

上海市浦东新区人民法院

民事判决书

(2014)浦民三(知)初字第554号

原告北京友宝科斯科贸有限公司，住所地北京市朝阳区亮马桥路39号1号楼5层B501/B502/B503室。

法定代表人王滨，董事长。

委托代理人陈容，北京市汉坤律师事务所律师。

原告在线宝科技有限公司，住所地香港特别行政区中环夏悫道12号美国银行中心502室。

法定代表人黄次南，董事。

委托代理人何玮，北京市汉坤（深圳）律师事务所律师。

被告福州友宝电子科技有限公司，住所地福建省福州市鼓楼区工业路611号福建省高新技术创业园1号楼六层东3室第8工作室。

法定代表人田鑫，副总经理。

委托代理人胡建荣，福建新世通律师事务所律师。

委托代理人马兰花，福建新世通律师事务所律师。

被告上海鑫源物业经营管理有限公司，住所地上海市浦东新区周浦镇年家浜路273号。

法定代表人康文华，总经理。

委托代理人储明弟，男，上海鑫源物业经营管理有限公司工作。

委托代理人常晖，福建君立律师事务所律师。

原告北京友宝科斯科贸有限公司（以下至判决主文前简称北京友宝公司）、在线宝科技有限公司（以下至判决主文前简称在线宝公司）与被告福州友宝电子科技有限公司（以下至判决主文前简称福州友宝公司）、上海鑫源物业经营管理有限公司（以下至判决主文前简称鑫源公司）侵害商标权及不正当竞争纠纷一案，本院于2014年6月12日立案受理后，依法适用普通程序，由审判员倪红霞、人民陪审员曹璐、田有娣组成合议庭，于2014年7月9日、10月13日进行了预备庭审理，并于10月13日进行了公开开庭审理。两原告原共同委托代理人李昕参加了第一次预备庭审理，后两原告撤销了对李昕的委托。原告北京友宝公司的委托代理人陈容、原告在线宝公司的委托代理人何玮、被告福州友宝公司的委托代理人胡建荣、马兰花、被告鑫源公司的委托代理人储明弟、常晖到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

原告北京友宝公司及在线宝公司诉称：原告北京友宝公司成立于2011年1月，主要经营智能售货机业务，研发生产了全球首款智能售货机，是中国领先的智能售货机品牌，也是中国最大的智能售货机运营商。原告在线宝公司于2011年10月在香港成立，经营自动售货机相关业务。设立之初，原告就将独创的“友宝”和“UBOX”作为公司的主要商标。其中北京友宝公司申请注册了“友宝”商标，在线宝公司申请注册了

“UBOX”商标，分别注册在第9类投币启动的机械装置等商品及第7类自动售货机等商品上。2011年12月，在线宝公司将“UBOX”商标在中国大陆地区的使用权独占许可给北京友宝公司使用。

经过原告努力，原告在各地已经拥有了40多家分支机构，形成了六大区域经营网络，自动售货机销售量占全国市场份额三分之一以上，经营收入迅速增长，2013年达到4亿元。为维护商标的声誉，原告投入了大量的人力、物力、财力进行了广泛的宣传，在全国大部分地区具有了较强的知名度和市场认可度。

近期，原告发现被告福州友宝公司在上海等国内多个城市的高校、小区、办公楼内设置了与原告产品类似的智能快件箱，并且该等产品正面、产品电子屏幕以及产品铭牌等显著部位上多次使用了标识。被告鑫源公司在位于上海市川周公路4011弄名为“汇丽苑”的住宅小区内设置了被告福州友宝公司提供的智能快件箱，该快件箱正面、产品电子屏幕以及产品铭牌等显著部位上均多次使用了标识。不仅如此，被告福州友宝公司网站在宣传产品时也大量使用了标识。被告使用的该标识与原告的注册商标极为相似，易使消费者产生混淆，严重侵犯了原告的注册商标专用权。

原告经进一步调查发现，被告福州友宝公司于2012年才成立，其团队成员大多毕业于福州师范大学，而原告的福建分公司在2012年5月开始与福州师范大学及其分校合作，在该校教学楼、图书馆、宿舍楼等地设置经营友宝牌智能售货机。显而易见，被告福州友宝公司的创始团队在成立公司前就已经知悉原告的商标、品牌及产品。

