NTD INTELLECTUAL PROPERTY
IP CASE EXPRESS
第 1 期 2014. 3

中国知识产权案例速递

永新知识产权

2014.03.12

I. 前言

根据 2013 年 11 月颁布的《最高人民法院关于人民法院在互联网公布裁判文书的规定》，自 2014 年 1 月 1 日起，除《规定》所列明的例外情况，所有中国法院的裁判文书应在生效后七日内在中国裁判文书网(http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/)上予以公布。

我们对该网站截至 2014 年 2 月 28 日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了分类统计，并从最高院的判决和裁定文书中选取了几件非常有指导意义的判例进行了简评，希望对关注中国知识产权审判发展的各位同仁有所帮助。

<u>对于我们所统计的案例样本特别说明如下</u>：

（1） 由于全部上网的各级法院案例数量非常庞大，我们在本次报告中只对最高院和 32 家高院所公布的案例进行了统计，不涉及中级法院和基层法院的案例；

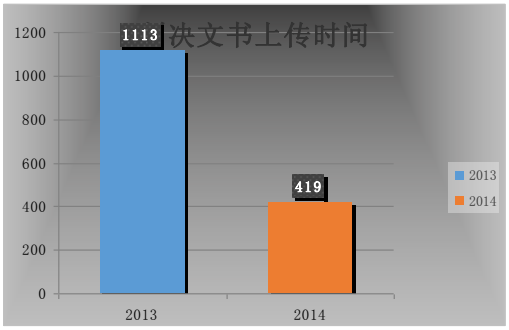
（2） 这些上网案例均为生效裁判文书，一审判决尚在上诉期间的均未上网；

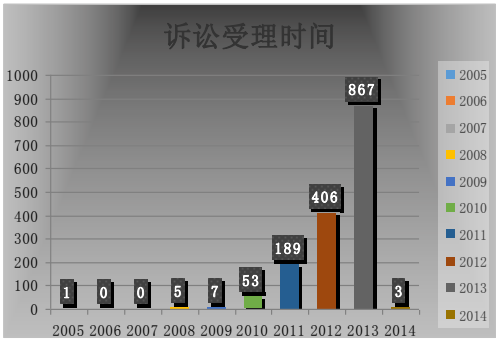
（3） 这些上网案例并非相关法院的全部生效裁判文书，涉及商业秘密等例外情况的生效判决按规定并未上网，有一部分法院的生效判决因通信技术原因暂时还没有上网。

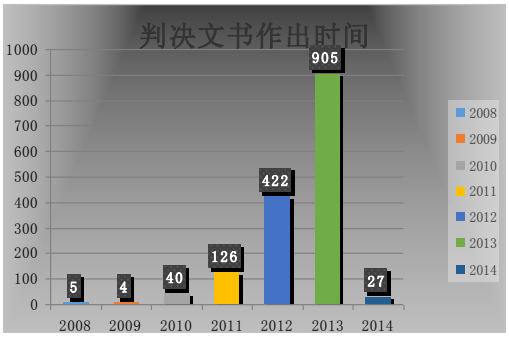
II. 数据统计

1. 截至 2014 年 2 月 28 日，中国裁判文书网上总计公布 3509 件知识产权案件判决文书，其中来自最高院和 32 家高院的裁判文书 1532 篇。大部分案件于 2011 年至 2013 年向各级法院提起诉讼，大部分生效判决亦由各级法院在此期间做出。

