

目 录

1. 南通沪望塑料科技发展有限公司诉西安顺通虹吸排水有限公司、山东达兴新材料科技有限公司、南通华新建工集团有限公司侵害发明专利权纠纷案..... (1)
2. 孙飞诉国电科技环保集团股份有限公司、国电光伏有限公司职务发明创造发明人、设计人奖励、报酬纠纷案..... (4)
3. 苏州某激光公司与苏州某光电公司、朱某、胡某等专利申请权权属纠纷案..... (9)
4. 美的集团股份有限公司与吴江易清洁电子科技有限公司、杨肖绕、陈晓华、沈兆燕侵害商标权及不正当竞争纠纷案..... (14)
5. 北京棉田纺织品有限公司与无印良品(上海)商业有限公司侵害商标权纠纷案..... (17)
6. 河北潇行电子商务有限公司诉浙江天猫网络有限公司、苏州长秀电子商务有限公司商标权侵权案..... (21)
7. 新百伦中国公司诉深圳新平衡公司、郑某某、搏斯达克公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案..... (25)
8. 上海静安区爱芬环保科技咨询服务中心诉爱芬(苏州)环保信息科技有限公司不正当竞争案..... (31)

9. 吴江区松陵镇绿旺服装店诉苏州市吴江区市场监督管理局不服行政机关作出行政处罚决定案..... (35)
10. 昆山市人民检察院诉被告人赵某仁、赵某群销售假冒注册商标的商品罪..... (38)

2020 年度苏州法院知识产权司法保护 十大典型案例

1、南通沪望塑料科技发展有限公司诉西安顺通虹吸排水有限公司、山东达兴新材料科技有限公司、南通华新建工集团有限公司侵害发明专利权纠纷案【苏州中院（2019）苏05知初214号】

【典型意义】

本案是适用《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）》第二十一条的典型案例。通过司法裁判明确被诉侵权产品构成专利直接侵权的情况下，产品零部件提供者在符合客观用途和主观故意的情况下，应判定构成帮助侵权。在客观用途的判定上，若行为人未举证证明该零部件具有非实质性侵权用途，则推定该零部件为实施涉案专利的专用部件。在判断主观上是否构成“明知”时，为防止对专利权的过度保护、不适当限制他人正常的经营活动，应结合行为人的经营范围、专业程度等因素审慎判定，以平衡专利权人和社会公众间的利益。

本案旨在通过公正的司法裁判体现出司法对侵权产品零容忍的态度，面对专利侵权产业化、侵权环节渗透产业链各环节的现实情况，通过严谨的价值衡量和充分的释法说理，

传递出最严格知识产权司法保护的价值导向。有助于加强专利权链条保护,强化产业链上中下游参与者的知识产权意识,并构建全方位的专利保护体系和知识产权大保护格局,以实现法律效果和社会效果的有机统一。

【案情简介】

南通沪望塑料科技发展有限公司(以下简称沪望公司)系名称为“一种虹吸式绿化排水槽结构”的发明专利权人。南通华新建工集团有限公司(以下简称华新建工集团)在其承建的工程项目上使用了涉案侵权排水槽及排水系统,前述工程所使用排水系统由山东达兴新材料科技有限公司(以下简称达兴公司)供货销售。该排水系统中的部件虹吸排水槽由达兴公司向西安顺通虹吸排水有限公司(以下简称顺通公司)采购所得。沪望公司故诉至法院,请求判令顺通公司、达兴公司立即停止生产、销售侵犯专利权产品的行为,并赔偿经济损失 50 万元。

顺通公司辩称,其售给达兴公司的虹吸式排水槽不同于沪望公司的专利技术方案,涉案权利要求的技术特征没有全面覆盖虹吸式排水槽的技术特征,未侵犯沪望公司的专利权。达兴公司辩称,其销售给华新建工集团的虹吸式排水槽与沪望公司的专利产品不同,不构成对专利权的侵犯。即使构成侵权,因侵权主体是顺通公司,应当由顺通公司承担赔偿责任。华新建工集团辩称,其与达兴公司之间签订了正式的购买合同,而且

达兴公司已开具了相应的增值税专用发票，华新建工集团作为施工单位应该属于善意使用。且在沪望公司取证公证以后即与沪望公司达成了购买协议购买产品进行使用。

【法院裁判】

法院认为：被诉侵权产品为一种虹吸式绿化排水槽结构，包括：A.排水槽本体，排水槽本体设有若干加强筋，排水槽本体两侧间隔设有若干排水口；B.排水槽本体侧面和端部分别设有用于与其他排水槽结构拼接的连接部，其中，端部的连接部为连接卡槽，侧面的连接部为连接卡口；C.排水槽本体侧面设有排水出口，排水槽本体顶部设有通气口；D.排水槽本体包括凸起的部分管件和水平部分管件，在使用时与排水板配合，形成搜集污水的管路；E.排水槽本体的水平部分管件连接有排水板，上述技术特征与涉案专利相同，落入发明专利权保护范围。经查，顺通公司所销售产品确仅为虹吸排水槽，具有除“所述排水槽本体（1）的水平部分管件连接有排水板”之外的发明专利独立权利要求的其它技术特征。

达兴公司未经沪望公司许可，销售“PED14 高分子防护排（蓄）水异形片自粘土工布+HXC 虹吸排水水槽”产品，构成对专利权的侵犯，依法应承担停止侵权及赔偿损失的侵权责任。

关于顺通公司是否应当承担帮助侵权的责任。根据《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）》第二十一条规定，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的，人民法院应予支持。经前述技术特征比对可知，顺通公司所销售虹吸排水槽具有除“所述排水槽本体（1）的水平部分管件连接有排水板”之外涉案发明专利权利要求的所有技术特征。该虹吸排水槽系专门用于实施涉案发明专利的主要部件。基于该虹吸排水槽的客观用途及顺通公司系“专业的排水系统服务提供商”“着力于屋面虹吸雨水排放、雨水回收利用……”，可推定其对案涉虹吸排水槽专用于与排水板连接应当是为明知。顺通公司在主观以及客观上均存在为达兴公司实现直接侵权行为的帮助，应判定构成帮助侵权，承担相应的连带责任。

本案经最高院知识产权法庭二审判决驳回上诉维持原判后，一审判决已发生法律效力。

2、孙飞诉国电科技环保集团股份有限公司、国电光伏有限公司职务发明创造发明人、设计人奖励、报酬纠纷案【苏州中院（2019）苏 05 知初 1041 号】

【典型意义】

当前，为了集体攻关“卡脖子”核心技术，大型科技企

业和央企普遍采用“项目制”的研发模式和“分离式”的权属模式。在知识产权集中管理模式下，单位往往对发明创造的研发和归属做统一的安排和决定，从而造成发明创造的研发主体和权利主体相分离，使得职务发明人无法确定职务发明奖励和报酬的责任主体，导致对于科技人员的创新激励不足。而现代科技创新模式是人才加资金的双擎驱动，人才是第一资源，也是强化国家战略科技力量、打好关键核心技术攻坚战“源头活水”。我国设定职务发明制度的本意就在于充分调动职务发明人与单位双方的创新积极性，提高创新能力。在这两种模式下，如何保障广大科技人员的合法权益，最大限度激励其创新动能，是打好关键核心技术攻坚战的重要一环。本案从鼓励创新，平衡发明人、研发主体和权利主体三者之间利益的角度出发，根据企业集团与相关成员公司的意思具有一致性、行为具有统一性、利益具有共同性，要求企业集团和相关成员公司承担职务发明奖励和报酬的连带责任，加大了对职务发明人合法权益的保护。该裁判结果充分体现司法保护科技创新的价值取向，有利于引导广大科研单位建立鼓励科技人才创新的长效机制，实现职务发明人、单位和社会的三方共赢，从而更好发挥“新型举国体制优势”攻坚克难。

