



IP CASE EXPRESS



永新知识产权·中国知识产权案例速递·2016.07 第 21 期

目录

I.	数据统计	- 2 -
II.	经典判例评析	- 4 -
	专利 路虎揽胜极光外观设计专利无效案.....	- 4 -
	商标 3M Company、3M 中国有限公司与常州华威新材料有限公司、聂某某侵害商标权纠纷案.....	- 6 -
	著作权 深圳市声影网络科技有限公司与无锡市侨声娱乐有限公司侵害作品复制权纠纷、侵害作品表演权纠纷案.....	- 8 -
	不正当竞争 宁波畅想软件股份有限公司与宁波中晟信息科技有限公司、宁波中源信息科技有限公司商业贿赂不正当竞争纠纷案.....	- 10 -

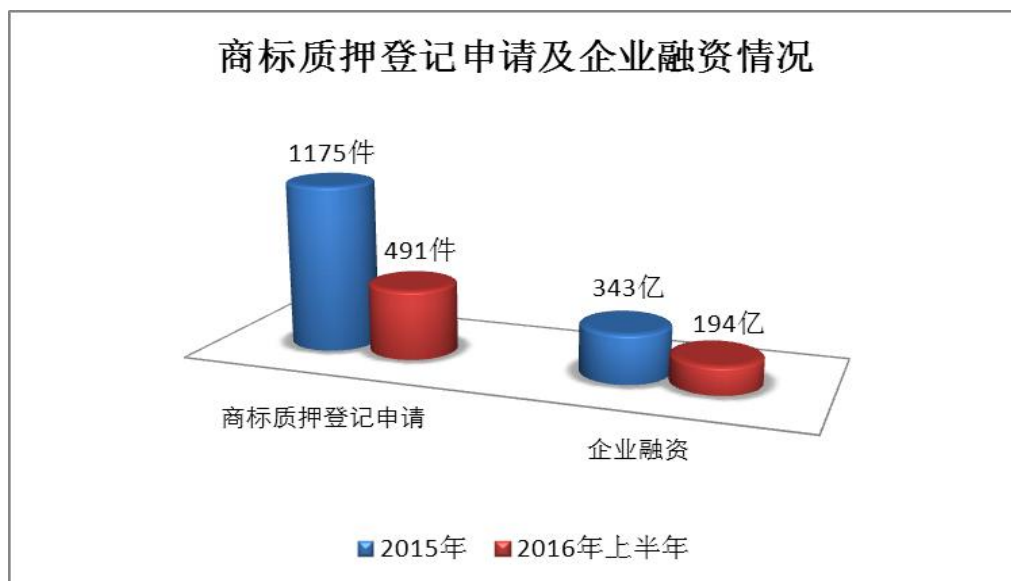
本期我们对近期中国知识产权领域的重要数据和案例进行了采集和分析，选取若干有一定参考价值的数据以及具有指导意义的判例进行简评，与诸位分享。

