

上海知识产权法院 典型案例

(2016年)

2017.4

目 录

Table of Contents

一、山特维克知识产权股份有限公司诉浙江美安普矿山机械有限公司侵害发明专利权纠纷案	1
二、上海兆邦电力器材有限公司诉山东中泰阳光电气科技有限公司等侵害发明专利权纠纷案	4
三、SMC 株式会社诉乐清市博日气动器材有限公司等侵害发明专利权纠纷案	7
四、苏州海路生物技术有限公司诉江西省金洄医疗器械股份有限公司等侵害实用新型专利纠纷案.....	10
五、上海晨光文具股份有限公司诉得力集团有限公司等侵害外观设计专利权纠纷案.....	13
六、盛纪（上海）家居用品有限公司诉上海统一星巴克咖啡有限公司等侵害外观设计专利权纠纷案.....	15
七、朝阳光达化工有限公司诉上海思曼泰化工科技有限公司专利申请权权属纠纷案.....	18
八、宝马股份公司诉上海创佳服饰有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案.....	21
九、康成投资（中国）有限公司诉大润发投资有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案.....	25
十、中国银联股份有限公司诉济南道诺信息科技有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案.....	27
十一、霍尼韦尔国际公司诉上海御逊汽车配件有限公司等侵害商标权纠纷上诉案.....	30
十二、北京友宝科斯科贸有限公司诉福州友宝电子科技有限公司等侵害商标权纠纷上诉案.....	32
十三、SAP 股份公司诉朗泽企业管理咨询（上海）有限公司等侵害计算机软件著作权等纠纷案.....	34

十四、上海耀宇文化传媒有限公司诉广州斗鱼网络科技有限公司著作权侵权及不正当竞争纠纷上诉案·····	36
十五、上海美术电影制片厂诉浙江新影年代文化传播有限公司等著作权侵权纠纷上诉案·····	38
十六、北京奇艺世纪科技有限公司诉上海幻电信息科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷上诉案·····	40
十七、北京爱奇艺科技有限公司诉深圳聚网视科技有限公司其他不正当竞争纠纷上诉案·····	42
十八、恒源祥（集团）有限公司等诉杨某等擅自使用他人企业名称、虚假宣传纠纷上诉案·····	44
十九、上海聚力传媒技术有限公司诉上海大摩网络科技有限公司其他不正当竞争纠纷上诉案·····	47
二十、深圳房金所金融服务股份有限公司等诉上海新居金融信息服务有限公司等不正当竞争纠纷上诉案·····	49

一、山特维克知识产权股份有限公司诉浙江美安普矿山机械有限公司侵害发明专利权纠纷案

【基本案情】

山特维克公司是名称为“一种粉碎机及粉碎原料的方法”发明专利的专利权人。该公司发现美安普公司在上海新国际博览中心举办的“bauma China 2014 中国国际工程机械、建材机械、工程车辆及设备博览会”上展出了GS300立轴式冲击粉碎机。山特维克公司单方委托鉴定认为该产品的技术方案落入了其发明专利权的保护范围，故诉至法院要求认定，美安普公司未经许可制造、销售、许诺销售被控侵权产品，侵害了其享有的发明专利权，请求判令美安普公司停止侵权、赔偿经济损失。美安普公司认为，被控侵权产品的技术特征与专利的技术特征不完全相同，被控侵权产品使用的转子是四通道的，被控侵权产品的“L型挡板”的角度是100度而非专利所述的90度。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，发明专利权利要求4在权利要求1、2、3的基础上增加了技术特征：“L”形方向导杆的水平腿指向转子的旋转方向，这样在具有向上分量和关于转子成切向分量的方向中，由转子产生的任何灰尘将被方向导杆的垂直腿阻拦。经比对，被控侵权产品具有L形方向导杆，其水平腿位于六边形内外料斗之间，与转子成切线方向，因此与转子旋转方向一致，其垂直腿与上方形成相对密封结构，故可以阻拦转子产生的灰尘。法院认为，首先，美安普公司没有证据证明被控侵权产品的“L”形方向导杆的角度是100度而

非 90 度，从专利权人提供的被控侵权产品的图片和录像资料中也无法看出角度上的明显差异；其次，即使被控侵权产品的“L”形导向杆的角度为 100 度，与 90 度相比，也属于以基本相同的手段实现基本相同的功能、达到基本相同的效果的等同特征，即两者均可以实现“积聚原料形成坡体”、“阻拦转子产生的灰尘”等功能，且美安普公司也没有证据证明使用 100 度的导向杆能产生其他显著不同的功能及效果；最后，根据专利说明书的最后一段记载“然而也可能形成一个例如钢板、瓷砖或者类似板的预制坡体，所述坡体在粉碎机启动之后立即具有一个关于转子的期望切向倾斜度”，L 形方向导杆的角度也未被限定为必须是 90 度。因此，法院认为，被控侵权产品具有权利要求 4 增加的这一技术特征。此外，法院对于美安普公司提出的现有技术抗辩亦未支持，在赔偿金额的确定方面，法院综合考虑了被控侵权产品出口至越南的合同价格这一因素等，遂判令美安普公司停止侵权、赔偿经济损失及合理费用 62 万元。判决后，双方当事人均未提起上诉。

【典型意义】

在专利侵权纠纷案件审理过程中，专利权人由于被控侵权产品销售渠道的特殊性或自身取证能力等因素限制，有时无法获取被控侵权产品的实物，即使通过摄影摄像等方式取证也无法完整展示出被控侵权技术方案，在此情形下，如何做出侵权比对判断甚至推断是审判实践中需要解决的问题。本案在无法观察到被控侵权产品实物的情况下，法院根据专利权人提供的照片、录像以及单方鉴定书，并结合技术人员的专业知识明确了被控侵权的全部技术方案，最终支持了专利权人

的诉请，体现了法院对知识产权的保护力度。

二、上海兆邦电力器材有限公司诉山东中泰阳光电气科技有限公司等侵害发明专利权纠纷案

【基本案情】

2007年6月15日，兆邦公司向国家知识产权局申请名称为“防雷支柱绝缘子”的发明专利，并于2010年9月8日获得授权。2014年9月18日，国家知识产权局核准涉案专利的专利权人变更为兆邦公司和国网上海市电力公司。2016年2月15日，国网上海市电力公司出具《声明》，内容包括：在涉案专利的维权过程中，国网上海市电力公司不直接主张任何权利，兆邦公司可以单独提起诉讼或者通过其他途径主张权利、收取有关赔偿款项、执行所得财产款物和其他抵债财产等。

涉案专利权利要求书记载的内容包括：1、一种防雷支柱绝缘子，包括一绝缘护罩和一设置于该绝缘护罩内部的由上压块和下压块构成的夹线金具，其特征在于，还包括一与该夹线金具侧端连接的引弧棒；一两端分别与该夹线金具下端和一下钢脚连接的绝缘子，该绝缘子通过该下钢脚安装于横担上；该引弧棒呈弯折状，其另一端靠近该下钢脚。2、根据权利要求1所述的防雷支柱绝缘子，其特征在于该上压块的下表面和下压块的上表面设有若干凹槽，并且该上压块和下压块通过两个螺栓嵌件和两个压紧螺母连接。5、根据权利要求1所述的防雷支柱绝缘子，其特征在于该引弧棒外套有一绝缘套管。6、根据权利要求1或5所述的防雷支柱绝缘子，其特征在于该引弧棒靠近该下钢脚的一端为球形凸起。7、根据权利要求1所述的防雷支柱绝缘子，其特征在于该下钢脚靠近该引弧棒的一侧设有一突出端。

兆邦公司从亭颖公司处购得由中泰公司生产的被控侵权产品。产品所附使用说明书在安装方法中载明：防雷柱式绝缘子的夹线槽应对准导线平行方向安装在横担上，拧紧钢脚螺母，等同传统的绝缘子安装方法，把引弧棒朝向横担的（距离横担最远处）远外侧。

兆邦公司明确其在本案中主张的涉案专利的权利保护范围为权利要求 1、2、5、6、7。经比对，被控侵权产品使用的技术方案除缺少涉案专利权利要求 1 中横担这一构件外，与涉案专利权利要求 1、2、5、6、7 相应的技术特征相同。对此，兆邦公司与中泰公司均予以确认。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为：1、兆邦公司作为涉案专利的专利权人之一，经授权，有权单独提起本案诉讼并主张权利。2、涉案专利的保护主题是“防雷支柱绝缘子”，但是权利要求 1 在描述该防雷支柱绝缘子的结构特征的同时，其所含的“该绝缘子通过该下钢脚安装于横担上”这一技术特征还限定了该防雷支柱绝缘子用以连接支撑固定件的具体结构即使用条件，属于使用环境特征，其与权利要求 1 的其他特征一起，组成一个完整的技术方案，共同限定了权利要求 1 的保护范围。《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）》第九条规定，被诉侵权技术方案不能适用于权利要求中使用环境特征所限定的使用环境的，人民法院应当认定被诉侵权技术方案未落入专利权的保护范围。本案中，经比对，被控侵权产品缺少横担这一构件，但由于被控侵权产品须安装后才能使用，而其所附使用说明书在安装方法中已明确该绝缘子的夹线槽应对准

