

1.png

深圳市律师协会知识产权法律专业委员会编制

**知识产权法律资讯**

**2018年3月号总第19期**

**目录**

[最新动态 2](#_Toc528699163)

[1、适应新的上诉审理机制 提升知产司法保护水平 2](#_Toc528699164)

[2、中意联合公报：应确保公平竞争环境，促进全面保护知识产权 3](#_Toc528699165)

[3、2019年全国知识产权宣传周主题确定 4](#_Toc528699166)

[4、让制假者付出“付不起的成本” 5](#_Toc528699167)

[行业资讯 7](#_Toc528699168)

[1、KTV版权路归何处:行业乱象 再陷纠纷 7](#_Toc528699169)

[2、侵犯丹麦“嘉士伯”商标权 山东“嘉士伯” 一审被判百万并更名 9](#_Toc528699170)

[3、售假商家起诉拼多多一审败诉 32万元扣款将赔付用户 12](#_Toc528699171)

[4、“国窖1573”广告音乐能否注册声音商标？ 14](#_Toc528699172)

[5、雅诗兰黛起诉网易考拉侵害商标权：索赔120万 17](#_Toc528699173)

[6、从“邓紫棋改名风波” 看歌手解约版权风险 19](#_Toc528699174)

[专业委员会简介 21](#_Toc528699175)

[深圳市律师协会知识产权法律专业委员会 21](#_Toc528699176)

[组成成员 21](#_Toc528699177)

## 最新动态

### 适应新的上诉审理机制 提升知产司法保护水平

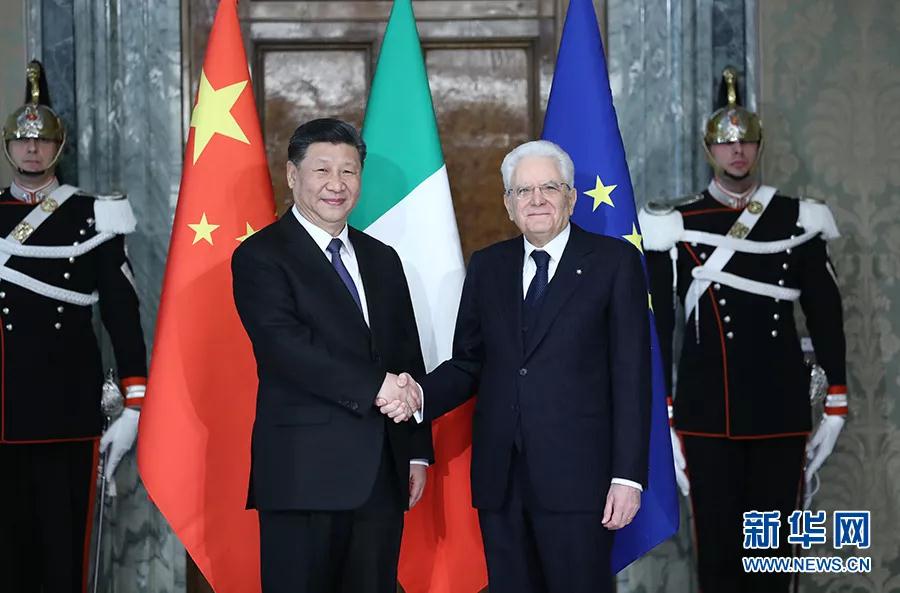
### 随着最高人民法院知识产权法庭正式挂牌成立，我国正式确立了国家层面的知识产权案件上诉审理机制，形成全国范围内技术类知识产权案件的专门化审判组织体系，这必然要求提升知识产权审判的专业化水平，加快推进知识产权审判体系和审判能力现代化，需要在工作的理念、机制、方法、能力上全面提升，促进裁判的统一性和权威性，以司法创新保护技术创新，让司法更有温度和可感受度，并且提高队伍的专业化国际化水平。

### 2014年底，北京、上海、广州三家知识产权法院先后成立，之后全国19家中级法院成立知识产权法庭。2019年1月1日，最高人民法院知识产权法庭正式挂牌成立，这是我国知识产权司法保护发展史上的重要里程碑，标志着国家层面知识产权案件上诉审理机制的正式确立，开启了人民法院知识产权司法保护的新篇章。

### 根据十三届全国人大常委会通过的《关于专利等知识产权案件诉讼程序若干问题的决定》，最高人民法院知识产权法庭主要审理专利、植物新品种、集成电路布图设计、技术秘密、计算机软件等技术类案件的上诉案件。而这些案件的一审主要是在3家知识产权法院和18个知识产权法庭审理，这就形成了全国范围内技术类知识产权案件的专门化审判组织体系。这些案件专业技术性强，与科技创新、关键核心技术的自主创新、经济社会发展息息相关，其审理质量和效果直接影响创新驱动发展战略的实施和推进，因而对案件审理质量尤其是一审审理质量提出了更高的要求，需要在提升专业化审判水平上下更大的功夫，加快推进知识产权审判体系和审判能力现代化。（来源：人民法院报）

链接： <http://ip.people.com.cn/n1/2019/0326/c179663-30995515.html>

### 2、中意联合公报：应确保公平竞争环境，促进全面保护知识产权



3月22日，国家主席习近平在罗马同意大利总统马塔雷拉举行会谈。 新华社记者 鞠鹏 摄

2019年3月21日至24日，应意大利共和国总统马塔雷拉邀请，习近平主席对意大利进行国事访问。2019年正值中意建立全面战略伙伴关系15周年，2020年将迎来中意建交50周年，值此重要时刻，中国国家元首时隔10年再度访问意大利，具有继往开来的重要历史意义。

