



# IP CASE EXPRESS



---

永新知识产权·中国知识产权案例速递·2016.12 第 26 期

---

## 目录

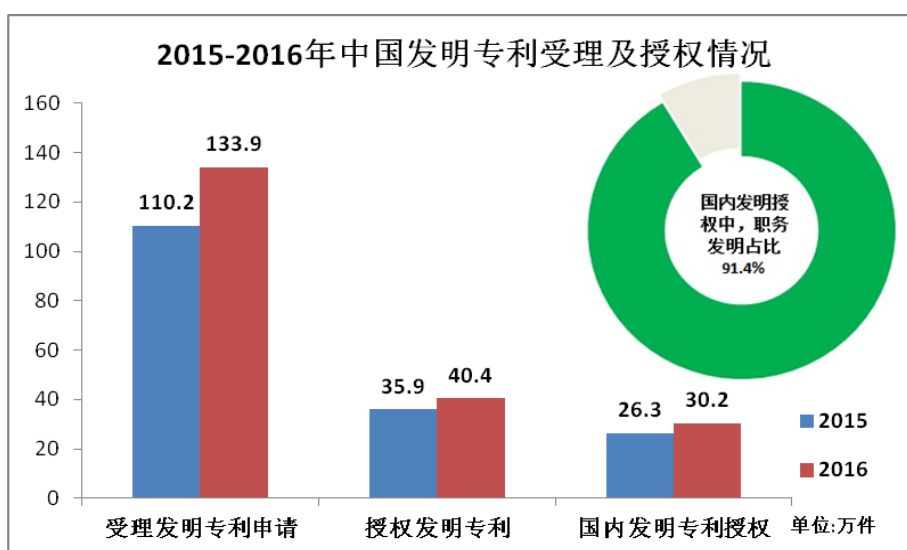
I.	数据统计.....	- 2 -
II.	经典判例评析.....	- 5 -
	专利 廖洪云诉深圳市展昊德塑胶电子有限公司侵害外观设计专利权纠纷案.....	- 5 -
	商标 浙江现代新能源有限公司、浙江凌普电器有限公司与杭州奥普卫厨科技有限公司、杨艳侵害商标权纠纷案.....	- 7 -
	版权 深圳市腾讯计算机系统有限公司与北京易联伟达科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷.....	- 10 -
	竞争 江苏天容集团与湖南昊华化工不正当竞争纠纷案.....	- 12 -