【案情简介】

孙飞于 2011 年 10 月入职国电光伏有限公司（以下简称

国电光伏公司），从事技术类岗位工作，工作内容为研究碲化镓薄膜电池。国电光伏公司系国电科技环保集团股份有限公司（以下简称国电集团公司）的全资子公司，在包括涉案专利在内的知识产权归属等问题上系由国电集团公司进行统一的布局与安排。2012年，国电集团公司向国家知识产权局申请名为“薄膜光伏电池的制备方法”的发明专利，于2016年3月16日获得授权，孙飞系该专利第三发明人和唯一设计人。2017年该专利变更专利权人为案外人德融科技公司。2015年国电集团公司出台《关于修订〈国电科技环保集团股份有限公司科技创新成果奖励办法〉的通知》（以下简称《奖励办法》），《奖励办法》第三条：本办法适用于公司各类研发机构及公司所属各控股企业的各类科研活动取得的科研成果。第七条：知识产权奖励下设五个奖项……发明专利奖授予申报并获得国家知识产权局发明专利授权的单位和个人（转让类专利除外），发明专利奖励1万元/件。2016年孙飞从国电光伏公司离职，至今未获任何奖励和报酬。

为此，孙飞诉至法院请求判定：国电集团公司按照涉案专利转让价的10%支付报酬，金额为291267元；国电集团公司按照涉案专利的利润的50%支付发明人奖励与报酬，金额为47887.24元；国电集团公司支付发明人奖励3000元；国电集团公司支付律师费1万元；国电光伏公司对上述债务承担连带责任；诉讼费用由承担。

【法院裁判】

法院认为：孙飞与国电光伏公司之间存在劳动合同关系，国家知识产权局颁发的涉案专利的授权文本记载，故孙飞系涉案专利第三顺位职务发明人。涉案专利有偿转让给了案外第三人德融科技公司，职务发明报酬实现的基本条件已成就。因而，孙飞有权要求支付奖励、报酬。国电光伏公司系国电集团公司的子公司，下属企业均处于集团管控体系下，国电集团公司对于砷化镓项目的推进以及与之相关的专利权的归属均具有统一的安排权与决定权，专利权的申请主体与创造主体相分离。国电集团公司无偿取得并转让涉案专利取得经济效益，国电光伏公司在此过程中亦获得间接经济利益，在受益方面二者具有共同性。转让涉案专利的行为，应视为国电集团公司与国电光伏公司的共同行为。因而，孙飞有权要求国电光伏公司和国电集团公司共同支付职务发明奖酬。同时，基于涉案专利的受让方德融科技公司并非《专利法》第十六条规定的“被授予专利权的单位”，因此，孙飞在向国电光伏公司、国电集团公司主张了职务发明奖酬之后，不具备再向涉案专利的受让方主张专利实施后报酬的权利。

对于职务发明奖励数额。国电集团公司就《专利法》第十六条规定的奖励的方式和数额，专门制定了相应的规章制度，并且该规章制度适用于国电集团公司各类研发机构及公司所属各控股企业，因而奖励的数额应根据国电集团公司的

规章制度进行确定。国电集团公司规定了发明专利每件奖励 1 万元，高于法定的每件 3000 元的标准，故国电集团公司规章制度中规定的标准可予适用。涉案专利共有 4 名发明人，孙飞属于第三发明人，本院参考发明人的顺位情况，酌情确定国电光伏公司、国电集团公司应当向孙飞支付的奖励数额为 2500 元。

对于职务发明报酬数额，由于国电集团公司制定的规章制度未涉及职务发明报酬的计算方式和数据，原双方间没有也没有对此进行约定，故应根据《专利法》及《专利法实施细则》等相关规定予以确定。同时，从职务发明创造奖酬制度的立法本意看，应给予知识产权的职务发明人或者设计人与其实际贡献相当的报酬，该报酬的实质是发明人或者设计人应当获得的创造性劳动成果的报酬。具体可参照《专利法实施细则》第七十八条的规定，应当从转让涉案专利权收取的转让费中提取不低于 10% 作为报酬。本案中，涉案专利在内的共计 13 项知识产权 65% 份额的转让价为 2194.5 万元，评估报告和转让价中均未明确每项知识产权的金额。因此，综合考虑 13 项知识产权中有两项专利为同日申请，涉案专利为发明专利，涉案专利有四位发明人，孙飞为第三发明人，且专利转让需扣除一定的税费等因素，参考转让价 10% 的比例，酌情确定应向孙飞支付的报酬为 4 万元。

一审判决后，双方当事人均未上诉，主动履行了判决义务。

3、苏州某激光公司与苏州某光电公司、朱某、胡某等专利申请权权属纠纷案【苏州中院（2019）苏 05 知初 744 号-747 号等系列案】

【典型意义】

本案系员工离职后专利申请权权属争夺战。诉争专利属于集成电路制造业中的激光直接成像技术领域，在印制电路板和半导体光刻领域具有重要的技术价值和广阔的市场前景，也是国家数字经济重点发展的关键技术之一。国内众多企业将其列为重点攻关对象，相关企业间的人才流动亦日趋频繁，合理有序的人才流动推动了该领域的技术发展。用人单位为防范企业员工的离职行为给企业带来的风险，通过格式合同对员工苛以过重的责任和义务，即规定员工离职 2 年内作出的与原工作有关的知识产权无偿归其所有并且需承担高额违约金。该规定最终被人民法院认定为格式合同并因违反法律的强制性规定而无效。

本案及其系列案件的圆满解决一方面厘清了企业与离职研发人员之间利益平衡的尺度，避免因不合理的合同条款限制了研发人员的正常流动，间接地降低了相关领域，特别是国家重点发展的“数字经济”领域企业的研发活力。通过认定对员工苛以离职后过重的责任和义务的格式条款无效，引导在竞业协议、保密协议中应合理分配公司与员工之间的权利义务，保护企业知识产权，维护员工合法权益，从而更

好地激发人才创新活力；另一方面通过积极引导双方当事人和解，避免了国家重点发展领域国内优秀企业之间的“内耗”，实现双赢的同时能够进一步规范企业内部管理的合规，对大力发展集成电路等数字产业化制高点具有积极意义，为我国“数字经济”的发展做出更大的贡献。

【案情简介】

苏州某激光公司与苏州某光电公司均为半导体数字光刻设备的研发与生产商，该设备主要应用于 PCB、FPD、LED、太阳能、晶圆、IC 封装及高精密丝网印刷等产业，两家企业均属于国产半导体数字光刻设备高新技术企业。

