



知识产权争议处理典型案例指引丛书
ZHISHICHANQUAN ZHENGYI CHULI DIANXING ANLI ZHIYIN CONGSHU

SHANGBIAOQUAN SUSONG
DIANXING ANLI ZHIYIN

商标权诉讼 典型案例指引

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

广 度

从实务出发选取典型商标诉讼案例，每个案例对应不同主题，如驰名商标的跨类保护、合法来源抗辩、商标权属纠纷等，通过不同主题的案例研究，使读者能够全面学习不同类型的商标诉讼技巧。

深 度

再现部分案例诉讼的全过程，读者除了能够从判决书中了解法官作为裁判者对案件的看法，更能了解知识产权案件专业律师为当事人提供服务时，如何最大限度维护当事人的合法权益的宝贵经验。

特 色

采用“案例评析”方式，对典型案例中的疑难点、重要法条进行抽丝剥茧般的精辟分析，使得相关的实践技巧与案例启示得以自然引出，有助于读者读有所获，学有所得。

内 容

具有体系性、全面性、实务性，集理论与实践于一体，为读者呈现真实的法律事实、裁判要旨与规范全貌。



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位



知识产权争议处理典型案例指引丛书
ZHISHICHANQUAN ZHENGYI CHULI DIANXING ANLI ZHIYIN CONGSHU

商标权诉讼 典型案例指引

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

SHANGBIAOQUAN SUSONG
DIANXING ANLI ZHIYIN



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

商标权诉讼典型案例指引 / 刘华俊著. —北京 : 知识产权出版社, 2017.1
(知识产权争议处理典型案例指引丛书)

ISBN 978-7-5130-4550-6

I. ①商… II. ①刘… III. ①商标法—民事诉讼—案例—中国 IV. ① D923.435

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 247975 号

责任编辑 : 孙 昕

文字编辑 : 王丽莉 王巍巍

责任校对 : 谷 洋

责任出版 : 刘译文

知识产权争议处理典型案例指引丛书

商标权诉讼典型案例指引

中国知识产权培训中心 组织编写

刘华俊 著

出版发行 : 知识产权出版社有限责任公司

社 址 : 北京市海淀区西外太平庄 55 号

责任编辑电话 : 010-82000860 转 8111

发行电话 : 010-82000860 转 8101/8102

印 刷 : 三河市国英印务有限公司

开 本 : 787mm×1092mm 1/16

版 次 : 2017 年 1 月第 1 版

字 数 : 376 千字

ISBN 978-7-5130-4550-6

网 址 : <http://www.ipph.cn>

邮 编 : 100081

责任编辑邮箱 : sunxinmlxq@126.com

发行传真 : 010-82000893/82005070/82000270

经 销 : 各大网上书店、新华书店及相关专业书店

印 张 : 21.75

印 次 : 2017 年 1 月第 1 次印刷

定 价 : 49.00 元

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题, 本社负责调换。

《知识产权争议处理典型案例指引丛书》 编委会

主 编：马 放

副 主 编：孙 玮

执行主编：李 娜 高 强

编 委：赵 辉 杨 璐 许彬彬



随着建设知识产权强国步伐的加快，保护知识产权的观念深入人心。商标是知识产权的重要分支，其主要作用是区分商品或服务的来源。在经济高速发展的当代中国，商品和服务琳琅满目，令消费者目不暇接，而知名、稳定、有效的商标有助于经营者在激烈的市场竞争中脱颖而出。

商标的价值已得到越来越多的重视，我国注册商标申请量逐年上升，仅2015年全国申请数就达2 658 674件，而与之相随的商标纠纷也愈演愈烈，但解决商标纠纷的实务人才较为短缺。因此，为破解人才紧缺问题，中国知识产权培训中心提出进行知识产权纠纷解决培训内容体系建设研究。作为中国知识产权培训中心软科学计划项目的一部分，本书不仅在经费方面得到了中国知识产权培训中心的大力资助，更是在人才方面获得了中国知识产权培训中心的鼎力支持，中国知识产权培训中心汇集了来自复旦大学、中国科学院上海科技查新咨询中心、上海社科院的诸多专家学者以及知名律师事务所资深律师参与了本书的设计与讨论。