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

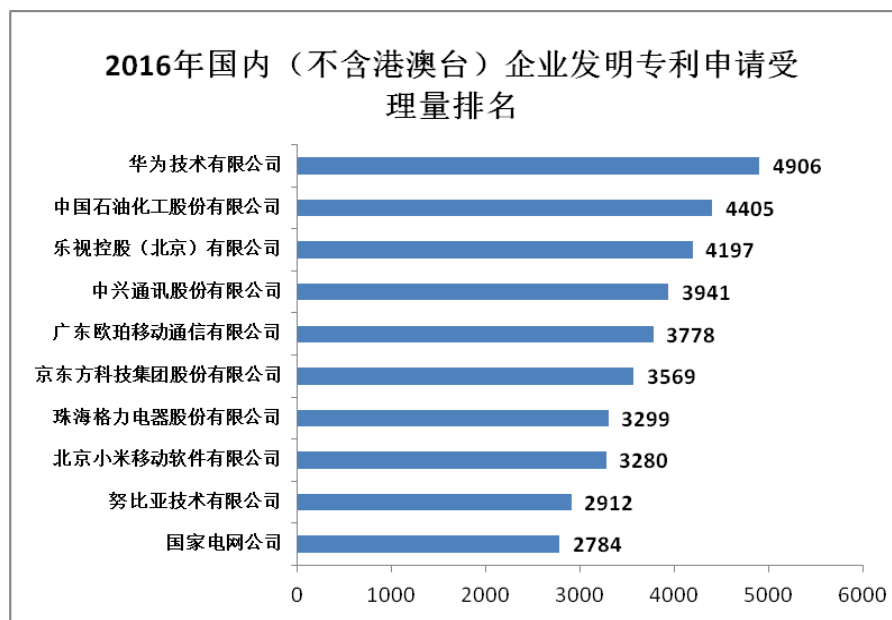
### 专利相关数据统计

#### ■ 数据一



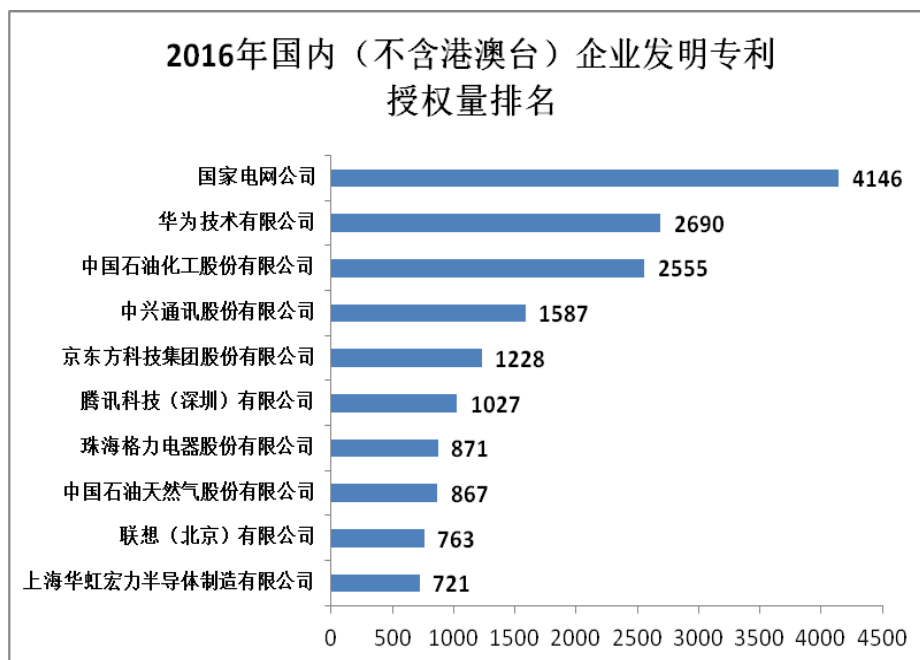
2016年，中国国家知识产权局共受理发明专利申请 133.9 万件，同比增长 21.5%，连续 6 年位居世界首位。共授权发明专利 40.4 万件，其中，国内发明专利授权 30.2 万件，较 2015 年增长了 3.9 万件，同比增长 14.5%。在国内发明专利授权中，职务发明为 27.6 万件，占 91.4%；非职务发明为 2.6 万件，占 8.6%。

## ■ 数据二



2016年,中国发明专利申请受理量排名前十位的国内(不含港澳台)企业依次为:华为技术有限公司(4,906件)、中国石油化工股份有限公司(4,405件)、乐视控股(北京)有限公司(4,197件)、中兴通讯股份有限公司(3,941件)、广东欧珀移动通信有限公司(3,778件)、京东方科技集团股份有限公司(3,569件)、珠海格力电器股份有限公司(3,299件)、北京小米移动软件有限公司(3,280件)、努比亚技术有限公司(2,912件)、国家电网公司(2,784件)。

### ■ 数据三



2016 年，中国发明专利授权量排名前十位的国内（不含港澳台）企业依次为：国家电网公司（4,146 件）、华为技术有限公司（2,690 件）、中国石油化工股份有限公司（2,555 件）、中兴通讯股份有限公司（1,587 件）、京东方科技集团股份有限公司（1,228 件）、腾讯科技（深圳）有限公司（1,027 件）、珠海格力电器股份有限公司（871 件）、中国石油天然气股份有限公司（867 件）、联想（北京）有限公司（763 件）、上海华虹宏力半导体制造有限公司（721 件）。