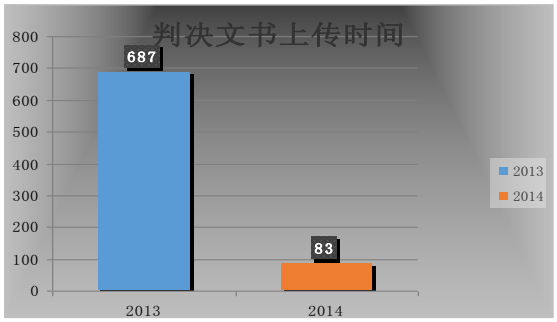
■ 最高院及 32 家高院全部案件

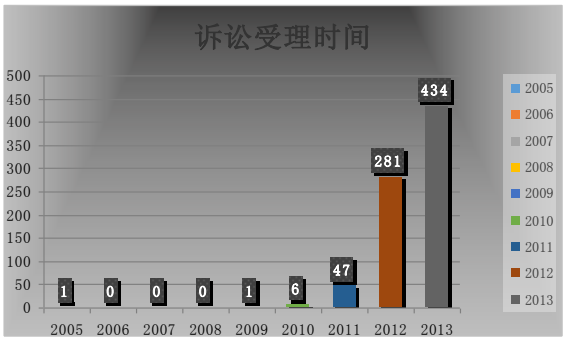


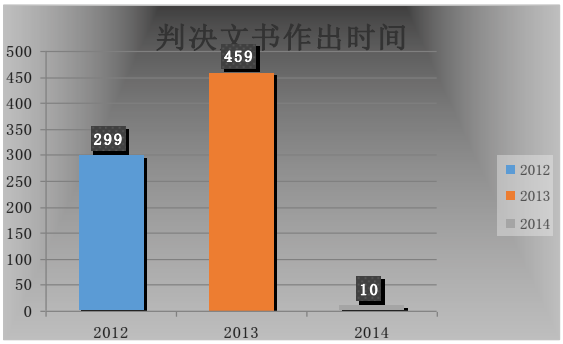




■ 最高人民法院案件

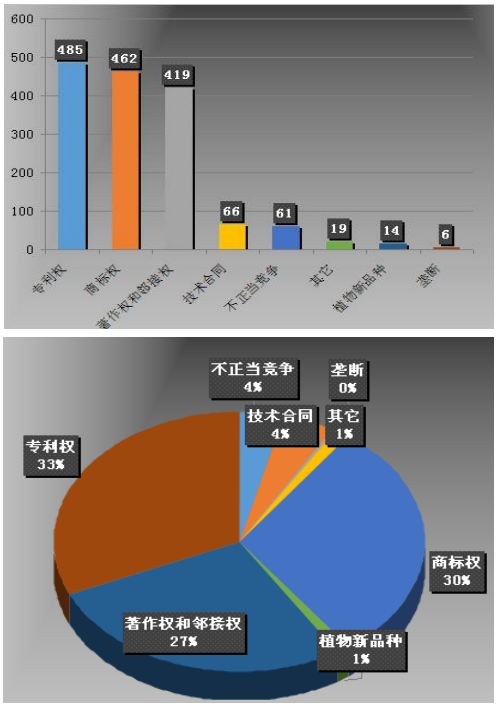




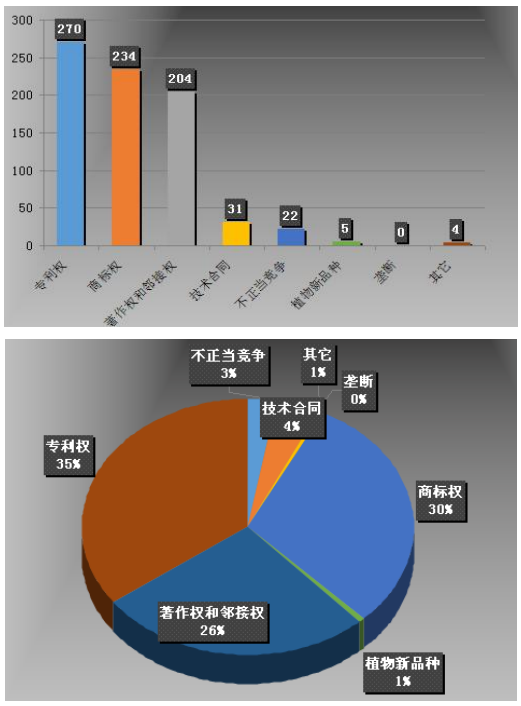


2. 案件类型方面，专利、商标、著作权案件数量占据前三甲，技术合同及不正当竞争案件量紧随其后。

■ 最高院及 32 家高院全部案件



■ 最高人民法院案件



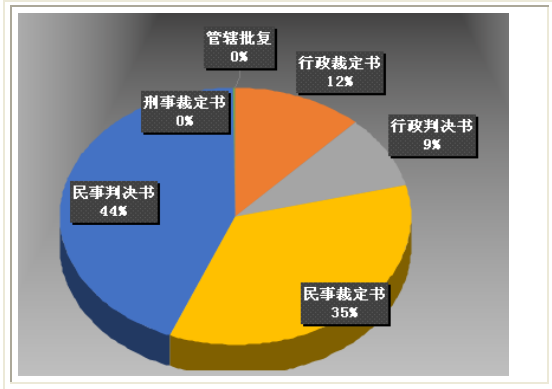
3. 在 **1532** 个案件中民事判决书和民事裁定书占 **79%**。而最高人民法院作出的 **770** 个判决文书中，**71%**是民事和行政裁定，所作出的民事判决书和行政判决书仅占全部判决文书的 **29%**。

