

37

宁夏亨泰枸杞保健饮品有限公司诉宁夏香山酒业(集团)有限公司仿冒知名商品特有名称、包装、装潢纠纷上诉案

案号: (2006)宁民知终字第4号

判决日期: 2006年5月19日

审理过程

宁夏香山酒业(集团)有限公司(以下简称香山公司)向原中卫县法院起诉宁夏亨泰枸杞保健饮品有限公司(以下简称亨泰公司)、中卫琪隆圆超市生产、销售的李泉牌宁夏红枸杞酒仿冒其知名商品“宁夏红·枸杞酒”特有的名称、包装和装潢。亨泰公司提出管辖权异议,吴忠市中级人民法院裁定将本案移送银川市中级人民法院管辖。一审判决亨泰公司构成不正当竞争。亨泰公司向宁夏回族自治区高级人民法院提起上诉。

案件要点

- 1.对仿冒知名商品特有名称、包装和装潢的认定。
- 2.被控侵权的装潢已经取得专利权,是否可以对抗侵权指控?

基本案情

2001年起香山公司开始销售“宁夏红·枸杞酒”,其外盒和瓶贴为醒目的全红底色,突出“宁夏红”三字,并以线条图案及山水背景装饰。香山公司对该产品进行了广泛的广告宣传,产品销售范围广泛,2002年被工商行政管理机关认定为知名商品。“宁夏红·枸杞酒”酒瓶、包装盒及瓶贴分别在2001年、2002年被授予外观设计专利权。

亨泰公司 2003 年生产李泉牌“宁夏红枸杞酒”，其外盒和瓶贴包装装潢与香山公司产品近似；商品名称突出“宁夏”二字，字体和排列方式与香山公司产品有差别。亨泰公司使用的三款酒瓶、两款瓶贴、两种包装盒在 2004 年获得外观设计专利权。

一审法院认为，“宁夏红·枸杞酒”为知名商品，其名称、包装、装潢特有。亨泰公司产品的名称与香山公司的同类产品相同，包装盒、瓶贴近似。虽然两公司使用的酒瓶、瓶贴和包装盒均已取得外观设计专利，但亨泰公司取得权利在后，依据保护在先使用的原则，香山公司在先使用的“宁夏红·枸杞酒”名称、包装、装潢优先受保护。

亨泰公司上诉称，本案未经专利权无效宣告程序，以《反不正当竞争法》剥夺专利权人合法行使自己专利的权利，适用法律不当。

适用法律

《反不正当竞争法》第五条第(二)项：“经营者不得采用下列不正当手段从事市场交易，损害竞争对手：

(二)擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品；”

《专利法》第二十三条：“授予专利权的外观设计，应当同申请日以前在国内外出版物上公开发表过或者国内公开使用过的外观设计不相同和不相近似，并不得与他人在先取得的合法权利相冲突。”

《最高人民法院关于审理专利纠纷案件适用法律问题的若干规定》(法释[2001]21号)第十六条：“专利法第二十三条所称的在先取得的合法权利包括：商标权、著作权、企业名称权、肖像权、知名商品特有包装或者装潢使用权等。”

要点分析

1. 对仿冒知名商品特有名称、包装和装潢的认定

香山公司对其“宁夏红·枸杞酒”进行了广泛广告宣传,具有一定销售规模,质量得到政府质监部门肯定,较受消费者欢迎和信赖。该产品在一定范围市场上具有一定的知名度,为相关公众所知悉,属于知名商品。

“宁夏红·枸杞酒”是地名、颜色、通用名称的组合。香山公司首先使用,并在广告、促销、展示中突出使用该名称。消费者亦将该名与其生产经营者香山公司联系到一起。“宁夏红·枸杞酒”已成为特定生产经营者的产品标识,有别于其他同类产品,形成了显著的区别性特征,构成知名商品的特有名称。

亨泰公司产品名称“宁夏红枸杞酒”与“宁夏红·枸杞酒”字数、组成要素完全相同,且起主要识别作用的均是“宁夏红”三字,在隔离状态下比对,极易引起消费者混淆。虽然两者在断句和字体排列上有所不同,但在一般消费者施以普通注意力的情况下,这种差异是容易被忽略的。

香山公司“宁夏红·枸杞酒”装潢醒目,商品识别作用明显。亨泰公司产品包装、装潢在整体印象、要部特征、色彩搭配方面与“宁夏红·枸杞酒”相似,主观上存在靠近的故意。一般购买者施以普通注意力难以区分,二者构成近似装潢。二者在字体、背景等方面的差别不足以使一般消费者在隔离状态下正确选购商品,会引起一般消费者的混淆、误认。

2. 被控侵权的装潢已经取得专利权,是否可以对抗侵权指控?

本案当事人双方使用的酒瓶、瓶贴、包装盒等涉案包装装潢均已取得外观设计专利,但香山公司取得专利权在先,其对“宁夏红·枸杞酒”的名称、包装、装潢的使用亦在先,根据保护在先使用原则应当优先受到保护。

判决要点

亨泰公司生产、销售的“宁夏红枸杞酒”的名称与香山公司的“宁夏红·枸杞酒”完全相同,包装、装潢相近似,足以产生误认或混淆。尽管亨泰公司的包装装

潢已取得专利权,但香山公司取得专利权在先、使用亦在先的事实清楚,因此无须经过专利确权程序,法院可直接作出判决。