



中国知识产权裁判文书网

China IPR Judgments & Decisions

IPR Division of Supreme People's Court, PRC & ChinaCourt.org

最高人民法院知识产权庭与中国法院网联合主办

当前位置: 本网首页 (返回) >> 著作权和邻接权 浏览文书

原告奥康集团有限公司为与被告温岭市奥康鞋业有限公司商标侵权、不正当竞争纠纷一案

提交日期: 2007-08-13 10:38:15

浙江高院知识产权庭维护

浙江省温州市中级人民法院

民事判决书

(2004)温民三初字第107号

原告奥康集团有限公司, 住所地浙江省永嘉县黄田镇千石工业区。

法定代表人王振滔, 董事长。

委托代理人(特别授权代理)苏和秦, 浙江浙南律师事务所律师。

委托代理人(特别授权代理)李晶晶, 浙江浙南律师事务所律师。

被告温岭市奥康鞋业有限公司, 住所地浙江省温岭市横峰街道工业区。

法定代表人金桂华。

原告奥康集团有限公司(以下简称原告)为与被告温岭市奥康鞋业有限公司(以下简称被告)商标侵权、不正当竞争纠纷一案, 于2004年8月16日向本院提起诉讼。本院于2004年8月17日受理后, 依法组成合议庭, 分别于2004年8月27日、8月24日向原告、被告送达举证通知书、开庭传票等有关诉讼文书。于2004年9月30日对本案公开开庭进行了审理, 原告的委托代理人苏和秦, 被告的法定代表人金桂华到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

原告诉称, 原告拥有的第610240号文字与图形组合商标(以下简称奥康商标)于1992年9月10日被核准注册, 有效期经续展至2012年9月9日, 核定使用商品为第25类的皮鞋、旅游鞋。奥康商标经过持续不间断的使用, 广泛而深入的宣传和推广, 在相关公众中获得了很高知名度。十几年以来, 使用奥康商标的皮鞋(以下简称奥康皮鞋)销量一直呈稳步上升趋势, 市场占有率高, 销售区域覆盖全国各地及海外部分国家和地区。奥康商标先后被认定为温州市知名商标、浙江省著名商标。奥康皮鞋先后被认定为温州市知名产品、浙江名牌产品、中国真皮鞋王(四次)、免检产品、真皮标志产品、中国名牌产品。

被告成立于1999年, 从事鞋制造和销售。被告在其生产和销售的皮鞋、包装盒及相关商业标识上标注包含有“奥康”文字的企业名称, 并单独标注“奥康”或“奥康鞋业”字样。2004年8月6日, 永嘉县工商局在该县瓯北镇查获了被告生产和销售的上述皮鞋十多箱。

综上所述, 原告奥康集团拥有的奥康商标在市场上享有很高知名度, 并为广大相关公众所熟知, 符合《中华人民共和国商标法》(以下简称商标法)第十四条规定的驰名条件, 构成驰名商标。被告知道奥康商标之知名度, 仍将“奥康”登记为企业名称中的字号, 并在包装盒及相关商业标识上标注包含有“奥康”文字的企业名称, 致使相关公众产生原、被告系关联企业, 产品同出一家的误认, 同时还会淡化奥康商标的显著性。被告的行为侵犯了原告的注册商标权, 同时对原告构成不正当竞争。为此, 原告根据《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》

(以下简称商标民事纠纷案件司法解释)第22条规定及《商标法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》相关规定, 请求认定原告第610240号奥康商标为“驰名商标”, 并要求判令: 一、被告立即停止在产品、包装及其商业标识上使用“奥康”或“奥康鞋业”; 二、被告立即停止使用含有“奥康”文字的企业名称; 三、被告在《中国工商报》上向原告

公开赔礼道歉；四、被告赔偿原告经济损失50万元。

原告在举证期限内向本院提供如下证据：

1. 商标注册证、核转及续展证明，证明原告享有第610240号奥康商标的专用权；
2. 商标注册证及相关核转证明，证明奥康商标自1997年至今已在第25、28等22个类别上获准注册；
3. 知名商标证书，证明奥康商标于1994年、2000年两次被认定为温州市知名商标；
4. 著名商标证书，证明奥康商标于1998年、2001年两次被认定为浙江省著名商标；
5. 商标评估书，证明奥康商标价值被评估为16.98亿元；