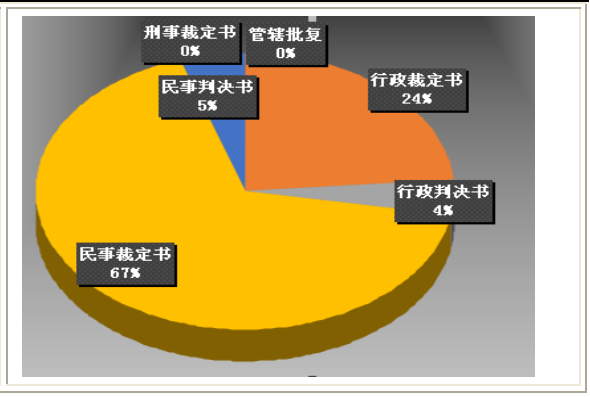
■ 最高院及 32 家高院案件

文书类型	数量
管辖批复	1
行政裁定书	183
行政判决书	140
民事裁定书	535
民事判决书	668
刑事裁定书	5

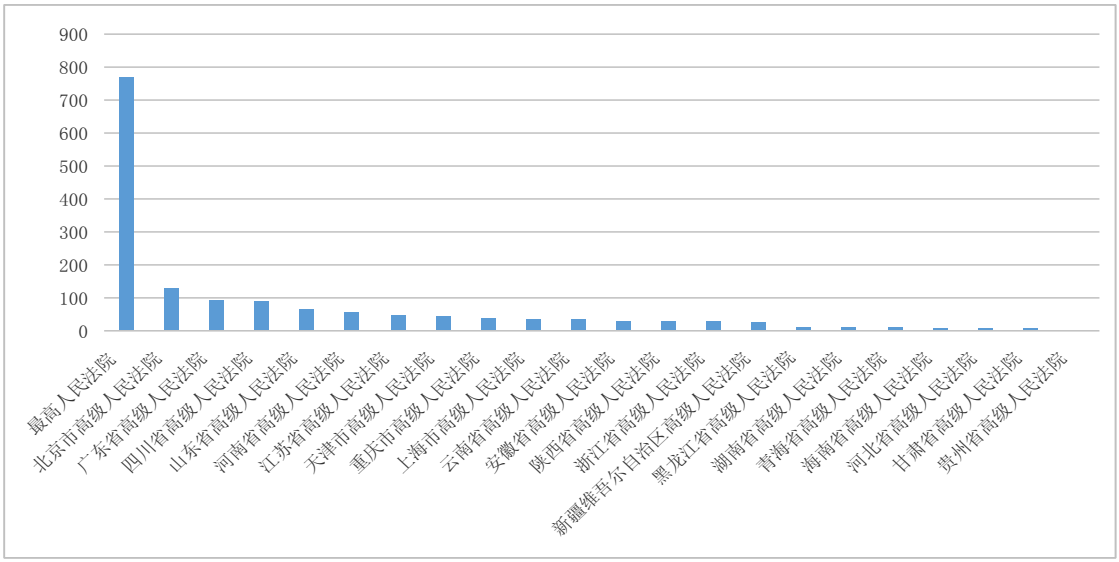
■ 最高人民法院案件

文书类型	数量
管辖批复	1
行政裁定书	181
行政判决书	32
民事裁定书	517
民事判决书	39
刑事裁定书	0





4. 相比较而言，最高人民法院发布判决文书数量最多，达到 770 篇，北京市高级人民法院（128 篇）和广东省高级人民法院（89 篇）公布数量排名第二和第三名。目前已有 21 家高级人民法院在中国裁判文书网上发布生效判决。



