

上海市高级人民法院 民事判决书

(2015)沪高民三(知)终字第46号

上诉人(原审原告)广州市指南针会展服务有限公司。

法定代表人陈涌。

上诉人(原审原告)广州中唯企业管理咨询服务服务有限公司。

法定代表人黄雄伟。

上列两上诉人的共同委托代理人陈新杰，广东启源律师事务所律师。

上诉人(原审被告)优衣库商贸有限公司。

法定代表人冈崎健。

委托代理人杨军，上海市华诚律师事务所律师。

委托代理人刘一舟，上海市华诚律师事务所律师。

上诉人(原审被告)优衣库商贸有限公司上海我格广场店。

负责人西村昌巳。

委托代理人张黎明，上海市华诚律师事务所律师。

委托代理人余梦菲，上海市华诚律师事务所律师。

上诉人广州市指南针会展服务有限公司(以下简称指南针公司)、广州中唯企业管理咨询服务服务有限公司(以下简称中唯公司)、优衣库商贸有限公司(以下简称优衣库公司)、优衣库商贸有限公司上海我格广场店(以下简称优衣库我格店)因侵害商标权纠纷一案，不服上海市第二中级人民法院(2014)沪二中民五(知)初字第150号民事判决，向本院提起上诉。本院受理后，依法组成合议庭，于2015年8月6日公开开庭进行了审理。指南针公司、中唯公司的共同委托代理人陈新杰，优衣库公司的委托代理人杨军、刘一舟，优衣库我格店的委托代理人余梦菲，到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

原审法院经审理查明：

原告指南针公司成立于2004年7月22日，注册经营范围包括展览活动策划、设计、室内装饰设计、文化交流活动、展具租赁、电脑平面设计、批发和零售贸易。

原告中唯公司成立于2005年4月27日，股东为林伟璇和黄雄伟，注册经营范围为企业企业管理咨询、企业形象设计、商标代理、展览策划、商品信息咨询、投资咨询、财务咨询、货物进出口。

2012年3月14日，两原告向国家工商行政管理总局商标局(以下简称国家商标局)申请注册涉案商标。2013年6月21日，涉案商标被核定注册，商标注册证第XXXXXXXXXX号，核定使用商品为第25类的服装、帽等，注册有效期限自2013年6月21日至2023年6月20日。此外，根据国家商标局的查询记录，两原告还分别持有注册商标2600多个。审理中，两原告确认其曾将持有的多个注册商标转让他人。

被告优衣库公司成立于2010年3月30日，其股东为株式会社迅销(以下简称日本迅销)，经营范围包括服装及其配件、装饰品、鞋等的零售、批发、进出口及佣金代理服务；上述产品的外发生产及有关的商业咨询管理业务等。被告优衣库公司、案外人迅销公

司共同经营“优衣库”品牌，并采用“SPA”(即自有品牌服饰专营店)经营模式，在中国各地设有包括被告优衣库我格店在内的多家专营店。被告优衣库我格店成立于2011年6月15日，系隶属于被告优衣库公司的非独立法人分公司，其经营地位于上海市普陀区武宁路XXX号XXX楼XXX-XXX号。日本迅销系“UNIQLO”注册商标(注册商标证第791494号)、“ ”注册商标(注册商标证第XXXXXXX号)、“优衣库”注册商标(注册商标证第XXXXXXX号)的专用权人，核定使用商品均为第25类的服装、鞋、帽等。被告优衣库公司及其下属分公司在其经营的门店招牌、装潢、服饰产品(衣领标签、吊牌、成分标签等)上均使用“UNIQLO”、“ ”、“优衣库”商标。淘宝网上还开办有“优衣库”品牌的网上旗舰店。

2012年11月3日，日本迅销向国家商标局申请注册“ ”商标(优先权日期为2012年8月2日，后期指定日期2013年8月13日)，申请注册商品为第25类(服装等)。