此外，被告福州友宝公司还向商标局申请注册标识及“邮宝”商标，但实际并不使用。被告福州友宝公司故意使用与原告商标极为相似的标识，主观恶意和搭便车非常明显，客观上足以使相关公众对原、被告产品产生误认。

在原告取得良好业绩且其品牌为相关消费者熟知的情况下，被告福州友宝公司经营与原告类似的产品，将原告的注册商标注册为企业名称，并在其生产的产品及宣传、经营中到处使用与原告注册商标类似的商标，且多次使用“友宝电子科技”、“友宝”作为企业的简称，有意误导公众，引起市场混淆，给原告造成了巨大的经济损失和商誉损失，侵犯了原告的合法权益，同时构成商标侵权和不正当竞争。两被告共同实施了侵权行为，应承担连带责任。故两原告请求判令：1、两被告立即停止侵犯原告注册商标专用权的行为，立即停止在任何商业活动中使用标识的行为；2、被告福州友宝公司立即停止在企业名称中使用“友宝”文字的行为；3、两被告在《东方早报》、《海峡都市报》等媒体上发表声明，消除影响；4、两被告连带赔偿原告经济损失人民币100万元；5、两被告支付原告为制止侵权支出的合理费用共计18万元。审理中，两原告明确不要求被告鑫源公司承担上述第3、4、5项诉讼请求。

被告福州友宝公司辩称：1、原告北京友宝公司对第11588087号“UBOX”商标不具有使用权，故其没有诉权。原告北京友宝公司和原告在线宝公司不具有共同的法律关系，不是共同的原告。原告在线宝公司于2014年3月14日才取得“UBOX”注册商标权，其在2011年12月1日授权给北京友宝公司时是没有权利的，且该授权没有备案，所以商标授权是虚构的事实。2、被告福州友宝公司的行为没有侵犯原告的商标专用权。“友宝”和“UBOX”不是两原告自创的词，早已有多家企业和个人在其他商品类别注册了

“友宝”和“UBOX”商标。福州友宝公司并不知道原告的商标，其使用自己的企业名称作为商品的标识是合法使用，不构成侵权。3、被告福州友宝公司使用涉案标识不构成侵犯原告在线宝公司“UBOX”注册商标权。原告在线宝公司在商品分类第7类上注册了商标，而福州友宝公司的产品不属于第7类，且福州友宝公司使用涉案标识的时间早于原告在线宝公司注册“UBOX”商标的时间，故不构成侵权。4、由于被告福州友宝公司不构成侵权，故不需要消除影响。5、被告福州友宝公司的企业名称是合法注册的，其合法使用自己的企业名称没有侵害原告的权利，故不构成侵权。6、原告提起恶意诉讼，应该自行承担相关费用。7、原告使用福州友宝公司的企业名称作为百度推广的关键词，福州友宝公司也已经向北京市朝阳区人民法院提起诉讼。综上，请求驳回两原告的诉讼请求。

被告鑫源公司辩称：1、两原告不能作为共同原告，原告北京友宝公司并未获得“UBOX”的商标使用权，故该公司没有诉权。2、鑫源公司安装被告福州友宝公司的自动储物柜是由政府推荐，根据物业管理委员会的指示进行的，而且至今没有投入使用。3、鑫源公司与福州友宝公司之间不存在任何法律关系，福州友宝公司与原告之间的侵权纠纷与其无关，原告不应起诉鑫源公司。综上，被告鑫源公司不应当承担任何责任。

经审理查明：

（一）两原告注册成立、经营及商标注册情况

原告北京友宝公司成立于2011年1月20日，注册资本10,000万元，经营范围为因特网信息服务业务、普通货运、批发预包装食品、乳制品、零售预包装食品、货运代理、仓储业务、租赁自动售货机、自动售票机等。原告下属上海分公司成立于2011年8月22日，福建分公司成立于2012年2月22日，宁波分公司成立于2012年6月1日，苏州分公司成立于2012年11月21日，南通分公司成立于2012年12月10日，杭州分公司成立于2014年5月16日。

2011年3月2日，原告北京友宝公司申请注册“友宝”商标，并于2012年3月7日取得第9165111号“友宝”商标注册证，核定使用商品第9类投币启动的机械装置、投币启动的设备用的机械装置、自动售货机、自动售票机等，注册有效期至2022年3月6日。