朱某、胡某在苏州某激光公司就职期间，分别与公司签订知识产权归属协议，协议约定离职 2 年内员工不得以自己名义或假借他人名义申请与公司工作相关的专利权等知识产权，出现违反情形的，应将申请权或者已获取的专利权等无条件无偿转让给公司并支付违约金 30 万元。苏州某激光公司还与几十位核心技术人员签订了内容相同的保密协议。后朱某、胡某于 2017 年 2 月上旬从苏州某激光公司离职后入职苏州某光电公司。2018 年 11 月，苏州某光电公司作为申请人申请了包括“一种曝光机及其曝光方法”在内的十多项光刻机领域发明专利，朱某、胡某为发明人。苏州某激光公司认为朱某、胡某等人违反保密协议，于 2019 年 8 月诉至法院请求判令案涉的 14 项专利为其所有或与苏州某激光公司共

有，朱某、胡某每案各赔偿 30 万元。同时，苏州某激光公司还以苏州某光电公司为被告另提起 3 件专利侵权诉讼。双方间所涉的 17 起纠纷总计索赔金额超过 3000 万元。苏州某光电公司在应诉的同时，针对苏州某激光公司的 8 件专利提起了专利无效宣告请求。双方间的诉讼纠纷引起了业内同行以及上下游企业的高度关注。

【法院裁判】

法院认为：本案中，苏州某激光公司和员工签订的《善意使用及保密协议》中载明该协议属于双方劳动合同的一部分，且该协议主要关于知识产权的使用及保密问题。在《善意使用及保密协议》与《劳动合同书》同属于员工和用人单位间劳动合同范畴的前提下，两者内容互为补充，共同构成对员工和用人单位有约束力的条款。而朱某、胡某与苏州某激光公司签订《劳动合同书》的时间在《善意使用及保密协议》之后，故朱某、胡某与苏州某激光公司关于知识产权成果归属的约定应按照《劳动合同书》的内容进行确定。《劳动合同书》中的约定与《专利法实施细则》关于职务发明成果归属的规定相一致，均以离职一年作为确定职务发明成果归属的分界点。故本案中仍应以离职一年作为判断专利权归属的时间节点。

关于《善意使用及保密协议》中关于知识产权归属及违约责任条款的效力问题。第一，《善意使用及保密协议》

明确约定该协议作为劳动合同的附件，是劳动合同不可分割的一部分，且苏州某激光公司陈述该协议仅仅针对公司核心技术人员才签订。由此可见，《善意使用及保密协议》系作为苏州某激光公司管理核心技术人员的一种制度安排。故对上述条款效力的判断应置于劳动合同法的框架下进行，而不应适用《技术合同司法解释》的规定。第二，苏州某激光公司陈述其与公司几十位核心技术人员签订了《善意使用及保密协议》，所有的《善意使用及保密协议》在格式与内容上均相同，且协议内容并未与员工进行充分协商确定。故该协议为格式合同，涉案条款为格式条款。第三，纵观该协议的内容，主要对劳动者在职期间、离职 2 年内使用、申请知识产权的权利进行了约束，而丝毫没有涉及苏州某激光公司应承担的义务，甚至苏州某激光公司可以突破专利法关于职务发明成果归属的规定无偿取得离职员工作出的知识产权，并且在无偿取得知识产权后还拥有要求员工承担高额违约金的权利，打破了专利法规定的员工与原工作单位之间的利益平衡。涉案协议明显属于苏州某激光公司利用自己的优势地位，基于劳动者与其存有劳动关系且希望劳动关系得以维系的心理而要求员工签订的未经充分协商的协议，涉案条款明显加重了员工的责任，排除了员工的权利，应属无效条款。第四，本案《善意使用及保密协议》中所涉的员工未按约将知识产权无偿归于原单位应承担 30 万元违约金的约定不仅因其具

有格式条款的无效理由而应被无效，而且因其违反法律的强制性规定而被无效。

关于诉争专利与离职员工在苏州某激光公司工作的相关性，从技术方案本身来看，诉争专利申请为一种双台面直写式曝光机及其曝光方法的发明专利申请，属于激光直接成像技术领域。虽然苏州某激光公司提交的与诉争专利关联性比较密切的技术证据显示，与诉争专利属于相同技术领域，所采取的技术方案工作原理也有相似之处，但是在具体的技术方案上差别明显。而苏州某光电公司作为每年都有研发投入的同行业公司，其对诉争专利的研发过程作出了合理说明并提交了相应证据，诉争专利的形成离不开苏州某光电公司资金、技术和研发人员等资源的投入。而且苏州某光电公司申请诉争专利的时间远远晚于朱某和胡某从苏州某激光公司离职一年内这一法定时间节点，在没有法律明确规定和竞业限制协议等合同约定情况下，苏州某激光公司无权禁止苏州某光电公司开展与其技术领域相同的研发，亦无权限制其离职员工超过该期限后在新的单位合法参与或开展新的技术研发活动。故诉争专利与本案两个人被告在苏州某激光公司的本职工作不具关联性。

综上所述，苏州某激光公司主张诉争专利申请应归其所有或要求共有的理由均不能成立，于法无据，不予支持。

苏州某激光公司不服一审判决，上诉至最高人民法院。

在二审程序中，双方经过反复磋商，最终达成了一揽子和解。苏州某激光公司撤回处于二审阶段的专利权权属纠纷的起诉、撤回所有专利侵权诉讼的起诉，苏州某光电公司撤回针对苏州某激光公司的专利无效宣告请求，同时双方承诺就相关事件永久息诉。至此，双方的纠纷得以实质性地圆满解决。

4、美的集团股份有限公司与吴江易清洁电子科技有限公司、杨肖绕、陈晓华、沈兆燕侵害商标权及不正当竞争纠纷案【苏州中院（2018）苏 05 民初 1020 号】

【典型意义】

商品改装再售行为在市场化快速发展的今天屡见不鲜。但其类型之复杂、范围之广阔也在不断引发有关商标侵权的争议。在我国商标法领域，相关法律法规并未对该行为进行单独或具体规制，而有关实现节约资源的循环经济政策又在一定程度上为商品改装再售行为提供了正当理由。本案一方面对商标权穷竭原则在商品改装再售案件中的适用提出了限制，肯定了商标功能对商品改装再售行为进行商标侵权判定的独立价值，通过对实质性损害了注册商标功能的转售及相关行为给予否定性评价，加强对注册商标权的司法保护，推动商品改装再售规范管理，有利于促进商品市场的良性发展。另一方面易清洁公司作为开发移动支付的科创型企业，对其所作创新努力在一定程度上予以认可，在侵权性质上未将其

行为认定为恶意侵权，以此传递鼓励创新、促进传统产业创新升级、助力互联网数字经济发展的价值导向。

【案情简介】

美的集团系“美的 Midea”、“美的”、“美的 U 净”注册商标专用权人，自 2016 年起运营“美的 U 净”品牌，推出美的 O2O 洗衣 - U 净，通过手机端平台向用户提供自助洗衣服务。易清洁公司未经授权擅自将家用“美的 Midea”滚筒洗衣机改装成商业用途的手机扫码支付的洗衣机后销售，并拆卸“美的 Midea”洗衣机控制面板，利用非美的集团制造的扫码支付模块部件改装的具有新功能的洗衣机。