2014年1月14日，原告指南针公司的委托代理人李媛媛于被告优衣库我格店以498元购买了一件涉案商品，并取得销售发票、银行签购单、收银条各一张，同时对被告优衣库我格店的门面、所购物品、标签等进行了拍照，上海市徐汇公证处对上述购买过程进行了公证并出具(2014)沪徐证经字第369号公证书。上述涉案商品的衣领标签、成分标签上有“ ”商标，在品名、价格吊牌上亦标有“ ”商标、经销商迅销公司，在一塑料透明标牌上同时标有“ ”商标及“ ”标识，其中“ ”商标图案明显小于“ ”标识图案，另一纸质吊牌上标有“ ”标识，且该标识下方有关于衣服面料、特点等的中文文字说明。

2014年3月，原告指南针公司曾委托北京盈科(广州)律师事务所向被告优衣库公司、案外人迅销公司发出律师函，认为在“天猫商城”及各地经营的“优衣库”专卖店销售的涉案商品使用的“ ”标识侵犯了其享有的涉案商标专用权，要求优衣库公司、迅销公司立即停止侵权并作出合理赔偿。其后两原告就以被告优衣库公司及其下属分公司，迅销公司及其下属分公司侵害两原告涉案商标专用权为由，分别向全国多个法院提起了诉讼。

两原告提供的(2014)粤广海珠第8622号、第8623号、第8624号、第8625号、第8626号、第8627号、第8628号、第8629号、第8630号、第8631号公证书显示了在互联网上通过百度搜索键入“优衣库羽绒服”等关键词得出的搜索结果及对应的链接网页，其中人人网“UNIQLO优衣库—公共主页”等显示了涉案商品的价格及“ ”标识。

原审法院另查明：

www.job168.com、黄页88等网站对原告中唯公司的介绍称：华唯商标转让网(www.hw-tm.com)是香港易普燊集团有限公司、北京华唯环球国际知识产权代理有限公司(以下简称华唯代理公司)、中唯公司设立的行业门户网站。中唯公司是商标行业知名的企业，全国较早成立的商标代理机构，特别是在商标转让领域，盘活闲置商标几千例，所拥有的待转让商标资源全国第一、商标交易量全国第一，是全国最大最全的商标转让网。中唯公司的联系地址位于广州市天河区体育西路XXX号建和中心29层(全层)。证据显示，华唯商标转让网曾出现转让涉案商标的相关信息。在工业和信息化部ICP/IP地址/域名信息备案管理系统中登记的华唯商标转让网的主办单位是华唯代理公司。上述

华唯代理公司、中唯公司的法定代表人、华唯商标转让网的网站负责人均为黄雄伟。

2014年1月20日，上海市黄浦公证处出具(2013)沪黄证经字第14546号公证书。该公证书显示：2013年12月17日下午、12月18日上午，上海市华诚律师事务所代理人柯晓军与公证处公证人员共同来到广州市天河区体育西路XXX号建和中心29层原告中唯公司经营场所，与中唯公司黄雄伟、王丽娜洽谈涉案商标转让事宜。在洽谈过程中，柯晓军询问涉案商标从原来商订的价格8万元提高至800万元的原因。黄雄伟表示涉案商标的转让价格不能低于800万元，其目标是要将涉案商标作为某日方企业的附属品牌，卖给该日方企业。涉案商标适合该日方企业和投资者，不适合一般的使用者。之后，王丽娜带领柯晓军参观了上述日方企业位于广州市天河区天河路XXX号太古汇商场的专卖店即“优衣库”专卖店。参观完毕后，在谈话中黄雄伟表示上述日方企业即是“优衣库”的经营者。

原审法院认为，两原告系涉案商标的注册商标专用权人，其对涉案商标享有的合法权利受《商标法》的保护。本案中，各方当事人的主要争议焦点在于：一、两被告使用的“ ”标识是否侵犯了两原告对涉案商标享有的注册商标专用权。二、若两被告的行为构成侵权则其所应承担的民事责任。

在第一个争议焦点中，主要涉及被告优衣库公司是否生产了涉案商品以及两被告是否在互联网的宣传中使用“ ”标识，两被告使用“ ”标识是否属于商标性使用，以及两被告使用“ ”标识是否侵害两原告对涉案商标享有的注册商标专用权三个问题。

1.关于被告优衣库公司是否生产了涉案商品以及两被告是否在互联网的宣传中使用“ ”标识的问题。

两原告主张被告优衣库公司生产了涉案商品，两被告在互联网上宣传涉案商品时使用了“ ”标识，并提供了(2014)沪徐证经字第369号公证书及公证实物、(2014)粤广海珠第8622号、第8623号、第8624号、第8625号、第8626号、第8627号、第8628号、第8629号、第8630号、第8631号公证书予以佐证。