原告在线宝公司于2011年10月26日在香港注册成立，业务性质为自动售卖机相关服务。

2012年10月11日，原告在线宝公司申请注册“UBOX”商标，并于2014年3月14日取得第11588088号“UBOX”商标注册证，核定使用商品第7类自动售货机、制茶机械、食品包装机等，注册有效期至2024年3月13日；于2014年4月14日取得第11588087号“UBOX”商标注册证，核定使用商品第9类投币启动设备用机械装置、投币计数启动设备用机械装置、自动售票机等，注册有效期至2024年3月13日。

2011年12月1日，原告在线宝公司出具授权书，授权原告北京友宝公司在中国大陆范围内（不含香港、澳门、台湾）使用“UBOX”商标，并生产、销售、经营智能售货机等相关产品。北京友宝公司有权自行决定对有侵权行为的公司、团体、个人或组织采取法律诉讼、索赔、和解、谈判和协商等方式进行处理。原告北京友宝公司取得的权利

是独占性的，其有权自行决定再许可任何第三人使用。上述授权书于签发之日起生效，期限为5年，自2011年12月1日至2016年11月30日。该授权书载明由原告在线宝公司在北京签署。

2011年11月至2012年12月期间，原告北京友宝公司与阿里巴巴（中国）有限公司等8家单位签订了自动售货机安置及服务合同，其中2011年11月9日与阿里巴巴（中国）有限公司签订的合同上有“UBOX”及“友宝”字样。2012年5月至2013年1月，原告北京友宝公司下属上海分公司与上海铁路局上海站等9家单位签订了自动售货机安置及服务合同，其中部分合同上有“友宝”及“UBOX”字样。2012年7月至2013年1月，原告北京友宝公司下属宁波分公司与宁波市第二医院等6家单位签订了自动售货机安置及服务合同。2012年6月5日，原告下属福建分公司与福建师范大学福清分校签订自动售货机安置合同，合同期限自2012年6月30日至2015年6月30日。2012年9月19日双方又签订补充协议；2012年8月2日，福建分公司与福建省丰吉汽车贸易有限公司签订了自动售货机安置合同；2012年8月8日，福建分公司与福建师范大学协和学院签订自动售货机安置合同，合同期限自2012年6月16日至2015年6月15日。上述部分合同上有“UBOX”及“友宝”字样。

两原告在审理中称其是关联公司，主营业务均在我国大陆，“UBOX”商标由原告北京友宝公司使用。

（二）网络、杂志等对原告及其产品的介绍

2012年11月7日，网易网上刊文《“幸福感”热议，友宝智能售货机变身企业关怀大使》，文中讲到，“据悉，友宝是目前中国最大的自动售货机品牌，也是全球第一款联网智能售货机制造商，灵活的售卖方式和智能化的管控方式让它在百度、新浪、三星、HTC、LG等众多知名企业非常受宠，在全国的服务网店已经接近万台。”

2012年11月16日，光明网转载来源于中国行业研究网的《手机支付成潮流引领自动售货机行业格局》一文，称友宝成立不足两年，但已在中国29个城市铺设机器接近一万台。

2012年11月29日，财经中国网有《友宝亮相广州车展 智能互动引人关注》一文。

2013年1月24日，新浪网《众多企业、商城争相引进“友宝”智能售货机》一文介绍：据不完全统计，2012年全国许多省市，多家企业、商城纷纷引进“友宝”售货机。友宝，这家成立于2011年初的公司，在不到两年的时间里，竟然铺设了近万台售货机。“友宝”一上市就被公推为中国最领先的自动售货机，并成为全球首款智能售货机。据悉，2013年，友宝自动售货机已成为全国最大的自动售货机品牌。每天有超过一百万用户，通过分布在全国三十个城市的近万台友宝售货机购买食品、饮品，每天的交易量超过两百万笔。