I. 数据统计

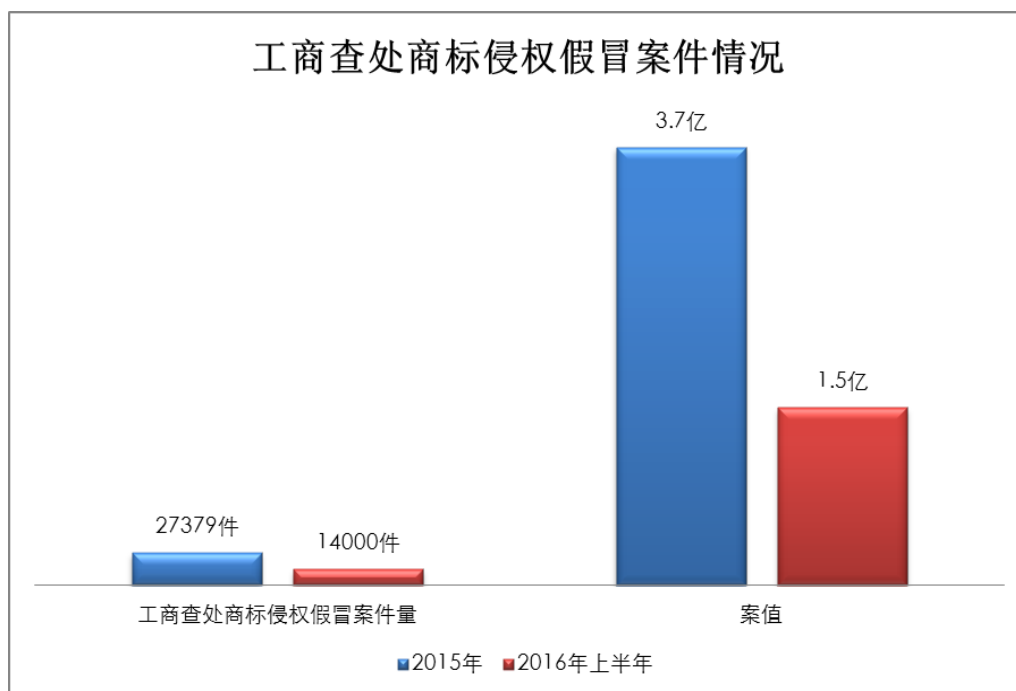
2016 年上半年我国商标相关数据统计



- 上半年全国商标注册申请量前五名的省市分别为广东、北京、浙江、上海和江苏省，上半年申请量分别为：317847、185035、154040、123095、96893。
- 有效注册量的统计中，前五名省市为广东、浙江省、北京、江苏省和上海市，有效注册量为 1827412、1221680、773962、679655、610496。



- 2015年，共办理商标质权登记申请 1175 件，帮助企业融资 343 亿元。
- 2016年上半年，办理商标质权登记申请 491 件，帮助企业融资 194 亿元。



- 2015年，全国工商系统共查处商标侵权假冒案件 27379 件，案值 3.7 亿元。
- 至 2016 年 6 月底，全国工商系统共查处商标侵权假冒案件 1.4 万件，案值 1.5 亿元。

来源：工商局/商标局/人民网

II. 经典判例评析

■ 专利

路虎揽胜极光外观设计专利无效案

— 中国国家知识产权局专利复审委员会 第 6W105638 号审查决定



规则：

1. 通过百度搜索引擎和搜狐网站等知名第三方网站公证保全的网络证据，在没有足够影响其真实性的相反证据的情况下，网页内容的真实性应予确认。
2. “一般消费者”对现代汽车的造型或外观设计的发展以及现有设计状况有常识性了解的基础上，可以得出汽车外观设计的设计空间比较大，而不是很小。

案件事实：

针对江铃控股有限公司的专利号为 201330528226.5、名称为“越野车”的外观设计专利（陆丰 X7 外观设计专利），捷豹路虎有限公司于 2014 年 7 月 25 日向专利复

审委员会提出了无效宣告请求。路虎公司认为，路虎揽胜极光车辆已于涉案专利的申请日之前公开销售和使用，陆丰 X7 外观设计专利与路虎揽胜极光车辆构成实质相同的设计，进而没有明显区别，不符合专利法第 23 条的规定。专利复审委员会审理后认为，依据一般消费者的知识水平和认知能力，综合考虑本案中涉案专利与对比设计的相同点和不同点在汽车设计中的先后、难易、现有设计中出现的概率、是否容易被关注、所占据的体量比例或面积大小等因素，二者的相同点对整体视觉效果更有显著影响，而不同点属于局部细节设计，且多数区别特征是现有设计或现有设计中已经给出了设计手法，从而不同点对整体视觉效果的影响较小。从整体上观察，二者在整体视觉效果上没有明显区别，因此陆丰 X7 外观设计专利不符合专利法第 23 条的规定，宣告陆丰 X7 外观设计专利无效。