两被告对上述证据的真实性无异议，但认为涉案商品的生产者系迅销公司，而上述公证书所载信息均非来自于“优衣库”网上旗舰店，该些信息与两被告无关。

对于两原告关于被告优衣库公司生产了涉案商品的主张。原审法院认为，首先，两原告所提供的经公证的涉案商品实物上标明的经销商系迅销公司，并非被告优衣库公司。其次，虽然优衣库公司、迅销公司认可两者共同经营“优衣库”品牌，但仅凭该陈述在无相关证据佐证的情况下，尚不足以认定优衣库公司生产了涉案商品。鉴于，迅销公司在另案中已经确认了其生产涉案商品的行为，与公证的涉案商品实物上的相关标识吻合，故原审法院对于两原告关于被告优衣库公司生产了涉案商品的主张，不予采信。原审法院认为，系迅销公司生产了涉案商品。

对于两原告关于两被告在互联网的宣传中使用“ ”标识的主张。原审法院认为，两原告所提供的上述证据中包括了人人网“UNIQLO优衣库—公共主页”，在该公共主页中所显示的相关商品信息均指向两被告经营的“优衣库”品牌，上述商品信息中涉及的涉案商品价格及“ ”标识，与原告代理人在被告优衣库我格店购买的涉案商品价格及“ ”标识基本一致。鉴于，两被告对于其销售涉案商品均无异议，且在审理中

，两被告确认被告优衣库公司与迅销公司共同经营“优衣库”品牌，其中应当包括了“优衣库”网上旗舰店。而根据商品信息一般由其生产者或销售者发布，或来源于其生产者或销售者的商业惯例，且鉴于生产者或销售者是商品信息对外宣传的最终获利者。原审法院认为，在本案中两被告没有提供证据证明互联网宣传中使用“ ”标识的涉案商品的相关信息系他人未经两被告许可擅自发布的情况下，可以确认两被告参与了在互联网上使用“ ”标识发布涉案商品的相关宣传信息。

2.关于两被告使用“ ”标识是否属于商标性使用的问题

两被告认为，其使用的“ ”标识属于对产品特性介绍的文字说明，并非用来表明产品的来源，不属于商标性使用。

原审法院认为，商标使用是指商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为。区分相关标识是否属于商标性使用，关键在于相关标识是否具有一定的指示作用，是否通过使用为相关消费者所识别，从而具有了区分商品来源的功能。本案中，首先，“ ”标识被广泛使用于涉案商品及涉案商品的广告宣传中。且如两被告所言“ ”标识中“ULTRA LIGHT DOWN”含义为“极轻羽绒”，与涉案商品的名称“高级轻型羽绒系列服装”吻合。因此，“ ”标识对于涉案商品具有明显的指示、区别商品的作用。其次，“ ”标识中，“ ”较其右边的“ULTRA LIGHT DOWN”文字，明显采用了加粗、加大、深色的字体，以相关公众的认知能力和习惯，无论“ ”是否属于“ULTRA LIGHT DOWN”首个字母的缩写，相关公众均会将“ ”与涉案商品相关联，从而用以识别相关的商品。最后，两被告母公司日本迅销于2012年11月3日向国家商标局申请注册“ ”商标用于第25类商品上的行为，客观上也说明日本迅销已经认识到“ ”标识中“ ”的使用，不仅仅具有描述商品特点的功能。综上所述，原审法院对于两被告的相关辩称意见不予采信。原审法院认为，“ ”标识中的“ ”具有指示、识别商品，区分商品来源的功能，属于商标性的使用。