【法院裁判】

法院认为：美的集团系第 15713571 号“美的 Midea”、第 1571572 号“美的”、第 1949684 号“美的 Midea”、第 18898680 号“美的 U 净”商标注册人，其注册商标专用权受法律保护。

易清洁公司未经授权擅自将家用“美的 Midea”滚筒洗衣机改装成商业用途的手机扫码支付的洗衣机后销售，是否侵害了美的集团第 7 类第 15713571 号“美的 Midea”、第 1571572 号“美的”注册商标专用权，涉及商标专用权以及商标权用尽两个主要方面。根据知识产权权利穷竭理论，其本质上是为解决知识产权权利人与商品物权所有人之间的利益冲突，并不因此而完全覆盖知识产权。就涉案注册商标专

用权而言，注册商标以识别功能为基本，同时又具有质量保障、信誉承载等功能，是否构成商标侵权的判断核心还在于对商标功能是否产生实质损害。

从易清洁公司的具体行为情节来看，其淘宝网店铺名称、企业网站和淘宝店铺上商品名称、产品信息、员工对外营销中均直接指向于“美的 Midea”商标，足以在销售环节引发消费者的混淆和误认，并进而产生对美的集团“美的 Midea”品牌在智能商用（具有扫码支付功能）洗衣机产品市场上的直接竞争和抢占。虽易清洁公司辩称其在改装的洗衣机的右上角面板粘贴有“付信通支付系统”标签、在淘宝网商标信息中有“付信通 fuxingtong 支付模块免费更换”信息以及付信通支付系统操作流程，但该些情形既未明确和完整地提示出所售商品系改装而来，也不足抵销前述明显指向于“美的 Midea”商标的商品销售诱导所造成的混淆和误认。

从另一情况来看，易清洁公司拆卸“美的 Midea”洗衣机控制面板，利用非美的集团制造的扫码支付模块部件所改装的洗衣机，具有新的功能，属于一种“新产品”，但易清洁公司销售该“新产品”却依然是打着“美的 Midea”的品牌。该改装及转售行为既会引发购买者对商品来源的混淆和误认，亦非履行“美的 Midea”品牌的商品质量保障。

易清洁公司改装“美的 Midea”洗衣机并转售的行为对美的集团“美的 Midea”注册商标的功能造成实质损害，构

成侵害注册商标专用权，依法应承担停止侵权、赔偿损失等民事责任。

关于赔偿责任，基于现有证据相互印证所反映的被诉侵权产品销售时间跨度、销售量，再考虑线上线下多个营销渠道，结合单台利润额，并考虑美的集团为制止侵权行为支付的合理费用，综合判定易清洁公司需作出 50 万元的经济赔偿。需要强调的是，就易清洁公司答辩提出其作为开发移动支付 of 的科创型企业所作创新努力，在一定程度上当予认可，但在开发新产品、探索新模式的过程也确须审慎，避免侵权。就总体性质而言，本案确实不宜视作为恶意侵权，故就美的集团主张的加大赔偿责任不作支持。

5、北京棉田纺织品有限公司与无印良品（上海）商业有限公司侵害商标权纠纷案【苏州中院（2019）苏 05 知初 258 号】

【典型意义】

北京“无印良品”与日本“無印良品”延续多年的商标之争始终受到业界的关注。本案对商品商标和服务商标边界划分作出了有益探索，在日本“無印良品”事实上已在商品标识本身对北京“无印良品”涉案商标权予以合理避让的前提下，结合被控侵权标识实际使用状态，综合考虑双方品牌发展、标识使用背景、现实市场格局以及消费者认知状态等

因素，对北京“无印良品”涉案商标的禁用权范围作出合理限定，认定被控侵权行为依法不构成侵害北京“无印良品”注册商标专用权，故驳回其诉讼请求。本案在尊重历史及已经客观形成并稳定的现实市场格局的前提下，充分厘清双方商业标识的权利范围，从而实现积极倡导诚信经营、维护正常市场秩序、充分保障消费者认知和识别的价值导向。

【案情简介】

北京棉田纺织品有限公司（以下简称棉田公司）成立于2000年，经受让取得第24类商品上的“无印良品”“無印良品”商标，其权利商标的创意来源于无印良品音乐组合。2011年棉田公司授权北京无印良品投资有限公司（以下简称北京无印良品公司）在中国地区使用上诉商标项下全部商品，并负责该品牌的生产、销售及宣传工作。无印良品（上海）商业有限公司（以下简称无印良品上海公司）成立于2005年，经核准注册取得第35类商品上的“”“MUJI”

“無印良品”商标，以及第24类商品上的“MUJI”商标、第16类商品上的“無印良品”商标。无印良品上海公司经其母公司许可，有权在提供商品或服务时使用上述注册商标。无印良品上海公司提供的书籍中记载了“无印良品的概念，是在田中一光先生从日常生活的审美意识中提炼而成”。棉田公司及北京无印良品公司与无印良品上海公司及良品计画之间有多起授权确权及诉讼纠纷。

【法院裁判】

法院认为：棉田公司系第 1561046 号、第 7494239 号和第 14130423 号“无印良品”“無印良品”注册商标的权利人，其所享有的注册商标专用权依法应受法律保护。而无印良品上海公司的母公司良品计画亦于 1999 年起陆续向国家商标局申请注册取得了““MUJI”和“無印良品”等一系列商标，无印良品上海公司基于其母公司授权，可在相应商品及店铺服务中使用上述商标及其自身字号的权利亦应得到法律的认可和保护。鉴于目前双方各自在不同类别上持有与“无印良品”或“無印良品”相关的商标，且交叉注册于商品和服务类别之上，而双方提供的商品在客观上又存在部分重合，两者权利边界如何划定是本案判断的关键。事实上，商标作为一种市场标识，其凝结了实际使用者的商誉，且往往代表的是一种市场格局或者市场格局的划分，因此本案的裁判不能仅仅拘泥于对被控标识是否构成商标意义上的使用以及该种使用是否容易导致混淆或误认的简单判断，而应当在尊重历史及已经客观形成并稳定的现实市场格局的前提下，尽可能地厘清双方商业标识的权利范围，本着积极倡导诚信经营、充分保障消费者认知和识别的原则，对棉田公司涉案商标的禁用权范围作出合理限定。

从无印良品上海公司在涉及第 24 类商品的标识现状来看，其事实上已经对棉田公司的涉案商标权履行了合理的避

让义务。无印良品上海公司销售商品覆盖了服装、家具、收纳用品、食品、文具办公用品等诸多类别，在其他类别商品中混合标注了“无印良品”及“MUJI”标识，但在涉及第24类商品时仅单独标注“MUJI”标识。

结合标识使用的客观状况以及消费者可能据此产生的主观认知，被控侵权网店页面左上角使用的“MUJI 無印良品”标识在网络营商环境下对应于现实状态中的店铺招牌，实际发挥帮助消费者识别销售服务提供者的功能；被控侵权商品所附标注“”“無印良品”标识的外包装袋应为无印良品上海公司所经营店铺内所有商品通用的包裹物，其所载标识通常不会因为内部所包裹具体商品的不同而进行区分，其使用并不在于传达商品来源信息，而更多的是发挥区分销售服务提供者的功能；被控侵权商品随附顶端标注“”标识的购物明细单作为商品销售者出具给消费者的商品发货清单，属于商品的购买结算凭证之一，其格式化标注不应扩大认定为属于对特定商品的商标标注，事实上亦并不会导致消费者因为销售单据抬头的格式化标注而产生关于商品来源上的错误认知。故，无印良品上海公司依照商业惯例和市场交易习惯的上述行为均不应认定为在特定商品上的使用并用以指示商品来源，被控侵权行为依法不构成侵害涉案注册商标专用权。