2013年2月6日，TOM网有《“友宝”智能售货机成为企业市场新宠儿》一文。

2013年3月5日，搜狐网有《学生喜爱、家长放心，“友宝”售货机为校园增添更多温馨》一文。

2013年3月12日，搜狐网《友宝售货机助企业进入消费智能化时代》一文介绍：据悉，2013年春季，有一百多家企业引进了“友宝”智能自动售货机。

2013年3月22日，新民网有《友宝售货机：智能便利开启清凉一夏》一文。

2013年8月12日，新华网上刊文《友宝的“逆向O2O”，颠覆自动售货机》，文中讲到，“目前，友宝的智能售货机已经铺设11,000多台，预计到2013年底可以达到18,000台，2014年能达到25,000台，公司已经良性运转，实现微利。”；“目前友宝售货机铺设的位置分为两类：封闭区域，如工厂、学校、医院等人群密集区域；公开区域，如地铁站、商场等附近区域。”

2013年8月14日，搜狐IT网上刊文《友宝李明浩：自动售货机怎么玩O2O？》，文中讲到，友宝是一家自动售货机运营商，友宝中国总裁李明浩分享了友宝发展的几个特点。

2013年8月14日，新华网上刊文《友宝+微信支付：被重新定义的便利店》，文中讲到，“作为全球首款智能售货机的研发者，国内自动售货机运营商的第一品牌，友宝成功运用智能系统、云技术，借助强大的运营实力，为传统自动售货机注入了新的活力。……已在北京、上海、武汉、广州、深圳等地运营的近万台自动售货机，更是成就用户生活服务跨越了具有时代感的一部。”

2013年8月的《中国经济周刊》杂志有标题为《友宝：自动售货的升级版》一文。

2013年8月的《商界评论》杂志有标题为《友宝：售货机变形记》一文，该文系对原告北京友宝公司法定代表人王滨口述内容整理。

2013年8月的《第一财经周刊》杂志有标题为《想只卖饮料》一文，介绍：这是友宝自动售货机“便利店”模式在广州的第三个办公楼试点，在北京类似37wan这样的合作公司已经有30家，并尝试今年年底在北京增加到200家公司。2011年初成立的友宝，目前拥有1.2万台自动售货机，主要分布在工厂和大学等区域。每一台售货机的成本在2.5万元左右，每卖出一瓶2.5元的可乐净利润只有10%。

2013年9月的《创业家》杂志有标题为《友宝：自动售货机的O2O玩法》一文。

2013年11月的《中国商界》杂志有标题为《用科技开发“懒人经济”》一文，介绍：互联网自动售卖机目前国内较普遍的是友宝。友宝的自动售卖机除了外观比传统的更亮丽时尚，还多了一个显示屏。友宝公司整个团队，互联网的工作人员不在少数。公司线上员工近200人，线下近800人。

2013年12月的《中国企业家》杂志中有标题为《友宝：“聪明”的自动售货机》一文，介绍：友宝是目前国内最大的售货机运营商，装机数量已达10,000台。它还研发生产了全球首款智能售货机，运用智能系统和云技术，使自动售货机业务变得更“聪明”。原告北京友宝公司被《中国企业家》杂志评为2013年未来之星100强企业，2014年度最具成长性的新兴企业。

原告北京友宝公司网上登载：友宝已在北京、上海、武汉、广州、深圳等地拥有包括生产、研发、经营在内的多个分支机构，运营自动售货机已超过一万五千台。“成功案例”包括三星、hTC、LG、百度、新浪、搜狐、腾讯、清华大学、北京大学等。

原告北京友宝公司参加了2012年6月27日至29日的“2012中国国际自助服务产品及自动售货系统展”。

2013年“第十届中国国际自助服务产品暨自动售货系统展”上展出了智能快件箱

，中央电视台新闻频道以“科技加创新 自助服务改变生活”为题对此进行了报道。

（三）两被告注册成立、经营及商标注册情况

被告福州友宝公司成立于2012年9月20日，其企业名称于2012年8月23日被核准，注册资本50万元，股东应向阳、田鑫、蔡泽森，经营范围为电子产品研发、自动化控制工程、通信工程设计、施工、电子产品、计算机软件批发、代购代销。

2012年12月24日，被告福州友宝公司申请在第9类投币启动设备用机械装置、投币计数启动设备用机械装置、自动取款机、自动售票机等商品上注册商标（第11942187号）。

2013年9月25日，被告福州友宝公司申请在第9类投币启动设备用机械装置、投币计数启动设备用机械装置、自动取款机、自动售票机等商品上注册“邮宝”商标（第13286073号）。