3.关于两被告使用“ ”标识是否侵害两原告对涉案商标享有的注册商标专用权的问题

原审法院认为，《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》第九条第一款规定：“商标法第五十二条第(一)项规定的商标相同，是指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，二者在视觉上基本无差别”。本案中，如上文所言，以相关公众的认知能力和习惯，无论两被告是单独使用“ ”标识还是使用“ ”标识，相关公众均是将“ ”标识中的“ ”作为认知商品的标志。而将“ ”标识中的“ ”部分与涉案商标相比对，两者在视觉效果上基本无差别，应认定两者相同。鉴于，涉案商标核定使用的商品为第25类的服装等，而被控侵权标识亦使用于服装上，与涉案商标核定使用商品相同。故依照《商标法》第五十二条第(一)项的规定，两被告未经两原告许可，在互联网广告宣传中使用了被控侵权标识并销售使用被控侵权标识的涉案商品的行为侵害了两原告对涉案商标享有的注册商标专用权。两被告应就其上述侵权行为承担相应的民事责任。两被告关于其所使用的被控侵权标识与涉案商标既不相同也不近似，两者不构成混淆的答辩意见，原审法院不予采信。

关于第二个争议焦点

两原告认为其已实际使用了涉案商标，两被告应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。为此两原告向原审法院提供了使用涉案商标的样衣、(2014)粤广海珠第8861号、第8862号、第8863号公证书、两原告与林伟璇之间的商标许可授权使用合同、商标使用许可备案通知书、商标使用费支付凭证(中国银行对公客户收款通知书)、两原告与广州爱琴鸟纺织品有限公司(以下简称爱琴鸟公司)之间的商标许可授权使用合同等证据。

两被告则认为两原告所提供的证据尚不足以证明两原告已经实际使用涉案商标，且两原告注册涉案商标的目的是为了转让牟利，并非实际使用。故两被告在本案中不应承担赔偿责任。为此，两被告向原审法院提供了两原告的工商登记信息，广州瑞逸贸易有限公司(以下简称瑞逸公司)的工商登记信息、“ul-fashion.com”的万网查询结果、(2014)沪徐证经字第4458号公证书、两原告所持有商标的查询列表、转让列表、华唯商标转让网IP备案信息、(2013)沪徐证经字第9620号、第9621号公证书、华唯商标转让网相关网页截屏、(2013)沪黄证经字第14546号公证书等证据以支持其主张。

原审法院认为，本案中，两被告侵犯了两原告的注册商标专用权，两被告应当就此承担停止侵权的民事责任。对于两被告在本案中应否承担赔偿责任。原审法院认为，根据法律的规定，侵犯他人注册商标专用权的，应当根据被侵权注册商标的实际使用情况、商标的声誉，商标使用许可费的数额，商标使用许可的种类、时间、范围、被控侵权行为的性质、期间、后果，权利人为制止侵权行为所支出的合理费用等，合理的确定侵权人所应承担的赔偿责任。而被控侵权人所应承担的赔偿责任应当符合有利于鼓励商标使用、激活商标资源的原则，防止利用注册商标不正当地投机取巧。对于那些商标注册人或者商标受让人并无实际使用意图，仅将注册商标作为索赔工具的赔偿请求，明显不符合上述原则的，不应予以支持。

本案中，首先，虽然两原告向原审法院提供了用以证明其已实际使用涉案商标的证据，但是该些证据中：1.两原告提供的样衣吊牌上没有用中文标明生产厂家和产地，无成分标签、价格标签等，明显不符合一般产品所具备的标示要素。因此，在无其他相关证据予以佐证的情况下，仅凭上述样衣尚不足以证明两原告确实已在商品上实际使用了涉案商标。2.(2014)粤广海珠第8861号、第8862号公证书的公证时间均为2014年4月25日，上述公证针对的“www.ul-fashion.com”和“www.ulqj.com”网站上所有显示信息上传时间均为2014年4月24日，其中“www.ul-fashion.com”网站注册时间为2014年4月23日。况且两被告提供的(2014)沪徐证经字第4458号公证书证实，至2014年7月8日，“www.ulqj.com”网站上显示的内容已完全与两原告无关，也未再出现涉案商标。因此，上述公证网站的内容明显存在为诉讼而刻意安排的可能。3.(2014)粤广海珠第8863号公证书中，两原告与瑞逸公司签订的商标许可使用合同中约定的许可使用费高达每月30万元，对于一个在合同签订前才核准注册的商标而言明显不合理，且两原告并没有证据证明瑞逸公司已经实际履行了该份合同，生产、销售了使用涉案商标的商品。因此，该份证据亦无法证明涉案商标已被实际使用。4.两原告与林伟璇之间的商标许可授权使用合同、商标使用许可备案通知书、商标使用费支付凭证(中国银行对公客户收款通知书)中，同样存在商标许可费用明显不合理的情况，且林伟璇系原告中唯公司的股