No.	法院	数量	No.	法院	数量
1	最高人民法院	770	12	安徽省高级人民法院	28
2	北京市高级人民法院	128	13	陕西省高级人民法院	28
3	广东省高级人民法院	89	14	浙江省高级人民法院	27
4	四川省高级人民法院	87	15	新疆维吾尔自治区高级人民法院	22
5	山东省高级人民法院	63	16	黑龙江省高级人民法院	10
6	河南省高级人民法院	56	17	湖南省高级人民法院	10
7	江苏省高级人民法院	44	18	青海省高级人民法院	10
8	天津市高级人民法院	43	19	海南省高级人民法院	6
9	重庆市高级人民法院	35	20	河北省高级人民法院	6
10	上海市高级人民法院	33	21	甘肃省高级人民法院	3
11	云南省高级人民法院	31	22	贵州省高级人民法院	2

III. 精选案例

在所有上网案例中最高人民法院发布判决文书数量最多，达到 770 篇，这为研究中国知识产权审判实务的人士提供了大量权威和珍贵的素材。在本期报告中我们从专利、商标、著作权和反不正当竞争案件中各选取了 1 到 2 个非常重要的判例进行简评以供各位同仁参考。在今后的报告中我们还会继续挑选有重要影响和指导意义的案件与各位分享。

■ 不正当竞争

【北京奇虎科技有限公司、奇智软件（北京）有限公司与腾讯科技（深圳）有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司不正当竞争纠纷案二审民事判决书（2013）民三终字第 5 号】

最高人民法院 上传时间：2014.02.25

— 明确了互联网行业技术创新、自由竞争和不正当竞争的界限

本案是最高人民法院审理的第一起涉及互联网领域不正当竞争的二审案件，涉诉双方均为中国互联网相关领域的重要企业，审理结果广受关注。五人合议庭由最高院副院长奚晓明大法官担任审判长，最高人民法院知识产权庭庭长孔祥俊担任主审法官。最高人民法院于 2014 年 2 月 18 日做出终审判决，维持一审法院对被告连带赔偿原告 500 万元人民币并公开赔礼道歉、消除影响的判决。

本案涉及互联网行业竞争规则是否符合反不正当竞争法的判断，最高院归纳并评述了五个争议焦点：

1. 关于互联网行业商业道德的认定

最高院就被告针对原告 QQ 网开发和使用扣扣保镖软件的行为，直接适用《反不正当竞争法》第 2 条规定的“诚实信用”原则，认定被告对原告实施不正当竞争行为，判决中指出，互联网企业的行为应当符合反法第二条规定的诚实信用原则，并符合互联网行业的商业惯例，行业主管部门和协会的规定可以作为经营行为是否符合公认的商业道德的事实依据。

2. 关于商业诋毁涵义的明确

判决明确了反法第十四条关于商业诋毁的规定中“虚伪事实”应当包括“对真实存在的事实的片面的引人误解的宣传”，经营者对于他人产品、服务或其他经营活动的评论超出正当商业评价、评论的范畴应当认定为“商业诋毁”。

3. 关于“食人而肥”的不正当竞争行为的评价

判决认为，互联网企业将自己的产品和服务嵌入他人的产品和服务，取代其部分功能的行为不正当地利用了他人已经取得的市场成果，增加自己的交易机会，从而获取竞争优势，属于食人而肥的不正当竞争行为。

4. 关于技术创新、自由竞争和不正当竞争的界限划分

最高院认为，竞争自由和创新自由必须以不侵犯他人合法权益为边界，是否属于互联网精神鼓励的自由竞争和创新，需要以是否有利于建立平等公平的竞争秩序、是否符合消费者的一般利益和社会公共利益为标准来进行判断，仅有某些技术上的进步不应认为属于自由竞争和创新。判决进一步明确了经营者的行为是否构成捆绑和搭售需有行政机关和司法机关认定，其他经营者无权以自己的标准对他人的经营行为作出评判并采取措施。

5. 关于赔偿数额确定

判决认为侵权行为造成的损失包括收入和流量减少、新产品推广渠道受阻、品牌和声誉因商业诋毁受损等，并综合考虑了以下因素最终确定赔偿数额为 500 万元：互联网环境下侵权行为迅速扩大及蔓延；被上诉人商标和公司声誉的市场价值；上诉人具有明显的侵权主观恶意；以及被上诉人为维权支出的合理费用等。

