NTD Intellectual Property Attorneys

IP CASE EXPRESS

2015.04 第 14 期

中国知识产权案例速递

永新知识产权

2015.04

本期我们对中国裁判文书网（http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/）2015 年 3 月所发布的知识产权案件裁判文书进行了浏览，重点对最高院和 32 家高院所公布的案例进行分类统计，继续选取若干非常有指导意义的判例进行简评，与诸位分享。

目 录

I. 数据统计 - 2 -
II. 经典判例评析 - 4 -
- 北京亚东生物制药有限公司与国家知识产权局专利复审委员会专利无效行政申诉案 - 4 -
- 李承鹏与苹果公司等侵害信息网络传播权纠纷案 - 5 -
- 广州市固达塑料工艺包装有限公司与商标评审委员会、屈臣氏企业有限公司商标撤销复审行政纠纷再审案 - 6 -
- 娄丙林与北京市水产批发行业协会垄断纠纷案 - 7 -

III. 永新案例单元 - 8 -
- 拜耳股份有限公司诉漯河广汇药业有限公司、赵洪涛商标侵权及不正当竞争纠纷案 - 8 -

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

©永新知识产权

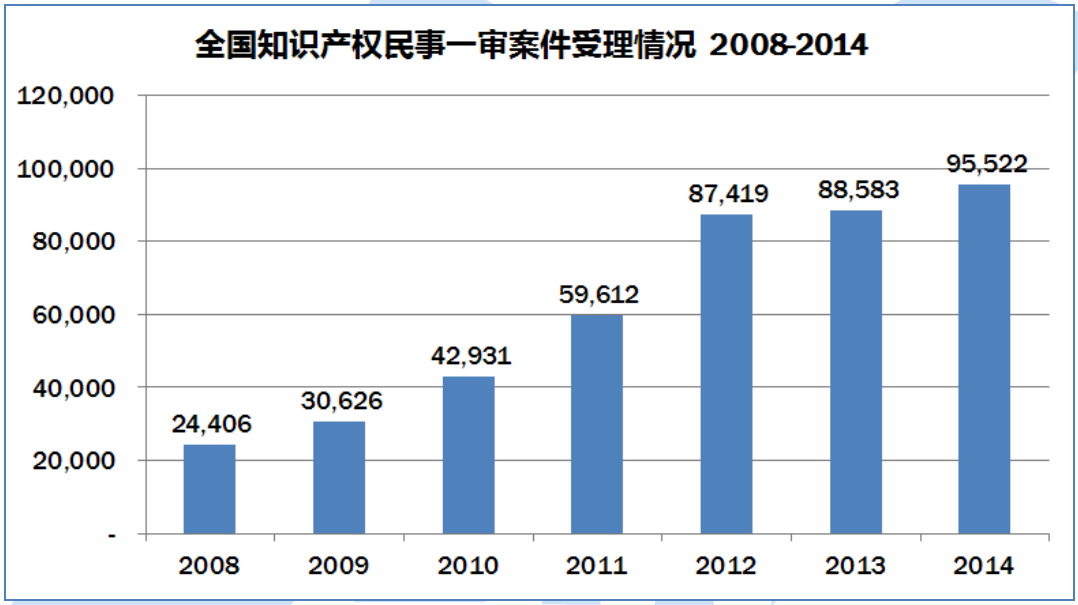
I. 数据统计

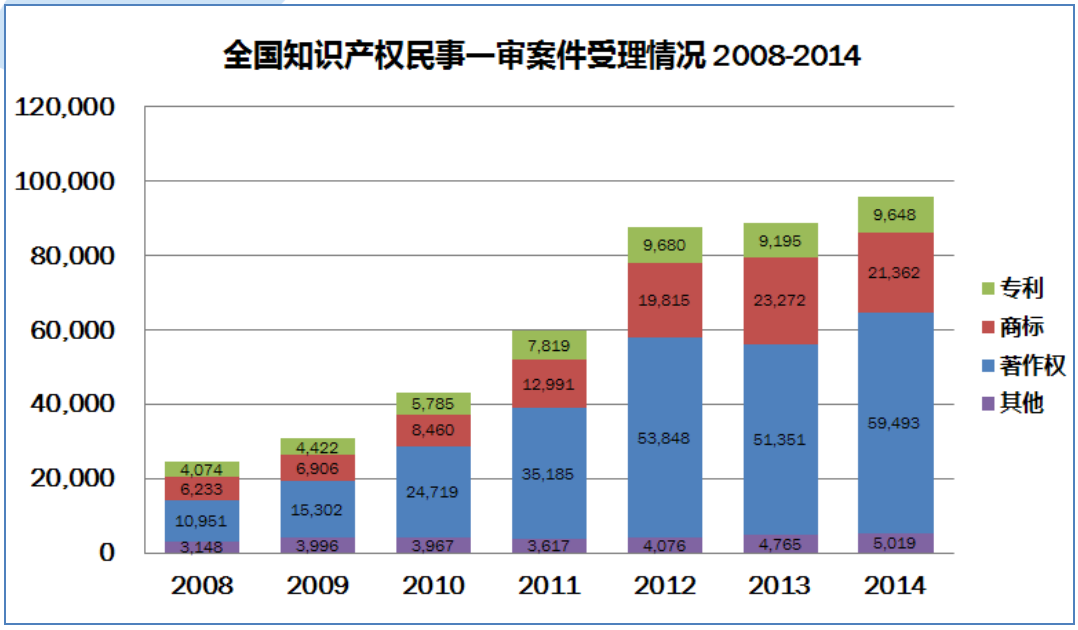
中国法院 2014 年度知识产权诉讼审理情况（上）

- 2014 年，全国地方人民法院共新收各类知识产权案件 133863 件，审结 127129 件，比 2013 年分别上升 19.52%和 10.82% 。

- 知识产权民事案件：

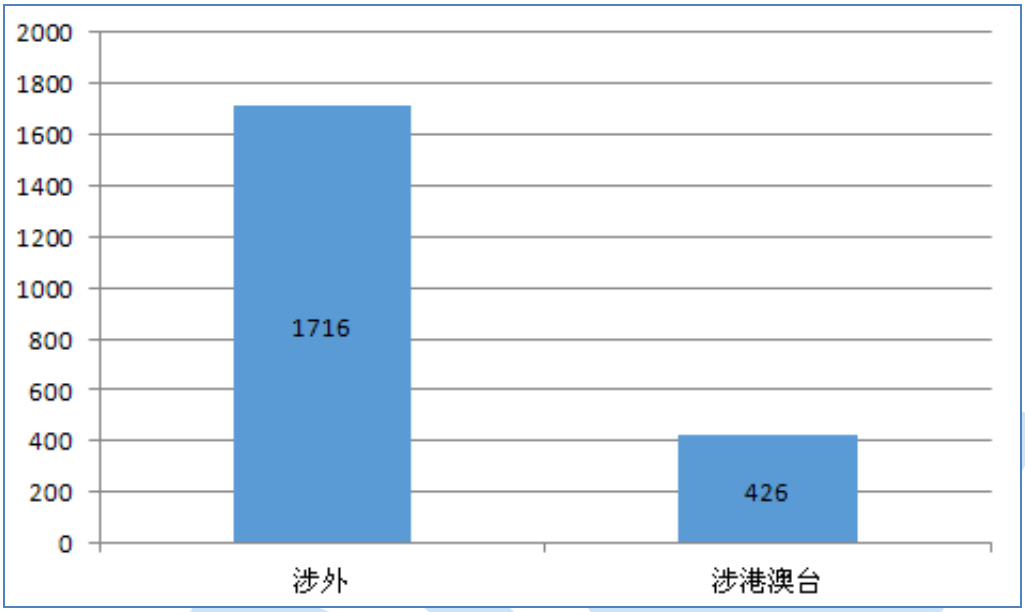
  - 2014 年，全国地方人民法院共新收和审结知识产权民事一审案件 95522 件和 94501 件，比 2013 年分别上升 7.83%和 7.04%。