棉田公司不服一审判决，提起上诉。江苏省高级人民法

院经审理后判决驳回上诉，维持原判。

6、河北潇行电子商务有限公司诉浙江天猫网络有限公司、苏州长秀电子商务有限公司商标权侵权案【苏州中院（2019）苏 05 知初 1125 号】

【典型意义】

在知识产权侵权纠纷中，权利人往往以网络平台显示的销售数据作为赔偿计算依据。由于“刷单”行为的存在，审理查明的实际销售数额往往与“刷单”后显示的销售数额差距巨大，从而难以将虚构的交易数据直接作为裁判依据。但对于“刷单”此种严重违背诚信原则、扰乱市场竞争秩序并损害消费者利益的行为，应当给予不利后果。对此问题，本案判决作出了有益的探索。本案判决提出两个裁判观点，一是论证“刷单”行为客观上加大了侵权商品被搜索、关注的概率进而扩大了侵权行为对商标权人权益的损害，应当认定为恶意侵权进而适用惩罚性赔偿。二是考虑到恶意刷单行为通过虚增商品的点击量、增加消费者关注度的方式来设置消费陷阱，从而误导消费者购买侵权产品，为切实保护消费者合法权益，净化消费市场，应对上述不诚信行为作出否定评价，并判决由被诉侵权人承担全部诉讼费用。本案判决通过上述两点裁判意见，对恶意“刷单”的不诚信经营行为施以不利法律后果，既体现了最严格保护知识产权的裁判理念，

充分保护了知识产权人的合法权益，同时也希望通过上述两个裁判规则的确立引导电商平台经营者诚信经营，维护网络销售行业的市场竞争秩序，为数字经济的健康发展保驾护航。

【案情简介】

萧行公司依法取得注册于服装等第 25 类商品上的第 10741055 号“**MOLY VIVI**”商标。长秀公司在其开设的“茉莉精灵旗舰店”中销售的魔力裤多处突出标注了“MOLYVIVI”标识。淘宝网店面显示，该款产品月销量为 15 万+。萧行公司认为长秀公司销售的产品侵害了其注册商标专用权，且销量巨大，给其造成了巨大的经济损失，遂诉至法院，请求判令长秀公司停止侵权，并赔偿其经济损失 300 万元。经查，被诉侵权产品所在链接经营期间产生了 260 条交易记录，总交易金额 9981.5 元，总交易数量 172274。交易记录中，商品名称中含有“魔力裤”的共 249 条交易记录，总交易数量 172263，其中 2019 年 10 月 2 日的一笔交易数量达 172000，付款金额 1720 元，交易状态为“已退款”；其余交易记录中，状态为“交易成功”的订单共 185 个，总交易数量 196，总交易金额 7599.4 元。

【法院裁判】

法院认为：被诉侵权产品与涉案第 10741055 号注册商标核定使用商品为同类商品，其裤腰、侧边及吊牌处均标注了与涉案商标相同字母、相同排列的标识，属于在相同商品上

使用相同商标，而裤腰内侧标注的“MOLY VLVI”与涉案商标高度近似，仅有细微差别，构成近似商标且极易引起混淆、误认，因此被诉侵权产品应认定为侵犯涉案注册商标专用权的商品。长秀公司在其经营的天猫网店销售此商品，侵害了潇行公司涉案注册商标专用权，应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。天猫公司作为网络服务的提供者，在长秀公司开设店铺前对其进行了资质审核及备案，且事后也通知了长秀公司删除被诉侵权产品链接，潇行公司亦未提供其他证据证明天猫公司对侵权行为系明知，故天猫公司不应承担侵权责任。

关于长秀公司应承担的侵权赔偿数额，首要的争议是长秀公司的具体销售数额。天猫公司提供的交易记录显示，涉案商品链接总成交金额仅 9981.5 元，其中涉及侵权的“魔力裤”成交 196 件，交易金额 7599.4 元。关于潇行公司所强调的“月销量 15 万+”，交易记录显示，2019 年 10 月 2 日的一笔交易订单交易数即达 172000，但付款金额仅有 1720 元且交易状态为“已退款”，此明显为非正常交易，应认定为长秀公司虚构的交易数据。在此情况下，潇行公司主张的 300 万元赔偿明显过高，不予支持。尽管长秀公司实际销售数量少、销售金额低，但还应当考虑如下因素：1. 涉案注册商标知名度。审理查明的事实表明，潇行公司于 2018 年年底即着手涉案商标的品牌推广，借助吴昕、徐璐等艺人的广告植入

扩大了“molyvivi 魔力裤”及“MOLYVIVI”品牌的影响力和知名度。至少在 2019 年 2 月份潇行公司在其开设的“molyvivi 女装旗舰店”即已上架自营的“molyvivi 魔力裤”产品，且产生了大量销售额，足以证明在被告侵权行为发生时涉案注册商标及其“molyvivi 魔力裤”产品已经具有相当的知名度。

2. 长秀公司侵权行为的恶劣程度。在涉案注册商标已经具有相当知名度情况下，长秀公司销售的产品突出标注了与涉案注册商标相同的标识，不论是对侵权标识的标注方式还是商品名称的命名，均有明显的仿冒“molyvivi 魔力裤”的意图。长秀公司还通过虚构交易数量将其侵权产品包装成热销产品。此种通过虚构交易订单夸大商品销量的行为明显违背商业道德，且客观上加大了侵权商品被搜索、关注的概率，进而扩大了侵权行为对商标权人权益的损害。故对于侵权人通过“刷单”等方式虚构交易量的行为，虽不能以刷单所得数据作为认定侵权产品实际销售数额的依据，但对“刷单”等不诚信行为，应当作为其侵权行为恶劣程度的考量因素，情节严重的可施以惩罚性赔偿。

3. 鉴于长秀公司行为的侵权恶意和行为恶劣程度，本案确定侵权赔偿数额时，不应着眼于长秀公司的侵权获利，而应当更侧重于其行为对潇行公司合法权益的损害程度。综合上述因素，以潇行公司正品平均售价计算，再结合正常销售利润，同时考虑对长秀公司的恶意侵权行为应当施以惩罚性赔偿，综合裁量长秀公

司应赔偿潇行公司的经济损失数额。关于本案诉讼费承担，本案诉讼系因长秀公司侵权引起，且长秀公司虚构交易数据的行为导致潇行公司对侵权产品销售规模判断错误，进而提出 300 万元的高额赔偿。长秀公司应当就其明显违背商业道德的行为承担不利后果，承担本案全部诉讼费用。

7、新百伦中国公司诉深圳新平衡公司、郑某某、搏斯达克公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案【苏州中院（2016）苏 05 民初 537 号】