东，其与两原告之间显然存在关联关系，两原告也没有提供证据证明林伟璇已实际使用了涉案商标。因此，该份证据亦无法证明涉案商标已被实际使用。5.两原告与爱琴鸟公司之间的商标许可授权使用合同中存在与上述两份商标许可使用合同许可期限重叠、商标许可使用费明显过高等，不符合一个合同签订前才核准注册商标的正常情况，且也没有证据证明爱琴鸟公司已实际使用了涉案商标。因此，该份证据亦无法证明涉案商标已被实际使用。综上，原审法院对于两原告提供的上述证据的真实性和关联性存疑，该些证据均不足以证明两原告已经实际使用了涉案商标。

其次，虽然两原告对于两被告提供的华唯商标转让网相关网页截屏、(2013)沪黄证经字第14546号公证书等证据真实性、合法性、关联性提出异议，但是(2013)沪黄证经字第14546号公证书中公证保全的录音并未损害社会公共利益，且该录音内容本身与两被告提供的两原告工商登记信息、两原告所持有商标的查询列表、转让列表、华唯商标转让网IP备案信息、(2013)沪徐证经字第9620号、第9621号公证书等证据，以及该公证书所附照片、黄雄伟、王丽娜名片等可以互相印证。因此，原审法院对于该份证据的真实性、合法性、关联性予以确认，该份证据具有证明效力。而华唯商标转让网相关网页截屏的内容与(2013)沪徐证经字第9620号、第9621号公证书、(2013)沪黄证经字第14546号公证书等证据内容可以互相印证，可以证明华唯商标转让网确实出现过转让涉案商标的相关信息。原审法院对于两原告的相关质证意见不予采纳。原审法院认为，两被告在本案中向原审法院提供的证据可以证明如下事实：1.两原告分别持有注册商标2600多个，且原告中唯公司实际经营的华唯商标转让网以商标转让为其主营业务。2.华唯商标转让网曾出现转让涉案商标的相关信息。3.原告中唯公司法定代表人黄雄伟在洽谈涉案商标的转让过程中，提出了巨额的商标转让费用，且明显涉及两被告经营的“优衣库”品牌。4.两原告以被告优衣库公司及其下属分公司，案外人迅销公司及其下属分公司侵害两原告涉案商标专用权为由，就同一事实分别向全国多个法院提起了诉讼，仅原审法院就受理了四起相关纠纷。该些事实结合两原告上述实际使用涉案商标证据中存在的明显不合理之处，原审法院认为，作为涉案商标的注册人，两原告并无实际使用涉案商标的意图，而是欲通过诉讼达到将涉案商标转让给“优衣库”经营者的目的，从而获取巨额赔偿或商标转让费用。考虑到两被告的涉案商标侵权行为并未给两原告造成实际的经济损失，且两原告上述诉讼行为，明显不符合鼓励商标使用、激活商标资源的原则，而是属于利用注册商标不正当地投机取巧、将注册商标作为索赔的工具。因此，原审法院对于两原告要求两被告在本案中承担赔偿责任的诉讼请求，不予支持。

综上所述，依照《中华人民共和国商标法》(2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改 中华人民共和国商标法 的决定》第二次修正)第五十二条第(一)项、第(二)项以及《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》第九条第一款，第十条第(一)项、第(二)项，第二十一条第一款之规定，原审法院判决：一、优衣库公司、优衣库我格店立即停止对指南针公司、中唯公司享有的“ ”注册商标(商标注册证第XXXXXXXXX号)的侵害；二、对指南针公司、中唯公司的其余诉讼请求不予支持。本案一审案件受理费人民币3,549.96元，由指南针公司、中唯公司共同负担人民币1,774.98元，由优衣库公司、优衣库我格店共同负担人