江铃控股有限公司针对捷豹路虎有限公司的专利号为 201130436459.3、名称为“机动车辆”的外观设计专利也在 2015 年 02 月 16 日向专利复审委员会提出了无效宣告请求。江铃控股有限公司认为，路虎揽胜极光 Evoque 车辆已于涉案外观设计专利申请日前已在广州车展上公开展出，涉案专利与展出的车辆相同、实质相同或者不具有明显区别，不符合专利法第 23 条的规定。根据江铃公司提供的证据，专利复审委员会确认“路虎揽胜 Evoque”在 2010 年 12 月

21 日至 12 月 27 日举行的广州国际车展上公开展览的事实。在此基础上，车展上展出的“路虎揽胜 Evoque”汽车外观设计成为本案涉案专利申请日之前的现有设计。根据整体观察综合判断的原则，考虑二者的相同特征和不同特征在整体视觉效果上的比重，涉案专利相对于对比设计不具有明显区别，不符合专利法第 23 条第 2 款的规定，宣告路虎的 201130436459.3 号外观设计专利无效。

律师评析：

根据《专利法》第二十三条的规定，在外观设计专利申请日前在国内外为公众所

知的设计，属于现有设计。现有设计包括申请日前在国内外出版物上公开发表、公开使用过或以其他方式为公众所知的设计。其中在展会上展出构成使用公开。因此，如果一件产品设计在申请专利之前，已进行了公开展出，那么将会破坏之后专利申请的新颖性和创造性。

本案中路虎揽胜极光正是由于在申请日的展出而导致其外观设计专利被宣告无效。此前实践中不乏将自己的研究成果专利申请之前就公开发表论文而导致丧失新颖性的案例。由此也提醒相关厂商加强知识产权保护意识，对于其研发成果和产品设计，要尽快申请专利，在专利申请前不要轻易公开，以免丧失获得专利保护的机会。

撰稿人：贾庆忠律师

■ 商标

3M Company、3M 中国有限公司与常州华威新材料有限公司、聂某某侵害商标权纠纷案

- 浙江省高级人民法院 (2015) 浙知终字第 152 号民事判决
- 浙江省杭州市中级人民法院 (2013) 浙杭知初字第 424 号民事判决

聂某某销售该产品，均侵害其“3M”商标权，故诉至法院，请求判令：华威公司、聂某某停止侵权，华威公司赔偿其经济损失 1300 万元及合理费用 20 万元。



杭州市中级人民法院经审理认为：“3M”商标在车身反光标识产品上具有较高的显著性和知名度；将“3M”和“3N”商标在构成要素及整体结构上进行比对，两者构成近似；车身反光标识产品从外观看基本相同，均为红白相间的带状或条状，相关消费者在选购此类商品时所施加的注意程度较低，在两者均带有 CCC 认证标志的情况下，消费者容易将华威公司使用“3N”商标的车身反光标识产品和 3M 公司、3M 中国公司使用“3M”商标的相同产品相混淆，至少容易认为两者在来源上具有特定的联系。华威公司在 2007 年进入车身反光标识市场时，应当对于在先及知名的“3M”注册商标予以合理的避让，但华威公司却选择了与“3M”注册商标相近似的“3N”作为其商标进行使用，在主观上难言善意，故华威公司的行为构成侵权。遂于 2015 年 6 月 30 日判决：华威公司、聂某某停止侵权，华威公司向 3M 公司、3M 中国公司赔偿经济损失及合理费用合计 350 万元。一审宣判后，3M 公司、3M 中国公司、华威公司均不服，向浙江省高级人民法院提起上诉。

规则：

判断商标是否近似必须遵守的基本标准是，首先应考量争议商标文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者各组成要素，在整体结构方面是否相似。其次需要判断的是，相关领域的消费者施以一般注意力时，能否对争议商标产生混淆。因此，在容忍争议商标共存时，仍旧不能脱离这一判定标准。

案件事实：

3M 公司和 3M 中国公司是第 884963 号、第 5966501 号“3M”注册商标的权利人。两公司认为，常州华威新材料有限公司在车身反光标识产品上使用“3N”标识，

浙江省高级人民法院经审理认为：华威公司作为同业竞争者，在初涉该行业、毫无商誉积累之时即在相同商品上使用与“3M”