2014年7月1日，被告福州友宝公司申请在商品分类第6类上注册“邮宝”商标（第14643700号）。

被告福州友宝公司于2013年11月、2014年1月、2014年4月分别与客户签订的4份合同上均为“邮宝智能快递终端”的名称。被告福州友宝公司放置于福建省交通运输厅、福建师范大学、福建融信第一城小区的智能快件箱上有“邮宝智能快件箱”等标识。

被告福州友宝公司的快递箱操作流程为：快递员：刷卡、扫描条形码、选箱投递、系统发送验证码给用户；用户：输入验证码、刷卡、开箱取件、用户取件。

被告福州友宝公司广业审字（2013）126号审计报告显示，该公司2012年度流动资产82,496.76元，资产总计85,664.87元，营业收入8,165.05元，营业利润-57,985.13元，净利润为-27,985.13元。

2014年5月20日，中国版权保护中心出具《小型微型企业备案通知书》，对被告福州友宝公司作为小型微型企业予以备案，免征企业软件著作权登记费。

2013年8月15日，国家邮政局发出《关于召开智能快递箱标准预研项目研讨会议的通知》，就该局完成的《智能快递投递箱标准预研项目》，通知包括被告福州友宝公司、中国邮政、顺丰等在内的企业进行研讨。

被告鑫源公司成立于1999年10月28日，经营范围物业管理等，位于本市浦东新区的汇丽苑小区物业由该公司负责管理。

（四）原告申请公证保全的情况

2014年4月10日，北京市汉坤律师事务所上海分所向上海市东方公证处申请办理保全证据公证。当日下午，申请人的委托代理人邵佶与公证人员一同到达上海市川周公路4058弄的住宅小区，邵佶当场对该处方位及小区内有“友宝”字样的设备进行了拍照，并使用数码摄像机对现场状况进行了拍摄。照片显示，在该小区内有一排柜子，柜子上贴有标签，有标识及“福州友宝电子”、“www.24box.cn”等字样，在柜子背面有标识、“邮宝智能快递投递箱”等。上海市东方公证处于2014年4月10日出具了（2014）沪东证经字第5383号公证书。

当日下午，邵佶与公证人员又来到上海市川周公路4011弄的“汇丽苑”住宅小区，邵佶当场对该处方位及小区内有“友宝”字样的设备进行了拍照，并使用数码摄像机

对现场状况进行了拍摄。照片显示，在该小区内有一排柜子，柜子上贴有标签，标签上有标识、“邮宝智能快递投递箱”及电话、网址（www.24box.cn）等字样，柜子的电子屏幕上有“ ”标识。上海市东方公证处于2014年4月10日出具了（2014）沪东证经字第5384号公证书。

2014年4月11日下午，申请人北京市汉坤律师事务所上海分所的委托代理人李昕在公证人员的监督下，在公证处的电脑上进行了如下操作：进入工业和信息化部网站，在备案信息中查询域名“www.24box.cn”，显示主办单位福州友宝公司，审核时间2014年3月12日。进入www.24box.cn网站，页面左上角有标识，网页底部有“copyright友宝电子科技”；点击“新闻动态”，页面左上角有标识。其中2013年7月30日的新闻“logo与网站的新面貌”一文中称，“这几天友宝的小伙伴们设计了一个新的logo，由于正在过渡期所以旧的logo依然出现在我们的画册和旧的公司网站上。”下方为新旧标识，新的标识为，旧的标识为；点击“产品中心”下的“成功项目”，页面左上角显示标识，项目包括福建省交通运输厅（启动时间2013年3月15日）、福州软件园（启动时间2013年4月27日）、福建师范大学（启动时间2013年5月18日）、天元花园（启动时间2013年7月18日）等；点击“合作方式”，显示招商加盟的问题，问题中使用的是“邮宝智能快件箱”字样，如“什么样的人可以从事邮宝智能快件箱事业？”、“邮宝智能快件箱市场机会如何”、“从事加盟邮宝智能快件箱事业需要多少资金”等，其中讲到加盟费用在1万到10万元之间，经销保证金在5万到30万元之间；一般代理商和经销商都是非独家的（一般一个城市三家非独家）。上海市东方公证处于2014年4月11日出具（2014）沪东证经字第5412号公证书。