以上证据1-5证明原告注册并使用在皮鞋商品上的第610240号奥康商标为相关公众所知晓，并证明该商标持续使用。

6. 荣誉证书共12份，证明1995年至1999年奥康皮鞋分别被评为优秀产品奖、质量奖、销售奖、中国公认名牌产品等；

7. 名牌产品证书，证明奥康皮鞋于1994年、1999年两次被评为温州市名牌产品；
8. 名牌产品证书，证明奥康皮鞋于1998年、2001年两次被评为浙江省名牌产品；
9. 名牌产品证书，证明奥康皮鞋于2002年被评为中国名牌产品；
10. 真皮鞋王证书，证明奥康皮鞋自1998年至2004年连续四届荣获“中国真皮鞋王”称号；
11. 真皮标志名牌产品证书，证明奥康皮鞋于2002年、2004年连续两届荣获“中国真皮标志名牌产品”称号；
12. 推荐商品证书四份，证明奥康皮鞋于1996年、1998年、1999年、2000年四次荣获“消费者协会推荐商品”及“消费者满意产品”荣誉称号；

13. 优等品证书，证明奥康皮鞋于2000年被评为优等品；
14. 产品质量证书，证明奥康皮鞋荣获2000年浙江省皮革行业产品质量信誉奖；
15. 质量免检证书，证明奥康皮鞋于2001年经审批为免检产品；

以上证据6-15证明原告使用奥康商标的皮鞋，是质量优、信誉佳、免检的、消费者满意的名牌产品，并证明奥康商标的持续使用。

16. 最佳企业证书，证明原告于1996年被评为浙江省最佳民营乡镇企业，全省只有10家；
17. 重合同守信用先进单位证书，证明原告于1997年被评为浙江省重合同守信用先进单位；
18. 文明乡镇企业证书，证明原告于1998年被评为温州市文明乡镇企业；

19. 浙江省皮革工业协会荣誉证书共七份，证明原告于1998年、1999年、2000年、2001年、2002年、2003年分别被评为浙江省皮鞋行业最佳经济企业（全省前五位）、“创名牌”先进企业、十强最佳效益企业、先进企业、出口创汇先进企业、明星企业、创税大户、创税利超亿元；

20. 星级企业证书，证明原告于1999年被评为温州市五星级企业、浙江省三星级企业；
21. 百强企业证书，证明原告被评为2003年度浙江省百强民营企业；
22. 纳税大户证书共六份，证明原告自1997年至2004连续被评为永嘉县纳税大户；

证据18-22证明拥有奥康商标，并生产和销售使用该商标的皮鞋的原告，是一家具有很高知名度，并享有较高声誉的企业。

23. 1997年4月29日的《温州日报》；

24. 1999年期间的《中国改革报》、《中国轻工报》、《市场报》、《温州日报》、《温州晚报》等报纸共十九份；

25. 2000年期间的《中国工商报》、《经济时报》、《英国金融时报》等报纸共六份；

26. 2001年期间的《21世纪经济报道》、《消费日报》、《中国经营报》、《国际金融报》、《大公报》、《中国消费者报》、《中国皮革信息报》、《中国质量报》等报纸共二十七份；

27. 2002年期间的《中国经营报》、《中国皮革信息报》、《大公报》、《人民政协报》、《经济日报》、《文汇报》、《证券日报》等报纸共八十五份；

28. 2003年期间的《光明日报》、《中国工业报》、《中国工商报》、《中国国情时报》、《经济日报》等报纸共三十九份；

29. 《人民日报》、《经济参考报》、《新华每日电讯》、《西部时报》等报纸共九份；

证据23-29证明1997年至2004年，相关报纸对原告进行了持续宣传报道。

30. 审计报告，证明奥康商标广告宣传持续时间（1997年-2003年）、程度（1997年-1999年广告、企业形象宣传费用达24373792.93元，2000年-2003年为88438218.20元，共计112812011.13元，实际广告费超出这个数额）和地理范