访意期间，习近平主席同马塔雷拉总统和孔特总理举行会谈，就双边关系及共同关心的国际和地区问题广泛深入交换意见。随后，两国发布了《中华人民共和国和意大利共和国关于加强全面战略伙伴关系的联合公报》。其中，围绕知识产权相关工作，联合公报专门强调，应确保公平竞争环境，促进全面保护知识产权。

其中，中意联合公报指出：

双方强调支持中欧地理标志合作保护协定谈判取得务实进展。

双方强调双边贸易和双向投资持续增长，重申应确保公平竞争环境，促进全面保护知识产权，以加强两国经济合作、双边贸易和相互投资。双方同意相互提供更加宽广和便利的市场准入，从而实现双边贸易在增长中逐步平衡和双向投资增长的共同目标。

双方对《中意面向2020的科技创新合作战略规划》取得的进展表示满意，特别是2018年12月第9届中意创新合作周在米兰、罗马和卡利亚里成功举办，第16届中意科技合作联委会亦于2019年3月在罗马成功召开，愿根据保护知识产权的原则，继续加强创新政策对话，在联合实验室和大型研究设施方面开展互利合作，加强两国科研人员、高端人才及初创企业间的交流合作，并考虑签署相关协议。双方认可中意创新合作周、中意科技合作联委会、中华人民共和国科技部同意大利共和国外交与国际合作部签署的中意科技合作执行计划、中意技术转移中心在推动双方科研和创新、辐射带动区域间合作等方面的积极作用。（来源：综合新华社、光明日报消息）

链接<http://www.iprchn.com/cipnews/news_content.aspx?newsId=114847>

### 3、2019年全国知识产权宣传周主题确定

近日，全国知识产权宣传周活动组委会决定组织开展2019年全国知识产权宣传周活动，以“严格知识产权保护 营造一流营商环境”为主题，时间为4月20日至26日。

据悉，2019年全国知识产权宣传周活动以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大、十九届二中、三中全会精神，坚持新发展理念，按照稳中求进和高质量发展的要求，广泛宣传党和国家关于知识产权工作的决策部署，突出知识产权保护是营造良好营商环境的重要方面，积极推进以“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”为核心的知识产权文化建设，为加快知识产权强国建设营造良好舆论氛围。各地区各部门将面向创新主体、政府人员、青少年及社会公众等不同群体，通过举办启动仪式、新闻发布、宣讲、咨询、展览等形式，广泛开展活动。

据了解，今年的宣传周活动将重点围绕五方面内容。一是宣传各地区各部门认真学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚决贯彻习近平总书记关于知识产权工作的重要指示，坚决贯彻党中央、国务院有关知识产权的重大决策部署，切实推动知识产权事业高质量发展的新进展、新风貌、新经验、新成就。二是宣传新中国成立70年来，特别是党的十八大以来，我国知识产权事业发展壮大的不平凡历程和取得的成就，各地知识产权工作进展和成绩。三是宣传各地区各部门落实习近平总书记关于提高知识产权审查质量和审查效率的重要指示，落实国务院“放管服”改革部署要求，推动知识产权事业稳中求进、高质量发展的举措和成绩。四是宣传各地区各部门在强化知识产权创造、保护、运用方面的政策和举措，挖掘报道严格知识产权保护、促进知识产权综合运用等方面的典型事例。五是宣传知识产权法律法规和基本知识，广泛开展各具特色的宣传普及活动，探索公众喜闻乐见的宣传形式，传播以“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”为核心理念的知识产权文化，大力倡导创新文化，进一步提升全社会知识产权意识。（来源：中国知识产权报）

链接： <http://ip.people.com.cn/n1/2019/0320/c179663-30985115.html>

### 4、让制假者付出“付不起的成本”

今年全国两会期间，国家市场监管总局局长张茅在“部长通道”上字字铿锵地说:“要让造假者付出付不起的成本。”在记者会上，他再次用了严厉的一句话来表达态度：假冒就是侵犯了知识产权，就要严厉打击。要大幅度提高违法成本，使制假售假者倾家荡产，公开曝光造假者，让他在阳光之下无处藏身。

张茅的表态让人充满期待：我国对制售假冒伪劣商品的最严处罚，是不是要呼之欲出了？公众苦于假货久矣。这些年，假冒伪劣商品充斥在老百姓生活中，让相关企业的利益损失惨重，也严重侵害了消费者的权益，严重干扰了市场公平竞争环境，让“中国制造”的国际形象蒙受阴影与损失。假冒伪劣产品如同过街老鼠，人人都在喊打，不少有识之士也早就在呼吁国家对制假售假者实行最严厉的惩罚。

让假冒伪劣产品制造者付出付不起的成本，确实不能再等。假冒伪劣商品层出不穷、打而不绝的重要原因是：利润太高，违法成本太低。国家质检总局原副局长刘平均曾透露，“前几年曾有销售白酒的电商告诉我，假冒茅台50年陈酿，利润比贩毒还高”“对于假冒伪劣犯罪分子，10次你抓住了9次，有1次没抓住，他们都能牟取暴利”。这就不难理解制售假冒伪劣案件为何多是惯犯、累犯所为。

马云也曾公开表示，“目前法律体系的滞后对假货行为构不成威慑，也为权力寻租留出了巨大空间”：我国法律规定，制假售假案值5万元以下没有刑事责任；5万元以上的顶多判7年。这是20年前的法律和10多年前的司法解释，严重脱离实际，结果是今天99%的制假售假行为不了了之，200万的案值罚20万，老鼠过街，人人喊打，却无人真打。