导线平行方向安装在横担上，并把引弧棒朝向横担的远外侧，由此可见，在安装固定被控侵权产品时，仍然需要横担这一构件，也就是说被控侵权产品在实际安装、使用过程中，必然具有涉案专利的横担技术特征，且被控侵权产品其余结构构成及位置关系与涉案专利的权利要求相应的技术特征相同，因此，可以认定被控侵权产品使用的技术方案的技术特征与涉案专利的权利要求相应的技术特征相同，落入了涉案专利权的保护范围。3、中泰公司未经涉案专利权人的许可制造、销售侵权产品的行为，已构成对专利权人的侵害，故法院判令中泰公司停止侵权，赔偿经济损失 17 万元及合理费用 18,400 元。

【典型意义】

《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）》第九条对使用环境特征作出规定，本案系适用该条款作出判决的本市首例案件。根据在案证据，法院认定被控侵权产品在实际安装、使用过程中，可以适用于涉案专利权利要求中记载的使用环境特征所限定的使用环境，因此，被控侵权产品使用的技术方案完全覆盖了专利权人主张的权利要求所记载的全部技术特征，落入了涉案专利权的保护范围。本案判决对上述司法解释第九条的理解和适用作出了有益的探索。

三、SMC 株式会社诉乐清市博日气动器材有限公司等侵害发明专利权纠纷案

【基本案情】

SMC 株式会社系涉案“电磁阀”发明专利权人，专利申请日为 2002 年 9 月 3 日，授权公告日为 2006 年 10 月 18 日。该专利权利要求 1 为：“一种电磁阀，设置了螺线管部和阀部；所述螺线管部把向线圈通电的操作所驱动的移动铁芯内装在一端设置了开口的磁性箱体内，所述阀部在阀身内配设了对上述移动铁芯所驱动的多个口之间的通路进行切换的阀体……”。专利实施例披露了一种阀体结构，包括推杆、提升阀、排出阀座、供给阀座、移动节流装置、提升阀弹簧等结构，提升阀在排出阀座与供给阀座之间移动而切换流路，其中移动节流装置上的第一作用面积大，第二作用面面积小，使得供给阀座可以移动，通过移动接近或远离提升阀。

2013 年 9 月、10 月，SMC 株式会社分别从博日公司、宇耀公司处购买了 SY5120-5LZD-01 等八个型号的被控侵权产品，所有产品上均粘贴有博日公司的商标标识。经比对，被控侵权产品阀体中包含推杆、提升阀、排出阀座、供给阀座、移动节流装置、提升阀弹簧等结构，提升阀可在排出阀座与供给阀座之间移动，供给阀座在移动节流装置上，系固定设置，不可移动，其他技术特征与涉案专利权利要求 1 相同。SMC 株式会社认为上述产品落入了涉案专利的保护范围，请求判令被控侵权人停止侵权，赔偿经济损失及合理费用。

另查明，ZL02130310.X 号“电磁阀”发明专利专利权人亦为 SMC 株式会社，专利申请日为 2002 年 8 月 12 日，权利要求 1 为“一种电

磁阀，包括阀和螺线管，该阀具有通过接近或远离阀壳体内部的阀座而切换流路的阀芯，该螺线管在接近或远离上述阀座的方向驱动上述阀芯……”，该专利附图实施例显示的阀部的结构与本案专利附图中实施例阀部结构相同，同时该专利说明书亦记载“在此就使上述阀座体（供给阀座）在阀孔的轴线方向移动的实施例子进行了说明，但也可以将该阀座体固定。”

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，涉案专利权利要求 1 中前序部分记载的“所述阀部在阀身内配设了对上述移动铁芯所驱动的多个口之间的通路进行切换的阀体”的技术特征，仅记载了阀体要实现“对移动铁芯所驱动的多个口之间的通路进行切换”的功能，而没有记载实现该功能的阀体各部件组成及其之间的互动关系。本案中并无证据证明在所属技术领域中，已经存在技术结构相对固定且为本领域普通技术人员所熟知的能够实现“对移动铁芯所驱动的多个口之间的通路进行切换”的功能的阀体结构。涉案专利实施例仅披露了一种阀体结构，其中供给阀座可以移动，通过移动接近或远离提升阀。而 ZL02130310.X 号“电磁阀”发明专利权利要求 1 的前序部分关于阀部的表述与本案专利类似，专利附图实施例显示的阀部结构与本案专利附图中实施例阀部结构相同，同时该专利说明书亦记载“在此就使上述阀座体（供给阀座）在阀孔的轴线方向移动的实施例子进行了说明，但也可以将该阀座体固定”，故可以认定该专利披露了供给阀座可移动的实施方式，也披露了供给阀座固定的实施方式。因 ZL02130310.X 号“电磁阀”发明专利与涉案专利属于同一技术领域，

两者专利权人亦相同，专利申请日早于本案专利申请日，故可以认定本领域普通技术人员在涉案专利申请日之时已知的能够实现“对移动铁芯所驱动的多个口之间的通路进行切换”的功能的阀体结构既包含涉案专利供给阀座可移动的方式，亦包含供给阀座固定的实施方式，该两种具体实施方式均系本领域普通技术人员通过阅读涉案专利权利要求即可直接、明确地确定实现上述功能的具体实施方式，均可纳入涉案专利的保护范围。被控侵权产品与涉案专利供给阀座固定的实施方式相同，落入涉案专利权保护范围。据此，判令被控侵权人停止侵权，赔偿经济损失及合理费用 4 万元。判决后，各方当事人均未提起上诉。

【典型意义】

功能性特征的识别及其保护范围的确定一直是专利侵权案件的审理难点。本案系法院准确认定专利功能性特征保护范围的典型案例。本案判决的突出意义在于，囿于举证限制，在功能性表述特征应否识别为功能性特征或其例外存在较大争议的情况下，虽根据举证规则认定该功能性表述特征为功能性特征，但创造性地运用专利申请日前权利人申请的关联专利来解释涉案专利权利要求，关联专利所涉相同或类似功能性特征所披露的实施方式同样可用来解释涉案专利功能性特征。如被控侵权产品与关联专利实施例采用了相同或者等同的技术方案，亦应认定落入涉案专利保护范围，构成专利侵权。本案审理是法院对于功能性特征保护的有益探索，亦为类似案件的审理提供了一定的借鉴意义。

四、苏州海路生物技术有限公司诉江西省金洹医疗器械股份有限公司等侵害实用新型专利纠纷案

【基本案情】

海路公司是名称为“改进型多功能标本盒”的实用新型专利权人。该公司发现，金洹公司等生产、销售或使用的粪便集卵标本盒的技术特征与上述专利权利要求 8 记载的技术特征相同，落入了涉案专利权的保护范围。据此，请求法院判令被控侵权人停止侵权；销毁所有侵权产品、所有用于制造侵权产品的设备及模具、所有侵权产品的宣传资料等；赔偿经济损失及合理费用。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，本案的主要争议焦点在于被控侵权产品是否落入涉案专利权的保护范围。经比对，被控侵权产品与专利权利要求 8 记载的技术特征存在以下区别：1. 分析涉案专利“所述过滤网下连接隔板”这一技术特征，根据专利附图 3 得知，过滤网在腔体上部，隔板在腔体下部。此与根据专利说明书描述的具体操作步骤可得出的结论一致。对于在过滤网之下设置隔板所产生的技术效果，专利说明书中亦有明确描述，即通过二次加液，使细胞和虫卵等有形成分在吸液腔和加液腔内比较均匀，不致于使吸液腔的浓度过低。反观被控侵权产品，其隔板贯穿腔体，且在隔板中间以下部分的镂空处粘贴过滤网，故其隔板与过滤网的位置关系显然不是涉案专利中的上下位置关系。虽然被控侵权产品的隔板靠近底部处有一小段未被镂空，但因其与盒体底部距离过近，不能起

到专利说明书描述的二次加液的作用。因此，就过滤网和隔板的设置，被控侵权产品与专利采用的技术手段以及产生的技术效果均不相同，故两者既不相同也不等同。2. 根据“所述过滤网和所述隔板将所述箱体分为加液腔和吸液腔”的描述，专利盒体的两个腔体的用途有所区分和限定，即加液和吸液应分别在两个腔体中进行。对于此项技术特征的理解，在阅读专利说明书及附图后所得出的结论亦是一致的。此外，前述专利“过滤网下连接隔板”以实现二次加液的技术方案亦需以加液和吸液分别在两个腔体中进行为前提，若加液和吸液在同一腔体内进行，则其在过滤网下连接隔板的设置将失去意义。就被控侵权产品两个腔体用途的确定，由于被控侵权产品为金洹公司的自动粪便分析仪的配套耗材，故该产品两个腔体的用途可以通过被控侵权产品与自动粪便分析仪配合使用的演示予以确定。经现场勘验，被控侵权产品虽然也分为两个腔体，但实际应用时加液和吸液均在同一腔体内进行，另一腔体仅起放置及搅拌标本之用，故该腔体并非涉案专利中的吸液腔或加液腔。结合专利说明书的描述及附图，专利的加液腔和吸液腔实际上需要配套使用加液针和吸样针进行加液、吸液，而被控侵权产品放置标本的腔体内并未设置或者无法插入加液针或吸样针，此亦可印证该腔体并非专利所述的加液腔或吸液腔。鉴于被控侵权产品的两个腔体与专利的两个腔体存在本质区别，故就这一技术特征两者既不相同也不等同。综上，被控侵权产品未落入本案专利权的保护范围，法院判决驳回海路公司的诉讼请求。