国；

以上证据16-30证明奥康商标、奥康皮鞋及原告公司自1997年至2003年在中央电视台一套、二套、四套、五套、七套、八套，北京、辽宁、山东、浙江、湖南、安徽卫视，《人民日报》、《经济日报》、《光明日报》、《中国经营报》、《浙江日报》等国家级、省级电视、报纸等媒体上进行过广泛、深入、持续的宣传，进一步证明奥康商标为广大相关公众所熟知。

31. 国家统计局统计信息，证明“奥康”牌皮鞋位列1998年全国市场同类产品销量前10名；

32. 中国商业联合会荣誉证书，证明2002年度“奥康”牌皮鞋市场综合占有率在同类产品中荣列第二名；

33. 中国皮革工业协会证明，证明奥康牌皮鞋自1997年至2003年产量、销售收入、利税总额排名前列；

34. 原告与永嘉县经贸局出具的损益表，结合证据33证明奥康皮鞋自1997年至2003年销售收入每年大幅增长；

35. 《中国贸易报》、《中国经营报》、《温州日报》等报纸，证明相关报纸对原告在全国开设100多个营销机构、2000多家连锁专卖店和800多处店中店及专柜进行报道，结合证据36证明奥康皮鞋销售范围覆盖很广；

36. 原告在全国各地部分营销网点的营业执照、增值税销售发票及奥康品牌网络统计表，证明奥康皮鞋销售范围覆盖除港澳台以外的浙江、北京、上海等省、直辖市、自治区辖区内相关城市 and 地区；

以上证据31-36证明奥康皮鞋销售范围覆盖全国各地，皮鞋产量、销售收入、利税总额及市场占有率均名列同行前列。

37. 台湾省经济智慧财产局的商标评定书，评定书第4页称：申请人为保护、推广其商标，在马德里协议国家取得商标注册外，广告支持达9000多万元，商品销及26个大陆地区，通过ISO9002认证，出口欧、日等国，据此系争商标申请注册时达驰名之程度，台湾抢注人的申请被驳回。证明奥康商标曾作为驰名商标受到保护；

38. 工商查询单，证明被告企业名称中包含“奥康”文字；

39. 温州市浙南公证处公证书，证明被告在其网页上使用奥康商标；

40. 本院2004年8月24日证据保全的皮鞋及包装盒的实物及照片，证明被告在包装上使用奥康商标；

41. 永嘉县工商行政管理局的查扣财物清单及照片，证明被告在包装上使用奥康商标；

以上证据38-42证明被告登记并使用的企业名称中包含“奥康”文字，并在包装盒及网页上使用奥康商标，构成商标侵权和不正当竞争。

被告辩称，被告的企业于1999年5月依法成立，工商登记时并不知道原告企业的存在，是正常登记，不知道会侵犯原告的权利；被告的产品面对的市场是农村及不富裕地区，消费群体完全不同，与原告不存在竞争关系；被告在自己的产品上使用的“奥康”是使用企业名称中的字号，且“奥康”字样与原告的商标不同；被告是一家家庭作坊式小企业，而且已经在产品上停止使用“奥康”，因此原告要求赔偿经济损失50万元不能成立。

被告在庭审中提供了其企业的营业执照（与原告证据38的内容一致），证明其使用“奥康”作为企业字号的合理性。

当事人的上述证据经庭审质证，本院认定如下：

对原告的证据1-37，被告没有异议，且上述证据除证据36中的营业执照外，原告均已出示了原件，上述证据的内容反映了原告拥有奥康商标的专用权以及该商标的使用状况及知名度，证据来源合法，与本案有直接的关联性，因此本院对上述证据的真实性、合法性、关联性予以确认，至于能否确认原告的第610240号奥康商标为驰名商标，本院将结合本案的事实予以充分的论述。

对原告的证据38-41以及被告的证据，各方当事人均无异议，本院对证据的真实性、合法性、关联性予以确认，至于原告的证据能否证明被告构成商标侵权及不正当竞争，被告的证据能否证明其使用“奥康”具有合理性，本院将在侵权判定部分予以阐述。