只有让违法者付出付不起的成本，他们才不能东山再起。在英美等国家，让制售假冒伪劣者付出付不起的成本的办法之一，就是实行惩罚性巨额赔偿制度。如1999年，美国通用汽车公司被加州一法院裁定向2名妇女和4个孩子赔偿49亿美元，理由是该公司明知油箱存在问题，但为利润却不进行修改。而我们对制售假冒伪劣的处罚，一定程度上只是隔靴搔痒，难以产生遏制作用。

惩罚性巨额赔偿制度必须尽快建立并实行。新消费者权益保护法对消费欺诈虽作出“假一赔三”的惩罚性赔偿规定，但与企业的维权成本相比，补偿远远不够。何况，“假一赔三”远远称不上惩罚性巨额赔偿。如今打击假冒伪劣，已到了创新制度之时，比如巨额惩罚制度、内部举报人制度等。

让制售假冒伪劣者付出付不起的成本，除惩罚性巨额赔偿，还包括从刑法立法入手，降低制售假冒伪劣的入刑门槛；甚至将这类团伙纳入信用黑名单，限制他们乘飞机、坐高铁、贷款、开公司等，对他们的人身自由、资源获取产生一定制约。

也要把最严肃的问责落到实处，以倒逼地方政府、有关部门在打击假冒伪劣上守土有责，堵塞漏洞，杜绝腐败，强化监管，切实防范。链接：<http://ip.people.com.cn/n1/2018/1030/c179663-30371040.html>

## 行业资讯

### 1、KTV版权路归何处:行业乱象 再陷纠纷

### 3月25日，中国音像著作权集体管理协会（以下简称“音集协”）就被9家KTV公司起诉垄断纠纷案一事，向北京商报记者进行了回应。而此次事件，也是继去年底要求KTV下架6000首歌曲后，音集协与KTV经营者的第二次“正面对决”。在国内法律法规愈发重视版权保护的当下，本应相互依存的双方为何屡出纠纷，这背后又将KTV音乐版权的归路指向了何处？

### 去年11月的一纸删歌通知，以及连发的几道公告让站在国内KTV音乐版权背后的“维护者”音集协曝光在大众的视野中。据了解，早在2008年音集协成立之初，天合集团便成为收取版权费用的代理方，天合集团负责向KTV运营方收取音乐作品的版权使用费，对KTV运营方下发许可证，而音集协则对收取上来的版权费进行再分配。而随着去年11月音集协与代理方天合集团分道扬镳，音集协发布公告称未来将自行通过渠道向KTV运营商收取费用。

### 此次上诉的9家KTV表示，经营场所内使用的音像作品曲库系统是通过与第三方签订《曲库安装合同》购买而来。在得知天合集团是KTV歌库作品的集体管理者后，几家KTV多次向天合集团提出签订《著作权许可使用合同》的请求。但天合集团却以不合理的签约要求阻止签约进行。

### 随后原告三次向音集协直接提出签约请求，音集协表示需要与代理方天合集团签约，三方僵持之下导致签约未果。而原告诉称中的“不合理签约要求”正是此次产生分歧的主要争议点。此前天合集团要求以上九家KTV支付两项附加费用，其一是按照KTV场所所有人成立公司到商谈签约的时间计算补交版权费用；其二是上门服务的工作人员额外收取的和解费、签约费、喝茶费等名目繁多的费用。音集协副理事长兼代理总干事周亚平在采访中向北京商报记者表示，在KTV版权费中不能存在费用收取不公的现象，KTV应该按已经使用的时长进行缴费，如果不计算此前未签约时应该缴纳的费用，那么对于长期以来坚持缴费的KTV来说是不公平的。同时周亚平也强调，音集协和任何使用者签约前提是依据国家版权局在2006年发布的《卡拉OK版权使用费付费标准》来实施，这也是音集协在签约时对使用者提出的合理条件。

### 而对于原告诉称中上门服务的工作人员额外收取的和解费、签约费、喝茶费等，周亚平表示，“在庭审过程中，原告对于所主张的事实没有任何证据支撑，包括原告也无法清晰说出是哪个责任人具体产生了什么行为、收受了多少钱”。事实上，发展初期推动了国内KTV音乐版权建立的音集协与天合集团，在分手的同时也侧面展露出了行业内的乱象。在音集协忙着与天合集团就责任问题进行争论的时候，KTV市场上却出现了多家宣称拥有十万余首授权歌曲的版权公司，并称2019年的KTV音乐版权费用将由他们进行征收。

### 曾收到过此类“版权公司”资料的KTV运营者汪先生向北京记者表示：“一直以来，KTV在开张前首先需要购买正版曲库。具体版权费用的计算和点播次数、点播时长及其他数据均无关联，而是按照KTV的包间数量进行收费，最终以年为单位进行缴费。但还是会收到有关侵权的诉讼，并且即便合同中规定了有关侵权的责任人，最终也维权无门。”此外，汪先生强调，这些自称为“版权公司”的工作人员表示在提供正版曲库的同时，也将在商家被起诉时提供法律上的援助。

### 在业内人士看来，这类趁混乱时刻非法向经营者提供曲库的小公司，正是抓住了行业内由来已久的乱象，无论是按照歌曲的有效点播量和包房运营时间计费，还是声称将在KTV遭受侵权案件时提供援助，均击中了目前KTV音乐版权发展中的痛点。也正因为目前行业中存在着此类乱象才会给予这种皮包公司进行敛财的机会

### 乱象丛生的背后，是过去存在诸多弊端的收费方式，将版权方和KTV经营者放在了严重对立的零和博弈中。但在越发注重知识产权的当下，这种情况也发生了变化。作为我国唯一管理音像权利人的著作权集体管理组织，音集协之所以获得垄断地位，并不是市场竞争的结果，而是法律的规定。在拥有了这么大权利的同时，它也应该承担相应的义务。因此，音集协拒绝与KTV直接签约的合理性，有待商榷。赵虎律师打了一个形象的比喻：“之前音集协指定KTV与天合集团签约的行为，相当于中石油只设立一个加油站，全国的车都必须来这个加油站加油。”