【典型意义】

本案系江苏省首例涉及知名商品特有装潢出具禁令及首例从禁止生产、销售到禁止虚假宣传全链条覆盖的诉中禁令的案件。后基于被申请人拒不履行诉中禁令，又对其行为进行了司法罚款。本案出具的禁令裁定及司法罚款决定，不仅彰显了我国平等保护中外当事人知识产权以及维护司法权威的决心，且通过详尽说理对知识产权诉讼中禁令裁定应当具备的条件，担保数额的设定等做出了一定的探索。

在实体部分，本案对精细化裁判标准的运用以及高额赔偿的计算等均具有借鉴意义。一方面，针对权利人主张的较高额赔偿，在诉讼中强化当事人针对赔偿额的举证责任，引导权利人就其主张的赔偿额提供详细的计算方式及其酌定参考因素。对精细化计算权利人实际损失进行了有益探索的典

型案例。另一方面，在考虑被告主观恶意、侵权性质等情节的基础上，适用高额惩罚性赔偿，全额支持了原告 1000 万元的诉讼请求。体现了通过实施惩罚性赔偿严厉打击严重恶意侵权行为、显著提高侵权成本、最严格保护知识产权的价值导向。

【案情简介】

美国新平衡体育运动公司（简称新平衡公司）于 1970 年在美国注册成立，是世界著名的运动制品生产商之一。经过多年努力，新平衡公司 New Balance 运动鞋已在世界范围内具有极高知名度。新平衡公司的 New Balance 运动鞋最重要的装潢设计是鞋两侧使用英文字母“N”，新平衡公司亦系涉案“”“NEW BALANCE”商标的权利人。新平衡公司授权新百伦贸易（中国）有限公司（简称新百伦中国公司）在中国境内非独占地使用“NEW BALANCE”“”商标、商品名称和标志，并对任何侵犯新平衡公司就被许可标识享有的权利的行为单独或与其共同提起诉讼。

2014 年，郑某某在美国成立“USA New BaiLun Sporting Goods Group Inc”公司（中文翻译为“美国新百伦体育用品集团有限公司”）。该公司授权深圳市新平衡运动体育用品有限公司（简称深圳新平衡公司，系郑某某个人独资公司）大量生产带有“”标识的运动鞋，并通过深圳新平衡公司官网、微博、微信、淘宝以及遍布全国各地的数百家专

卖店等渠道进行推广、销售。晋江市青阳新钮佰伦鞋厂（简称新钮佰伦鞋厂）是郑某某经营的个体工商户，其在阿里巴巴旺铺推广和销售被控侵权运动鞋，对外宣称其为被控侵权运动鞋的生产厂家，并将其阿里巴巴旺铺链接到深圳新平衡公司官网。莆田市荔城区搏斯达克贸易有限公司（简称搏斯达克公司）是郑某某实际控制并经营的鞋产品制造商，其负责被控侵权运动鞋的研发和生产。

被控侵权运动鞋不仅使用了与新平衡公司“”注册商标极其近似的“”商标，且擅自使用了 New Balance 运动鞋中最具识别性的鞋两侧使用“N”字母这一装潢；深圳新平衡公司在其官网登载有大量关于 New Balance 运动鞋的文章，并将文章中的“New Balance”文字链接到推广被控侵权产品的深圳新平衡公司官网；深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂及其分销商还冒用 New Balance 运动鞋的荣誉，实施虚假宣传行为等。

新百伦中国公司向苏州市中级人民法院提出诉讼请求：请求判令深圳新平衡公司、郑某某、搏斯达克公司等停止侵权、消除影响、赔偿经济损失 1000 余万元等。

【法院裁判】

法院认为：深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂、搏斯达克公司在其生产、销售的被控侵权产品上使用与“”商标近似的标识，容易导致混淆，构成对“”商标的侵害，吴

江区松陵镇新平衡鞋店（简称吴江新平衡鞋店，后因一审审理中注销而变更为其经营者王某某）销售上述侵害注册商标专用权的商品，亦构成商标侵权。深圳新平衡公司在官网上发布多篇涉及 **New Balance** 的文章，点击宣传文章中的“**New Balance**”文字直接链接到推广被控侵权产品的深圳新平衡公司官网，其将“**NEW BALANCE**”商标用于被控侵权产品的广告宣传，用于识别商品来源，极易导致相关公众对商品来源造成混淆和误认，使相关公众误认为深圳新平衡公司与“**NEW BALANCE**”品牌持有人存在特定的关联关系，构成对新平衡公司“**NEW BALANCE**”注册商标专用权的侵害。

New Balance 运动鞋至少自 1995 年起就开始在中国境内生产销售，新平衡公司就其运动鞋在全国各地通过多种方式进行持续、广泛的宣传，销售区域遍及全国各地，**New Balance** 运动鞋在全国各地也多次获得司法、行政保护，足以证明 **New Balance** 运动鞋属于《反不正当竞争法》规定的“知名商品”。**New Balance** 运动鞋两侧使用大写、粗体的“**N**”字母标识这一装潢为 **New Balance** 运动鞋装潢中最突出、最具识别性的部分，与新平衡公司的 **New Balance** 运动鞋建立了直接的联系，从而使得该装潢具有了识别商品来源的显著特征，具有特有性，可认定为知名商品特有装潢。

深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂、搏斯达克公司作为同业竞争者，明知 **New Balance** 运动鞋的知名度及其鞋两侧使

用“N”字母标识装潢的显著性，仍擅自使用与知名商品特有装潢近似的“”或“”标识，主观上具有搭便车的恶意，客观上大量抢占了 New Balance 运动鞋的市场份额，违反了经营者在市场交易中应遵守的诚实信用原则，构成不正当竞争。吴江新平衡鞋店作为同业经营者销售擅自使用 New Balance 运动鞋特有装潢的运动鞋，亦构成对 New Balance 运动鞋特有装潢权益的侵害，应承担相应的责任。

新平衡公司的 New Balance 运动鞋获得包括“世界第一慢跑鞋”“总统慢跑鞋”“慢跑鞋之王”等荣誉，深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂同为制鞋行业，理应知晓这些荣誉归属于 New Balance 运动鞋，却刻意将这些荣誉用于被控侵权产品的宣传和推广，属于引人误解的虚假宣传行为，构成不正当竞争。

关于本案民事责任如何确定。深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂、搏斯达克公司、郑某某主观上具有共同的侵权故意，客观上分工合作、紧密配合共同实施了被控侵权行为，构成共同侵权，依法应当承担连带责任。

关于赔偿数额的确定，考虑如下因素：第一，因被侵权所受到的损失，可以根据权利人因侵权所造成商品销售减少量或者侵权商品销售量与该注册商标商品的单位利润乘积计算。综合本案证据，可以认定被控侵权产品在 2015、2016 年两年的销售量至少在 100 万双；New Balance 运动鞋的单

位利润问题参考新百伦中国公司整体利润率进行确定。因此，2015 年和 2016 年，新百伦中国公司因侵权所受的损失=侵权商品销售量×该注册商标商品的单位利润，即侵权商品销售量×New Balance 运动鞋单价×利润率，计算结果远超 1000 万元。第二，以侵权获利佐证 1000 万元赔偿额具有合理性。第三，关于本案的合理费用支出。公证费、翻译费、购买侵权物品费用属于调查取证必然支出的费用，应予全额支持，差旅费在合理范围内予以支持，对于律师费的支出法院在参考司法行政部门规定的律师费收费标准、实际判赔额与请求赔偿额、案件的复杂程度、律师在案件中付出的智力劳动等因素予以全额支持。第四，本案属恶意侵权且情节严重，对新百伦中国公司商誉的损害极大，在本案中确定一倍的赔偿比例。关于吴江新平衡鞋店应承担的赔偿数额问题，一审法院综合考虑吴江新平衡鞋店的经营规模、侵权行为持续时间、侵权行为发生区域、侵权恶意、侵权情节等因素确定其应承担的赔偿金额为 15 万元。