经审理，本院认定，原告系无区域的集团公司，注册资金为7800万元，经营范围为鞋、服装、皮革制品、五金电器、阀门、塑料制品的生产与销售等。奥康商标为“奥康”文字与“AK双蛇”图形结合的组合商标，原告系奥康商标的权利人，该商标于1992年9月10日被国家工商行政管理局商标局核准注册，商标注册号为第610240号，核定使用商品为第25类的皮鞋、旅游鞋，有效期为1992年9月10日至2002年9月9日，2002年11月10日被核准续展至2012年9月9日。奥康商标还被核准注册使用在第3、6、7、8、9、10、11、14、16、18、20、21、25、28、29、30、32、34、35、41、42类的相关商品上。自奥康商标注册后，原告就将该商标使用在其生产的鞋类商品上，并一直持续使用至今。自1997年至2003年，原告在中央电视台一套、中央电视台二套、中央电视台四套、中央电视台五套、中央电视台七套、中央电视台八套、辽宁卫视、北京卫视、山东卫视、浙江卫视、湖南卫视、安徽电视台、福建东南电视台、温州电视台、《中国民航报》、《中国皮革》杂志、《温州日报》等媒体发布广告，为其企业及品牌投入广告及企业宣传费共计112812011.13元。在全国建立了100多个营销机构，2000余家连锁专卖店，800多个店中店，同时还在国外建立了营销机构及专卖店。

据国家统计局贸易外经统计司的统计信息表明, 1998年奥康男皮鞋的销量位于全国同类产品的前10名, 根据中国皮革协会对全国皮革工业重点企业主要经济技术指标统计的报表反映, 奥康集团的皮鞋产量、销售收入、利税总额在皮鞋行业均名列前茅, 1997年分别为第4位、第7位、第4位, 1998年、1999年均均为第4位, 2000年分别为第3位、第3位、第2位, 2001年分别为第3位、第4位、第2位, 2002年分别为第2位、第3位、第2位, 2003年分别为第2位、第3位、第2位。使用在皮鞋、旅游鞋上的奥康商标分别于1994年、2000年被温州市工商行政管理局认定为温州市知名商标, 1997年、2001年被浙江省工商行政管理局认定为浙江省著名商标; 奥康皮鞋于1995年先后获得中国乡镇企业出口商品展览会优秀作品奖、第四次妇女大会最受欢迎的轻工、旅游产品金奖、江苏省消费者协会推荐产品, 1996年获得首届中国鞋业博览会优秀设计铜奖, 1997年在江苏省徐州市举行的“97金秋名优新皮鞋质量跟踪评议展”活动中被授予“质量奖”、“销售奖”, 国家鞋类质量监督检验中心的推荐产品(推荐期限: 1997年8月8日至1999年8月7日), 天津市质量检验协会的“98推荐产品”; 原告生产的男、女皮鞋在中国皮革协会于1997年、1998年、1999年举办的“真皮标志杯”全国皮鞋设计大奖赛中分别获得一等奖; 奥康皮鞋1994年被温州市人民政府及有关部门认定为温州名牌产品, 1997年、2001年被浙江省人民政府、浙江名牌产品认定委员会认定为浙江名牌产品, 2002年获得国家质量监督检验检疫总局颁发的中国名牌产品证书, 1998年至2004年被中国皮革工业协会连续四次授予中国真皮鞋王称号, 2002年、2004年获得中国真皮标志名牌产品称号; 奥康皮鞋在1996年、1997年、1999年、2000年间分别成为浙江省消费者协会推荐商品、消费者满意产品、1999年中国消费者协会推荐商品; 国家鞋业质量监督检验中心2000年7月确认奥康男鞋为优等品, 原告获得浙江省皮革行业协会2000年浙江省行业产品质量信誉奖, 2001年获得国家质量技术监督局的产品质量免检证书; 原告于1996年被浙江省乡镇企业局等评为浙江省最佳民营乡镇企业(全省十家), 1999年分别被温州市人民政府、浙江省计划经济委员会命名为“温州市五星级企业”、“浙江省三星级企业”, 获浙江省皮革工业协会: “97浙江省皮鞋行业最佳经济效益企业(全省前五位)”、“一九九八年浙江省皮革行业‘创名牌’先进企业”、“浙江省皮革行业最佳效益企业”、“二〇〇〇年浙江省皮革行业先进企业”、“二〇〇一年浙江省皮革行业出口创汇先进企业”、“浙江省皮革行业明星企业”、“浙江省皮革行业创利税大户创利税超亿元”称号, 被永嘉县财政局、永嘉县地方税务局确定为一九九六年度、一九九八年度、二〇〇〇年度、二〇〇三年度“纳税大户”、二〇〇一年度、二〇〇二年度“地税纳税大户”, 浙江省私营(民营)企业协会、浙江省工商行政管理局认定原告为“2003年度浙江省百强民营企业”。包括《人民日报》、《光明日报》、《大公报》、《英国金融时报》、《经济时报》、《经济日报》、《文汇报》、《经济参考报》、《新华每日电讯》、《国际金融报》、《中国改革报》、《中国轻工报》、《市场报》、《中国工商报》、《21世纪经济报道》、《消费日报》、《中国经营报》、《中国消费者报》、《中国皮革信息报》、《中国质量报》、《中国经营报》、《人民政协报》、《证券日报》、《中国工业报》、《中国国情时报》、《西部时报》、《温州日报》、《温州晚报》在内的国内外几十家报纸自1997年开始对原告及其产品进行了持续、广泛的宣传和报道。台湾省经济部智慧财产局的商标评定书认定: 原告于1998年至2000年间支出广告经费9292万元, 商品销及26个省及直辖市, 并外销日本、美国、德国、法国、意大利等国, 于1997年通过ISO9002认证, 奥康商标及产品获得的多项荣誉, 奥康商标的信誉已为相关事业及消费者所普遍认知而达著名之程度, 据此驳回了商标抢注人在台湾注册“奥康”文字商标的申请。据北京名牌产品评估有限公司评估: “截止评估基准日2003年12月31日, ‘奥康’品牌的评估价值为16.98亿元”。