### ■ 数据四

2016 年	受理请求量(件)	结案量(件)	平均结案周期(月)
专利复审案件	13,107	17,623	11.9
专利无效案件	3,969	4,100	5.1

2016 年，专利复审委员会共受理复请求 13,107 件，复请求结案 17,623 件，复审平均结案周期达到 11.9 个月。受理无效宣告请求 3,969 件，无效宣告请求结案 4,100 件，无效案件平均结案周期达到 5.1 个月。

来源：国家知识产权局专利局

## II. 经典判例评析

### ■ 专利

### 廖洪云诉深圳市展昊德塑胶电子有限公司侵害外观设计专利权纠纷案

- (2014)粤高法民三终字第 773 号民事判决
- (2014)深中法知民初字第 17 号民事判决



#### 规则:

间接专利侵权需要以直接专利侵权的存在为前提。

外观设计专利侵权判定中,一个完整的产品与构成该产品的零部件属于相近种类的产品,可以直接就两者的外观设计进行比较,是否相同或相近似以比较的结果而定。

#### 案件事实:

廖洪云拥有名称为“移动电源”的外观设计专利,专利号:ZL201330228353.3。被诉侵权产品是深圳市展昊德塑胶电子有限公司(以下简称“展昊德公司”)销售的移动电源外壳。该移动电源外壳是构成前述专利

产品移动电源的零部件。想要获得完整的移动电源产品,还需要购买其他零部件并进行组装。

一审法院认为,展昊德公司的行为构成引诱侵权。二审中,广东高院指出一审法院认定展昊德公司构成引诱侵权欠妥,认为展昊德公司的行为并不构成间接侵权。经比对,广东高院认定被诉侵权移动电源外壳,落入本案专利的保护范围,构成直接侵权。

#### 律师评析:

本案中涉及两个有意思的问题:间接专利侵权的认定;和外观设计侵权判定中相同或者相近种类产品的认定。

对于间接专利侵权,我国专利法并未做出专门规定。目前,认定间接专利侵权的法律依据还是《中华人民共和国侵权责任法》第八条、第九条第一款的规定,即二人以上共同实施侵权行为,造成他人损害的,应当承担连带责任;教唆、帮助他人实施侵权行为的,应当与行为人承担连带责任。司法实践中,对于间接专利侵权的认定是否必须以直接侵权人和直接侵权产品的存在为前提曾经存在不同的认识。本案中,广东高院认为,教唆、帮助等间接侵权行为以行为人主观明知为构成要件,且须以存在直接侵权人为条件。最高人民法院在随后的司法解释中也确

认了广东高院的上述认识，即间接专利侵权的认定需要以直接专利侵权的存在为前提。具体参见，《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释（二）》第 21 条：“明知有关产品系专门用于实施专利的材料、设备、零部件、中间物等，未经专利权人许可，为生产经营目的将该产品提供给他人实施了侵犯专利权的行为，权利人主张该提供者的行为属于侵权责任法第九条规定的帮助他人实施侵权行为，人民法院应予支持”。随着该《解释（二）》于 2016 年 4 月 1 日生效，司法实践中对于间接专利侵权的认定需要以直接专利侵权的存在为前提，已不再有争议。

关于第二个问题，《最高人民法院关于审理侵犯专利权纠纷案件应用法律若干问题的解释（一）》第 8 条明确规定承载外观设计的不同产品的种类相同或者相近是比较两个外观设计是否相同相近似的前提条件。若两者产品种类不相同也不相近，则不存