（五）被告鑫源公司安装快递箱的情况

2013年8月20日，上海鑫源物业汇丽苑管理处就安装快递箱事宜请示上海市南汇区汇丽苑业主委员会（以下简称汇丽苑业委会），内容为：兹由汇丽苑居委会领导小杨引领推荐福州友宝公司意向在汇丽苑安装快递箱，该快递箱免费向业主提供服务（属便民服务），该快递箱安装完毕投入使用后，由福州友宝公司负责长期免费养护，如快递箱在使用过程中所产生的设备故障、或涉及知识产权保护、设备不完善所引发的一切法律争议由福州友宝公司承担。汇丽苑业委会对上述请示盖章同意。

2014年7月23日，汇丽苑业委会函告被告福州友宝公司，称福州友宝公司于2013年8月开始在汇丽苑小区无偿安装快递箱，但至今未能看到正常投入使用的希望，故要求福州友宝公司就何时安装完成和投入使用在2014年8月10前给予书面答复，如未能答复的，在2014年8月自行组织拆除。

2014年8月7日，被告福州友宝公司书面回复汇丽苑业委会，其将提供2个方案，方案一是拟于2014年9月1日前完成快递箱的重新启用工作，请汇丽苑业委会安排专人对接维护培训事宜。方案二是如果汇丽苑业委会不能安排对接人管理汇丽苑小区快递箱事宜，将在9月20日前安排专人负责设备的撤离工作。

经查，汇丽苑小区内的涉案快递箱现已被拆除。

（六）原告为本案支付的费用

原告为本案三次公证支付公证费7,000元（5383、5384、5412号），公证认证费

1,550美元。原告与北京市汉坤律师事务所签订的协议约定代理本案的律师费为12万元，原告现已支付6万元。

（七）本案其它相关事实

2012年4月起，案外人武汉友宝科斯科贸有限公司与格力电器（武汉）有限公司等3家单位签订自动售货机安置合同，其中一份合同上有“UBOX”及“友宝”字样。

2012年5月至2013年1月，案外人福州友宝科斯科贸有限公司与博能特（福州）工业有限公司等4家单位签订自动售货机安置合同。2013年3月，福州友宝科斯科贸有限公司与福建师范大学附属中学签订《自动售货机安置合同》，合同期限自2013年3月8日至2015年3月8日。上述部分合同上有“UBOX”及“友宝”字样。

“YOUBAO友宝”图文、“友宝”等商标自1998年起先后被他人申请注册在第9类、第17类等商品类别上。“uBOX”商标于2010年12月22日由北京一家公司申请注册在第9类电子布告板等商品上。

国家邮政局网站上刊载的《国家邮政局就智能快件箱标准向社会广泛征求意见》一文（2013年9月11日）中讲到，智能快件箱是一种集快件投递与提取多种功能于一体的全天24小时自助服务设备。开发智能快件箱，有助于解决投递成本高、快件安全无法保证、客户取货不方便以及派送时间与消费者接货时间不一致等问题，成为解决快件投递“最后一公里”问题的有效途径，其现实意义和社会价值主要表现为方便民生、降低成本、提高投递效率和保护个人隐私等；国内市场，中国邮政、顺丰、圆通、韵达、中通、京东等快递企业均开始尝试使用智能快件箱，成都我来啦、福州友宝、北京校园100和北京递兴泊等企业以第三方身份投资运行了该产品。但总体而言，智能快件箱仍处于探索阶段。

国家邮政局网站上刊载的智能快件箱行业标准将智能快件箱定义为设立在公共场合，可供投递和提取快件的自助服务设备。其总体功能包括业务功能（投递快件、用户取件、取回预期件、扩展功能）、内部管理功能（快递业务员管理、快递企业管理、快件信息查询等）。投递快件流程包括以下步骤：快递业务员登陆；快递业务员录入或扫描快件编号；快递业务员录入收件人手机号码等联络信息，或通过支撑系统从快递业务系统获取收件人手机号码等联络信息；快件箱打开格口；快递业务员将快件投放到格口中；快递业务员关闭格口；投放完成，快件箱向收件人发送取件通知；快递业务员继续投放新的快件；投递快件结束，快递业务员退出登录。