【典型意义】

本案涉及专利权保护范围的界定，亦即对权利要求的内容进行理解的问题。在对权利要求的内容进行解释时，可以结合说明书及附图，并可考虑权利要求中各相关技术特征之间的关系，对权利要求进行解读所得出的技术方案应当与说明书记载的涉案专利要解决的技术问题及取得的预期效果相适应。

五、上海晨光文具股份有限公司诉得力集团有限公司等侵害外观设计专利权纠纷案

【基本案情】

晨光公司是名称为“笔（AGP67101）”的外观设计专利权人。该公司发现坤森公司在“天猫”网上开设的网店销售得力公司生产的与涉案外观设计专利构成近似的笔类产品，侵害了晨光公司享有的外观设计专利权，故诉至法院请求判令被控侵权人停止侵权行为，承担侵权赔偿责任。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，授权外观设计的笔杆主体形状、笔杆顶端形状、笔帽主体形状、笔夹与笔帽的连接方式等方面的设计特征，在整体上确定了授权外观设计的设计风格，而这些设计特征在被控侵权设计中均具备，故认定两者在整体设计风格及主要设计特征上构成近似。虽然两者存在如笔杆上的凹线等区别设计特征，但不足以构成对整体视觉效果的实质性差异，故两者构成近似。因此，法院认定被控侵权笔类产品落入涉案外观设计专利权的保护范围，侵权指控成立，遂判令被控侵权人停止侵权，赔偿经济损失及合理费用 10 万元。

【典型意义】

本案晨光公司及得力公司均为国内较有影响的文具生产企业。案件所涉产品为笔类产品。笔类产品的外观设计，因在日常生活中常见，

故在侵权判断中，往往受主观因素的影响较大。本案对外观设计近似性判断的客观标准进行了一定的探索，即从被控侵权产品与授权专利的相同设计特征和区别设计特征出发，就其对整体视觉效果的影响分别进行客观分析，得出结论。案件判决结果对于生活常见产品外观设计近似性的认定具有重要的借鉴意义。判决后，双方当事人均服判息诉。

六、盛纪（上海）家居用品有限公司诉上海统一星巴克咖啡有限公司等侵害外观设计专利权纠纷案

【基本案情】

盛纪公司系涉案“饮水杯（0506-2）”外观设计专利权人，该专利申请日为2014年5月26日，授权公告日为2014年10月1日。2015年6月29日，盛纪公司在星巴克咖啡店公证购买了“12oz 橙光不锈钢随行杯”一个。该产品标识的经销商为星巴克公司，制造商为增豪公司，产品品号435180，与涉案专利相比对，两者外观相近似。盛纪公司认为上述产品落入其涉案专利权保护范围，遂将星巴克公司、增豪公司诉至法院，请求判令该两公司停止侵权、赔偿经济损失及合理费用。

另查明，2013年11月至2014年2月间，星巴克咖啡公司（STRABUCKS COFFEE COMPANY）、WOODMAX公司、增豪公司之间的众多往来邮件涉及一款星巴克杯子的设计、开模、交付样品存在的问题等事宜，邮件附件中显示的杯子设计图片与前述公证购买的被控侵权产品外观基本一致。2014年2月24日，星巴克咖啡公司向WOODMAX公司发送邮件订单订购DIAMAND PHINNY随行杯绿色12盎司和红色12盎司，数量分别为10680只和10008只。2014年2月25日，WOODMAX公司向增豪公司发送邮件订单，订单号、产品货号、颜色等均与前述订单相同，订单上附有的杯子图片与前述被控侵权产品实物外观基本一致，差异仅在于颜色不同。增豪公司于2014年6月14日完成上述订单产品的装箱、报关。2015年2月2日，星巴克公司向东莞沃美氏公司订购12oz橙光不锈钢随行杯1248个；同年2月7日，东莞沃

美氏公司向增豪公司订购前述橙光不锈钢杯 1248 个，订单上附有的杯子图片与前述公证购买的被控侵权产品外观基本一致。上述订单产品于 2015 年 4 月 9 日交付，同年 6 月 9 日，东莞沃美氏公司向星巴克公司出具的增值税专用发票上载明“435180 12oz 橙光不锈钢随行杯”两批次共计 1260 只。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，被控侵权产品采用的设计与授权外观设计构成近似设计，被控侵权产品落入涉案外观设计专利权保护范围。同时，在案证据可以认定增豪公司在涉案专利申请日前已经制造相同产品，并且仅在原有范围内继续制造，享有先用权，其主张的先用权抗辩成立。先用权人在原有范围内继续制造相同产品不视为侵权，其制造相同产品的后续销售行为亦不构成侵权。星巴克公司系被控侵权产品的销售商，提供证据证明其销售的产品来源于享有先用权的增豪公司，其销售产品的行为也不构成侵权。据此，判决驳回盛纪公司的诉讼请求。判决后，各方当事人均未提起上诉。

【典型意义】

本案系一起侵害外观设计专利权纠纷案，争议焦点及审理难点在于两被控侵权人主张的先用权抗辩能否成立。本判决围绕先用权人是否在专利申请日前已经制造出相关产品、相关产品是否属于相同产品、先用设计是否系先用权人自行设计或者以其他合法手段获得、先用权人是否在原有范围内继续制造等四个先用权抗辩能否成立的要件，充分评析了在案证据足以证明两被控侵权人主张的先用权抗辩理由能

够成立，虽然被控侵权产品落入涉案专利保护范围，但两被控侵权人的行为依法不构成专利侵权，并据此驳回专利权人的侵权指控。该案关于先用权抗辩构成要件的评析对于类似案件的审理具有一定的借鉴意义。

七、朝阳光达化工有限公司诉上海思曼泰化工科技有限公司 专利申请权权属纠纷案

【基本案情】

朝阳光达公司成立于2007年8月24日，是一家专门从事载冷剂研制与生产的国家高新技术企业。2009年12月25日，该公司就“盐水缓蚀剂研发”项目进行立项研发，2009年至2011年期间，该公司组织相关技术人员对该项目进行了长达两年的研发工作，并最终于2011年6月6日成功结项。2014年1月，朝阳光达公司发现思曼泰公司已于2012年6月25日以自己的名义将朝阳光达公司的上述研发成果向国家知识产权局申请发明专利，专利名称为“抑制碳钢盐水腐蚀的环保高效缓蚀剂及其制备和使用方法”，专利申请号为201210210869.X。朝阳光达公司调查得知，思曼泰公司的原法定代表人张某自2010年至2011年期间在朝阳光达公司处担任董事长助理，任职期间负责该项目的研发工作并接触到了大量关于盐水缓蚀剂项目的技术信息与文件材料，并与朝阳光达公司签订过《保密协议》，思曼泰公司正是从张某处获得盐水缓蚀剂发明的相关信息并申请发明专利。因此，朝阳光达公司诉至法院请求判令：名称为“抑制碳钢盐水腐蚀的环保高效缓蚀剂及其制备和使用方法”（申请号为201210210869.X）的发明专利申请权归其所有。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，涉案发明专利是属于朝阳光达公司的职务发明创造，理由如下：1. 思曼泰公司的前法定代表人张某与

朝阳光达公司之间曾经存在劳动关系，且其参与了该公司“盐水缓蚀剂研发”项目的研发工作，并有相关的实验记录证明；2. 涉案发明专利的技术主题与朝阳光达公司研发项目的名称相同，均是盐水缓蚀剂产品，而且涉案发明专利权利要求 1 记载的技术方案与朝阳光达公司“盐水缓蚀剂研发”项目的实验记录在化学成分与配比上相似，两者在制备方法和使用方法上也相似。通过比对张某电脑中记录的实验数据与涉案发明专利的技术方案，可以得出两者除了葡萄糖酸盐和磷酸盐外，其余的主要成分和配比均非常近似；通过比对朝阳光达公司提交的书面实验记录与涉案发明专利的技术方案，可以得出实验记录中盐水缓蚀剂配方 80% 以上的成分和配比与涉案专利保护范围的成分和比例相似。因此，法院认定涉案发明专利与朝阳光达公司的“盐水缓蚀剂”项目具有高度关联性；3. 涉案发明专利并非是张某离开朝阳光达公司后一年之后完成的。虽然涉案发明专利的申请日是 2012 年 6 月 25 日，距离张某从朝阳光达公司处离职时间超过一年，但根据张某的邮件记录以及上海材料研究所检测中心出具的《检测报告》，张某于 2010 年 11 月向其客户推销过 SMT-BA 产品并于 2010 年对该产品进行过检测，可以推定涉案发明专利在张某离开朝阳光达公司之前即已经完成；4. 思曼泰公司就其研发涉案专利的过程没有提交任何证据予以证明，且该公司在专利申请文件中没有公开涉案发明专利的发明人，也无法向法院说明发明人的身份，因此，该公司辩称涉案专利系其研发完成不具有事实依据。