在外观设计比较的基础。至于如何判断

产品种类是否相同或者相近，该《解释（一）》第 9 条指出，“人民法院应当根据外观设计产品的用途，认定产品种类是否相同或者相近。确定产品的用途，可以参考外观设计的简要说明、国际外观设计分类表、产品的功能以及产品销售、实际使用的情况等因素”。就本案而言，严格来讲，移动电源外壳与移动电源的用途并不一样。但广东高院认为，一个完整的产品与构成该产品的零部件之间属于相近种类的产品，可以直接就两者的外观设计进行比较，是否相同或相近似以比较的结果而定。在这一点上，广东高院做出了有益的探索。

撰稿人：苗征律师

## ■ 商标

# 浙江现代新能源有限公司、浙江凌普电器有限公司与杭州 奥普卫厨科技有限公司、杨艳侵害商标权纠纷案

- (2016) 最高法民再 216 号民事判决
- (2011) 苏知民终字第 0143 号民事判决
- (2010) 苏中知民初字第 0312 号民事判决




### 规则：


1、基于知识产权保护激励创新的目的和比例原则，知识产权的保护范围和强度要与特定知识产权的创新和贡献程度相适应。商标权的保护强度，应当与其应有的显著性和知名度相适应。若涉案商标的知名度主要源于在先使用者在其他关联程度很高的商品的知名度，且商标权人不曾通过正当使用行为使该商标产生足以受到法律保护的显著性和知名度，则不应对其权利人给予超出其商标贡献程度之外的过度保护。

2、商标法所要保护的，是商标所具有的识别和区分商品及服务来源的功能，而并非仅以注册行为所固化的商标标识本身。因此，商标标识本身的近似和商品的类似不是认定侵权是否成立的决定性因素，如被控侵权人在使用商标标识时清晰表明商品的来源，未损害涉案商标商品来源的识别和区分功能，因此而未导致市场混淆的后果，该使用

行为不应视为侵害涉案商标专用权。

### 案件事实：

新来源公司是第 1737521 号  奥普 商标的权利人，凌普公司是该商标的被许可人该商标于 2002 年核准注册，核定使用的商品为第 6 类的“金属建筑材料”等商品。

奥普公司在 11 类“浴用加热器、浴室装置”等商品上拥有第 730919 号、第 1187759 号“奥普”商标注册和第 1803772 号“AUPU”商标注册。此外，奥普公司在第 6 类“金属隔板；建筑用金属板”商品上拥有上第 5244151 号  商标注册和

第 5244152 号  浴顶 商标注册。

2001 年起，奥普公司“奥普”商标及“奥普”商号先后多次被认定为杭州市著名商标、浙江省著名商标及浙江省知名商号。2005 年，“奥普”商标被认定为驰名商标。

2008 年起，奥普公司将其上述注册商标许可给奥普厨卫使用，许可方式为普通许可。



凌普公司先后两次被相关行政机关及司法机关认定实施了攀附奥普公司商誉的不正当竞争行为及侵犯奥普公司商标权的



行为。

2009 年 11 月 18 日，新能源公司在杨艳经营的“奥普 1+N 浴顶”商店公证购买了十四箱“浴顶”。“浴顶”外包装箱注明为“普通扣板”、“浴顶通用组件”，外包装下方标明奥普卫厨的企业名称全称“奥普卫厨科技有限公司”以及“1+N 浴顶”、“浴顶”的商标图样。打开外包装后，金属扣板上显著位置标注了“AUPU 奥普®”标识，侧面印有“AUPU”标识。金属扣板的整体覆膜及侧面覆膜印有“AUPU 奥普®”商标。

新能源公司和凌普公司认为奥普卫厨和杨艳的上述行为侵害了新能源公司

 1737521 号  注册商标专用权，损害了新能源公司和凌普公司的合法权益，遂诉至法院。奥普卫厨认为被控侵权产品“金属扣板”附属于“奥普”、“AUPU”注册商标核定使用的第 11 类浴用加热器等电器产品，在“金属扣板”上使用“AUPU 奥普®”商标属于对其注册商标的合法使用，故不构成侵权。

