

“光明”枣庄告“奶状”

索赔30万元侵权费,法院开庭审理

文/片 本报记者 李泳君 本报通讯员 周永恒

6月5日下午14时许,光明乳业股份有限公司状告枣庄市鑫丰食品有限公司及杭州阿里巴巴广告有限公司一案,在枣庄市中级人民法院开庭审理。原告称,第一被告生产的“莫斯核桃奶”与原告的“莫斯利安”商标构成近似,侵犯了原告的注册商标使用权,并构成不正当竞争。同时要求,第二被告杭州阿里巴巴广告有限公司应为第一被告的侵权行为承担连带责任。



▲庭审时,公证处封存的双方产品进行比对。

▲庭审现场,控辩双方激烈争辩。

原告索赔 人民币30万元

庭审时,原告方称,第二被告阿里巴巴广告公司,审查不严,应承担连带责任,第二被告随即提供几组证据,加以反驳。“阿里巴巴公司只是信息发布平台的服务提供商,依法提供相关业务。阿里巴巴法律声明中,明示会员的信息均由其自行提供,由其承担全部责任,阿里巴巴对此等信息不承担责任,说明阿里巴巴起到了事先提醒的规定义务。”

庭审进行了一个小时,原告方和两个被告方仍激烈争辩。“我们认为第二被告在网络服务中是获利的。我们请求法院依法判令被告立即停止侵权,第一被告向原告支付人民币30万元,依法判令第二被告在10万元的限额内承担连带赔偿责任。”举证质证之后,原告方向法院提出请求。

由于原告方的赔偿数额没有具体的依据,因此原告方同意法院在赔偿数额方面予以酌情审判。“根据民事法相关规定,法院在处理案件时,可以进行调解。原告方是否同意调解?”审判临近尾声,审判长征求原告方和两被告方意见,三方均同意调解。“庭审结束后,三方可由主审法官进行调解,如果调解不成,法院将择期进行宣判。”法槌敲响,持续近80分钟的庭审结束。

“涉及著作权案件和网络著作权案件,我们都是从全面平衡的角度处理案件,既要促进产业的发展,不能一棍子打死,另外一方面还要保护消费者利益。”庭审结束后,担任本次庭审的审判长、枣庄市中级人民法院民三庭庭长关光明说。

相关链接

一季度受理102件 知识产权商事案

2014年4月,枣庄发布枣庄法院知识产权司法保护状况白皮书。白皮书提到,随着枣庄市知识产权战略的深入实施和创新型城市建设进程的加快,市场经济主体对自主创新成果的保护需求明显增加,知识产权商事纠纷案件受案数量呈现快速上升的势头。十年来,共审结知识产权刑事一审案件50件,二审案件5件,共判处犯罪分子100人。

十年来,共审理一审知识产权商事案件673件。其中,2004年—2006年共受理18件,年均收案6件;2007年—2009年受理104件,年均收案35件;2010年受理59件;2011年受理81件;2012年受理135件;2013年受理174件;2014年,截至3月底,已受理102件。案件数量逐年上升,并呈加快趋势,增速居全省前列。

一食品厂被告侵犯注册商标使用权

早在2月28日,上海光明乳业有限公司就一纸诉状将位于枣庄市市中区东外环路的鑫丰食品有限公司告上法庭。理由是,被告生产“莫斯核桃奶”奶制品中的“莫斯”二字及其周边图案与原告的“莫斯利安”商标构成近似,构成侵权。

6月5日下午14时许,随着审判长法槌敲响,此案在枣庄市中级人民法院正式开庭审

理。“第一被告枣庄市鑫丰食品有限公司未经原告同意,擅自在自己生产、销售的商品上使用与原告的注册商标相近似的标识,侵犯了原告的注册商标使用权。”刚开庭,原告的代理律师便摆出事实。原告的起诉书显示,原告系“莫斯利安”商标的权利人,原告是中国奶制品、乳制品的知名企业。原告的常温酸奶“莫斯利安”,凭借其专利技术及其美

誉度,屡获国内外大奖。对此,法庭质证阶段,原告列出了诸多材料,加以证实。

“被告生产的‘莫斯核桃奶’的外包装的整体图案与原告的‘莫斯利安’的包装装潢设计十分相似,足以构成消费者在购买时引起误认,导致和原告正宗商品相混淆,亦构成不正当竞争。再者,被告生产的‘莫斯核桃奶’质量差、价格低,是对原告知名产品的严重

贬损。”原告特别授权的代理律师观点明确。

同时,原告也对第二被告阿里巴巴广告有限公司提出要求,“第二被告为第一被告在市场推广过程中,未尽到合理的审查义务,在自己经营的电商网站上宣传了涉嫌侵权的产品,其行为与被告的实际销售行为共同侵犯了原告的合法权益,应该为第一被告侵权行为承担连带责任。”

当庭比对公证处封存的双方产品

“被告对公证处封存的产品有异议吗?”庭审进行了半个多小时后,审判长发问。经被告确认无误,原告代理律师将公证处封存的双方产品,当庭打开进行比对说明。

原告代理律师当庭比对,提出几个观点,庭审进入高潮。原告方称,原告注册的“莫斯利安”商标是集图形、字母、图像的一个组合商标,通过这个商标的组合和被告的使用来看,

被告使用了莫斯核桃、人形图像以及拼音,其整体的组合与原告的商标构成近似,虽然被告在莫斯核桃后面有一个“奶”字,但是“奶”字很小,且“奶”作为一个通用名称,显著性较弱,其中“核桃”,作为通用名称,更没有标识作用。

“另外在外包装上,原告是以绿色的山峦草原为背景,下半部配以蓝色的底图,并有‘钻石装’三个字。被告外包装使用

的同样是绿色山峦和蓝色底图为背景,与原告构成近似。”在外包装上,原告方从正面和侧面列出诸多证据,用以证明原告外包装构成近似。原告列出的第三点,从配料、价格等方面质证,被告借用原告的知名度,用来提高自己产品的知名度。

“第一被告方对刚才原告说的几点有没有意见?”审判长发问,随后第一被告鑫丰食品厂的代理律师随即从外包装上

有无“奶”字,人物形象差异、以及是否本企业生产等几个方面予以反驳,控辩双方展开辩论。

“第一被告,你们提出来这种产品不一定是你们厂生产的,有可能是别的厂生产的,但是包装上是标注的你们厂,按照‘谁主张,谁举证’的原则,你有没有证据加以证明?”面对审判长发问,第一被告称“证据暂时没有。”