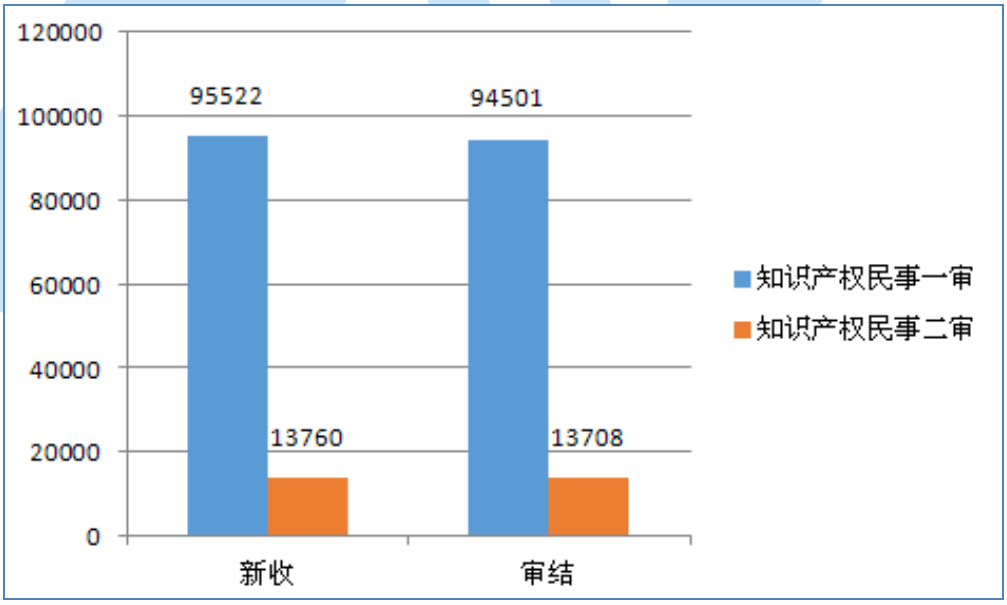


©永新知识产权

- 全年共审结涉外知识产权民事一审案件 1716 件，同比上升 0.11%；审结涉港澳台知识产权民事一审案件 426 件，同比下降 11.8%。



- 全国地方人民法院共新收和审结知识产权民事二审案件 13760 件和 13708 件，同比分别上升 15.08%和 18.65%。



来源：中国法院知识产权司法保护状况（2014）

©永新知识产权

II. 经典判例评析

专利

北京亚东生物制药有限公司与国家知识产权局专利复审委员会专利无效行政申诉案

- 最高人民法院（2013）知行字第 77 号
- 本案入选 2014 年中国法院 10 大知识产权案件

规则：

未记载在说明书中的技术贡献不能作为要求获得专利权保护的基础；

发明的技术效果是判断创造性的重要因素，在判断发明是否存在预料不到的技术效果时，应当综合考虑发明所述技术领域的特点，尤其是技术效果的可预见性、现有技术中存在的技术启示等因素。

区别技术特征的认定应当以记载在权利要求中的技术特征为基础。

点评：

北京亚东生物制药有限公司是200510000429.1号中国发明专利的专利权人。山东华洋制药有限公司针对本专利提出无效宣告请求，专利复审委员会作出第15409号决定认定本专利不具有创造性，宣告全部无效。亚东制药公司不服，提起行政诉讼。北京市第一中级人民法院认为，根据专利权人提供的反证4，即证据1所公开的药品临床有效率统计数据，本专利颗粒剂的总有效率为95.70%，证据1中片剂的总有效率为89.32%，本专利权利要求1相对于证据1具有显著的进步。遂判决撤销第15409号决定。专利复审委员会不服，提起上诉。北京市高级人民法院二审判决撤销一审判决、维持第15409号决定。亚东制药公司不服，申请再审。

最高人民法院认为：

1. 在反证4没有公开总有效率的具体测定方法的情况下，无法认定反证4与本专利的总有效率是在等效等量情况下，以同一种测定方法做出的，上述对比数据不能证明本专利是否具有临床疗效上的显著进步。

2. 即便认可上述对比数据，由于本专利制备颗粒剂时省去了减压干燥步骤，对药物活性

©永新知识产权

成分的影响也相应减少，本领域技术人员能够合理预期，省略减压干燥步骤将会使药物的整体有效率有所提高，专利权人并未举证证明其超出了本领域技术人员的合理预期。因此，该技术效果的改变是本领域技术人员可以合理预料的，并不能得出本专利具有预料不到的技术效果的结论。遂裁定驳回亚东制药公司的再审申请。

3. 最高法院还明确，认定权利要求与最接近现有技术之间的区别技术特征，应当以权利要求记载的技术特征为准，将权利要求中记载的技术特征与最接近的现有技术公开的技术特征进行逐一对比，未记载在权利要求中的技术特征不能作为对比的基础，因此，也不可能构成区别技术特征。本案中，在阅读本专利权利要求和说明书后，本领域的技术人员无法得知请求保护的技术方案是提高丹酚酸b的提取物含量，以及该含量与本专利解决的技术问题有关联。因此，亚东制药公司以丹酚酸b的含量作为区别技术特征，没有得到最高法院的支持。

本案也提示专利权人，在无效程序中，虽然专利权人可以提交对比试验数据来证明专利具有的技术效果，但要注意，试验应当采用与涉案专利相同的试验方法，由此得出的对比数据才有可能被复审委员会和法院接受。另外，即使认为本专利相对于现有技术存在技术效果的提高，还要进一步说明这种技术效果的改变是本领域技术人员是预料不到的。