本书集理论与实践于一体，为读者呈现真实的法律事实、案件审判的重点与全貌，旨在将知识产权实务机构、科研院校及机关单位的法学教育相结合，提高知识产权人才的综合水平。

在广度上，本书从实务出发选取了极具代表性的商标诉讼案例，每个案例对应不同主题，如驰名商标的跨类保护、合法来源抗辩、商标权属纠纷等，通过不同主题的案例教学，使读者能够全面学习不同类型的商标诉讼技巧。

在体例上，本书从案情简介、法学原理及分析、案件（部分全过程）介绍、案件相关问题解析、案件启示及建议五个方面展开，翔实地介绍了每个案例的来龙去脉，并且经过分析给出建议，一方面达到答疑解惑的目的，另一方面启发读者展开预防与应对侵权行为的思考。

在案件内容上，每一个案例均有据可查，且极为典型。在我国法学三段论逻辑推理的基础上，只要读者能够牢牢抓住知识产权法律、法规的大前提，就能够将本书中的技巧知识灵活运用于实践。

本书的特色在于，一方面，本书部分案例采取了个案全过程教学，即将诉讼开始至结束所有相关的诉讼文书予以呈现，包括诉状、答辩状、双方代理意见、证据目录、庭审笔录等，从而使读者以职业律师的思维，对案件进行全局性、整体性、综合性的分析与思考；另一方面，本书在翔实地介绍每个案例的基础上，经过分析给出了预防与应对侵权、保护知识产权的专业建议。

本书为商标纠纷处理法律实务培训提供了教学内容，结合若干科学的教学方法，有利于培养更多具有体系性、全面性、实务性知识产权技能的人才。

刘华俊

2016年3月



第一章

如何代理商标侵权纠纷案

- **主要原理：**商标侵权纠纷案件的诉讼管辖与诉讼流程
-
- **素材：**百威英博（中国）销售有限公司与浙江喜盈门啤酒有限公司等侵害
-
- 商标专用权及不正当竞争纠纷案

一、案情简介	003
二、法学原理及分析	003
三、案件介绍	006
四、案件相关问题解析	069
五、案件启示及建议	071

第二章

商标侵权的认定与判断方法

- **主要原理：**商标侵权行为的主要类型以及认定规则
-
- **素材：**上海红蚂蚁装潢设计有限公司川沙分公司与江苏红蚂蚁装饰设计工
-
- 程有限公司、上海红蚂蚁装潢设计有限公司侵害商标权纠纷案

一、案情简介·····	075
二、法学原理及分析·····	076
三、案件介绍·····	079
四、案件相关问题解析·····	097
五、案件启示及建议·····	100

第三章 驰名商标的认定及驰名商标的跨类保护

- **主要原理：**驰名商标的认定因素，驰名商标跨类别保护的条件及情形
- **素材：**中国北京同仁堂（集团）有限责任公司与中华同仁堂生物科技有限
- 公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案

一、案情简介·····	105
二、法学原理及分析·····	105
三、案件介绍·····	110
四、案件相关问题解析·····	132
五、案件启示及建议·····	134

第四章 商标侵权纠纷合法来源抗辩问题

- **主要原理：**被控侵权人在销售商品时不知道该商品侵犯注册商标专用权，
- 同时能证明商品是合法取得的并能说明提供者，则被控侵权人不承担赔偿
- 责任
- **素材：**北京天丰利服装小商品批发市场有限公司与肖永华、广东奥飞动漫
- 文化股份有限公司侵害商标权纠纷案

一、案情简介.....	139
二、法学原理及分析.....	139
三、案件介绍.....	141
四、案件相关问题解析.....	147
五、案件启示及建议.....	149

第五章 商标侵权案件赔偿问题

- 主要原理：侵犯商标专用权的损害赔偿额的四层次确定方法
- 素材：钱柜企业股份有限公司与谢海龙侵害商标权纠纷案

一、案情简介.....	157
二、法学原理及分析.....	158
三、案件介绍.....	160
四、案件相关问题解析.....	173
五、案件启示及建议.....	175