综上，上海知识产权法院认为，涉案发明专利是思曼泰公司的前法定代表人张某在朝阳光达公司工作时执行公司的任务所完成的职务发明创造，涉案发明专利的申请权应属于朝阳光达公司，遂判决确

认名称为“抑制碳钢盐水腐蚀的环保高效缓蚀剂及其制备和使用方法”的发明专利申请权属于朝阳光达公司。












一审判决后，思曼泰公司不服，提起上诉。二审法院认为，一审判决认定事实清楚，适用法律正确，遂判决驳回上诉，维持原判。


【典型意义】




本案是一起典型的员工离职带走原单位技术成果甚至在离职前就已经做好侵占单位技术成果准备的专利申请权权属纠纷案件。判断技术成果专利申请权归属，合理界定员工与工作单位对相关技术成果的权利边界，以及处理员工由于工作积累形成的智力经验和应当属于单位的技术成果之间的关系，是当前专利申请权权属纠纷问题中较为疑难复杂的问题。本案的审理，通过对相关技术方案的比对、涉案双方工作关系的梳理以及法律法规对此问题的规定等因素综合考量，对专利申请权归属作出准确判定，该裁判方法对此类案件的审理具有很强的借鉴意义。

八、宝马股份公司诉上海创佳服饰有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案





【基本案情】













宝马公司系世界知名的汽车制造商，在第 12 类“机动车辆”等商品上注册有“”、“寶馬”、“BMW”商标，在第 18 类“皮革及人造皮革”、第 25 类的服装、鞋、帽等商品上，注册有“”、“”、“BMW”商标。2008 年 7 月，周某使用“宝马”和“BMW”作为字号成立原名为“德国宝马集团（国际）控股有限公司 [GERMAN BMW GROUP (INTL) HOLDING LIMITED]”的德马公司。嗣后，德马公司转让获得第 25 类“”、“”商标，注册获得第 25 类“**BMN**”商标。周某转让获得第 25 类“”商标，注册获得第 25 类“”商标、第 18 类“”商标，德马公司、周某通过将上述商标授权创佳公司使用的方式与创佳公司自 2009 年共同设立了 BMN 品牌加盟体系。之后，德马公司、创佳公司在经营 BMN 品牌加盟体系的过程中，将“”、“”商标着色或使用“”商标、“**BMN**”商标、“**BMN**”标识，以及德国宝马集团（国际）控股有限公司 [GERMAN BMW GROUP (INTL) HOLDING LIMITED] 企业名称、德国宝马集团、德国宝马、宝马等文字相组合，并广泛使用于品牌加盟手册、经营场所装潢、广告宣传等 BMN 品牌加盟体系中，以及生产、销售的服装、鞋、包等商品上，并在全国多个省市发展加盟体系且销售至今。

宝马公司认为，德马公司、周某、创佳公司自 2008 年起共同合谋，通过分工合作的方式设立、经营了 BMN 品牌加盟体系，使用驰名商标“宝马”、“BMW”作为字号注册了德马公司；模仿“”、“BMW”

驰名商标，注册并使用“”、“**BMN**”等商标；使用与宝马公司“BMW”（第 18 类）、“”、“”（第 18 类、第 25 类）等商标近似的侵权标识以及德国宝马集团（国际）控股有限公司、德马集团（国际）控股有限公司、德国宝马、德国宝马集团等文字，构成商标侵权及不正当竞争，请求判令创佳公司等停止侵权、消除影响，并连带赔偿经济损失。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，宝马公司在本案中所提供的证据足以证明“”、“BMW”、“寶馬”注册商标至少在 2007 年就已属驰名商标。创佳公司、德马公司、周某明知“”、“BMW”、“寶馬”商标属于驰名商标，仍恶意共谋，共同建立 BMN 品牌加盟体系并通过实施生产、销售被控侵权商品，对外授权 BMN 品牌、广告宣传等商业活动使用侵权标识，构成如下商标侵权及不正当竞争行为：1. 以“BMW”、“宝马”作为字号注册成立德马公司，并在 BMN 品牌加盟体系的经营中使用德国宝马集团(国际)控股有限公司 [GERMAN BMW GROUP (INTL) HOLDING LIMITED] 并授权 BMN 品牌销售商使用的行为构成不正当竞争。2. 在第 25 类、第 18 类商品上使用德国宝马、德国宝马集团并授权 BMN 品牌经销商使用，构成对“寶馬”驰名商标的侵害。3. 在第 25 类商品上注册、使用并授权 BMN 品牌经销商使用“”注册商标，属于模仿“”驰名商标，误导公众，并致使宝马公司的利益可能受到损害，构成商标侵权。4. 没有证据证明“**BMN**”注册商标曾被实际使用，故对“**BMN**”注册商标的注册使用亦不存在对“**BMN**”注册商标的商誉传承。因此，创佳公司在第 25 类商品上注册、使用

并授权经销商使用“**BMN**”注册商标及“**BMN**”标识,属于模仿“**BMW**”驰名商标,误导公众,并致使宝马公司的利益受到损害,构成商标侵权。5. 在第 18 类、第 25 类商品上使用“”标识、“”阴阳纹标识、“”阴阳纹标识、“”标识,侵犯了宝马公司“”、“”注册商标专用权。6. 在第 18 类商品上使用“”、“**BMN**”、“**BMN**”标识,侵犯了宝马公司“”、“”、“**BMW**”注册商标专用权。综上,上海知识产权法院判令创佳公司、德马公司、周某立即停止对宝马公司享有的“”、“**寶馬**”、“**BMW**”、“”、“”注册商标专用权的侵害;德马公司立即停止使用“德国宝马集团(国际)控股有限公司”的不正当竞争行为;创佳公司、德马公司、周某在《中国工商报》刊登声明,消除因侵权行为对宝马公司造成的影响;创佳公司、德马公司、周某共同赔偿宝马公司包括合理费用在内的经济损失 300 万元。判决后,各方当事人均未提起上诉。

【典型意义】

本案是一起极为新颖和典型的“建立体系、全面模仿、立体侵权”的商标侵权及不正当竞争纠纷案件。本案中涉及诸多法律问题:对权利商标驰名之前已注册商标延伸注册获得的商标,其注册、使用是否受驰名商标的规制;在商标侵权案件中针对不同主体实施有关联的不同行为,如何认定共同侵权;如何在对驰名商标保护的案件中正确区分侵权行为、侵权标识等。本案查明的侵权行为具有如下明显特征:1. 被控侵权人通过转让、注册商标、注册企业字号等方式,建立特许经营加盟体系,显示其标识使用的“合法性”,试图掩盖其侵权行为的本质和目的。2. 被控侵权人通过全面模仿权利人标识的方法混淆视

听，在具体经营过程中不仅涉及针对权利人所有主要商标实施侵权行为，还涉及字号侵权的不正当竞争行为，甚至是其他侵权行为。3. 被控侵权人通过分工合作，转让、注册商标、字号，全面模仿权利标识，通过特许经营体系复制侵权等手段，从不同纬度立体的、全方位的实施侵权行为，侵权影响范围大，损害严重。因此，对此类恶意的侵权行为应予严厉打击。

九、康成投资（中国）有限公司诉大润发投资有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【基本案情】

康成公司是知名超市品牌“大润发”（商标注册号 5091186 号）的商标权人。大润发公司在经营中擅自使用上述名称，构成在企业名称中使用康成公司驰名商标的不正当竞争行为。大润发公司在其网站以及实际经营宣传中突出使用“大润发”商标以及将“大润发”和“DRF”组合使用，意图混淆消费者，侵害康成公司的商标权。康成公司诉至法院请求判令大润发公司立即停止侵权、赔偿经济损失、消除影响。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，大润发公司在经营中使用“大润发”等被控侵权标识的行为侵害了康成公司主张的涉案商标权。大润发公司明知康成公司已经注册使用涉案商标的情况下，仍然在企业名称中使用与涉案商标相同的字号，即使规范使用，仍足以使相关公众产生使用“大润发”字号的企业与康成公司之间存在关联关系的混淆和误认，故大润发公司将“大润发”作为字号使用的行为构成不正当竞争，其实施的行为属于恶意侵犯商标权，情节严重。由于本案无法按照康成公司的实际损失、大润发公司的侵权获利以及涉案商标的许可使用费确定赔偿数额，故在适用法定赔偿原则确定数额时，可以将大润发公司的主观恶意作为考量因素之一，遂判令大润发公司停止对康成公司商标权的侵害、停止在企业名称中使用“大润发”字样，并消除影响、赔偿经济损失 300 万元。判决后，大润发公司不服，提起