被告成立于1999年5月4日, 注册资金为50万元, 经营范围为鞋制造和销售。2004年8月6日, 永嘉县工商局在浙江省永嘉县瓯北镇查获了被告生产和销售的皮鞋五箱, 共有皮鞋100双。被告在其生产和销售的皮鞋、包装箱上标注包含有“奥康”文字的企业名称, 并在包装箱侧面标注“奥康AOKANG鞋业”, 其中“奥康”文字显著、突出。2004年8月11日, 温州浙南公证处根据原告的申请, 对网址为<http://www.aokangshoes.com> 网页内容进行证据保全, 输入<http://www.aokangshoes.com> 打开的网页上有被告的企业名称及“奥康鞋业”字样, 点击该网页上的“中文简体版”, 打开的网页, 其左上角有被告企业名称, 还有被告的企业简介, 企业简介中提到: “奥康鞋业有限公司是一家专门生产中、高档皮鞋、旅游鞋、棉鞋、凉鞋、休闲鞋的中型企业, ……产品销往国内各大中城市, 同时还远销欧美、东南亚等国际市场。”点击该网页上的“新品推荐”、“产品展示”、“客户反馈”、“联系我们”出现的网页, 其左上角均显示被告的企业名称, 上述网页系被告制作。2004年8月24日, 本院根据原告的申请对涉嫌侵犯原告商标专用权的产品及商业标识进行证据保全, 在被告住所地发现被告经营场所的门上有红底白字的“奥康鞋业”字样, 店堂上方有一幅广告宣传牌, 宣传牌上原有红底白字的“奥康鞋业”字样, 但其中“奥康”二字已经过处理, 现呈与底色相同的红色; 在被告生产车间及仓库的外墙上原有白底红字的“奥康鞋业公司”字样, 但其中“奥康”二字已经过处理, 现呈白色; 生产车间及仓库内堆放鞋底标签上有“温岭奥康鞋业”的皮鞋300余双, 鞋盒上印有蓝底白字“AOKANG奥康”的男皮鞋一双。

本院认为, 一、原告的奥康商标是否可以认定为驰名商标。本案涉及商标权与企业名称权的权利冲突问题, 要解决这一问题, 原告的奥康商标是否驰名具有重要的意义。根据商标民事纠纷案件司法解释第二十二条的规定, 人民法院在

审理商标纠纷案件中，根据当事人的请求和案件的具体情况，可以对涉及的注册商标是否驰名作出认定。因此本院对本案的情况，首先对原告的商标是否驰名做出认定。按照商标法第14条的规定，认定驰名商标应当考虑的因素有：