商标相近似的“3N”商标，其目的在于攀附“3M”商标的知名度获取不当利益。虽然“3N”商标经过长期使用已具备一定影响力，但华威公司在无任何在先权益的情形下所实施的在后使用行为不具有正当性和合法性。遂于同年9月9日判决：驳回3M公司、3M中国公司、华威公司的上诉，维持原判。

律师评析：

“3M”与“3N”是否近似，是本案核心争点。被告对“3N”（3NEWS）的解释，牵强附会。审理法院从英文字母排列顺序方面，论述了“近似”问题，并从“3M”商标在中国享有的知名度方面，阐述了认定

“导致消费者混淆”的理由。但本案“亮点”，则在对被告主张“在相当期限内使用3N商标，已建立平行市场”观点的评述。审理法院认为，“（被告）在无任何在先权益的情形下所实施的在后使用行为，一方面并不能证明其使用“3N”商标具有正当性和合法性，另一方面恰恰证明其利用价格等优势持续蚕食“3M”商标权利人的市场份额。如果司法裁判对华威公司因持续侵权行为所形成的‘市场份额’和消费群体予以肯定的评判，则势必会变相鼓励商标侵权人以扩大侵权规模的方式规避侵权责任。这显然与我国商标法的立法原意相悖并损及商标法的基本价值。”这就是，无正当理由或法律依据的“使用”，不可能导致相关“平行市场”的合法化；反而应成为判断侵权人损害赔偿的一个重要依据。

撰稿人：迟少杰律师

■ 著作权

深圳市声影网络科技有限公司与无锡市侨声娱乐有限公司侵害作品复制权纠纷、侵害作品表演权纠纷案

- 江苏省高院人民法院 (2015) 苏知民终字第 00100 号民事判决书
- 江苏省无锡市中级人民法院 (2014) 锡知民初字第 90 号民事判决书



规则：

声影公司实质是在行使著作权集体管理组织的相关职能及权利，违反了《著作权集体管理条例》关于除著作权集体管理组织外，任何组织和个人不得从事著作权集体管理活动的禁止性规定。在《中华人民共和国著作权法》与《著作权集体管理条例》未赋予非集体管理组织与集体管理组织相同的法律地位和权利的情况下，声影公司对涉案音乐电视作品进行集体管理，并以自己的名义提起诉讼，没有法律依据。

案件事实：

深圳市声影网络科技有限公司经播种者公司授权对包括涉案 54 首音乐作品在内的 239 首音乐作品在大陆地区享有以自己名义对卡拉 OK 等公共娱乐场所经营者独家管理、发放使用许可、收取费用、提起诉讼等权利。声影公司主张无锡市侨声娱乐有限公司在未征得其许可、未缴纳著作权使用费的情况下，以营利为目的在其经营场所内将声影公司被授权专辑中的 54 首音乐作品复制保存在其服务器内并以卡拉 OK 方式向客户提供点播服务，侵犯了声影公司的著作权。

一审法院认为，涉案的音乐电视作品属于以类似摄制电影的方法创作的作品，其著作权应与其制片人者所享有，词曲作者不能就该作品来单独主张其词曲的复制权、表演权。本案现有证据不能证明侨声公司侵害了涉案音乐作品的复制权、表演权，故驳回了原告的诉讼请求。

原告不服，提起上诉。二审法院认为：声影公司并非涉案音乐作品词曲的著作权人，其系依据与播种者公司签订的《音像著作权授权合同》主张相关诉讼权利。在该合同中，播种者公司授权声影公司以自己名义对卡拉 OK 等公共娱乐场所经营者独家管理、发放使用许可、收取费用、提起诉讼的约定，与《著作权集体管理条例》第二条规定的著作权集体管理组织的管理活动在性

质、内容等方面均无实质性差别。根据上述事实，声影公司以上述与他人签订的授权合同为依据对卡拉 OK 经营者进行收费管理并提起诉讼的行为，其实质是在行使著作权集体管理组织的相关职能及权利，违反了《著作权集体管理条例》关于除著作权集体管理组织外，任何组织和个人不得从事著作权集体管理活动的禁止性规定。故驳回上诉，维持一审判决。

