

拨一拨,聊一聊,温岭热点尽在“掌”握

热线 86901890

记者 赵云  
通讯员 李洁 林文欢

日前,市人民法院召开新闻发布会,通报知识产权审判工作情况。

今年1-9月,市人民法院共受理各类知识产权案件186件,办结166件,收结案居台州前列。相比去年同期的受理案件104件办结102件,有较大幅度增加。审理涉知识产权刑事案件13件,目前已经结案的有12件,相关涉案人员均被判处罚金或有期徒刑(或缓刑)。

案件数量上升的同时,批量维权案件也有增加,商标权侵权纠纷案件增加幅度大,涉网案件比例有所上升。



## 哈密瓜“傍名牌”,两家超市赔钱

今年3月5日,市区锦屏路一家超市来了一名特殊的顾客。

这名顾客先对该超市招牌、货柜进行拍摄,然后购买了一个哈密瓜。这个哈密瓜外观标有“晓蜜”字样。超市出具的购物小票上,显示顾客所购商品为“晓蜜”哈密瓜。

7月15日,海南一家农业发展有限公司对这家超市提起诉讼。该公司是“晓蜜”哈密瓜品牌商标的持有人,认为这家超市侵害了其注册商标专用权。

上述顾客是该公司委托的代理人,购买过程由公证人员陪同,各项证据被公证。

该公司称,超市未经许可,在其经营店铺内销售的哈密瓜,使用了与

该公司商标近似的商标,致使消费者误以为是该公司产品,以谋取不正当利益。该公司的诉讼请求,超市停止侵权行为,赔偿各项损失共6万元。

超市称,在不知情的情况下购入涉诉侵权商品并转售,存在过错。对于涉诉侵权商品的合法来源,超市未能提供充足的证据加以证明。

《中华人民共和国商标法》规定,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或者使用近似的商标,容易导致混淆的,属侵犯注册商标专用权的行为。

法院审理后认为,超市销售涉诉侵权商品的行为构成对原告注册商标专用权的侵犯,应承担停止侵权、赔

偿损失的民事责任。最后,法院判处超市停止销售侵权商品的行为,并赔偿给原告经济损失1.2万元。

除了这家超市,市区九龙大道的一家超市也被这家公司提起诉讼。两家超市的情况差不多。

超市答辩称,其对涉诉商标情况不清楚;涉诉商品为新鲜水果,在批发市场已包装完毕,批发商以“晓蜜瓜”的名义销售。其向批发商购买并取得票据,再在店铺内销售。

《中华人民共和国商标法》规定,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并说明提供者的,不承担赔偿责任。

法院审理后认为,超市的涉诉侵

权商品具有合法来源,但该公司为本案支出的,包括调查取证、聘请律师在内的合理费用,仍应由被告超市承担。法院酌情确定合理费用为5000元。

一审判决后,该公司提起上诉。之后,经过调解,双方和解。

今年1-9月,市人民法院受理的商标权侵权纠纷案件87件,办结73件,收案数量比去年同期翻了一番。“山寨产品”“傍名牌”的现象依然存在,涉诉商品包括鞋、服饰、水泵、水果、饮料以及餐巾纸等。

市人民法院民三庭(知识产权庭)庭长王晓波称,商标权侵权纠纷案件的背景是维权主体的增加,以前的维权主体以知名大品牌为主,现在一些小品牌也进入了维权队伍。

夏女士在泽国开了一间服装店,并在阿里巴巴上开了同名的网店。

去年5月9日,有顾客在网上下单买了两双儿童袜子鞋,鞋子每双26元。这名顾客是香港某公司的代理人,其网购过程由公证人员监督。2天后,鞋子寄到,在公证人员的监督下,代理人拆封该包裹,并进行了拍照、封存。

这家公司是“小黄鸭”品牌商标持有人,之所以这么做,是因为其认为袜子鞋上有“小黄鸭”的头像。

## 多家网店成为被告,需尽审查义务

去年12月,这家公司通过阿里巴巴聊天软件,向夏女士的服装店发送律师函,要求停止侵权并赔偿损失。

今年6月10日,这家公司向市人民法院提起诉讼,请求判令服装店停止侵权行为,并赔偿6万元。

服装店辩称,其未侵害这家公司的注册商标,且涉讼童鞋产品在半年前已下架;此外,网店款式多,涉讼产品仅一款两色,占商品比例低,且销量为30双左右,刨除商品成本,

利润不到90元,这家公司索赔6万元无事实依据。

法院审理后认为,被告未经许可,销售的涉讼产品与原告注册商标的核定使用商品系同类商品,且鸭子饰物被突出使用在鞋面部位,容易使消费者混淆产品的来源或者误认为两者之间具有特定联系,被告销售涉讼产品的行为构成商标侵权行为。

最后,法院判处服装店赔偿1万元给这家公司。

值得一提的是,服装店辩称其系

零售商,对原告商标并不了解,且涉讼童鞋内标有生产商信息的合格证,不应承担赔偿责任。法院认为,被告从事鞋类销售多年,且网店开设的阿里巴巴平台以批发为主、零售为辅,理应应对鞋类品牌负有相当的注意义务。