以上事实，由原、被告的当庭陈述，由原告举证的商标注册证、授权书、原告北京友宝公司下属分公司营业执照、网络上刊载的新闻及信息、原告北京友宝公司网站上的内容、（2014）沪东证经字第5383号公证书、（2014）沪东证经字第5384号公证书、（2014）沪东证经字第5412号公证书、自动售货机安置合同、参展合同、电视新闻、商标查询信息、拍摄的照片及录像、公证费发票、公证认证费发票、法律服务协议及律师费发票，被告福州友宝公司举证的企业名称预先核准通知书、快递终端投放合同、国家邮政局《关于召开智能快递箱标准预研项目研讨会议的通知》、国家邮政局网站上的信息、智能快件箱行业标准、审计报告、小型微型企业备案通知书、商标查询信息，被告鑫源公司提供的安装快递箱请示、快递箱使用或拆除的告知函、快递箱使用或拆除的回

函等经庭审质证的证据证实。

两原告在本案中还提供了以下证据：1、宣传页，以证明原告的产品遍布全国各地；2、微博，以证明用户对原、被告产品产生了混淆；3、案外人成都三泰电子实业股份有限公司“速递易”商标注册情况，以证明该公司在第9类投币启动设备机械装置上注册了商标，该公司经营的也是投币启动设备；4、2011年12月8日，广州东吉实业有限公司与客户签订的《地铁车站自助设备场地管理合同书》；5、2012年8月-12月，广州伟吉贸易有限公司及其分公司与客户签订的3份《自动售货机合作协议书》；6、（2014）京长安内经字第22084、22085号公证书，以证明原告北京友宝公司投放“福州友宝电子科技”这一关键词属于操作失误，且投放时间短，并已经停止投放。

本院认为，原告北京友宝公司提供的上述证据1、2均是打印件，真实性无法确认，故不予采纳；上述证据3、6与本案无关，故不予采纳；原告对于上述证据4、5中的广州东吉实业有限公司、广州伟吉贸易有限公司未能证明与其的关联性，且合同中未明确是“友宝”品牌，故不予采纳。

被告福州友宝公司另提供了下列证据：1、案外人成都我来啦网格信息技术有限公司、杭州东城电子有限公司的简介、商标注册情况，以证明上述两家公司均在商品分类第6类上注册了商标，用于智能快件箱上；2、全国企业信用信息公示系统，证明全国有很多企业的字号为“友宝”；3、2013年资产负债表、利润表、纳税申报表，显示福州友宝公司2013年度资产总计995,535.78元，营业利润-450,379.87元，净利润为-375,479.09元；4、（2014）厦鹭证内字第12704号公证书，以证明原告擅自使用福州友宝公司的企业名称作为关键词在互联网上进行推广。

本院认为，被告福州友宝公司提供的上述证据1、2、4均与本案无关，本院不予采纳；上述证据3由被告福州友宝公司自己提供，其真实性无法确认，本院不予采纳。

本院认为：两原告在本案中主张被告福州友宝公司在其产品、网站上使用的标识侵犯了其“友宝”和“UBOX”商标权，同时被告福州友宝公司将“友宝”作为其企业字号构成不正当竞争。根据原、被告双方的诉辩意见及本院查明的事实，本案的争议焦点在于：1、两原告能否作为共同原告提起诉讼；2、被告福州友宝公司使用的标识是否侵犯了两原告的“友宝”、“UBOX”注册商标专用权；3、被告福州友宝公司使用“友宝”字号是否构成不正当竞争；4、如果被告福州友宝公司构成侵权，两被告应如何承担民事责任。

两原告能否作为共同原告提起诉讼

本院认为，原告北京友宝公司于2012年3月7日取得“友宝”注册商标专用权，且在商标注册有效期内，依法受法律保护，在注册商标受侵害时，其有权针对商标侵权行为向法院提起诉讼。原告在线宝公司的“UBOX”商标在商品分类第7类和第9类上分别于2014年3月14日和2014年4月14日获得注册，该公司于商标注册前即2011年12月1日将“UBOX”商标独占许可给原告北京友宝公司使用，许可期至2016年11月30日，现尚在许可期内。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《商标案件解释》）第四条规定，在发生注册商标专用权被侵害时，独占使用许可合同的被许可人可以向人民法院提起诉讼。因此原告北京友宝公司在