一审法院认为，该被控侵权金属扣板应归属于金属建筑材料，属于新能源公司第 1737521 商标的核定使用商品范围；“AUPU 奥普®”与新能源公司的第 1737521 商标构成近似。因此，奥普卫厨的上述行为构成商标侵权，判决两被告停止侵权并赔偿两原告损失 10 万元。

二审法院认为，奥普卫厨的上述行为构成商标侵权，并认为由于奥普厨卫在电器类商品上注册的“奥普”商标具有较高知名度，新能源公司合法使用其涉案注册商标专用权因此而受到的压制必然较大，其因被控侵权行为遭受的损失必然也较大，判决两被告停止侵权并赔偿两原告损失 30 万元。

奥普卫厨向最高人民法院申请再审。最

高人民法院认为：

1、基于知识产权保护激励创新的目的和比例原则，对于商标权的保护强度，应当与其应有的显著性和知名度相适应。“奥普”商标的知名度主要源于奥普卫厨及其关联公司的使用行为。新能源公司未通过正当的使用行为，使涉案商标产生了足以受到法律保护的显著性和知名度。凌普公司在实际使用中又曾有不正当攀附奥普电器产品知名度的不正当竞争行为。因此，新能源公司虽然在“金属建筑材料”上享有注册商标专用权，但对该权利的保护范围和保护强度，应当与新能源公司对该商标的显著性和知名度作出的贡献相符。

2、商标法所要保护的，是商标所具有的识别和区分商品及服务来源的功能，而非仅以注册行为所固化的商标标识本身。如果使用行为并未损害涉案商标的识别和区分功能，亦未因此而导致市场混淆的后果，该种使用行为即不在商标法所禁止的范围之中。被诉侵权产品销售于标有“奥普”及“1+N 浴顶”字样的门店，且被诉侵权产品的外包装及产品上清晰地标明了奥普厨卫的企业名称全称及“1+N 浴顶”等商标图样。因此，消费者凭借上述信息，已足以实现对商品来源的清晰区分，不会导致误认、混淆的结果。

据此，最高人民法院认为奥普卫厨使用被诉侵权标识的行为不构成对涉案商标权的侵权，判决撤销一审、二审法院的判决，驳回新能源公司和凌普公司的全部诉讼请求。

### 律师评析：

《类似商品和服务区分表》是判断类似商品/服务的重要工具，但当不同商品/服务的共存会使公众认为两者由同一主体提供，或其提供者之间存在特定联系时，《区分表》



存在适当突破的可能性，本案的商品/服务被最高院跨类认定为类似商品/服务，主要基于如下考虑：（1）商品/服务的服务场所或销售场所、消费对象是否存在同一性可能；（2）商标共存是否具有特殊历史原因；（3）在先权利人意愿；及（4）是否形成了市场区分。实践中，商品/服务市场变化万千，林林总总，有时严格遵循《区分表》反而不利于保护商标权利人的合法权益。本案中提及的车辆维修、保养行业即是一个多种商品及服务共存的市场，简单按照《区分表》的规则判定商品/服务是否类似，会忽略实际混淆可能性，对于商标的识别功能造成新

的困扰。本案最高院的观点在同类型案件中值得借鉴及参考。

商标法第十五条禁止代理人或者代表人恶意抢注，最高院否定了一二审法院对于法条的限缩解释，认为代理人不得在相同或者类似商品上申请注册与其被代理人商标相同或者近似的商标。这一观点的侧重点在于“恶意”，并非在先使用商标的“注册”与否，体现了最高院维护商标管理秩序及商标申请人的诚实信用等先进的判决理念。