著作权

李承鹏与苹果公司等侵害信息网络传播权纠纷案

- 北京市高级人民法院（2013）高民终字第 2080 号民事判决书
- 本案入选 2014 年度北京法院知识产权十大案例

©永新知识产权

规则：

1. 网络服务提供者从网络用户提供的作品、表演、录音录像制品中直接获得经济利益的，人民法院应当认定其对该网络用户侵害信息网络传播权的行为负有较高的注意义务；

2. 对网络信息提供者及信息内容具有较强管理和控制能力的网络服务提供者与《信息网络传播权保护条例》第二十二条规定的一般的信息存储空间网络服务提供商不同，不具备该条规定的不承担赔偿责任的条件。

点评：

本案原告为一本三十万字著述的作者，因发现其著述在未经其授权的情况下可以在苹果公司开发的 iTunes 软件的 AppStore 上付费下载，而向苹果公司、艾通思有限责任公司（iTunesS.a.r.l.）及该侵权电子书开发者提起著作权侵权诉讼。

本案苹果公司虽然主张艾通思公司才是涉案 AppStore 应用程序平台的经营者，但现有证据显示艾通思公司仅负责向中国地区的最终用户收取和结算相关费用，并无其他经营之责。相反，苹果公司既是 AppStore 商业模式的创造者及 AppStore 平台的开发者，又通过与第三方 App 应用程序开发商签订的一系列协议具有对该平台、应用程序开发商及其所开发的应用程序的很强的管理和控制能力，可以对第三方开发商的应用程序加以商业上的筛选和分销，因此苹果公司应被认定为 Appstore 平台的实际运营商，应当对 Appstore 所提供的网络平台服务承担相应的法律责任。

另外，本案中，苹果公司还通过收费下载业务获取了直接经济利益，应对 Appstore 平台提供下载的应用程序负有较高的注意义务。在本案中，苹果公司未适当的履行其注意义务，应当知道开发商侵权行为而提供技术支持，已构成帮助侵权，应承担相应的法律责任。

商标

广州市固达塑料工艺包装有限公司与商标评审委员会、屈臣氏企业有限公司商标撤销复审行政纠纷再审案

- **最高人民法院（2014）行提字第 30 号行政判决**

规则：

在商标撤销复审程序及相关的行政诉讼程序中，对于商标注册人提交的证明其商标使用的证据，应当充分考虑企业经营活动的实际情况及商标使用的习惯、商标使用方式的差异性等实践状况，达到高度盖然性的证明程度即可。

点评：

©永新知识产权

1995 年 1 月 4 日，广州市固达塑料工艺包装有限公司（下称“广州固达公司”）向商标局申请注册第 896256 号“mine 及图”商标（下称“复审商标”），并于 1996 年 11 月 14 日被核准注册，核定使用在 16 类工业用纸、纸板、印刷品等商品上。2003 年 3 月 19 日，屈臣氏公司以连续三年停止使用为由向商标局申请撤销上述商标。

本案主要涉及商标使用证据的认定。

商评委、北京市一中院和北京高院均认为广州固达公司提交的证据材料不能认定复审商标在 2000 年 3 月 19 日至 2003 年 3 月 18 日进行了商业使用。然而，在本案中，最高院全面综合审查判断商标使用证据，如行政程序中提交的增值税发票，一审诉讼程序中补充提交的广告、送货单等。在没有相反证据的情况下，最高院认可了广州固达公司提交的 2002 年两份出版物及其中刊登的“Mine 文具”商品广告的真实性。虽然该两份出版物可能发行对象主要是港澳台及外国客商，但该份证据可以说明广州固达公司 2002 年在商业活动中实际使用了复审商标。

最高院在本案中特别指出，在商标撤销复审程序及相关的行政诉讼程序中，对于商标注册人提交的证明其商标使用的证据，应当充分考虑企业经营活动的实际情况及商标使用的习惯、商标使用方式的差异性等实践状况，并不要求达到确定无疑或排除一切合理怀疑的程度，只需要达到高度盖然性的证明程度即可。

最终，最高院认定广州固达公司在 2000 年 3 月 19 日至 2003 年 3 月 18 日期间真实、持续地使用复审商标的事实，再审判决维持了商标注册。

反垄断

娄丙林与北京市水产批发行业协会垄断纠纷案

- **北京市高级人民法院(2013)高民终字第 4325 号民事判决书**
- **本案入选 2014 年中国法院 50 件典型知识产权案例和 2014 年度北京市法院知识产权司法保护十大创新性案例**