深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂、搏斯达克公司、郑某某与新百伦中国公司经营同种产品，且其通过网络大规模实施侵权行为，受众面广，有大量消费者已经产生实际混淆，并有多条评论涉及被控侵权产品质量低劣，且不允许退货，最终将会导致新平衡公司及其关联公司苦心经营所获得的商誉受到难以弥补的损害。故深圳新平衡公司、新钮佰伦鞋厂、

搏斯达克公司、郑某某应当刊登公告消除影响。

一审判决后，深圳新平衡公司、郑某某、搏斯达克公司、王某某向江苏高院提起上诉。江苏高院二审法院判决驳回上诉，维持原判，一审判决已发生法律效力。

8、上海静安区爱芬环保科技咨询服务中心诉爱芬（苏州）环保信息科技有限公司不正当竞争案【苏州中院（2019）苏05知初550号】

【典型意义】

本案是自反不正当竞争法 2018 年修订后，首例社会组织“名称权”与企业“商号权”纠纷，亦是反不正当竞争法增加了对具有一定影响的社会组织名称（简称）加以保护的条款以来，第一起中国社会组织维权并胜诉的案例。上海爱芬环保中心系业内知名环保组织，被中央电视台、《解放日报》等全国性媒体、报刊多次报道，在国内垃圾减量、垃圾分类环保领域享有很高的知名度。爱芬（苏州）公司在经营过程中擅自将上海爱芬环保中心在先的、有一定影响名称的简称“爱芬”作为企业商号使用。本案通过认定爱芬（苏州）公司行为构成对上海爱芬环保中心的不正当竞争，有力地保护了公益性社会组织的合法权益，助力社会组织品牌保护，对社会组织知识产权保护法律体系的确立有重要的意义。

【案情简介】

上海静安区爱芬环保科技咨询服务中心（以下简称上海爱芬环保中心）系从事非营利性社会服务活动的社会组织，自设立以来主要从事开展向社会公众收费的垃圾分类培训、咨询和指导等服务，其在上述业务活动以及宣传中持续使用“爱芬”、“爱芬环保”简称，并以“爱芬”的汉语拼音（aifen）为官方网站域名。而相关媒体在报道原告时也以“爱芬”或“爱芬环保”指代原告。被告于2017年将企业名称变更为爱芬（苏州）环保信息科技有限公司（以下简称爱芬（苏州）公司），注册运营名称为“爱芬 aifen”的微信公众号，并于2018年2月6日完成了微信认证。爱芬（苏州）公司在其微信公众号发布的大部分文章均涉及垃圾分类知识的宣传，还通过微信公众号提供垃圾预约回收等相关服务。在百度搜索“爱芬环保”所得前5页50条的搜索结果中，43条指向上海爱芬环保中心，7条指向爱芬（苏州）公司。

2019年上海爱芬环保中心两次向爱芬（苏州）公司发送《律师函》，要求被告变更带有“爱芬”字号的公司名称，停止使用“爱芬”作为企业字号，变更微信公众号及社交网络平台名称，停止使用“爱芬”字样。

【法院裁判】

法院认为：上海爱芬环保服务中心系民办非企业单位，属非营利法人，其依法享有名称权，其名称权及于对“爱芬”或“爱芬环保”简称的使用等相关权益。江苏绿春城环保科

技有限公司于 2017 年 12 月 18 日将其企业名称变更为爱芬（苏州）环保信息科技有限公司，此被诉侵权行为发生在 1993 年《反不正当竞争法》修订后、2018 年《反不正当竞争法》实施前。因涉案被诉侵权行为在 2018 年《反不正当竞争法》实施后仍然处于持续状态，故本案应适用修订后的 2018 年《反不正当竞争法》。根据 2018 年《反不正当竞争法》第六条第（二）项规定：擅自使用他人有一定影响的社会组织名称（包括简称等），引人误认是他人商品或者与他人存在特定关系的，构成不正当竞争。本案中，现有证据能够证明上海爱芬环保服务中心在日常经营中开展向社会公众收费的垃圾分类减量培训、咨询和指导服务，并承接政府购买服务。而爱芬（苏州）公司与其提供的部分服务内容相同，构成一定的重合，双方之间存在对特定交易机会、交易人群的争夺，双方之间存在市场竞争关系。

在案证据显示，2013 年上海爱芬环保中心即就垃圾分类在上海地区的实施情况接受中央电视台“经济半小时”栏目的采访，在国内垃圾分类领域开始具备一定的知名度和影响力。其注册运营的“爱芬环保”微信公众号自 2013 年起至今已发布了 100 余篇文章介绍、分享垃圾分类知识和信息。2016 年、2017 年，就垃圾分类分别接受《现代物业》杂志和《解放日报》的采访，在环保领域和社会公众中的知名度和影响力不断拓展，为相关公众所知悉。2015 年至 2018 年间，多

次获得上海有关部门及相关环保组织的表彰，得到了较高得社会评价和环保行业业内的广泛认可。“爱芬”“爱芬环保”作为其简称，已经与上海爱芬环保中心建立起稳定的关联关系，已经具备识别和区分从事经营活动的市场主体的作用。而爱芬（苏州）公司作为专注于垃圾分类的环保行业从业者，对上海爱芬环保服务中心应有所知晓，其未经上海爱芬环保中心许可仍将“爱芬”作为企业名称中识别不同市场主体核心标识的字号，且不能提供使用“爱芬”字号的合理依据，主观上明显具有“搭便车”及攀附上海爱芬环保服务中心作为社会公益组织所具有的公信力、知名度及声誉的恶意。且其登记、使用“爱芬”字号、利用“爱芬 aifen”微信公众号进行宣传以及在经营活动中突出使用“爱芬”字样的行为必然会使相关服务购买方或社会公众误认为爱芬（苏州）公司与具有社会公益性质的原告存在某种渊源或特定关系，足以使相关服务购买方或相关公众对市场主体和服务来源产生混淆和误认，客观上造成市场竞争秩序的混乱。上述行为不具有正当性，应依法给予否定性评价。因其侵权行为客观上损害了上海爱芬环保中心作为非营利组织的公益性，动摇了上海爱芬环保中心在环保业界和社会公众中的公信力并实际损害了声誉，故爱芬（苏州）公司对于其不正当竞争行为所造成的不良影响应予消除。

爱芬（苏州）公司不服一审判决，提起上诉。江苏省高

级人民法院经审理后判决驳回上诉，维持原判。一审判决已发生法律效力，爱芬（苏州）公司立即履行赔偿款，向上海爱芬环保中心公开道歉，并变更了企业商号，取得了较好的社会效果。