民币1,774.98元。

一审判决后，当事人均不服，向本院提起上诉。

指南针公司、中唯公司的上诉请求为：撤销原判，改判支持其原审诉请，或发回重审。其主要上诉理由为：原审认定基本事实错误、适用法律错误。一、原审法院对商标使用标准过严，使用不仅包括实际使用，还包括使用意图。其已有证据表明对涉案商标进行了实际使用。二、原审法院认定其欲通过诉讼获取巨额赔偿或商标转让费，属事实认定错误，其进行的是维权行动。三、其因优衣库公司、优衣库我格店的行为遭受了实际损失，涉案商标价值遭贬损，应得到损害赔偿。四、优衣库公司、优衣库我格店明知其为涉案商标的权利人，仍进行恶意侵权，应承担赔偿责任。优衣库公司、优衣库我格店答辩认为，指南针公司、中唯公司目前持有2600多件商标，显非经营所需，其一贯有注册商标高价转让的行为，并无实际使用的意图和实际使用；由于指南针公司、中唯公司对涉案商标并未进行过实际使用，不会发生实际损失，因而无需赔偿损失；优衣库公司、优衣库我格店的使用属于对商品进行文字说明，并非恶意侵权。

优衣库公司、优衣库我格店的上诉请求为：撤销原审判决第一项，改判驳回指南针公司、中唯公司全部诉讼请求。其主要上诉理由为：一、原审判决以人人网优衣库公共主页认定互联网上关于“ ”的宣传信息均由优衣库公司发布，属事实认定错误。二、原审判决将用于表明产品特性的“ ”文字说明认定为识别商品来源的商标，与客观事实不符。三、“ ”与“ ”既不相同也不近似，指南针公司、中唯公司仅诉请认定两者近似，原审法院却认定相同，违反民事诉讼“不告不理”原则。指南针公司、中唯公司答辩认为：一、人人网发布信息需要后台认证，该网上的相关主页确由优衣库公司开办，相关信息由优衣库公司发布。二、原审判决认定“ ”的使用属商标使用正确。三、“ ”与“ ”对比，其核心是变形的U，“ ”是由变形的U“ ”和文字“ULTRA LIGHT DOWN”构成，其变形的U部分完全相同，因此原审法院认定两者相同符合客观实际。

指南针公司、中唯公司在二审中提交了如下新的证据材料：1、迅销公司申请“ ”商标的过程材料，欲证明优衣库公司明知该商标由指南针公司、中唯公司持有，仍恶意侵权。2、广州爱琴鸟纺织品有限公司销售发票，欲证明爱琴鸟公司对外使用“ ”商标。3、爱琴鸟公司宣传册、爱琴鸟公司网页打印件，欲证明涉案“ ”商标使用情况。4、指南针公司经营情况，欲证明指南针公司是合法经营的企业。5、中唯公司经营情况，欲证明中唯公司是华毅资本下辖公司。6、优衣库公司母公司日本株式会社迅销在中国的商标申请情况，欲证明迅销公司大量拥有商标。7、本田公司、丰田公司等日本企业在中国的商标申请情况、广州市香江实业有限总公司商标申请情况，欲证明大量申请商标是各企业的通行战略。8、国内商标代理机构资质情况，欲证明中唯公司获得商标代理资质仅为方便维权。

优衣库公司、优衣库我格店对上述证据材料质证认为：一、上述证据材料均在本案一审起诉之前即存在，其在一审举证期限之内即应提交，不符合二审新证据条件。二、对于证据材料1，认可其真实性，但不能达到指南针公司、中唯公司的证明目的；对于证据材料2，认可其真实性，但与本案无关；对于证据材料3，认可爱琴鸟公司宣传册真

实性，但不认可其关联性，不认可爱琴鸟公司网页打印件真实性；对于证据材料4、5，不认可其真实性，且公司经营情况与本案无关；对于证据材料6、7，认可其真实性，但不能达到其证明目的；对于证据材料8，认可其真实性，但其与本案无关。

对于指南针公司、中唯公司在二审中提交的新证据材料，本院认为：证据材料1仅能证明日本迅销公司曾申请“ ”商标，且不与原审认定事实相左，该证据没有必要作为二审新证据采纳；证据材料2不能显示爱琴鸟公司所销售产品与本案涉案商标有关，与本案的关联性不足；证据材料3仅能证明爱琴鸟公司将“ ”标识用于宣传材料，但不能证明该宣传材料对外散发，也不能证明“ ”标识已实际用于产品之上；证据材料4、5，指南针公司、中唯公司是合法开展经营的企业，各方当事人及原审法院均未否认，且与本案指控的侵权事实没有关联，没有必要作为二审新证据采纳；证据材料6、7、8不能证明本案事实，与本案并无关联。综上，对于指南针公司、中唯公司在二审中提交的新证据材料，本院均不予采纳。