### 音集协和天合集团“分手”后，KTV市场出现多家对外宣称有十多万首授权歌曲的“版权公司”，对于亟待购买正版曲库来避免侵权诉讼纠纷、回归正常运营的KTV店主而言，上述“版权公司”的出现也给行业带来了新的转机。在中央财经大学文化与传媒学院院长魏鹏举看来，在任何行业，垄断都会带来弊端。有新的竞争者加入，对现有市场而言就是一件好事，“但缺点是版权可能不够集中，给KTV造成麻烦。让有资源的公司来搭建一个平台，把所有的音乐版权放在上面交易，会是一个解决办法”。（来源：北京商报）

链接：<http://ip.people.com.cn/n1/2019/0326/c179663-30995301.html>

### 2、侵犯丹麦“嘉士伯”商标权 山东“嘉士伯” 一审被判百万并更名（来源：IPRdaily中文网（IPRdaily.cn）

近日，北京市石景山区人民法院审结了原告卡尔斯伯格有限公司（简称卡尔斯伯格公司）诉被告山东嘉士伯啤酒有限公司、张某、山东金孚龙啤酒有限公司、戴某涉及世界知名啤酒品牌“嘉士伯”侵害商标权及不正当竞争纠纷一案。法院一审判决认定被告嘉士伯公司、金孚龙公司、戴某均实施了侵害原告卡尔斯伯格公司注册商标专用权的行为，嘉士伯公司还单独实施了企业名称仿冒和虚假宣传两项不正当竞争行为。综上，判令嘉士伯公司、金孚龙公司立即停止生产、销售带有侵权标识的啤酒商品，戴某停止销售涉案侵权商品，对原告关于判令嘉士伯公司赔偿其经济损失973 709元以及诉讼合理支出106 291元，共计108万元的请求予以全额支持。由于金孚龙公司并未实施不正当竞争行为，故判令金孚龙公司对上述经济损失中的80万元及诉讼合理支出两项共计90余万元承担连带赔偿责任。同时，判令嘉士伯公司立即停止在企业名称中使用“嘉士伯”字号并变更登记其企业名称。

原告卡尔斯伯格公司起诉称，其是世界最大的酿酒集团之一，其名下的“嘉士伯”啤酒世界知名，且在第32类“啤酒”等商品上拥有多件带有“嘉士伯”和“Carlsberg”的知名度很高的有效注册商标。被告嘉士伯公司、金孚龙公司未经原告许可，生产或销售了侵犯原告商标权的啤酒，被告张某作为嘉士伯公司的法定代表人及唯一股东，应承担连带责任。被告戴某在其经营的淘宝店中销售了侵犯原告商标权的啤酒。此外，嘉士伯公司使用与原告知名商标“嘉士伯”相同的企业字号，在宣传销售中故意使用嘉士伯等简称和“纯正的欧洲口味”等用语，构成不正当竞争。

四被告分别答辩称，被诉侵权商品不是由嘉士伯公司、金孚龙公司生产、销售。嘉士伯公司的名称依法经工商登记部门核准后登记，在日常经营中也没有做突出显示，应享有企业法人姓名权。张某仅为企业股东和法定代表人，嘉士伯公司的民事责任不应任意穿透至自然人股东。戴某在原告起诉前已停止销售被诉侵权产品，不应承担赔偿责任。综上，不同意原告诉讼请求。

法院经审理查明，原告卡尔斯伯格公司系涉案7枚“嘉士伯”“Carlsberg及图”等系列注册商标的专用权人，且涉案商标在中国具有较高知名度和影响力。

关于商标侵权，石景山法院认为，被诉侵权标识出现在公证购买于金孚龙公司经营场所及戴某经营的淘宝网店铺的啤酒商品上或相关宣传中，且被诉侵权商品内外包装上多次出现“山东嘉士伯啤酒有限公司监制”“授权生产商：山东金孚龙啤酒有限公司”等字样。各被诉侵权标识分别与原告享有的6枚涉案商标，在构成要素、要素位置及排列组合方式、设计风格和整体视觉效果等方面高度近似，极易导致公众混淆误认，已构成在相同商品上使用与原告涉案注册商标相同商标、或使用近似商标且容易导致混淆的情形。嘉士伯公司、金孚龙公司共同实施了生产、销售被诉侵权商品的行为，嘉士伯公司单独实施了在宣传推广时使用与涉案商标相同或相近商标的行为，均侵犯了原告涉案注册商标的专用权，应承担停止侵权、赔偿损失等法律责任。戴某销售了被诉侵权商品但能证明其进货渠道且支付了合理对价，应承担停止销售的法律责任。现无证据及事实证明张某个人实施了涉案侵权行为，因此不能仅凭其法定代表人及唯一股东身份即认定其应为涉案侵权行为承担法律责任。

被告嘉士伯公司虽否认生产、销售被诉侵权商品，但未提交任何有效力的证据证明系有人冒用其名义从事相关经营活动。被告金孚龙公司亦否认被诉侵权商品由其生产销售且否认与嘉士伯公司存在合作关系，但在原告已提交初步证据的情况下，其仅进行反驳而未提交任何证据，且被告金孚龙公司无法对原告人员及公证人员到其经营场所实地公证购买十余箱被诉侵权商品的事实给予合理解释。故对上述抗辩均不予采信。