第六章 商标专用权的权属纠纷问题

- 主要原理：民事行为的效力以及商标权利的转让
- 素材：雷迪（中国）有限公司与华趣多投资有限公司、上海雷迪机械仪器有限公司、吴基胜商标专用权权属纠纷案

一、案情简介·····	179
二、法学原理及分析·····	180
三、案件介绍·····	182
四、案件相关问题解析·····	195
五、案件启示及建议·····	197

第七章

商标抢注及在先权利问题

- **主要原理：**已经注册的商标，自商标注册之日起五年内，在先权利人可以
- 请求商标评审委员会宣告该注册商标无效
- **素材：**河南省宋河酒业股份有限公司与河南省宋井酒业有限公司著作权权
- 属、商标侵权纠纷案

一、案情简介·····	201
二、法学原理分析·····	201
三、案件介绍·····	203
四、案件相关问题解析·····	214
五、案件启示及建议·····	216

第八章

确认不侵犯注册商标专用权纠纷

- **主要原理：**确认不侵权之诉的受理条件及认定规则
- **素材：**无锡艾弗国际贸易有限公司与被告鳄鱼恤有限公司确认不侵犯注册
- 商标专用权纠纷案
-

一、案情简介·····	223
二、法学原理及分析·····	224
三、案件介绍·····	225
四、案件相关问题解析·····	240
五、案件启示及建议·····	242

第九章

商标权许可合同纠纷及商标权许可注意事项

- **主要原理：**商标权许可合同的类型、法律效力及纠纷解决
- **素材：**上海帕弗洛文化用品有限公司与毕加索国际企业股份有限公司等商
- 标使用许可合同纠纷案

一、案情简介·····	247
二、法学原理及分析·····	248
三、案件介绍·····	250
四、案件相关问题解析·····	276
五、案件启示及建议·····	277

第十章

商标权转让合同纠纷及商标权转让注意事项

- **主要原理：**商标转让的程序性要求、常见法律风险及其应对
- **素材：**江门市新会区吉满堂茶业有限公司与尤泽锋、姚浜灿商标权转让合
- 同纠纷案

一、案情简介·····	291
二、法学原理及分析·····	292
三、案件介绍·····	293
四、案件相关问题解析·····	305
五、案件启示及建议·····	306



互联网时代网络服务商的商标侵权责任

- **主要原理：**商标网络侵权的特殊性及网络服务商的法律责任
- **素材：**衣念（上海）时装贸易有限公司与浙江淘宝网络有限公司、杜国发
- 侵害商标权纠纷案

一、案情简介·····	313
二、法学原理及分析·····	313
三、案件介绍·····	317
四、案件相关问题解析·····	329
五、案件启示及建议·····	330



第一章

如何代理商标侵权纠纷案

主要原理：商标侵权纠纷案件的诉讼管辖与诉讼流程

素材：百威英博（中国）销售有限公司与浙江喜盈门啤酒有限公司等侵害商标专用权及不正当竞争纠纷案

一、案情简介

2012年9月,百威英博(中国)销售有限公司起诉浙江汾湖啤酒有限公司(诉讼中名称变更为:浙江喜盈门啤酒有限公司,以下简称浙江喜盈门)、抚州喜盈门啤酒有限公司、黑龙江北国啤酒集团有限公司、上海金炆风味餐饮有限公司(后撤回起诉),后追加浙江蓝堡投资有限公司、哈尔滨喜盈门啤酒有限公司(后撤回起诉)为被告,诉称被告擅自在其生产和销售的啤酒瓶上使用“百威”“百威英博”商标和“百威英博”字号,导致相关公众误认,侵害了原告商标专用权,并且构成了不正当竞争,要求四被告共同承担停止侵权、赔偿损失、消除影响、赔礼道歉等责任。