综上，本案对中国各级人民法院审理新经济环境下的市场竞争纠纷（尤其是 IT 业），具有十分重大的指导意义。该判决不仅清楚认定争议事实，详细阐述适用法律的意见，而且精辟论述了“技术创新与不正当竞争”之间的关系，指出“互联网的发展有赖于自由竞争和科技创新，互联网行业鼓励自由竞争和创新，但这并不等于互联网领域是一个可以为所欲为的法外空间。竞争自由和创新自由必须以不侵犯他人合法权益为边界，互联网的健康发展需要有序的市场环境和明确的市场竞争规则作为保障。”

■ 专利

【潍坊恒联浆纸有限公司与宜宾长毅浆粕有限责任公司、成都鑫瑞鑫塑料有限公司侵犯发明专利权纠纷再审审查民事裁定书（2013）民申字第 309 号】

最高人民法院 上传时间：2014.01.02

— 非新产品制造方法侵权案件中专利权人举证责任减轻

本案涉及产品制造方法发明专利侵权纠纷，涉案粘胶木浆粕并非新产品。

中国现行法律体系仅规定了涉及新产品制造方法的侵权纠纷由被诉侵权人举证其产品制造方法不同于专利方法，而对涉及非新产品制造方法的侵权举证尚无明确规定。

本案判决提出了非新产品制造方法的专利侵权纠纷的举证责任分配原则。最高院认为，在专利权人能够证明被诉侵权人制造了同样产品，经合理努力仍无法证明被诉侵权人确实使用了该专利方法，根据案件具体情况，结合已知事实及日常生活经验，能够认定该同样产品经由专利方法制造的可能性很大的，法院可以根据民事诉讼证据规定中的第七条规定，将举证责任分配给被诉侵权人，不再要求专利权人提供进一步证据，而由被诉侵权人提供其制造方法不同于专利方法的证据。

【株式会社岛野与中华人民共和国国家知识产权局专利复审委员会及宁波赛冠车业有限公司发明专利权无效行政纠纷提审行政判决书（2013）行提字第 21 号】

最高人民法院 上传时间：2014.01.22

— 最高院对专利申请文件的修改是否超范围判断标准的最新解读

本案涉及专利权人在分案申请中将原申请文件中的“圆的螺栓孔”修改为“圆形孔”、“模压”修改为“压制”的修改是否超出“原说明书和权利要求书记载的范围”。

中国现行专利法实践中判断修改是否超范围审查的依据是《专利法》第三十三条以及《专利审查指南》中的细化规定“从原说明书和权利要求书中直接地、毫无疑义地确定的内容”。

本案判决没有沿用《专利审查指南》中的上述规定或著名的最高院 2011 年精工爱普生墨盒案中认定的“所属领域普通技术人员可以直接、明确地推导出的内容”，本案中最高院认为“原说明书和权利要求书记载的范围”具体表现为“原说明书和及其附图和权利要求书以文字和图形直接记载的内容，以及所属领域普通技术人员根据原说明书及其附图和权利要求书能够确定的内容”。本判决还首次提出了“发明点”的概念为“体现发明创造对现有技术做出贡献的技术特征”，同时认为区分“发明点”和“非发明点”判断专利文件修改是否超范围是专利法三十三条的立法本意之一。

■ 商标

【全友家私有限公司与商标评审委员会、成都全友电器有限公司商标异议复审案行政判决书（2013）行提字第 3 号】

最高人民法院 上传时间：2014.01.02

— 驰名商标知名度证据的要求不应过高

中国驰名商标

现行驰名商标保护制度下行政和司法部门对商标知名度证据要求过高的问题一直为各方所诟病。而新商标法对于“驰名商标”的定义从目前司法解释中的“相关公众广为知晓”改为“相关公众所熟知”，通过法律定义的调整为降低“驰名商标”认定门槛带来希望。

本案中，商标局、评审委及两审法院均基于其一贯的高标准判定异议人所提交的知名度证据不足以证明其引证商标在异议商标申请日前已构成驰名商标，而最高院明确指出商评委及两审法院“对引证商标知名度证据的要求过高”，并根据新商标法的精神将“驰名商标”定义为“具有较高市场知名度，为相关公众所熟知的商标”，认为异议人所提交证据已能够证明其使用引证商标的商品已具有一定的生产销售规模，对引证商标进行了一定的广告宣传，获得了一定的市场声誉，即可以认定为相关公众所熟知。一些异议商标申请日之后的证据和一些未出现引证商标而仅出现引证商标权利人商号（与引证商标相同）的证据也被最高院酌情予以考虑。