据了解,很多商标权侵权纠纷案件的被告为网店。法官提醒,网络不是法外之地,网店销售时应注意货物渠道来源,提高对商标等的敏感意识,尽到审查义务。

## 苦心“傍名牌”不如一心“创名牌”

记者 赵云

销售30双鞋子,每双单价36元,营业额为780元。按照泽国这家服装店所述,利润不到90元。但因为售假,服装店赔了1万元。

真是得不偿失!作为服装店,对鞋类品牌有注意义务,对“傍名牌”的“山寨”有审查义务。售假被发现后,一句“并不知情”并不能让其免责。很多时候,商家为了盈利会知假

售假。

一个知名品牌的诞生,需要投入很多,品牌本身就具有较好的价值。“傍名牌”的行为,就是一种侵犯知识产权的行为,必须严厉打击。

售假被发现的情况大抵有两种:一种是被有关部门查处,另一种是被品牌权利人发现。“山寨”“傍名牌”屡禁不止,说明很多售假者抱着侥幸心理,觉得不会被发现。

为维护正常的市场秩序,保护知识产权,必须加大打击力度。一方面,有关部门要加大执法力度,严加监管,对造假售假现象采取零容忍态度。另一方面,企业作为社会打假的主体,打假既是权利,又是社会责任。

可喜的是,企业维权主体变多了。越来越多的企业拿起法律武器维护自己的权益。广大网友和消费者遇到假货时,更要第一时间发声,通过举报、投诉等方式,曝光网店的不良

行为。只有这样,才能进一步压缩“傍名牌”的生存空间,形成“傍名牌”不如“创名牌”的社会共识。

“傍名牌”只能把自己从“捷径”中推向“绝路”,“创名牌”才能成功开辟属于自己的一片市场,成为市场的“领跑者”。创新是企业的灵魂,今年“世界知识产权日”的主题为“把创意推向市场”。企业只有加大自主创新,才能迎来健康长足的发展。

## 公众号提供电影在线播放?当心侵权!

8月初,我市一家商贸公司被北京某公司提起诉讼,案由是侵害作品信息网络传播权纠纷。

为推广公司业务,商贸公司开了微信公众号。公众号曾设有栏目“群团商城”“我要接龙”“VIP影视”。

去年9月24日,北京某公司申请了可信时间戳电子证据固化保全。进入公众号,点击“VIP影视”显示“VIP影院、影卡充值”选项,点击“VIP影院”选项进入一个名为“FURIOUS7”的影视网站,通过搜索并播放某部电影。

该部电影为网络大电影,北京某公司独占性信息网络传播权、转授权、独立维权。北京某公司认为,商贸公司非法提供该影视作品的在线播放行为,极大地侵害了其对该影视作品享有的专有独占性信息网络传播权,给其造成了极大的经济损失。

因此,北京某公司提出诉请,判令商贸公司赔偿其5万元。商贸公司未作答辩,也未向法院提供证据材料。

法院认为,被告未经原告许可,通过其运营的涉案微信公众号提供涉案电影的在线播放服务,使不特定的公众能够在选定的时间和地点获得作品,被告的行为侵害了原告对涉案电影享有的信息网络传播权,应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。

最后,法院判处商贸公司赔偿给北京某公司4300元。

## 多措并举 构筑“司法防火墙”

知识产权司法保护是知识产权保护体系的重要力量,发挥着不可替代的关键作用。近年来,市人民法院持续加大力度,多措并举,依法严格保护知识产权,严厉制裁侵害知识产权的行为,破解知识产权司法保护的难点、痛点。

对恶意侵权、重复侵权、属制售源头以及具有示范性效应的侵权案件,法院通过核准临时禁令十余件等方式,依法惩处严重侵权行为。

今年上半年,市人民法院协同市市场监督管理局搭建知识产权纠纷线上化解平台,打造6个知识产权纠纷巡回调解室,至9月底共移送调解129件,民事调撤率达72.78%。法院还编写《民法典背景下民营企业法律风险防范手册》,为民营企业健康发展构筑“司法防火墙”。在浙江中马园林机器股份有限公司建立知识产权司法保护调研联系点,引导企业走创新发展之路。

记者手记 》

记者 赵云

销售30双鞋子,每双单价36元,营业额为780元。按照泽国这家服装店所述,利润不到90元。但因为售假,服装店赔了1万元。

真是得不偿失!作为服装店,对鞋类品牌有注意义务,对“傍名牌”的“山寨”有审查义务。售假被发现后,一句“并不知情”并不能让其免责。很多时候,商家为了盈利会知假

售假。

一个知名品牌的诞生,需要投入很多,品牌本身就具有较好的价值。“傍名牌”的行为,就是一种侵犯知识产权的行为,必须严厉打击。

售假被发现的情况大抵有两种:一种是被有关部门查处,另一种是被品牌权利人发现。“山寨”“傍名牌”屡禁不止,说明很多售假者抱着侥幸心理,觉得不会被发现。

为维护正常的市场秩序,保护知识产权,必须加大打击力度。一方面,有关部门要加大执法力度,严加监管,对造假售假现象采取零容忍态度。另一方面,企业作为社会打假的主体,打假既是权利,又是社会责任。

可喜的是,企业维权主体变多了。越来越多的企业拿起法律武器维护自己的权益。广大网友和消费者遇到假货时,更要第一时间发声,通过举报、投诉等方式,曝光网店的不良

行为。只有这样,才能进一步压缩“傍名牌”的生存空间,形成“傍名牌”不如“创名牌”的社会共识。

“傍名牌”只能把自己从“捷径”中推向“绝路”,“创名牌”才能成功开辟属于自己的一片市场,成为市场的“领跑者”。创新是企业的灵魂,今年“世界知识产权日”的主题为“把创意推向市场”。企业只有加大自主创新,才能迎来健康长足的发展。