规则：

©永新知识产权

具有竞争关系的经营者达成固定或者变更商品价格的垄断协议的垄断行为应予禁止。

点评：

本案是全国法院判决的首例涉及横向垄断纠纷案件。

本案争议焦点在于水产批发协会是否组织会员达成固定和变更价格的垄断协议、涉案“奖惩规定”第一、二条是否属于垄断协议。法院经过审理认定如下：

首先，水产批发协会由 31 名单位会员组成，其单位会员均为从事海鲜销售的法人或其他组织，且上述会员从事相同或相似产品的销售，彼此之间具有竞争关系，属于《反垄断法》第十三条所规定的具有竞争关系的经营者。

其次，水产批发协会多次组织、协调会员研究讨论，人为达成变更和固定商品价格的协议，并对不按协会规定的销售价格折价销售扇贝的会员处以罚款的行为，意在防止本来具有竞争关系的协会会员之间产生内部竞争，联合抵制其他非协会会员的市场经营者对协会会员的竞争，影响价格的正常变动，同时提高销售利润，获得獐子岛公司的销售返利，客观上产生了排除、限制竞争的效果，属于组织会员达到固定和变更商品价格的垄断协议的行为。

再次，水产批发协会禁止会员向本协会会员所在的市场向非会员整件销售獐子岛扇贝的做法，实际上具有固定、控制价格的目的，损害了消费者的利益，具有排除、限制竞争的效果。因此，水产批发协会的上述涉案行为亦属于组织会员达成固定和变更商品价格的垄断协议。

最后，《北京市水产批发行业协会手册》中“奖罚规定”部分第一条关于“禁止会员不正当竞争，不按协会规定的销售价格折价销售扇贝”的规定和第二条关于“禁止会员向本协会会员所在的市场向非会员销售整件扇贝”的规定均系固定商品价格的规定，违反《反垄断法》第十三条第（一）项的强制性规定，应认定为无效。

III. 永新案例单元

拜耳股份有限公司诉漯河广汇药业有限公司、赵洪涛商标侵权及不正当竞争纠纷案

- 河南省郑州市中级人民法院（2013）郑知民初字第 5 号民事判决
- 本案入选河南省法院知识产权保护十大典型案例

漯河广汇药业有限公司成立于 2008 年 4 月 22 日，系一家以经营兽药为主业的公司。其成立之初使用的企业名称为“漯河市拜耳药业有限公司”，并以此名义注册使用<bayer.cn>,<lhbaier.com>等域名，在产品、宣传册、网站、员工名片和经营场所使用“拜耳”、“拜耳药业”、“BAYER”、“BAIER”等标识。赵洪涛是漯河广汇药业有限公司的唯一股东。

©永新知识产权

受拜耳公司委托，永新团队全面分析案情制定诉讼策略，于 2012 年 12 月向河南省郑州市中级人民法院提起诉讼，请求判令停止广汇公司和赵洪涛的商标侵权及不正当竞争行为，并赔偿损失。经过审理，郑州中院认定广汇公司的行为侵犯了原告的“BAYER”、“拜耳”及“BAYER 十字图形”注册商标专用权，并且有明显主观恶意攀附“拜耳”字号的良好商誉，违反了诚实信用原则，构成不正当竞争，判令被告广汇公司停止侵权，赔偿原告经济损失及合理费用共计人民币 10 万元。两被告不服，向河南省高级人民法院提起上诉。二审期间，本案由河南省高级人民法院调解结案，最终的调解结果加重并限制了广汇公司股东、高管及其亲属直接或间接控制企业、组织或个人再次侵权的责任，从深层次保障了拜耳公司的权益。

本案的亮点在于对“拜耳”作为商标和字号的双重保护。针对被告将“拜耳”注册为企业字号的行为，一审法院给予了两种保护模式。一是根据《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件使用法律若干问题的解释》第一条第（一）项、第（三）项规定，认定“拜耳”是原告的注册商标，广汇公司使用“拜耳”作为企业字号，并突出使用“拜耳”侵犯了原告注册商标专用权。二是根据《反不正当竞争法》第五条第（三）项，认为“拜耳”是原告的知名字号，广汇公司的行为构成了不正当竞争。两种保护模式各有侧重，商标保护模式要求与在先商标相同或近似的字号要突出使用，从而根据混淆理论认定侵权。而字号保护模式要求更高，不仅要求在先字号有一定知名度具有商业识别功能，而且要求被告属于同业竞争者，且应知晓在先的知名字号，最后也是根据混淆理论认定构成不正当竞争。

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 I 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，请随时与我们联络。

请致电 010-66211836 ext. 323 或者发送 Email 至 law@chinantd.com。

-完-