上诉，二审法院判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

商标法确定的损害赔偿制度具有填补损害与惩罚侵权的双重功能。对于恶意侵害商标专用权的行为，在适用法定赔偿原则时，可以将侵权行为人的主观恶意作为重要的考虑因素。本案综合考虑侵权行为人的主观恶意、涉案商标的知名度及对于权利人经营的贡献情况、侵权人的宣传以及侵权后果等因素，依法判令侵权人承担法定赔偿最高额300万元的赔偿责任。本案的裁判对于实施严格的知识产权保护，确定恶意侵权行为的赔偿数额具有较强的借鉴意义。






十、中国银联股份有限公司诉济南道诺信息科技有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【基本案情】

银联公司系中国银行卡联合组织，在国内建立有完善的跨行交易清算系统。自 2002 年 3 月成立后，该公司即将“银联”作为其企业字号。同时，其在第 36 类金融、信用卡等服务上，在第 9 类现金收讫机、数据处理设备等商品上注册了“”、“”、“UNIONPAY”、“银联”等商标。经过宣传推广，上述商标享有一定的知名度。道诺公司成立于 2013 年 4 月，主要从事银行卡 POS 终端销售、商户拓展以及银行卡支付服务的推广等业务。道诺公司在经营活动中，未经许可，擅自在其经营场所、宣传资料、交易文书等上，使用与“”、“”、“UNIONPAY”、“银联”等注册商标相同或近似的商标以及使用银联公司企业名称和字号，擅自制造与“”注册商标相同的标识，伪造银联公司授权文书，单独销售或与云泰铭德公司共同销售带有“”标识的 POS 机，在其官网上宣传与银联公司有合作关系，伪造并使用银联公司印章和授权文书向客户推广银行卡服务。银联公司认为，道诺公司等实施的行为损害了其合法权益，构成商标侵权和不正当竞争，故诉至法院，请求认定“”注册商标为驰名商标，判令道诺公司等停止商标侵权和不正当竞争、消除影响并赔偿经济损失及合理费用。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，道诺公司等从事的服务属于银行

卡收单业务，与“”商标核定使用的金融服务、信用卡服务等为相同服务，因此，本案不涉及跨类保护问题，无认定驰名商标的必要。银联公司的注册商标受法律保护，道诺公司未经许可，在提供相同服务时，擅自使用与“”、“”、“UNIONPAY”、“银联”等注册商标相同或近似的商标，擅自制造与“”注册商标相同的标识，道诺公司单独销售或与云泰铭德公司共同销售带有“”标识的POS机的行为，侵害了银联公司注册商标专用权。“银联”企业字号为相关公众普遍知悉，依法可作为企业名称保护，道诺公司在其经营场所装潢、宣传活动资料、交易文书、伪造的授权文书等上使用银联公司企业名称或字号，易使相关公众对其提供的服务来源产生误认，构成擅自使用他人企业名称的不正当竞争。道诺公司在其官网虚构其与银联公司有战略合作关系、伪造并使用银联公司分公司印章和授权书推广银行卡服务，构成了虚假宣传，故判令道诺公司等停止侵权、消除影响并赔偿经济损失60万元和合理费用10.2万元。一审判决后，各方当事人均未提起上诉。




【典型意义】

本案是涉及金融服务注册商标保护的新类型案件。本案判决明确了商标使用正当性的判断标准，对相同服务的认定，诠释了金融服务内涵。首先，根据侵权人提供的相关服务内容，判定其提供的服务属于银行卡收单业务，该业务属于金融服务、信用卡服务的核定范围。其次，明确商标使用正当性的标准是对该商标的使用须善意且必要。本案中，侵权人在经营场所装潢、宣传推广活动、交易文书等使用与银联公司注册商标相同或近似的标识，甚至以银联公司分公司的名义

推广 POS 机，开展银行卡收单业务，易使相关公众对服务来源产生混淆，具有主观恶意，其使用银联公司注册商标不具有正当性，构成侵权。本案的判决对今后类似案件的判定具有一定的借鉴意义。

十一、霍尼韦尔国际公司诉上海御逊汽车配件有限公司等侵害商标权纠纷上诉案

【基本案情】

霍尼韦尔公司先后取得第 7155198 号“”商标、第 7155199 号“”商标，核定使用商品为第 12 类陆地车辆涡轮增压器、第 7 类涡轮增压器。霍尼韦尔公司及其生产的涡轮增压器产品在国内具有较高的知名度。2013 年 9 月、2014 年 4 月、2014 年 5 月，株洲工商局荷塘分局、徐州工商局淮海分局、武进工商局对御逊公司生产并销售侵权涡轮增压器的行为分别进行了行政处罚。2013 年 11 月 18 日，霍尼韦尔公司在御逊公司处通过公证的方式购买了涡轮增压器 4 台，上述行政处罚和公证购买的涡轮增压器的外包装上均有“”标识。霍尼韦尔公司的涡轮增压器 2012 年至 2014 年在国内的最低销售价格均在人民币 1,000 元以上。御逊公司自认其被控侵权产品月销售量为 200 多台，产品批发价为 200 多元至 300 多元，零售价为 400 元左右。霍尼韦尔公司诉至法院，要求判令御逊公司停止侵权、消除影响并赔偿包括合理费用在内的经济损失。

【裁判结果】

原审法院认为，御逊公司未经商标权利人许可擅自生产、销售侵权产品，属侵犯注册商标专用权的行为，故判令其停止侵权、消除影响并赔偿经济损失 8 万元。判决后，霍尼韦尔公司以判赔数额过低为由，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，在对御逊公司的行为构成商标侵

权予以认定的基础上，在确定御逊公司的侵权损害赔偿时应进一步综合考虑以下相关因素：1. 涉案商标具有较高的知名度；2. 御逊公司生产、销售的产品先后被工商部门查处三次，地域分布在湖南和江苏两个省份，时间跨越数年，侵权情节严重；3. 涉案侵权产品系汽车配件，其销售价格远低于霍尼韦尔公司的产品，产品质量难以保证，对车辆驾乘人员及社会公众造成安全隐患；4. 权利人协助工商调查侵权源头支出调查、公证等合理费用。因此，二审改判御逊公司赔偿霍尼韦尔公司包括合理开支在内的经济损失 30 万元。




【典型意义】



实行严格的知识产权保护制度，是我国经济社会发展进入新常态背景下，对知识产权工作面临的新形势新任务而提出的新要求。本案是商标权利人起诉侵权产品生产商的商标侵权案件，且涉及的产品系汽车配件，与车辆驾乘人员及社会公众的安全密切相关。本案的裁判在损害赔偿责任确定方面严格坚持从源头打击侵害知识产权行为，使损害赔偿数额与侵权行为情节相适应，充分体现了知识产权司法审判实行严格知识产权保护的力度，对同类案件的审理提供了一定的参考意义。

十二、北京友宝科斯科贸有限公司诉福州友宝电子科技有限公司等侵害商标权纠纷上诉案

【基本案情】

北京友宝公司系“友宝”文字商标的商标权人，该商标核定使用在第9类投币启动的机械装置、投币启动的设备用的机械装置、自动售货机、自动售票机等。在线宝公司系“UBOX”商标的商标权人，该商标核定使用在第7类自动售货机以及第9类投币启动设备用机械装置、投币计数启动设备用机械装置、自动售票机。在线宝公司将“UBOX”商标独占许可给北京友宝公司。北京友宝公司实际生产销售的商品是自动售货机，“友宝”商标在市场上具有一定的知名度。

福州友宝公司在智能快件箱上使用了“ YouBox 友宝电子科技”、“ YouBo 友宝”等标识，鑫源公司所管理的小区安装了标有上述标识的智能快件箱。福州友宝公司还注册了“ YouBox 邮宝智能快递”和“邮宝”两个商标，均核定使用在第9类投币启动设备用机械装置、投币计数启动设备用机械装置、自动售票机等商品；“邮宝”商标还核定使用在第6类金属箱商品上。

北京友宝公司、在线宝公司认为，福州友宝公司在智能快件箱上使用“ YouBo 友宝”及“ YouBox 友宝电子科技”标识，与其注册商标构成近似，且使用的商品亦属于类似商品，该行为构成商标侵权，故诉请法院判令福州友宝公司等停止侵权，赔偿经济损失及合理费用。

【裁判结果】

原审法院认为，被控侵权产品智能快件箱属于北京友宝公司、在

线宝公司商标核定使用的投币启动类机械装置，且被控侵权标识与注册商标近似，易使消费者产生混淆或认为两者有特定关系，其行为构成商标侵权，遂判令福州友宝公司等停止侵权，赔偿经济损失及合理费用 8.5 万元。福州友宝公司认为被控侵权产品与注册商标核定使用的产品不属于类似商品，故提起上诉，请求撤销一审判决。