关于不正当竞争，石景山法院认为，被告嘉士伯公司成立于2015年12月，在无任何正当理由或合法授权许可情况下，其将原告知名注册商标作为企业字号使用，并从事同类商品的生产经营，极易导致一般公众的混淆误认，认为其与原告之间存在特定关系，该行为违背了诚实信用原则，明显具有攀附原告商誉获取不正当竞争优势的主观故意，构成不正当竞争。此外，被告嘉士伯公司在其网站“品牌文化”一栏中使用“……结合之下酿造出纯正的欧洲品味，在全球超过150个国家广受欢迎。在超过160年的时间里，山东嘉士伯将各方好友引领一堂”等宣传用语，明显指向原告卡尔斯伯格公司及其“嘉士伯”品牌和商品，而与嘉士伯公司无关，足以造成相关公众误解，属于引人误解的虚假宣传行为。且结合本案具体情况，即使嘉士伯公司规范使用其企业名称亦会导致一般公众混淆误认，故其应当变更企业名称以停止不正当竞争行为。

关于赔偿损失数额，由于原告卡尔斯伯格公司未举证证明其因商标侵权及不正当竞争行为所受实际损失或对方侵权的违法所得，故依法适用法定赔偿并综合考虑原告涉案商标及其啤酒商品知名度和品牌商业价值、被告具体侵权行为性质、时间及后果、涉案商品性质等因素予以确定。

本案系一起重大疑难复杂的涉外案件。不仅涉及来自丹麦的世界最大酿酒集团之一卡尔斯伯格公司及其名下国际知名的“嘉士伯”啤酒品牌和注册商标，且涉及对原告7枚“嘉士伯”“Carlsberg及图”等系列注册商标专用权的侵犯和3个不正当竞争行为。本案的处理结果对于规范企业命名及其使用行为及平等有效地切实维护涉外权利人合法权益等具有典型意义。

目前双方当事人均未提出上诉。（来源：中国法院网）

链接https://www.chinacourt.org/article/detail/2019/03/id/3801406.shtml

### 3、售假商家起诉拼多多一审败诉 32万元扣款将赔付用户（来源：IPRdaily中文网（IPRdaily.cn）

近日，一则关于网络商家称在拼多多平台上的货款不能提现的新闻被多家媒体所关注。对此，拼多多发布回应称，之所以对其货款进行扣押，由于该商家有售假行为，侵犯了他人知识产权，拼多多是在履行双方签订的平台合作协议。在不久前，法院已经作出一审判决，驳回了该商家的诉讼请求。拼多多将在法律程序履行完毕后，将该商家共计32.6万余元的款项以无门槛代金券形式赔付至相关消费者账户中。

**商家起诉合作平台**

不久前，上海市长宁区人民法院（下称长宁法院）就原告尹某勇（网名猫哥）起诉拼多多运营方上海寻梦信息技术有限公司（下称寻梦公司）网络服务合同纠纷案作出一审判决，认定原告的售假行为明显违反双方签订的平台合作协议，严重损害了消费者的权益和平台商誉，应就此承担赔付责任。原告三家店铺涉案商品销售总额高达43万余元，拼多多为此扣收原告店铺账户资金和保证金共计32万元符合双方签订的平台合作协议，未超过合理损失范围。据此，驳回尹某勇的诉讼请求。

　　一审判决书显示，尹某勇在2017年7月19日入驻拼多多平台，签署了《拼多多平台合作协议》，注册成立“蓝鸟服饰店”，缴纳了2000元保证金。法院认定，签订平台合作协议系双方真实意思表示，尹某勇在缔约时充分享有知情权。

2017年11月，拼多多平台在巡检抽查中，查明尹某勇的店铺销售涉嫌假冒劲霸男装皮衣，经品牌方劲霸男装公司对样品鉴定后出具《鉴定报告》，认定送检商品为假冒商品。之后，平台通知尹某勇进行申诉，但其未提供任何有效证据证明其所售商品为正牌产品，亦不同意依据协议和规则对其售假行为向消费者做出赔付，经多次沟通无果。

拼多多根据商家入驻时自愿签署的《拼多多平台合作协议》进行相关处置，于2017年12月17日限制该店铺提现，涉及资金32.6万余元，并对店铺进行全店下架、永久清退的处置。

2018年2月，尹某勇起诉寻梦公司，要求对于32万余元货款解除暂停提现。此外，尹某勇表示，没有证据表明原告所售的商品都为假货。

不久前，长宁法院就该案作出一审判决，认定双方签署《平台合作协议》合法有效，原告（尹某勇）售假行为明显违反平台合作协议约定，有违诚实信用基本原则，严重损害了消费者权益和平台商誉，应当就此承担赔付责任，解除双方签署的《平台合作协议》，驳回尹某勇其余诉讼请求。

据悉，尹某勇不服一审判决，已提起上诉。

**坚决抵制售假**

3月14日，尹某勇在某接受某电视台采访时表示，拼多多扣押其款项不合法、不合规。此外，尹某勇还向有关部门举报称，拼多多涉嫌鼓励刷单，将罚款商家作为盈利模式。拼多多方面回应称，这些举报和指控都是莫须有。由于案件进入司法程序，原本正常推进的赔付将在法院判决之后再根据判决结果继续进行。

据拼多多相关负责人介绍，由“知假售假”案件，逐渐演变成纷纷扰扰的舆情的案例，拼多多已处理过多起。2018年6月，在拼多多赴美上市前夕，7家售假商家纠结在一起，到拼多多总部讨要说法，以期要回待赔付的消费者赔付金。也有部分商家在多个微信群称拼多多支付不安全、泄露个人隐私等。对于此类行为，拼多多绝不会向售假行为妥协，仅2018一年，拼多多就主动关闭超过6万家涉嫌违法违规店铺，前置拦截近3千万条侵权及违规链接，是权利人申诉数量的150倍。此外，所有消费者赔付金全部赔付给了相关消费者，整个赔付流程中，拼多多从未触碰过此类款项。

