 | <p>南京微盟电子有限公司与泉芯电子技术(深圳)有限公司侵害集成电路布图专有权纠纷案</p> <p>点评:</p> <p>1.集成电路布图设计及相应芯片制造行业存在特有的行业规则和发展背景,对相关证据的认定应当符合日常生活经验及行业经验。</p> <p>2.相似度误差存在于合理范围内,即可认定为同一集成电路布图设计产品。</p> <p>3.对购买到的集成电路布图设计产品重新贴标后销售属于商业利用行为,不构成对布图设计的复制。</p> |
| 05 | <p>杭州市西湖区龙井茶产业协会诉广州市种茶人贸易有限公司侵害商标权纠纷案</p> <p>点评:</p> <p>对于地理标志证明商标,即使一方销售的产品来源地属实,其亦无权未经商标权利人许可擅自使用该证明商标或与之近似的商标,否则就构成侵害注册商标专用权。</p> |
| 06 | <p>广州医药集团有限公司诉广东加多宝饮料食品有限公司、彭碧娟虚假宣传纠纷案</p> <p>点评:</p> <p>当事人之间存在市场竞争关系、宣传导致相关公众产生某种误解及对竞争者造成实际伤害,是判断以虚假宣传方式进行不正当竞争的三要素。</p> |
| 07 | <p>中山市商房网络科技有限公司诉中山市暴风科技有限公司著作权侵权纠纷一案</p> <p>点评:</p> <p>该案为广东首例微信侵权纠纷案。本案判决对引导相关公众尊重和保护知识产权,合法利用微信等公众平台,起到积极的导向和示范作用。</p> |
| 08 | <p>暴雪娱乐有限公司、上海网之易网络科技发展有限公司诉成都七游科技有限公司、北京分播时代网络科技有限公司、广州市动景计算机科技有限公司著作权侵权及不正当竞争纠纷诉中禁令案</p> <p>点评:</p> <p>本案是广州知识产权法院成立以来颁发的第一个禁令。本案严格遵循禁令的程序要求,严格审查禁令的实体要件,整个过程规范、合法。禁令颁发后顺利执行,维护了法律的尊严和司法的权威,实现了较好的法律效果。同时,裁定特别要求被告在禁令期间应继续为玩家提供余额查询及退费等服务,体现了对游戏玩家利</p> |

| | |
|----|---|
| | 益的考虑，实现了较好的社会效果。 |
| 09 | 广州市虎头电池集团有限公司、广州轻工工贸集团有限公司诉临沂华太电池有限公司擅自使用知名商品特有包装装潢纠纷 |
| | <p>点评：</p> <p>1) 知名商品判断应以中国境内为地域标准，对地域范围的认定，应综合考虑销售地点，宣传范围，获得荣誉的范围等因素，销售地点不仅限于销售对象所在地，还包括销售行为发生地。</p> <p>2) 企业使用同一注册商标生产销售了不同包装装潢的多款商品，其中某一款商品的显著性不必然被其他款商品淡化，导致没有包装装潢的特有性。对特有包装装潢的判断，关键看该包装装潢是否本身或经长期使用而具备足以产生区别商品来源的显著性。</p> |
| 10 | 原告张忠义不服深圳市市场监督管理局行政处理决定案 |
| | <p>点评：</p> <p>被诉侵权技术方案以地面感应器感应的的时间作为停止计时的依据，这一方法与涉案专利采用车主手动发送停止计时请求的方法有根本区别，而这一区别决定了两种技术方案在计时顺序、计时方法上的差异，被诉侵权技术方案的计时方法依赖于地感精准感知，无需人工发出指令，而涉案专利强调人的主导作用，被诉侵权技术方案能够脱离人工控制，保证停车计时的客观、精准。故二者采用的技术手段，实现的技术效果和功能并不相同，且该差异并非本领域普通技术人员不经创造性劳动就能联想到的。因此，二者不是等同的技术特征。</p> |

免责声明：

永新案例速递根据公开报道编辑整理，旨在传递知识产权最新案例资讯，所载信息仅供参考，不构成任何形式的法律意见。

图片来源 | 百度图片

永新知识产权版权所有，未经许可不得转载。

如果您有任何问题，或有兴趣获取相关案件的详细信息，请随时与我们联系。

请发送 email 至 law@chinantd.com。

NTD PATENT & TRADEMARK AGENCY LIMITED
NTD LAW OFFICE



10th Floor, Block A, Investment Plaza

27 Jinrongdajie Beijing 100033

P.R. China

Tel: 86-10-66211836

Fax: 86-10-66211845

E-mail: mailbox@chinantd.com

Website: www.chinantd.com