撰稿人：杨宁律师  
孟繁静

## ■ 著作权

# 深圳市腾讯计算机系统有限公司与北京易联伟达科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷

- (2016)京73民终143号民事判决
- (2015)海民(知)初字第40920号民事判决



### 规则:

1、信息网络传播行为应指向的是初始上传行为。因任何上传行为均需以作品的存储为前提，未被存储的作品不可能在网络中传播，而该存储介质即为服务器标准中所称“服务器”，因此，服务器标准作为信息网络传播行为的认定标准最具合理性。

2、深层链接行为虽然并非信息网络传播行为，但该行为确为被链接网站信息的传播提供了渠道和便利，因此，在被链接网站侵犯信息网络传播权的情况下，且链接提供者对该直接侵权行为的存在具有主观过错的情况下，深层链接行为有可能与其承担共同侵权的民事责任。如果被链接网站已经过合法授权，或者链接提供者主观并无过错，则深层链接行为不可能构成共同侵权行为。

### 案件事实:

原告依法享有《宫锁连城》的独家信息网络传播权，原告将涉案作品非独家授权乐视网使用，并约定乐视网应采取措施防止合同以外的第三方通过任何方式使用涉案作品，包括禁止任何第三方对其进行视频盗链。2014年6月4日，原告发现被告在其经营的“快看影视”手机端，通过信息网络向公众提供涉案作品的在线播放。在播放时未显示作品来源，直接进入播放页面，原告认为被告进行了涉案作品的编辑，为获取盈利采取破坏禁链技术措施的手段播放涉案作品，侵犯了原告的著作权。

北京市知识产权法院经审理后认为被告的行为不构成侵害原告信息网络传播权的行为，故撤销了一审判决，驳回了原告的全部诉讼请求。

### 律师评析:

1. 北京知识产权法院在本案裁定中大篇幅论证了深层链接行为的性质，明确深层链接行为并非信息网络传播行为，极力推荐服务器标准为判断信息网络传播行为的合理标准，是因为中国与信息网络传播权有关的法律对于直接侵权和间接侵权所规定的主观要件和侵权责任是不同的，对于直接侵权通常采取严格责任，而对于网络服务提供商的间接侵权，则采取过错责任。特别是为了促进互联产业发展，平衡权利人、网络服务提供商和公众的利益，对于互联网络服务间接侵权的行为的主观过错要求相应降低，采取所谓的“红旗标准”。

2. 本案中法官还对著作权法、不正当竞争

法、合同法等保护的法定利益、侵权性质等问题进行了分析，虽然被告对于被链接网站采取了破坏禁止链接的技术措施的手段，但是，对该行为拥有诉权的是被链接网站，原告不能因为与被链接网站的合同约定而越

俎代庖，行使本应由被链接网站所有者所拥

有的权利。故，我们可以看到，对于权利人而言，在决定具体的维权措施时，选择合适的诉讼参与者、合适的诉讼理由是多么重要。

撰稿人：胡洪亮律师

## ■ 不正当竞争

# 江苏天容集团股份有限公司与湖南昊华化工有限责任公司不正当竞争纠纷案

— (2015)浦民三(知)初字第1887  
号民事判决



原告江苏天容集团股份有限公司(以下简称天容公司)于1998年9月29日成立,当时名称为江苏溧阳市力化化学有限公司,后于2006年变更为现名称。登记经营范围为农药制造、加工、分装、复配等。天容公司的《对外贸易经营者备案登记表》使用的英文企业名称为“JIANGSU TIANRONG GROUP CO.,LTD”。天容公司向印度出口其生产的杀螟丹,并通过了印度政府的登记,登记的英文企业名称亦为“JIANGSU TIANRONGGROUP CO.,LTD”。

被告湖南昊华化工有限责任公司(以下简称昊华公司)于2003年9月15日成立,登记的经营范围为杀虫单可溶粉剂加工、杀螟丹可溶粉剂、40%氧乐果乳油加工、杀虫双水剂生产、杀虫单原药生产、杀螟丹原药生产等。