上海知识产权法院审理后认为，被控侵权产品在《类似商品和服务区分表》中并无明确的分类，被控侵权产品与涉案商标核定使用的类别在物理功能、实际使用状态和使用目的上构成类似，故认定两者构成类似商品，侵权行为成立，判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案涉及注册商标核定使用的商品系以商品物理特征限定的某一类商品的总称时，如何判断被控侵权产品与商标核定使用的商品是否构成相同或类似商品。本案二审判决详细阐述了此种情形下类似商品判断的考量因素，包括两者是否具有相同或类似的物理特征、被控侵权产品使用状态和使用目的、所属领域从业者的一般认知等因素，并注意商品和服务区分表具有滞后性的特点，应结合技术、市场的发展进行认定。

十三、SAP 股份公司诉朗泽企业管理咨询（上海）有限公司等侵害计算机软件著作权等纠纷案

【基本案情】

SAP 公司系在德国登记设立的软件公司，主要提供企业管理和协同化商务解决方案的软件及相关服务，在中国市场享有良好的声誉。该公司享有服务器端软件 ECC6.0（IDES 版本）和客户端软件 GUI720 的著作权，客户端软件连接服务器端软件之后，可以运行包括 MM（物料管理）、HR（人力资源管理）等多项涉及标准化企业管理业务的功能模块。为帮助企业准确理解和正确应用上述软件，其以功能模块为单元，开发了 SAP 软件系列培训课程，并针对每一模块的功能和特点编写了软件培训教材，专门用于软件培训课程。涉案培训教材分别针对 MM（物料管理）和 HR（人力资源管理）模块，共计 16 本。朗泽公司成立于 2010 年 12 月 29 日，是一家主要从事 SAP 软件各项功能模块培训的公司。该公司在其官方网站上宣传推广自己开设的包括涉案 MM（物料管理）和 HR（人力资源管理）两项模块在内的十余项功能模块的培训课程，并使用 SAP 公司的计算机软件和培训教材进行培训。截至 2014 年 6 月，朗泽公司官方网站显示，其上海、北京、成都、广州、深圳、大连校区十余项功能模块的培训总计毕业学员 978 名，网站上公布的培训费价格最低为 26,800 元。而根据 SAP 公司与其培训合作机构的授权协议，其可以从每一学员的培训费中收取 40% 的特许权使用费。案件审理中，朗泽公司对其网站上披露的上述数据不予认可，但未按法院要求提供其培训学员的数量、收取的培训费等实际经营情况的证据。SAP 公司认为朗泽公司的行为侵犯了其计算机软件

以及培训教材的著作权，故诉至法院请求判令朗泽公司停止侵权并赔偿经济损失及合理开支。

【裁判结果】

上海知识产权法院审理后认为，朗泽公司的行为侵害了 SAP 公司对涉案计算机软件和培训教材享有的著作权，依法应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。本案中，虽然 SAP 公司的实际损失和朗泽公司的违法所得均难以确定，但现有证据已经可以证明 SAP 公司因侵权所受到的损失超过了相关法律规定的法定赔偿数额上限 50 万元，故综合全案的证据情况，根据朗泽公司的培训费价格、侵权行为性质、主观状态、侵权情节及持续时间，参考 SAP 公司向合作机构收取特许权使用费的比例等，在法定赔偿最高限额之上酌情合理确定赔偿数额，遂判令朗泽公司停止侵权，赔偿 SAP 公司包括合理开支在内的经济损失共计 118 万元。判决后，各方当事人均未提起上诉。

【典型意义】

在知识产权侵权案件审理中，当依法确定了侵权人的侵权责任后，需要遵循一定的赔偿原则确定侵权损害赔偿数额。而赔偿数额的确定，一直是案件的审理难点，也是权利人关注的焦点。本案判决的意义在于在侵权赔偿责任确定中切实贯彻全面赔偿原则，在已有证据可以证明著作权人因侵权所受到的损失已超过法定赔偿最高限额 50 万元的情况下，综合全案的证据情况，在法定赔偿最高限额之上酌情合理确定赔偿数额。本案判决彰显了法院对权利人合法权益的保护力度，也体现了法院不断加强知识产权司法保护的态度和决心。

十四、上海耀宇文化传媒有限公司诉广州斗鱼网络科技有限公司著作权侵权及不正当竞争纠纷上诉案

【基本案情】

DOTA2（刀塔2）是美国维尔福公司（Valve Corporation）开发的一款世界知名的电子竞技类网络游戏。2014年，耀宇公司与游戏运营商签订战略合作协议，共同运营2015年DOTA2亚洲邀请赛。耀宇公司通过协议约定获得该赛事在中国大陆地区的独家视频转播权。斗鱼公司未经授权，以通过客户端旁观模式截取赛事画面配以主播点评的方式实时直播涉案赛事。耀宇公司认为，斗鱼公司的行为侵犯了耀宇公司的合法权益，故诉至法院，请求判令斗鱼公司停止侵权行为，消除影响并赔偿经济损失及维权费用。

【裁判结果】

原审法院判决斗鱼公司赔偿耀宇公司经济损失和维权的合理开支合计人民币110万元，并消除影响。斗鱼公司不服一审判决，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，网络游戏赛事的转播权是赛事组织者创造商业机会、获得商业利益的经营项目，其正当权益应受法律保护。未经比赛组织运营者的授权许可，对涉案赛事的实时直播，违反《反不正当竞争法》中的诚实信用原则，违背公认的商业道德，损害比赛组织运营者的合法权益，构成不正当竞争。因此，法院判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系知识产权领域内随着电子竞技游戏产业日益发展而出现新类型案件。本案主要涉及电子竞技游戏赛事转播权的法律保护以及未经许可，擅自直播电子竞技游戏赛事行为的法律认定。虽然被诉行为不属于《反不正当竞争法》第二章列举规定的具体行为，但该行为的正当性与否应当以是否违反了诚实信用原则和公认的商业道德、是否给其他经营者的合法权益造成损害、是否不正当利用他人竞争优势或者破坏他人竞争优势作为基本判断标准。本案的审理对于我国迅猛发展的电子竞技游戏产业具有较好的引导和规制作用，只有正当有序的自由竞争才能保障行业的长期健康发展。

十五、上海美术电影制片厂诉浙江新影年代文化传播有限公司等著作权侵权纠纷上诉案

【基本案情】

美影厂系“葫芦娃”、“黑猫警长”角色形象美术作品著作权人。新影年代公司为配合电影《80后的独立宣言》上映宣传，制作了被控侵权海报，提供给华谊兄弟公司，该公司在其官方微博上使用了该海报。该海报上，“葫芦娃”、“黑猫警长”分别居于男女主角的左右两侧，与其他背景图案大小基本相同。美影厂认为，新影年代公司等未经许可，使用“葫芦娃”和“黑猫警长”角色形象美术作品，构成对其相关著作权的侵犯，故诉至法院，请求判令新影年代公司等消除影响，停止侵权，并赔偿美影厂经济损失及维权费用。

【裁判结果】

原审法院判决驳回美影厂的诉讼请求。美影厂不服一审判决，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，涉案作品在电影海报中的引用不是单纯地展现原作品的艺术美感和功能，而是反映“80后”一代曾经经历“葫芦娃”、“黑猫警长”动画片盛播的时代年龄特征，属于转换性使用，并不影响涉案作品的正常使用，也没有不合理地损害著作权人的合法权益，故构成合理使用。因此，法院判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案中，法院在审查判断是否构成作品的合理使用时，明确了“葫芦娃”、“黑猫警长”角色形象美术作品使用在涉案电影海报中属于转换性使用。所谓转换性使用，是指对原作品的使用不是单纯地再现原作品本身的文学、艺术价值，而是通过在新作品中的使用使原作品在被使用过程中具有了新的价值、功能或性质，从而改变了其原先的功能或目的。在判断转换性使用是否构成合理使用时，应当综合考查我国著作权法所规定的合理使用构成要件，即在构成转换性使用的前提下，不影响该作品的正常使用，也没有不合理地损害著作权人的合法权益。本案的审理有助于明晰合理使用的审查判断标准。

十六、北京奇艺世纪科技有限公司诉上海幻电信息科技有限公司侵害作品信息网络传播权纠纷上诉案

【基本案情】

奇艺公司获得综艺节目《快乐大本营》视频内容的信息网络传播权独占性授权许可。幻电公司经营的“哔哩哔哩”(www.bilibili.com)网站上可以搜索观看《快乐大本营》节目视频内容。该被控侵权视频内容系由幻电公司链接自乐视网，链接地址由网络用户“情怀酱”上传，具体过程为：网络用户将提供视频内容网站的链接地址或代码上传至“哔哩哔哩”网站，幻电公司根据代码向视频所在网站服务器发送请求，并根据视频所在网站服务器的回复，提取视频文件数据在幻电公司网站的播放器中进行播放。奇艺公司未与乐视网存在授权等方面的合作关系。奇艺公司据此诉至法院，请求判令幻电公司赔偿经济损失及合理费用。