案件将何去何从，有待法院的进一步审理查明。不过，此次事件的启示意义值得关注。如今，越来越多的消费者选择网络购物，如果用户在电商平台处购买疑似假冒侵权产品时，该如何维护自己的权益？

对此，有专家建议，当用户购买疑似侵权假冒产品时，应及时向电商平台反馈，要求卖家提供相关合法证明。当然，也可以向商家所在地的工商等部门进行举报。当然，如果商家确认自己的获赔并非侵权假冒商品，应及时向消费者和平台等，提供合法来源证明等材料。当然，如果双方仍有争议，可以选择向法院提起诉讼。（来源于：中国知识产权资讯网）

链接： <http://www.iprchn.com/cipnews/news_content.aspx?newsId=114777>

### 4、“国窖1573”广告音乐能否注册声音商标？

你能听到的历史137年，你能看到的历史175 年，你能品味的历史441年……”一段优美的乐曲，配上声音浑厚的解说，“国窖1573”的广告短片给人留下深刻印象，但是，其中的音乐部分可以注册成商标吗？泸州老窖股份有限公司（下称泸州老窖公司）因为申请注册该声音商标未果，从而将原国家工商行政管理总局商标评审委员会（下称商标评审委员会）诉至法院。近日，北京知识产权法院开庭审理了该案。此前，泸州老窖公司因申请注册该商标被原国家工商行政管理总局商标局（下称商标局）驳回，向商标评审委员会提起复审，但仍被驳回。

自我国2014年施行的商标法将声音商标纳入注册范围后，如何把握注册审查标准一直备受关注。

**注册声音商标被驳回**

据了解，泸州老窖公司涉案广告短片创作于2003年，其中音乐部分由著名作曲家张磊创作。此后，该广告片通过各地电视台、电台等媒体进行了大量、长期公开播放。

2016年3月，泸州老窖公司将该广告片中的音乐部分向商标局申请注册声音商标。但商标局经审查，以“该申请商标使用在所指定的商品上缺乏应有的显著特征，不得作为商标使用”为由，驳回了泸州老窖公司的申请。

泸州老窖公司不服，向商标评审委员会申请复审。但商标评审委员会于2018年4月作出复审决定，对泸州老窖公司的注册申请予以驳回。

泸州老窖公司随即向北京知识产权法院提起行政诉讼，认为商标评审委员会所作决定认定事实不清，适用法律错误，请求法院予以撤销。

泸州老窖公司认为，该申请商标由独创性音乐，包含曲、词和演唱者等表达要素组成，旋律和表达方式具有独创性，具备较强的固有显著性。

从节奏与音效方面看，该申请商标整体较为缓慢，前半部分似呢喃低语，后半部分则节奏稍微加快，激昂迸发，最后又婉转低回。从旋律与歌词方面看，申请商标中曲调反复轻唱，唱词都由“呐”“伊”“嘟”“呀”构成，唱词的反复，强调了音乐旋律主要特征的基础上，增加了音乐的复杂度与记忆点，加强人们对该段音乐旋律的感知。可见，申请商标将音乐与人声完美融合，具有较强的独创性，其特定的旋律和表达方式在相关公众中的感知印象较为固定，具有较强的固有显著性。

该申请商标的声音非酒业行业通用的音乐或声音，也未作任何描述或者暗示，如开瓶声、倒酒声、干杯声或者其他与酒类商品具有紧密关联的声音。因此，相关公众通过传播媒介接触到申请商标声音时，不会将其与指定商品的固有特点进行联系，相关公众可以通过申请商标识别“白酒”等商品的来源，具有较强的固有显著性。

同时，申请商标作为“国窖1573”系列酒产品的广告曲的节选，在实际使用中除包含独创性音乐以及男生朗读外，还包含泸州老窖公司的注册商标“国窖1573”。该申请商标整体在消费过程中能够加以识别，具备可识别性。

泸州老窖公司代理人、北京超成律师事务所律师刘莉莎在接受本报记者采访时表示，该申请商标经过大量使用和宣传，已经与泸州老窖公司及“国窖1573”等系列酒产品建立了唯一的指向关系，具备标示和识别商品来源的作用，使用该申请商标的“国窖1573”系列酒产品在国内具有较高的知名度，形成了稳定的市场秩序，并获得诸多荣誉。

商标评审委员会出庭审查员在庭审中坚持认为，该申请商标指定使用在葡萄酒等商品上难以起到区分商品来源的作用，缺乏商标应有的显著性。

北京知识产权法院经审理后，未当庭作出判决。

**能否区分商品是关键**

2014年5月1日开始施行的我国商标法首次将声音商标纳入可注册范围，原中国国际广播电台申请注册的“中国国际广播电台广播开始曲”成为我国首个获准注册的声音商标。而腾讯科技（深圳）有限公司（下称腾讯公司）“QQ消息提示音”声音商标的注册则一波三折。

作为声音商标的第一批申请者，腾讯公司于2014年5月4日，即新商标法实施后的第一个工作日，就通过代理机构向商标局提出将QQ消息提示音（六声短促且频率一致的“嘀嘀嘀嘀嘀嘀”）申请注册为商标。商标局与商标评审委员会先后驳回了腾讯公司的注册申请。认为该申请商标为“嘀嘀嘀嘀嘀嘀”声音，该声音较为简单，缺乏独创性，指定使用在申请注册的服务项目上缺乏商标应有的显著特征。