### 规则:

《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》虽然列举了三种可以认定为反不正当竞争法第五条第三项规定的企业名称,但该列举不是完全列举,并未将其他类型的企业名称排除在反不正当竞争法的保护范围之外。经营者在对外贸易经营活动中使用的英文企业名称,具有了识别市场经营主体的作用时,属于反不正当竞争法第五条第三项规定的企业名称。其他经营者在出口的商品上擅自使用该经营者的英文企业名称,误导公众的,属于擅自使用他人企业名称的不正当竞争行为。

### 案件事实:

2014年5月6日,上海市浦东新区市场监督管理局(以下简称浦东市局)查扣了昊华公司生产的欲出口至印度的杀螟丹原药16,000公斤,价值人民币1,004,740.80元。该批杀螟丹外包装上标注了“Manufacturer:M/s.Liyang Chemical Factory, China (Jiangsu Tianrong Group Company, Ltd.,China)”,包装袋上无其他商标、企业名称等标识。昊华公司称之所以使用天容公司的企业名称是因为印度政府要求进口杀螟丹必须经过其登记,但因昊华公司尚未通过登记,为了通过印度海关,遂应客户要求在其出口的产品上使用

了天容公司的企业名称。天容公司认为昊华公司的上述行为构成不正当竞争,遂诉至法

院，要求昊华公司承担损害赔偿责任。昊华公司认为涉案商品出口至印度市场，不会引起国内相关公众的混淆，不会给天容公司造成损害，故不构成不正当竞争。

本案还查明了其他事实，限于撰写重点，本文不赘述。

一审法院认为：1、《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》虽然列举了三种可以认定为反不正当竞争法第五条第三项规定的企业名称，但该列举不是完全列举，并未将其他类型的企业名称排除在反不正当竞争法的保护范围之外。因此，企业英文名称亦可以作为企业名称为反不正当竞争法保护；2、企业名称是企业重要的营业标识。在经营活动中，经营者不仅会使用经过登记的完整企业名称，在开展对外贸易经营活动时通常还需要使用外文企业名称。天容公司在向我国相关部门提交的《对外贸易经营者备案登记表》中载明的英文企业名称为“JIANGSU TIANRONG GROUP CO.,LTD”，在印度有关部门进行登记时使用的也是这一英文名称。该英文企业名称与天容公司登记的完整的中文名称一一对应，已具有识别市场

经营主体的作用，应当属于反不正当竞争法第五条第三项规定的企业名称；3、昊华公司使用了天容公司英文企业名称的杀螟丹虽均出口至印度，但天容公司生产的杀螟丹亦向印度出口，双方存在直接的竞争关系。昊华公司主观上具有仿冒的故意，客观上引人误认为是天容公司的商品，挤占了天容公司的出口市场份额。该行为不仅损害了天容公司的合法权益，也扰乱了正常的对外贸易市场秩序，属于反不正当竞争法第五条第三项所规定的擅自使用他人企业名称的不正当竞争行为。一审法院遂据此认定昊华公司的上述行为构成不正当竞争。

#### **律师评析：**

“一带一路”建设是我国主动应对全球形势深刻变化、统筹国内国际两个大局作出的重大战略决策。市场经济主体在经营活动中要抓住政策机遇，更要尊重他人的知识产权。在对外贸易中，不能随意使用其他经营主体的英文企业名称，否则有可能会被认定为构成不正当竞争。诚实信用原则是所有司法实践的基本原则，市场经济主体也只有诚信经营方能走得长远。

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](mailto:law@chinantd.com)。

NTD PATENT & TRADEMARK AGENCY LIMITED  
NTD LAW OFFICE



---

---

10<sup>th</sup>Floor, Block A, Investment Plaza

27 Jinrongdajie Beijing 100033

P.R. China

Tel: 86-10-63611666

Fax: 86-10-66211845

E-mail: [mailbox@chinantd.com](mailto:mailbox@chinantd.com)

Website: [www.chinantd.com](http://www.chinantd.com)