【裁判结果】

原审法院认为，网络用户通过幻电公司网站可以不经由被链网站的界面直接观看该视频，被链网站存储该视频的服务器在此阶段已形同幻电公司所控制的远程服务器，且为幻电公司免费使用，幻电公司网站已经在实质上替代了被链网站向公众传播作品，使公众具有了可以在个人选定的时间或地点获得涉案作品的可能性，故应当认定幻电公司构成作品提供行为，侵害了奇艺公司的信息网络传播权。因此，判令幻电公司赔偿奇艺公司经济损失及合理费用。一审判决后，幻电公司、奇艺公司均不服，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，涉案节目实际上来源于乐视网且其传播受控于乐视网，幻电公司通过技术手段为涉案节目的传播提供搜索、链接服务，并未将作品置于网络中，不构成作品提供行为，不属于直接侵权行为。幻电公司对于所搜索、链接的涉案节目未进行网页跳转以指引用户在被链网站上观看，亦未向用户提示涉案节目源自其他网站，故幻电公司应当负有对视频文件授权情况的注意义务。根据涉案节目的知名度、上传时间等信息，其主观上应当知道涉案节目具有较大侵权可能性，客观上帮助了涉案节目侵权后果的扩大，故其行为侵犯了奇艺公司的信息网络传播权，构成帮助侵权，应承担赔偿责任。因此，判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系涉及深度链接行为的信息网络传播权纠纷。本案的难点在于深度链接行为构成对直接侵权还是帮助侵权的判断与界定。依据知识产权权利法定原则，在判定侵权与否时应当审查被诉行为是否属于信息网络传播权所控制的行为。根据我国《信息网络传播权保护条例》及相关司法解释的规定，构成信息网络传播权侵权需具备以下条件：1、未经权利人许可；2、被诉人将作品置于信息网络中；3、公众能够在个人选定的时间和地点获得该作品。本案中，虽然幻电公司网站未将公众指引到被链网站观看涉案节目，但这不能改变涉案节目来源于乐视网的事实，幻电公司对涉案节目的传播受控于乐视网是否存在涉案节目，乐视网存在涉案节目是幻电公司得以链接的前提，因此，幻电公司的链接行为不能认定为实施了将作品置于信息网络中从而构成作品提供行为，而应认定为实施了帮助侵权行为。

十七、北京爱奇艺科技有限公司诉深圳聚网视科技有限公司其他不正当竞争纠纷上诉案

【基本案情】

爱奇艺公司系国内知名视频内容提供商，其运营模式主要为“广告+免费视频”，即用户观看一定时长的广告，爱奇艺公司向其提供免费视频内容，爱奇艺公司则通过收取的广告费支付运营成本并获取商业利益。爱奇艺公司认为聚网视公司开发并运营的“VST全聚合”软件通过技术手段破解了其验证算法取得视频播放密钥，使其用户在观看爱奇艺公司视频时，无需观看视频前广告，致使爱奇艺公司用户减少、广告收入下降，损害了爱奇艺公司的利益，聚网视公司的行为构成了不正当竞争，故诉至法院，请求判令聚网视公司消除影响并赔偿经济损失及合理费用。

【裁判结果】

原审法院认为，爱奇艺公司、聚网视公司之间存在竞争关系，聚网视公司采用技术手段绕开片前广告，直接播放来源于爱奇艺公司的视频的行为构成了不正当竞争，判令聚网视公司赔偿爱奇艺公司经济损失30万元及合理费用6万元，并就其不正当竞争行为消除影响。一审判决后，聚网视公司不服，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，爱奇艺公司通过“广告+免费视频”获取商业利益的行为受法律保护。爱奇艺公司对其视频内容采取了加密措施，聚网视公司通过破解爱奇艺公司验证算法，取得视频播放密钥，从而绕开了爱奇艺公司的片前广告直接播放视频，使其用户

在无需付出时间成本的情况下，观看爱奇艺公司视频，这将导致部分爱奇艺公司用户转而成为聚网视公司的用户以及爱奇艺公司广告点击量的下降。同时，聚网视公司让其用户观看爱奇艺公司视频时，其自身无需支付运营成本，相应的运营成本皆由爱奇艺公司承担。聚网视公司知道软件的提供会出现损害他人利益的后果，仍实施该行为，具有主观故意，违背了诚实信用原则，侵害了爱奇艺公司的合法权益，构成了不正当竞争，故判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

视频聚合应用软件聚合了多家视频网站的视频内容，却不播放来源网站广告甚至嵌入自身广告，其在给用户提供更便捷的视觉享受的同时，也引发了法律争议。视频聚合应用软件究竟是技术创新还是不劳而获的搭便车行为呢？本案通过对聚网视公司“VST全聚合”软件播放视频技术原理的查明，得出客观上其系通过实施破解爱奇艺公司加密技术取得有效的播放密钥，达到绕过爱奇艺公司广告直接播放视频内容的目的。主观上，聚网视公司开发运营软件目的是在吸引用户同时免于支付版权、宽带等营运成本，究其本质属于不劳而获的“搭便车”行为而非技术创新。据此，法院判定聚网视公司的行为违背了诚实信用原则，损害了他人的合法权益，构成不正当竞争行为。作为首例视频聚合应用软件不正当竞争纠纷案，本案判决对类似案件的审理具有一定的借鉴意义。

十八、恒源祥（集团）有限公司等诉杨某等擅自使用他人企业名称、虚假宣传纠纷上诉案

【基本案情】

恒源祥公司系“恒源祥”、“彩羊”商标的专用权人，彩羊公司系恒源祥公司的子公司。恒源祥公司和彩羊公司发现，杨某在香港注册成立了恒源祥彩羊（香港）服饰公司，注册未满一个月该公司即更名为恒源彩羊（上海）服饰公司，后又更名为恒派彩羊公司。杨某将从案外人处受让的“恒源彩羊”注册商标授权恒派彩羊公司使用，恒派彩羊公司又授权巴布黎公司生产带有“恒源彩羊”标识羊毛衫，《商标使用许可合同》上约定商标标识由巴布黎公司自行印刷。恒派彩羊公司还在其网站上宣传“恒源彩羊”是羊毛衫十大品牌、中国驰名商标等。刘某作为“恒源祥山东总代理”同时销售“恒源彩羊”羊毛衫，且其售货员在销售时称是恒源祥品牌的产品。辉营公司举办的品牌特卖会上有“恒源彩羊”字样柜台，该柜台销售的“恒源彩羊”羊毛衫购货凭证上加盖的是辉营公司的公章。恒源祥公司和彩羊公司认为，杨某、巴布黎公司、刘某、辉营公司、恒派彩羊公司使用“恒源彩羊”构成擅自使用恒源祥公司、彩羊公司字号的不正当竞争行为，杨某、刘某和恒派彩羊公司亦实施了虚假宣传行为，故诉至法院请求判令杨某等立即停止不正当竞争行为，共同赔偿其经济损失，并登报消除影响。

【裁判结果】

原审法院认为，杨某等实施的行为构成不正当竞争，遂判决恒派

彩羊公司等停止侵权并登报消除影响，恒派彩羊公司、杨某和巴布黎公司共同赔偿恒源祥公司、彩羊公司包括合理开支在内的经济损失 29 万元，刘某赔偿恒源祥公司、彩羊公司包括合理开支在内的经济损失 4 万元，辉营公司赔偿恒源祥公司、彩羊公司包括合理开支在内的经济损失 5,000 元。一审判决后，杨某等不服，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，“恒源祥”作为老字号、老品牌在市场上具有相当高的知名度，“彩羊”品牌宣传和推广均依托“恒源祥”品牌展开，既迅速提升了“彩羊”品牌的知晓度和“彩羊”字号的知名度，又加深了受众对“恒源祥”和“彩羊”之间存在紧密关联的认识，将两者组合在一起即使缺少一个“祥”字所形成的“恒源彩羊”仍易使相关公众对该商标的市场主体及其商品的来源产生混淆，或者认为与恒源祥公司或彩羊公司存在某种关联，“恒源彩羊”注册商标的持有人或使用者“傍名牌”的主观故意明显。杨某将“恒源彩羊”作为恒派彩羊公司更名前的企业名称字号使用，同时将“恒源彩羊”商标授权恒派彩羊公司使用，巴布黎公司经恒派彩羊公司许可在生产、销售的羊毛衫上使用了“恒源彩羊”商标，以上各行为直接结合造成了侵犯恒源祥公司、彩羊公司企业名称权的同一损害后果，故杨某、恒派彩羊公司、巴布黎公司应承担共同侵权责任。刘某销售标有“恒源彩羊”商标的被控侵权羊毛衫，也构成对恒源祥公司、彩羊公司企业名称权的侵害。辉营公司作为特卖会的主办方，统一开具购货凭证，事实上已参与了商品销售，其行为亦构成侵权。此外，恒派彩羊公司在网站上的宣传以及刘某所经营店铺售货员的相关陈述均构成对商品来源作引人误解的虚假宣传，因此，判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案涉及注册商标与在先登记企业名称之间的权利冲突问题，此类案件的审理应遵循诚实信用、保护在先权利和禁止混淆原则。本案判决中，通过分析恒源祥公司和彩羊公司字号的知名度、注册商标使用者的主观过错以及被控侵权行为是否会造成混淆和误认，认定“恒源彩羊”商标的使用构成对恒源祥公司、彩羊公司企业名称的不正当竞争。该案对同类权利冲突案件的审理具有一定借鉴意义，亦对非善意使用注册商标行为的规制起到积极的警示作用。