但在此后的行政诉讼中，两级法院均认定该申请商标具有显著性，在指定使用的服务项目上能够起到标识服务来源的功能，应当准予注册。从而使得该商标成为我国首个经司法程序确认准予注册的声音商标。

据统计，自声音商标被纳入可注册范围4年来，全国共有500多件声音商标申请注册，但注册成功的仅有十余件。

北京集佳律师事务所律师刘文彬在接受本报记者采访时表示，从统计数据可以看出，我国声音商标的审查目前还比较谨慎，由此导致了申请人的热情不是很高。但声音商标具有先天性的显著性，很容易被人认知、接受并记住，对于企业来说，是非常重要的无形资产。（来源：中国知识产权报）

|  |
| --- |
|  |

链接： <http://ip.people.com.cn/n1/2019/0320/c179663-30985276.html>

### 5、雅诗兰黛起诉网易考拉侵害商标权：索赔120万



近日，中国裁判文书网公开了雅诗兰黛与网易考拉侵害商标权纠纷一案的民事裁定书。裁定书显示，2018年7月，雅诗兰黛(上海)商贸有限公司起诉网易考拉及网易公司主体公司，要求网易立即停止实施侵害“M·A·C”商标权的行为，包括但不限于停止销售侵犯涉案商标的产品，披露侵权产品的供应链或来源。并要求被告立即销毁侵权产品;赔偿因侵犯注册商标专用权给原告造成的经济损失100万元，以及原告为调查和制止侵权行为所产生的合理费用20万元。

截至发稿前，网易考拉尚未给出官方回应。

据报道，2018年年初，据中消协报告显示，网易考拉海购平台“自营直邮仓”销售的雅诗兰黛ANR眼部精华霜经过雅诗兰黛中国公司鉴定为涉嫌仿冒。而网易考拉也发表申明称经SGS检测比对认定，他们海购所售“雅诗兰黛ANR眼部精华霜小棕瓶15ml”与国内雅诗兰黛专柜及全球5个不同国家和地区官方渠道销售的9个同款商品红外光谱特征完全一致，产品安全可靠。

以下为民事裁定书全文：

雅诗兰黛(上海)商贸有限公司与杭州优买科技有限公司、杭州优卖网络科技有限公司等民事裁定书

重庆市第一中级人民法院

民事裁定书

(2019)渝01民辖3号

原告：雅诗兰黛(上海)商贸有限公司，住所地上海市闵行区金都路3688号301、302、306室，统一社会信用代码91310000717860307J。

法定代表人：TraceyT.Travis，该公司董事长。

委托诉讼代理人：袁野，重庆西商律师事务所律师。

被告：杭州优买科技有限公司，住所地浙江省杭州市经济技术开发区白杨街道17号大街161号6幢，统一社会信用代码91330100321665804H。

法定代表人：张蕾，职务不详。

被告：杭州优卖网络科技有限公司，住所地浙江省杭州市滨江区长河街道网商路599号4幢808室，统一社会信用代码91330101MA27WPYJ18。

法定代表人：张蕾，职务不详。

被告：网易(杭州)网络有限公司，住所地浙江省杭州市滨江区长河街道网商路599号4幢7层，统一社会信用代码91330000788831167A。

法定代表人：丁磊，职务不详。

原告雅诗兰黛(上海)商贸有限公司与被告杭州优买科技有限公司、杭州优卖网络科技有限公司、网易(杭州)网络有限公司侵害商标权纠纷一案，重庆市渝北区人民法院于2018年7月12日立案。

原告雅诗兰黛(上海)商贸有限公司起诉请求判令：1.三被告立即停止实施侵害原告第834258号“M·A·C”商标权的行为，包括但不限于停止销售侵犯涉案商标的产品，披露侵权产品的供应链或来源;2.三被告立即销毁侵权产品;3.三被告连续三十日在人民网、凤凰网、腾讯网、新浪网、财经网等网站刊登道歉声明，以消除因侵犯注册商标专用权给原告造成的不利影响;4.三被告连带赔偿因侵犯注册商标专用权给原告造成的经济损失100万元，以及原告为调查和制止侵权行为所产生的合理费用20万元。

重庆市渝北区人民法院经审查认为，本案在审理期间，最高人民法院批复同意设立重庆两江新区人民法院、重庆自由贸易试验区人民法院，并对重庆市第一中级人民法院辖区基层法院知识产权案件的管辖作出调整。据此，该院不宜继续审理本案。故请示本院指定管辖。

本院认为：在本院审查本案期间，最高人民法院批复同意设立重庆两江新区人民法院、重庆自由贸易试验区人民法院，并对本院辖区基层法院知识产权案件的管辖作出调整。本案据以确定管辖的地点位于重庆市渝北区，且属于在本辖区有重大影响的案件，故本案不宜由重庆市渝北区人民法院继续审理。经本院研究，决定对本案予以提审。（来源于：环球网）

链接：<http://tech.huanqiu.com/internet/2019-03/14570133.html?agt=15438>

### 6、从“邓紫棋改名风波” 看歌手解约版权风险

连日来，知名歌手邓紫棋（原名邓诗颖）与经纪公司“蜂鸟音乐”的解约之争，将公众目光吸引到娱乐业知识产权法律风险防范上。也许以后邓紫棋不能再用“邓紫棋”之名唱歌了，那么，在双方合作期间为大众熟知且喜爱的歌曲还能唱吗？在音乐领域，歌手解约往往会引发哪些版权法律问题？笔者作一浅析。