律师评析：

本案被列为江苏省 2015 年知识产权保护十大案例之一，被认为是法院运用利益平衡原则，综合考量卡拉 OK 经营者、卡拉 OK 音乐作品著作权人、著作权集体管理组织、个体权利人等各方主体的利益关系所作出的创新裁判。然而，该二审裁判所使用的理由是具有争议的。二审法院引用《著作权集体管理条例》的规定，将原告的维权活动定义为具有集体管理组织的管理活动的性质，然而一方面，集体管理组织是作为社团登记的非盈利组织，与本案被许可人交纳许可费后进行维权牟利在主体上是存在区别

的，仅仅考虑行为方式的相似性，而不考虑主体等方面是否相似即做出这种判断是否合适有待商榷；另一方面，对于著作权集体管理组织的规定仅仅是行政管理上的规定，不应影响著作权授权合同和许可关系的合法性判断。再者，《著作权集体管理条例》相对与《著作权法》属于下位法，在《著作权法》中对于著作权人的维权行为采取的是授权式规定，通过集体管理组织维权仅仅是其中一种方式，并不排除权利人授权被许可人以自己名义开展维权活动，甚至获利。以下位法的规定排除上位法中赋予权利人的诉权，是否妥当也是值得商榷的。

由于二审判决为终审裁定，除非原告成功启动最高法院再审程序，否则该判决所确立的原则至少在江苏省内将被地方法院所遵循。这必将对获取部分著作权人授权后，以自己名义对第三方使用著作权作品行使管理、许可使用、收费已经维权的商业运营模式产生影响。因此，律师提醒，采取类似著作权集体管理组织模式的商业性授权维权存在着法律风险，应慎重选择。

撰稿人：胡洪亮律师

■ 不正当竞争

宁波畅想软件股份有限公司与宁波中晟信息科技有限公司、宁波中源信息科技有限公司商业贿赂不正当竞争纠纷案

- 最高人民法院 (2015) 民申字第 3340 号民事裁定书
- 浙江省高级人民法院 (2015) 浙知终字第 71 号民事判决书
- 浙江省宁波市中级人民法院 (2015) 浙甬知初字第 863 号民事判决书



规则:

一方在百度推广账号中将具有一定商誉和知名度的竞争对手的名称及商号设置为搜索关键词,使得在推广链接的搜索结果首位出现己方的相关产品及服务,而非竞争对手的相关产品及服务的行为,侵害了竞争对手的企业名称权,构成不正当竞争。

案件事实:

原告宁波畅想软件股份有限公司(下称畅想公司)成立于2001年11月,原名称为宁波畅想软件开发有限公司,其产品和服务为“畅想”系列外贸管理软件,在业界具有一定的知名度和商誉。被告宁波中源信息科技有限公司(下称中源公司)成立于2003年3月,被告宁波中晟信息科技有限公司(下称中晟公司)成立于2011年4月,二被告为关联公司,均从事“富通天下”系列外贸管理软件的研发、销售与服务。

畅想公司提举的(2014)浙甬永证民初字第1797号《公证书》载明,2014年7月2日,进入百度网站,在搜索栏中输入“畅想软件”,搜索结果左侧第一条标题为“富通天下外贸管理软件”,旁边标注“推广链接”,标题下方为“富通天下”的商标,同时载明“中国外贸管理软件领导者!12年历史沉淀,全国百万外贸人的专业选择!外贸软件—外贸管理软件—外贸邮件软件—软件产品, www.joinf.com”。该搜索结果左侧第三条(自然搜索结果第一条)显示为“宁波畅想软件有限公司,外贸软件,外贸管理软件,外贸erp”。

畅想公司提举的(2014)浙甬永证民初字第1997号《公证书》载明,2014年7月22日,进入百度网站,在搜索栏中输入“宁波畅想软件开发有限公司”,搜索结果与上述搜索结果相同。