优衣库公司、优衣库我格店未向本院提交新的证据材料。

本院经审理查明，原审法院查明的事实属实。

本院认为，本案主要有以下争议焦点：一、优衣库公司、优衣库我格店是否在互联网宣传中使用了“ ”标识，以及在产品上使用该标识是否属于商标性使用。二、“ ”标识与“ ”标识是否相同或近似。三、指南针公司、中唯公司是否实际使用了“ ”商标，优衣库公司、优衣库我格店是否应承担赔偿责任。对上述争议焦点，本院认为：

一、关于优衣库公司、优衣库我格店是否在互联网宣传中使用了“ ”标识。经公证的人人网优衣库公共主页有“ ”标识，且有优衣库商品及价格信息，原审法院认定相关网页信息由优衣库公司发布，并无不当；优衣库我格店并非独立法人，优衣库公司、优衣库我格店实为一体，原审法院推定两者均参与发布相关网页信息，亦无不当。关于在产品上使用“ ”标识是否属于商标性使用，本院认为，“ ”标识已被优衣库公司、优衣库我格店广泛使用于涉案商品及涉案商品的广告宣传中，特别是“ ”字样并非通常的文字说明，其对于相关消费者而言较为醒目，能够起到指示、识别商品来源的作用，即使“ULTRA LIGHT DOWN”文字确实具有说明产品特性的作用，也无法否定“ ”标识在其中的指示、识别功能，因此，原审法院关于优衣库公司、优衣库我格店使用“ ”标识属于商标性使用的认定，本院予以认同。

二、关于“ ”标识与“ ”标识是否相同或近似。涉案商标为“ ”，被控侵权标识为“ ”，其中的变形U部分，两者基本无差别，应认定相同。优衣库公司、优衣库我格店也认为“ULTRA LIGHT DOWN”文字是为了说明产品特性，从相关消费者角度看，起主要指示、识别作用的是其中的变形U部分，因此，基于“ ”标识与“ ”标识的变形U部分相同，从而认定两标识相同，于法不悖，原审法院认定无误，本院予以认同。至于是否存在违反“不告不理”原则之处，本院认为，本案是商标侵权纠纷，法院就涉案商标与被控侵权标识是否相同或近似作出符合事实的客观认定，于法并无不当。

三、关于指南针公司、中唯公司是否实际使用了“ ”商标。本院认为，指南针公

司、中唯公司在原审中提供的实际使用证据材料以及其在二审中提交的关于其实际使用涉案商标的证据材料，均不符合商业活动中使用商标的惯常做法，查明的事实也足以表明指南针公司、中唯公司的经营模式系注册商标转让牟利，或意图通过诉讼获取赔偿，其本身既无使用的意图，亦未曾实际使用，且指南针公司、中唯公司关于使用意图也应认定为商标使用的意见，并无法律依据。鉴于指南针公司、中唯公司没有实际使用“ ”商标，其不存在实际损失，原审法院要求优衣库公司、优衣库我格店停止使用“ ”标识，已足以保护指南针公司、中唯公司对“ ”标识享有的商标权，原审法院依法判决优衣库公司、优衣库我格店不承担赔偿责任，于法不悖。

综上，上诉人指南针公司、中唯公司、优衣库公司、优衣库我格店的上诉请求均缺乏事实和法律依据，应予驳回。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十条第一款第(一)项之规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

本案二审案件受理费人民币3,549.96元，由上诉人广州市指南针会展服务有限公司、广州中唯企业管理咨询服务有限责任公司共同负担人民币1,774.98元、上诉人优衣库商贸有限公司、优衣库商贸有限公司上海我格广场店共同负担人民币1,774.98元。

本判决为终审判决。

审	判	长	张本勇
审	判	员	徐卓斌
	人	民陪	陶冶
	审	审	
书	记	员	刘伟

二〇一五年九月一日