（一）相关公众对该商标的知晓程度；（二）该商标使用的持续时间；（三）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；（四）该商标作为驰名商标受保护的记录；（五）该商标驰名的其他因素。就本案而言，原告的奥康商标属于臆造商标，其中的奥康文字及AK双蛇设计图形由原告独创，就商标本身而言，商标的臆造性越强其显著性也越强；同时奥康商标经过长期、持续不间断的使用，十几年以来，使用奥康商标的皮鞋销量一直呈稳步上升趋势，市场占有率高，销售区域覆盖全国各地（除港澳台外）及部分国家和地区。特别是1997年以来，原告生产的皮鞋各项经济指标均居同行前列，成为全国皮鞋行业的龙头企业之一；奥康商标的宣传工作的持续时间长、程度深、范围广。自1997年以来，原告投入了巨额的广告宣传费用通过电视、报纸、广告宣传牌、店招等形式在全国范围内广泛而深入的宣传和推广奥康商标及奥康皮鞋，“穿奥康，走四方”已成为消费者非常熟悉的广告语。全国多家新闻媒体对原告及其产品进行了宣传报道，并给予了极高的评价；原告及其奥康商标、奥康皮鞋在市场上获得了较高的声誉，奥康商标先后被认定为温州市知名商标，浙江省著名商标；奥康皮鞋先后被认定为温州市知名产品、浙江名牌产品、中国真皮鞋王、真皮标志产品、中国名牌产品等。其品质和质量获得了国家质量检测部门的认可，也得到了广大消费者的肯定。原告企业也获得多项荣誉，成为全国皮鞋行业的知名企业。总之，通过长期、持续、广泛的使用和宣传，奥康商标已具有很强的显著性，为广大消费者所认知，在市场上及相关公众中获得了很高知名度、美誉度和声誉，因此本院确认原告被核准使用在第25类皮鞋、旅游鞋上的第610240号奥康商标为驰名商标。

二、被告的行为是否侵犯了原告的商标专用权。在原告的奥康商标中，“奥康”文字与“AK双蛇”图形均具有较强的显著性，特别是“奥康”文字同时又是原告的字号及其商品特有的名称，显著性更强。被告在生产皮鞋鞋盒上使用“AOKANG奥康”，是将奥康商标中具有显著性的“奥康”文字直接作为区分商品的商业标识使用，系在相同商品上使用与原告奥康商标近似的商标，根据商标法第五十二条第（一）项的规定，属于侵犯原告注册商标专用权的行为；被告在包装上使用“奥康（AOKANG）鞋业”、“奥康鞋业公司”、或将“奥康鞋业”中的“奥康”文字突出，旨在突出其企业名称中的“奥康”字号的作用，与原告的产品产生混淆，根据商标民事纠纷案件司法解释第一条第（一）项的规定：

“将与他人注册商标相同或相近似的文字作为企业的字号在相同或者类似商品上突出使用，容易使相关公众产生误认的”，属于商标法第五十二条第（五）项的“给他人的注册商标专用权造成其他损害”的行为，被告的上述行为均侵犯了原告奥康商标的专用权。