9、吴江区松陵镇绿旺服装店诉苏州市吴江区市场监督管理局不服行政机关作出行政处罚决定案【吴江法院（2019）苏 0509 行初 27 号】

【典型意义】

对于先行登记保存这一行政机关收集并保存证据的手段，程序上要求须经行政机关负责人批准、且在法定期限内作出处理决定。但法律未对“处理决定”的后处理情况进行明确。本案在对此种行政行为进行合法性审查时，通过审查所违反程序的重要性、违反程序的具体情节、与当事人实体权利的联系等，认定该行为不是整个行政执法的终局决定，并非对原告依法享有的重要性程序权利的实质损害，亦未影响案件的实体处理，对其是否构成轻微违法予以区分，充分体现了适度能动的司法立场。

【案情简介】

2018 年 1 月 23 日，吴江市场监管局根据举报线索至绿旺服装店进行现场检查，发现该店铺门口店招使用“”图案，店铺门口左侧竖排显示“BOY”，店堂及仓库货架上

查见标有“”图案的服装及帽子等商品共 778 件，以商品吊牌价计算，778 件商品价值 1082420 元。经权利人鉴定，上述商品涉嫌侵犯安格洛联营公司注册商标专用权，执法人员遂对上述商品进行扣押。2018 年 2 月 21 日，经机关负责人批准，吴江市场监管局将扣押期限延长 30 日。2018 年 3 月 23 日，因扣押期限届满，吴江市场监管局解除行政强制措施。同日，经负责人批准，对有关证据采取先行登记保存措施。后吴江市场监管局于 2018 年 3 月 30 日至 7 月 20 日期间先后十七次出具《解除先行登记保存证据通知书》《先行登记保存证据通知书》，在解除此前先行登记保存措施的同时，重新采取先行登记保存措施。

吴江市场监管局经调查后认为，绿旺服装店虽然提供了母公司盛默公司从全然公司购进涉案商品的票据，但是并不能与涉案商品一一对应，而且经协查全然公司查无实处，因此绿旺服装店销售的涉案商品无法证明是从合法来源购进。绿旺服装店销售侵犯他人注册商标专用权的商品的行为构成商标侵权，遂于 2018 年 9 月 6 日作出处罚，没收现场查扣的 778 件涉案商品并处罚款 5 万元，上缴国库。绿旺服装店认为该处罚决定程序违法、认定事实不清、适用法律错误，故起诉至苏州市吴江区人民法院，请求撤销上述行政处罚决定。

【法院裁判】

法院认为：绿旺服装店在第 3050013 号“”商标

已被撤销的情况下，仍然销售带有“”图形服装的行为，构成商标侵权，吴江市场监管局的认定结论正确。绿旺服装店对安格洛联营公司的“”商标与金甲琪此前的“”商标注册使用或争议情况有所了解，为避免商标侵权，其在经营过程中理应履行更加审慎的注意义务。然而，绿旺服装店在进货时怠于履行商标审查义务，主观上明显存在过错。其举证的发票未注明商品品牌、货号等，无法与涉案商品相对应，不能证明涉案商品来源于全然公司。绿旺服装店关于合法来源的抗辩理由不能成立，吴江市场监管局所作没收 778 件涉案商品及罚款 5 万元的决定在法定幅度范围内，并无明显不当。

关于行政处罚程序，《中华人民共和国行政处罚法》第三十七条第二款规定：“行政机关在收集证据时，可以采取抽样取证的方法；在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，经行政机关负责人批准，可以先行登记保存，并应当在七日内及时作出处理决定，在此期间，当事人或者有关人员不得销毁或者转移证据。”此处的“处理决定”应严格遵循《工商行政管理机关行政处罚程序规定》第三十四条的规定，如果行政机关仅仅是在七日内履行了“作出处理决定”的形式就可以无期限地限制当事人的物权直至没收，显然有违先行登记保存的立法精神。本案中，吴江市场监管局连续 18 次采取先行登记保存措施，应认定为超期未作出处理决定，

属程序违法。因先行登记保存的实际作用是保障或辅助后续行政处罚或其他具体行政行为的作出，上述处理期限上的轻微程序违法对绿旺服装店的重要程序性权利并不产生实质损害，不足以影响涉案行政处罚决定书结果的准确性和正当性。故判决确认被告吴江市场监管局所出的吴江市监案字〔2018〕404号行政处罚决定违法，但不撤销该行政行为。

绿旺服装店不服一审判决提起上诉，苏州中院经审理驳回了上诉，维持原判。

10、昆山市人民检察院诉被告人赵某仁、赵某群销售假冒注册商标的商品罪【昆山法院（2020）苏 0583 刑初 277 号】

【典型意义】

该案为苏州地区首例涉疫情知识产权刑事案件。两名被告人在新冠肺炎疫情爆发期间，为获取非法利益，罔顾人民群众生命安全，在“昆山论坛”上公开发布消息口罩销售信息，且在部分购买者明确表示将购买口罩通过绿色通道捐赠给武汉医院的情况下，仍谎称为正品口罩并大量销售。虽然该批口罩因本案案发被及时追回，并未给武汉疫情防控造成实质性损害，但是两被告人在全国人民万众一心抗击疫情的情况下，却为一己私利、不顾公众安全，销售不符合防护要求的口罩，其行为严重破坏社会主义市场经济秩序，侵害消费者合法权益，妨害疫情防控，应依法予以严惩。

【案情简介】

2016年11月至2020年1月期间，被告人赵某仁伙同赵某群以非法营利为目的，从他人处低价购进假冒3M公司第7088304号“3M”注册商标的口罩、耳塞等物品并多次对外销售，销售金额共计人民币110000余元。其中，在新型冠状病毒肺炎疫情期间，被告人赵某群通过“昆山论坛”网络发布口罩销售信息，在明知部分购买者购买口罩用于支援武汉疫情防控的情况下，仍通过微信向陆某、杜某某等人销售假冒“3M”注册商标的口罩，销售金额共计人民币16900余元。公安机关另在被告人赵某群处查获标有“3M”注册商标的口罩1465个、呼吸器（过滤元件）500个、耳塞11500个。经上海市安全生产科学研究所劳动防护用品检测站抽样检测，上述呼吸器（过滤元件）的过滤效果不符合检测标准。

【法院裁判】

法院认为：被告人赵某仁、赵某群为获取非法利益，销售明知是假冒注册商标的商品，销售金额人民币110000余元，数额较大，两被告人的行为均已构成销售假冒注册商标的商品罪。两被告人的行为同时属于以不合格产品冒充合格产品，亦构成销售伪劣产品罪，根据从一重罪处断原则，两被告人构成销售假冒注册商标的商品罪。被告人赵某仁、赵某群具有如实供述、自愿认罪认罚的从轻、从宽情节，但同时两被告人在新型冠状病毒肺炎疫情防控期间，明知部分购买者

购买口罩用于支援武汉疫情防控，仍对外销售假冒注册商标且达不到防护标准的口罩，应予以从重处罚。最终法院判决：一、被告人赵某仁犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑一年十个月，并处罚金人民币八万元。二、被告人赵某群犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑一年十个月，并处罚金人民币八万元。三、公安机关扣押的假冒“3M”注册商标的口罩一千四百六十五个、呼吸器（过滤元件）五百个、耳塞一万一千五百个予以没收；公安机关扣押的其他物品，由公安机关依法作出处理。