本案为最高院主动提审案件，通过该案的判决可以非常清楚的看出最高院对于驰名商标知名度证据的要求不应过高的明确态度。在 2014 年 5 月 1 日新商标法生效后，我们可能会看到更多的法院在个案中酌情放宽标准认定驰名商标的判例。

【宝佳商标有限公司诉商标评审委员会、陈钧贤商标异议复审案行政裁定书（2012）知行字第 38 号】

最高人民法院 判决时间：2012.12.04

— 主张在先著作权的商标标识需要达到最基本的智力创造高度才能获得著作权保护

在商标行政案件中越来越多的在先商标权利人开始基于其商标标识的在先著作权来对抗他人的恶意抢注，这类案件在商评委和法院的判例中也得到越来越多的支持。而由于著作权法中对于作品独创性的高度没有明确规定，很多商标标识是否具有足够的独创性而有资格获得著作权保护成为这类案件中经常出现的争议焦点。

本案中原告主张权利的标识为“超羣”篆体文字印章。最高院认为，宝佳公司的“超羣”标识与“超羣”二字普通篆体及隶书的不同书写方式在表现形式上并未显示存在独特的风格，仅存在细微的差别，本案“超羣”标识未达到一定创作高度，不具有独创性。此外，“超羣”标识中“虚实相间、粗细不同、残破有序”的不规则边框是仿古印章的普遍特点，也未达到最低限度的创造性，不具有独创性。而文字与边框的组合从表现形式看属于普通印章的特点，未达到一定水准的智力创造高度，不具有独创性。因此，即便“超羣”标识系原告独立完成，也因其没有达到最基本的智力创造高度而不能成为受《著作权法》保护的作品。

最高院通过本案明确指出，所谓独创性，必须同时符合“独立创作”和“具有最低限度创造性”两个方面的条件，一定水准的智力创造能够体现作者独特的智力判断与选择、展示作者的个性并达到一定创作高度要求，“独”与“创”缺一不可。

■ 著作权

【乐高公司与广东小白龙动漫玩具实业有限公司、北京华远西单购物中心有限公司侵害著作权纠纷案民事裁定书（2013）民申字第 1365 号】

最高人民法院 上传时间：2013.12.26

— 工业产品能否获得版权保护取决于其在美术领域的独创性

（非涉案积木块 仅供参考）

乐高与可高版权纠纷案在 2002 年曾被媒体称作中国十大知识产权案件之一，是中国法院第一次以判决的形式确认实用艺术作品的版权并给予充分法律保护。当北京高院做出终审判决，宣布原告乐高公司胜诉时，乐高公司在其官方网站上发表评论，认为"这起案件在中国的知识产权保护中具有里程碑意义"。美联社也发专电，认为"此案的审理标志着中国加入 WTO 后加大了对知识产权的保护力度"。

而 2011 年乐高公司所提起的 56 件类似诉讼却没有再得到北京高院的支持。乐高公司就这一系列案件向最高院提出了申诉，最高院均裁定予以驳回。

本案为最高院所裁定驳回的 56 件系列案之一，争议焦点为涉案玩具积木块是否构成著作权法规定的美术作品保护客体，其中主要问题为美术作品独创性的认定。最高院认为，独创性的认定必须依据具体事实加以判断，涉案积木块与在先生效判决（2002 年乐高案判决）中的积木块表现形式差异较大，并不能以在先生效判决中的判定来代替本案中的独创性判断。涉案积木块是积木块组合产品中的一个结构件，其并未表达出作者的任何独特个性和思想，因此不具备美术作品所要求的独创性。而作品著作权登记的目的是为解决著作权纠纷提供初步证据，登记本身并不能成为其当然获得保护的决定性依据。

通过本案可以看出，既有欣赏价值又有实用价值的客体并不必然受到我国著作权法的保护，是否可以成为美术作品而受保护取决于其在美学领域的独创性，而独创性没有统一标准，必须根据具体事实加以判断。

如果您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-