三、被告的行为是否构成不正当竞争。由于奥康商标是驰名商标，该商标中最显著的文字“奥康”已成为原告最知名、最具价值的品牌，在市场上有很高的声誉并为相关公众所熟知，具有巨大的经济价值和 market 潜力。被告与原告系同业竞争者，在被告企业成立时，原告企业及奥康商标就已经具有较高的知名度，被告将原告奥康商标中具有臆造性的文字作为企业名称中的字号进行登记，并在其生产和销售的皮鞋、包装盒标注包含有“奥康”文字的企业名称，在其经营场所醒目地标明“奥康鞋业”、“奥康鞋业公司”，在网页上使用“温岭市奥康鞋业有限公司”、“奥康鞋业”、“奥康鞋业有限公司”，网页中的企业简介对其企业作引人误解的宣传等，结合被告还将“奥康”文字单独作为商标标识及突出使用“奥康”的事实，被告主观上明显有利用原告企业及其奥康商标中具有显著性的“奥康”文字在市场及相关公众心目中的良好的品牌形象及声誉，有搭便车的故意，客观上极易引起相关公众对市场主体和商品来源的混淆，同时会淡化原告商标的显著性，破坏该商标在消费者心目中独特的商业价值。被告的行为违反了诚实信用原则和公认的商业道德，侵犯了原告的合法权益，危害了市场竞争秩序，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条的规定：“经营者在市场交易中，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，遵守公认的商业道德”。被告的行为构成不正当竞争行为。被告辩称其工商登记时并不知道原告企业的存在，被告的产品面对的市场是农村及不富裕地区，与原告消费群体完全不同，与原告不存在竞争关系的理由不能成立，本院予以驳回。被告认为其使用“奥康”是使用企业名称中的字号，经过工商部门核准登记，属于合理使用，本院认为，字号是企业名称中的核心要素，是一个企业区别于其他企业的主要标志，将他人先知名的商标或字号用于自己的企业名称中，会使该在先知名的商标或字号特有的显著性标识的公众识别性有减弱和消除的危险，破坏其独特性和良好的评价，使相关公众对市场主体产生误认和混淆，也为我国的企业名称登记管理制度所禁止。由于我国对企业实行的是按地域分级登记管理，出现不适宜的企业名称在所难免，为此国家工商行政管理局在其制定的《企业名称登记管理实施办法》第四十一条中规定“已经登记注册的企业名称，在使用中对公众造成欺骗或者误解的，或者损害他人合法权益的，应当认定为不适宜的企业名称予以纠正”。因此被告仅以已经工商部门核准登记，作为“奥康”字号合理使用的理由本院不予采纳。

综上所述，被告在其生产和销售的皮鞋的包装盒上将“奥康”作为商标标识使用或突出使用“奥康”文字侵犯了原告的商标专用权，使用“奥康”文字的企业名称以及将“奥康”作为商标标识和字号进行宣传，构成了不正当竞争。被告应立即停止在其生产和销售的商品上使用“奥康”文字的侵权行为，即包括不得在生产和销售的商品上将“奥康”文

字作为商标标识和企业名称的字号使用，同时还包括不得在经营场所、网络以及其他地方将“奥康”文字作为商标标识和企业名称的字号进行宣传；并就因此给原告造成的财产损害及商誉损失向原告公开消除影响、赔礼道歉、赔偿损失。由于原告因侵权所受到的经济损失及被告因侵权所获得的利润都难以确定，鉴于被告经营规模不大，再结合考虑原告奥康商标的知名度以及被告侵权的性质、范围等因素，本院酌定被告对原告经济损失应承担的赔偿额为25万元。根据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百一十八条、第一百三十四条第（一）项、第（七）项、第（九）项、第（十）项、《中华人民共和国商标法》第五十二条第（一）项、第（五）项、第五十六条第二款、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第一条第（一）项、第二十二条的规定，判决如下：

一、被告温岭市奥康鞋业有限公司立即停止在其生产和销售的商品上使用“奥康”文字的侵权行为；

二、被告温岭市奥康鞋业有限公司于本判决生效之日起十日内在《中国工商报》上向原告奥康集团有限公司公开赔礼道歉并消除影响，内容由本院审核而定。如不履行，本院将在《中国工商报》上公开本判决书内容，费用由被告温岭市奥康鞋业有限公司负担；

三、被告温岭市奥康鞋业有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告奥康集团有限公司经济损失25万元，逾期履行，按照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百三十二条规定执行；

案件受理费10010元，原告奥康集团有限公司负担2500元，被告温岭市奥康鞋业有限公司负担7510元。

如不服本判决，可在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人的人数提出副本，上诉于浙江省高级人民法院（在递交上诉状之日起七日内，预交上诉案件受理费，款汇浙江省省本级财政专户结算分户，开户银行农业银行西湖支行，帐号：398000101040006575515001。未在规定时间内缴纳上诉案件受理费的，按自动撤回上诉处理）。

审 判 长 周 虹
审 判 员 高 兴 兵
代理审判员 郑 国 栋

二〇〇四年十二月二十日

书 记 员 石 圣 科

此文书已被浏览 46 次

中国法院国际互联网站版权所有，未经协议授权，禁止下载使用或建立镜像

Copyright©2002-2008 by ChinaCourt.org All rights reserved.

Reproduction in whole or in part without permission is prohibited