上世纪90年代初，在我国广东出现了歌手签约制度。不断迭代、升级的对文化娱乐的需求构成源动力，促使行业从粗放式发展进化到今天的生态式布局并形成产业链：词曲作者、演唱者、唱片公司、版权经纪人、平台，关涉的权利呈现出类型多样、关联度紧密等特点，所涉及的法律风险防范也成为重要议题。

一般生活语境下的歌曲，对应的是音乐文件；著作权法上的歌曲，包含歌词和作曲，且词、曲作者对各自创作的部分分别享有著作权。在当前的音乐娱乐运行体系里，占相当比例的词、曲作者等音乐人处于产业下游，通过音乐作品获利的方式主要有两种，一是通过中国音乐著作权协会进行授权收取费用，一是将作品出售给唱片公司或经纪公司。经纪公司同时负责管理运营和音乐作品创作的也并不少见，经纪公司因此成为词、曲作者和演唱者的桥梁。通过著作权的转让和许可，词、曲作者等创作者的智力劳动成果转化为现实收益，演唱者的才能得以具象化，受到社会公众的认可和喜爱。

从词、曲作者到唱片公司，著作权发生了位移，但除了创作型歌手可以同时统摄著作权和表演权等，普通演唱者并不拥有歌曲著作权，表演者享有的是署名权、表演形象不受歪曲、信息网络传播权等权利。问题随之而来：歌手的社会声誉和经济利益系于歌曲，解约之后唱片公司一般会发出律师函，明确因为合作期满终止在任何场合演唱曲目的授权，对已经出版的录音录像制品享有完整的邻接权，如果不回购版权，歌手演唱将面临被诉著作权侵权被追究法律责任的风险。

著作权本身具有权利集合的性质，歌曲著作权的分离特性也增加了侵权的可能性，在侵犯权利内容、承担责任方式、赔偿额等方面表现出多样化和复杂性。听众对歌手积累沉淀下来的固有印象和喜好不会因为解约而轻易改变，为迎合市场需求，歌手往往被主办方要求演唱特定曲目，或者为活跃气氛对歌曲进行一定程度的改编，而此时歌手原属唱片公司已收回版权。在这种情况下，歌手如果演唱，是否需要和表演组织者承担连带责任？笔者认为，使用他人作品演出，表演者，包括演员、演出单位应当取得著作权人许可，并支付报酬。演出组织者组织演出，由该组织者取得著作权人许可，并取得报酬。确定权责归属，重点关照利害关系人。在组织演出的场合，组织者的组织表演行为和著作权人的利益直接、紧密地关联，所以取得授权的责任在组织者。免费表演已经发表的作品，该表演未向公众收取费用，也未向表演者支付报酬，同时满足这三个条件，可以不经著作权人许可，不向其支付报酬，但应当指明作者姓名、作品名称，并且不得侵犯著作权人依法享有的其他权利。此外，歌手解约后重新签订合作公司，发行精选集和演唱会DVD也变成了难题。为了解决版权问题，需要大量的沟通和谈判。

如果确实侵权，最好的策略是降低损失。我国著作权法第四十九条规定，侵犯著作权或者与著作权有关的权利的，侵权人应当按照权利人的实际损失给予赔偿；实际损失难以计算的，可以按照侵权人的违法所得给予赔偿。赔偿数额还应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。权利人的实际损失或者侵权人的违法所得不能确定的，由人民法院根据侵权行为的情节，判决给予50万元以下的赔偿。在实务中，确定赔偿额时，主要参考侵权行为的性质、主观过错程度及侵权后果等因素酌情确定。国家版权局1993年颁布的《录音法定许可付酬标准暂行规定》也可作为参照。（来源：中国知识产权报）

链接：<http://ip.people.com.cn/n1/2019/0322/c179663-30989878.html>

## 专业委员会简介

### 深圳市律师协会知识产权法律专业委员会

律协各专业委员会是律协理事会根据律师业务的发展情况设置的负责组织会员进行学习和交流，指导律师开展业务活动的机构。其宗旨是发动会员积极学习专业知识，提高律师业务素质和服务水平，拓展律师业务领域，促进律师专业化分工，增强深圳律师的整体实力。

律协业务创新与发展专门委员会负责管理、协调各专业委员会开展工作，律协秘书处业务部负责专业委员会的日常工作。

根据深圳市律师协会第十届理事会第一次会议决定，市律协设立30个专业委员会，知识产权法律专业委员会是其中之一，本委员会致力于提高律师知识产权法律服务水平，拓展知识产权业务领域,制定知识产权律师业务指引，撰写有关知识产权法律专业论文，积极参与人大、政府的知识产权法律领域重要法律法规和司法解释的征求意见工作。

### 组成成员

**主任：谢湘辉**（国浩所）

**副主任：何美华**（卓建所）、**李良**（良马所）、**车小燕**（锦天城所）、

**委员：**陈文景（诚公所） 丁敬伟（德恒所）葛素华（盈科所）韩岳峰（国浩所） 刘　晖（晟典所） 李启首（星辰所） 李新淼（华商所） 刘志伟（隆安所）

马　戎（良马所） 缪小斌（诚公所） 穆银丽（卓建所）石干章（广和所）

唐本全（卓建所） 王厚盛（德恒所） 吴家伟（诚公所） 王英辉（盈科所）

肖革文（海派所） 冼耀山（金段所） 许志兵（前海所） 易湘磊（卓建所）

易　钊（盈科所） 左殿勇（普罗米修所） 周力思（中伦文德胡百全所）

张　松（赋权所） 郑　雄（卓建所） 朱　颖（海派所）。

——本资讯由深圳市律师协会知识产权法律专业委员会搜集整理（相关著作权归原权利人所有）

本资讯可在深圳市律师协会网站下载，投稿及建议联系邮箱：13927468232@lawzj.cn（何美华律师）