经法院向百度公司调查，中源公司为百度搜索推广客户，网站名为www.joinf.com。中晟公司不是百度公司的推广客户。中源公司自2013年1月1日至2014年8月31日提交的以“畅想软件”、“宁波畅想软件开发有限公司”作为关键词的推广结果点击量为452次。二被告确认“畅想软件”、“宁波畅想软件开发有限公司”的关键词系由其输入。

本案还查明了其他事实，但限于本文的撰写重点，此处不赘述。

畅想公司认为二被告的上述行为属于不正当竞争行为，遂于2014年8月持上述理由及其他理由诉至法院，提出要求二被告公司停止上述不正当竞争行为等诉讼请求。

宁波市中级人民法院一审认为，二被告在百度推广中将畅想公司的企业名称及商号设置为关键词的行为，系在后台使用畅想公司的企业名称及商号，非用于对外宣传及商业活动，且在搜索结果均明确标注了其提供的商品及服务为“富通天下”软件，未提及畅想公司的企业名称及商号，主观上不具有利用畅想公司的商誉使相关公众产生混淆和误认的故意；客观上，搜索结果显示二被告信息的标题旁边标注了“推广链接”字样，使得百度推广的搜索结果和自然搜索结果区分开来，相关公众亦具备对百度推广的竞价排名与自然搜索结果进行区分的能力，不会对二者的商品和服务的来源及经营者产生混淆和误认。综上，二被告的行为不构成对畅想公司企业名称权的侵犯。

宁波市高级人民法院二审及最高人民法院再审认为，首先，畅想公司在业内积累了一定的商誉和知名度，使用畅想公司的企业名称和商号等实施百度搜索的行为人很可能是畅想公司的目标客户或潜在客户，亦是二被告所要争取的对象。二被告将畅想公司的企业名称、商号等作为搜索关键词通过

百度进行推广链接，显然具有不当利用畅想公司商誉，攫取其客户资源，以获取不正当竞争利益的主观故意。其次，当客户搜索“畅想软件”或“宁波畅想软件开发有限公司”时，客观上会增加该二被告网站的点击量，给二被告带来潜在的商业交易机会，损害畅想公司的利益。综上，二被告的上述行为显属不当使用他人的企业名称或商号，有悖于诚实信用原则和公认的商业道德，应给予明确的否定性评价。最终宁波市高级人民法院判决，撤销浙江省宁波市中级人民法院一审判决书，改判二被告立即停止在百度推广服务中使用“畅想软件”、“宁波畅想软件开发有限公司”作为搜索关键词。最高人民法院亦驳回了二被告的再审申请。

律师评析：

将竞争对手的企业名称或者商号作为己方的搜索关键词，是实际经营中企业较为常见的一种商业推广手段。本案中，法院将该种行为认定为不正当竞争行为主要考虑了以下几个因素：

一、 会使公众产生混淆和误认。

虽然搜索结果所链接的二被告的信息及网页中未出现畅想公司名称及商号等，但在公众不知晓二被告将畅想公司的名称及商号作为己方的关键词并未得到畅想公司授权或同意时，会误认为畅想公司与二被告之间可能存在某种授权、投资、合作或赞助等关联关系。

二、 会损害竞争对手的合法权益。

公众在搜索畅想公司时，却出现了二被告的页面，在无意或好奇心理下点开，发现二被告也有类似的产品或服务，部分公众出于省事或试试看的心态会改变初衷购买了二被告的产品。实质上形成了替代效应。即增加了二被告的商业交易机会，减少了畅

想公司的商业交易机会。

三、 存在搭便车的主观过错。

本案中，畅想公司经过多年经营，积累了一定的商誉和知名度。在相关公众中有较大的影响力，具备了成为网络同类产品或服务

务关键词的条件。二被告公司之所以将畅想公司的名称或商号设置为关键词显然有搭乘畅想公司商誉和知名度的主观故意，以便不劳而获地获得交易机会。

撰稿人：傅凤喜律师
张翠芳

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



10thFloor, Block A, Investment Plaza

27 Jinrongdajie Beijing 100033

P.R. China

Tel: 86-10-63611666

Fax: 86-10-66211845

E-mail: mailbox@chinantd.com

Website: www.chinantd.com