四被告辩称:首先,酒瓶上的“百威英博”并非作为商标使用;其次,被控侵权的啤酒系被告浙江喜盈门生产,其余被告未实施生产行为;再次,浙江喜盈门使用的是回收酒瓶,使用的是酒瓶的容器功能,没有将酒瓶上的文字作为商标使用,且使用回收瓶符合国家政策和行业惯例;最后,消费者并非按照啤酒瓶上的文字来区分商品来源,被告在瓶贴上已经突出使用了自己的商标,与原告有显著区别,消费者不会误认。

2013年4月,上海市第一中级人民法院作出一审判决,判决被告浙江喜盈门承担停止侵害、赔偿损失10万元人民币、消除影响责任,驳回原告其余诉讼请求。浙江喜盈门上诉后,2014年3月上海市高级人民法院判决:驳回上诉,维持原判。浙江喜盈门提起再审申请,2014年11月最高人民法院裁定驳回再审申请。

从案件整个过程而言,争议焦点主要集中在:(1)在酒瓶上使用“百威英博”是否作为商标使用;(2)回收带有他人商标的酒瓶是否属于对商标的合理使用;(3)使用带有“百威英博”文字的酒瓶是否会导致啤酒来源的混淆。

二、法学原理及分析

(一) 案件审理时法律原理

《中华人民共和国商标法实施条例》(2002年修订)

第三条 商标的使用是指以经营为目的,将商标用于商品、商品包装或者容器上;用于服务或者与服务有关的物件上;用于商品或者服务交易的文书上;或者将商标用于商品或者服务的广告宣传、展览以及其他商业活动中,足以使相关公众认

其为区别该商品或者服务来源的标志的实际使用。

针对争议焦点一：在酒瓶上使用“百威英博”是否即作为商标使用。首先，必须明确何为商标的使用。《中华人民共和国商标法实施条例》（2002年修订）第3条对其做了开放式的列举，即商标的使用要符合以下特征：一是以经营为目的的实际使用，二是使用会产生商品来源识别的效果。其次，结合案件具体情况对照上述特征，若全部符合即是作为商标使用。

《中华人民共和国商标法》（2001年修正）

第五十二条 有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：

（一）未经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的；

（二）销售侵犯注册商标专用权的商品的；

（三）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；

（四）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；

（五）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。

第五十六条 侵犯商标专用权的赔偿数额，为侵权人在侵权期间因侵权所获得的利益，或者被侵权人在被侵权期间因被侵权所受到的损失，包括被侵权人为制止侵权行为所支付的合理开支。

前款所称侵权人因侵权所得利益，或者被侵权人因被侵权所受损失难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予五十万元以下的赔偿。

销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品，能证明该商品是自己合法取得的并说明提供者的，不承担赔偿责任。

《中华人民共和国商标法实施条例》（2002年修订）

第四十九条 注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。

针对焦点二：回收带有他人商标的酒瓶是否属于对商标的合理使用。关于商标的合理使用，我国2002年施行的《商标法实施条例》仅在第49条中规定了一种行为，

在不符合此一种行为而又符合第 52 条规定的五种行为之一的情况下，即构成对商标权的侵犯。

侵犯商标权的赔偿数额根据《商标法》（2001 年修正）第 56 条规定，先依据侵权人侵权所得收益或被侵权人所受损失，若上述两项难以确定，则人民法院在 50 万元以下享有自由裁量权。本案因原告未提供证据证明侵权所得及所受损失，故法院依据侵权行为情节判决赔偿 10 万元。

（二）现行法律原理

《中华人民共和国商标法》

第四十八条 本法所称商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为。

第五十七条 有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：

- （一）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的；
- （二）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的；
- （三）销售侵犯注册商标专用权的商品的；
- （四）伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；
- （五）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；
- （六）故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件，帮助他人实施侵犯商标专用权行为的；
- （七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。

第五十九条 注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有的地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。

三维标志注册商标中含有的商品自身的性质产生的形状、为获得技术效果而需有的商品形状或者使商品具有实质性价值的形状，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。

商标注册人申请商标注册前，他人已经在同一种商品或者类似商品上先于商标