十九、上海聚力传媒技术有限公司诉上海大摩网络科技有限公司其他不正当竞争纠纷上诉案

【基本案情】

聚力公司系国内知名视频分享网站 PPTV 聚力网站的经营者。其商业模式主要为“广告+免费视频”，即用户观看一定时间的广告，聚力公司向其提供免费视频播放，聚力公司则通过广告费用的收取获取利益。大摩公司开发运营的“ADSafe”净网大师软件通过对视频节目请求中的广告数据请求阻止答复，从而实现了拦截视频前广告，达到直接播放视频内容的目的。同时，该软件还具有屏蔽聚力公司网页广告的功能。聚力公司认为，大摩公司通过对其运营的“ADSafe”软件“看视频不等待”“逛网站无骚扰”功能的宣传，引诱用户下载“ADSafe”软件并运行上述功能，使得下载用户不用收看聚力公司网站的视频前广告，直接获取视频内容并屏蔽聚力公司的网页广告，大摩公司的行为损害了聚力公司投放广告应取得的合法利益，构成不正当竞争，故诉至法院要求判令大摩公司停止侵权并赔偿经济损失和合理费用。

【裁判结果】

原审法院认为，大摩公司违背公认的商业道德，损害聚力公司之合法利益而为自己获益，构成不正当竞争行为，遂判决：大摩公司停止不正当竞争行为，赔偿聚力公司经济损失 10 万元及合理开支 2 万元。一审判决后，大摩公司不服，提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为，聚力公司依托“广告+免费视频”的商业模式谋取商业利益的行为受法律保护。大摩公司涉案软件的

“看视频不等待”、“逛网站无骚扰”功能使得用户可以跳过视频前广告直接播放视频并屏蔽聚力公司网页广告。下载使用该软件功能的用户在得到聚力公司提供的免费视频等内容时，聚力公司却不能取得相应的利益。作为涉案软件的运营提供商，大摩公司明知涉案软件的“看视频不等待”、“逛网站无骚扰”功能会直接损害聚力公司的商业利益，仍宣传推广涉案软件功能，目的在于依托聚力公司多年经营所取得的用户群，为自己增加市场交易机会，取得市场竞争优势，其行为本质属于不当利用他人市场成果、损害他人合法权益以谋求自身竞争优势，构成不正当竞争，故判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

本案系拦截广告软件不当阻止视频分享网站片前广告播放的新类型案件。法院通过对《反不正当竞争法》第二条原则条款的适用，明确视频分享网站依托“广告+免费视频”的商业模式谋取商业利益的行为受法律保护，其他互联网市场经营者不得以技术中立保护消费者利益为名，干扰该经营活动的正常运行。拦截软件运营商虽然没有直接实施拦截他人广告的行为，但其通过对软件功能的宣传，引诱帮助了视频分享网站的用户实施下载使用软件的行为，侵犯了他人合法商业利益，构成不正当竞争。本案判决对于网络环境下不正当竞争行为的界定和规则具有一定的借鉴意义。

二十、深圳房金所金融服务股份有限公司等诉上海新居金融信息服务有限公司等不正当竞争纠纷上诉案

【基本案情】

深圳房金所公司于 2013 年 11 月 20 日注册成立后,开设名为“房金所”的微博账号及微信公众号,开发完成“房金所房地产金融信息服务平台 V0.9”软件,上述微信公众号中还使用了“房金所+梧桐树图形”标识。2014 年 7 月 3 日上海房金所注册成立,同月 8 日,上述软件上线运行。上海新居公司成立于 2014 年 5 月 22 日,其股东分别为上海酷硕公司、拉萨合业公司和刘某。其中,上海酷硕公司的股东丁某、马某分别系易居公司执行总裁和财务总监,拉萨合业公司股东周某、王某系红杉资本中国基金合作人和法律顾问,刘某系新浪 CEO 兼游戏事业部总经理。2014 年 1 月 17 日,上海酷硕公司申请注册“房金所”中文文字商标。2014 年 7 月 8 日,上海新居公司在其网站上使用了“房金所”及“房金所+EJ 图形”。在宣传中,上海新居公司在其网站及北京新浪公司和上房集团网站上分别使用了“系出名门”、“新浪、易居中国、红杉资本强力联合背书,顶级阵容联袂推出”、“国内首家互联网房地产金融平台”、“由新浪(纳斯达克上市代码: SINA)、易居中国(纽交所上市代码: EJ)、红杉资本联手打造”、“房金所控股股东为易居中国、新浪”等广告用语。上海新居公司还向深圳房金所公司“房金所”新浪微博的一位粉丝发送了私信,内容为:“您好!易居中国房金所的微博账户是‘房金所官博’,您关注的这个‘房金所’是深圳的一家公司,我们的竞争对手,为了避免混乱,烦请您取消该关注,重新关注‘房金所官博’”

<http://weibo.com/fangjinsuo>, 感谢您的支持!”

深圳房金所公司和上海房金所公司共同诉称: 上海新居公司使用“房金所”和“房金所+EJ 图形”的行为侵害了深圳房金所公司、上海房金所公司的企业名称权和知名商品特有的名称、装潢; 上海新居公司使用“系出名门”等广告用语属于虚假宣传, 北京新浪公司和上房集团为上海新居公司上述广告用语所做的推广宣传构成帮助侵权; 上海新居公司向粉丝发送私信的行为违反了《反不正当竞争法》第二条的规定, 构成对深圳房金所公司和上海房金所公司的不正当竞争。因此, 请求法院判令各侵权人停止侵权, 赔偿经济损失。

【裁判结果】

原审法院认为, 现有证据尚不足以证明深圳房金所公司、上海房金所公司的“房金所”字号和“房金所+梧桐树图形”标识, 已达到一定知名度且为相关公众所知悉的程度。鉴于上海新居公司对“房金所”的使用并无恶意, 亦未使相关公众对商品或服务的来源产生混淆, 故不构成对深圳房金所公司和上海房金所公司的不正当竞争。鉴于北京新浪公司、上房集团、红杉资本中国基金的高管以个人名义直接或间接成为上海新居公司的股东, 故上海新居公司的上述广告用语并无不当之处。上海新居公司所发私信的内容, 仅是对两个不同微博主体注册的相同微博名称的事实予以澄清, 并提醒网络用户两者的差别之处, 并未损害深圳房金所公司、上海房金所公司的合法权益, 不构成不正当竞争, 遂判决驳回了深圳房金所公司、上海房金所公司的诉讼请求。一审判决后, 深圳房金所公司、上海房金所公司不服, 提起上诉。

上海知识产权法院审理后认为：1. 深圳房金所公司、上海房金所公司的“房金所”字号和“房金所+梧桐树图形”标识，并未满足“在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉”这一基本条件，不属于《反不正当竞争法》保护的客体。2. 在法律已对受《反不正当竞争法》第五条第（三）项保护的企业名称中的字号作出明确的特别规定情况下，不应再适用《反不正当竞争法》第二条的规定主张相关权利。3. 虽然尚无证据表明，上海新居公司系由新浪、易居中国、红杉资本设立，但鉴于深圳房金所公司、上海房金所公司并未举证证明上海新居公司的上述宣传行为包括上述误导性后果对其造成了直接损害，故不能得出上海新居公司的上述宣传行为构成对深圳房金所公司、上海房金所公司的不正当竞争。4. 上海新居公司所发私信的内容并无不当，是否“取消关注”、“重新关注”均是基于客户自己的选择，故该行为不构成对深圳房金所公司和上海房金所公司的不正当竞争。因此，判决驳回上诉，维持原判。

【典型意义】

企业名称中的字号要作为《反不正当竞争法》第五条第三项规定的“企业名称”进行保护的，商品的名称、装潢要作为《反不正当竞争法》第五条第（二）项规定的知名商品特有的名称、装潢进行保护的都应当满足“在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉”这一基本条件，只有符合上述条件的字号或商品名称、装潢才属于《反不正当竞争法》所保护的客体。本案二审判决还明确了涉及泛主体的不正当竞争行为的认定应当以该不正当竞争行为是否对权利主张方造成实际损害为判断依据的标准。虽然，法院未支持深圳房金

所公司等关于上海新居公司对其构成不正当竞争的诉讼主张，但鉴于上海新居公司上述不实广告宣传足以导致相关消费者对上海新居公司背景、实力以及其所提供的融资信息、产品等产生错误认识，进而降低对投资风险的评价，故上海知识产权法院向有关市场监管局发出司法建议，建议依照《广告法》对上海新居公司上述行为依法予以处理。有关市场监管局接受了上海知识产权法院司法建议，对上述事项已立案调查。本案对营造诚信透明的市场环境具有积极的示范意义。