“UBOX”商标注册后有权针对侵害“UBOX”注册商标权的行为提起商标侵权诉讼。虽然原告在线宝公司作为“UBOX”注册商标权利人，与北京友宝公司各自享有不同的实体权利，但北京友宝公司既是“友宝”商标权利人，又是“UBOX”商标独占被许可人，且两原告针对的是同一个侵权法律关系，因此两原告可以在本案中共同提起诉讼。

被告福州友宝公司提出，原告在线宝公司是注册于香港的企业，其向原告北京友宝公司出具授权书应当办理公证认证手续；授权书上的落款时间为2011年12月1日，而在线宝公司申请“UBOX”商标的时间为2012年10月11日，远晚于授权时间；授权书上并没有注明许可的是两个“UBOX”商标；授权书未依法向商标局备案；原告也没有证据证明在授权之前就已经使用了“UBOX”商标。因此被告福州友宝公司认为商标授权之事是两原告为本次诉讼虚构的，原告北京友宝公司不具有诉权。本院认为，对于域外形成的证据要求提供方应当履行公证认证手续的目的是为了确认证据的真实性。本案中，授权书由原告在线宝公司出具，在线宝公司作为商标权利人确认了该授权书系其出具，因此原告对授权书可不再办理公证认证手续。目前我国法律并未明文禁止未注册商标的许可使用，原告北京友宝公司于2011年11月对外签订的合同上已经有“UBOX”、“友宝”标识，因此原告在线宝公司的商标授权时间早于商标注册时间并不能否定该授权事实的存在和授权书的效力。在线宝公司的两个商标均为“UBOX”，只是核定使用在不同的商品上，由于商标授权在先，申请注册在后，因此在授权书中仅写明“UBOX”商标也是符合常理的。现在线宝公司已经明确授权书包括两个“UBOX”商标，是对涉案事实的追认和对其自己权利的处分，并无不妥。《商标案件解释》第十九条规定，商标使用许可合同未经备案的，不影响该许可合同的效力，但当事人另有约定的除外。因此原告在线宝公司向北京友宝公司出具的授权书虽然未进行备案，但依然具有法律效力。综上，被告福州友宝公司提出的上述抗辩意见不成立，本院不予采信。

二、被告福州友宝公司使用的标识是否侵犯了两原告的“友宝”、“UBOX”注册商标专用权

本院认为，根据《商标案件解释》规定，商标近似是指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，其文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者其各要素组合后的整体结构相似，或者其立体形状、颜色组合近似，易使相关公众对商品的来源产生误认或者认为其来源与原告注册商标的商品有特定的联系。认定商标相同或者近似按照以下原则进行：（一）以相关公众的一般注意力为标准；（二）既要进行对商标的整体比对，又要进行对商标主要部分的比对，比对应当在比对对象隔离的状态下分别进行；（三）判断商标是否近似，应当考虑请求保护注册商标的显著性和知名度。

1、被告福州友宝公司使用的标识与两原告的“友宝”、“UBOX”注册商标是否构成近似。

比对标识与“友宝”商标，标识由菱形图与两个英文单词“You”、“Box”及中文“友宝电子科技”组成，以我国公众的读写和认知习惯，在具有中、英文组合的商标中，中文起主要的识别作用，而“电子科技”是通用词汇，不具有识别性，英文“YouBox”的发音又与中文“友宝”近似，因此“友宝”在标识中起到了识别商品来源的作用，易使相关公众对商品来源产生混淆或误认，故被告福州友宝公司使用的标识

与原告北京友宝公司的“友宝”注册商标构成近似。

比对标识与“UBOX”商标。虽然标识由图形、英文和中文组成，但标识中含有与原告的英文商标“UBOX”相同的四个字母，“YouBox”的发音不但与“UBOX”相同，也与“友宝”相近，且原告在经营中将“友宝”与“UBOX”同时使用，以普通消费者的一般注意力，两者易造成混淆或误认，故被告福州友宝公司使用的“ ”标识与原告的“UBOX”注册商标构成近似。

比对标识与“友宝”商标。标识由标有英文字母“Y”和“B”的立体图形、两个英文单词“You”和“Box”以及中文“友宝”组成，中文在中英文标识中起主要的识别作用，英文“YouBox”的发音又与中文“友宝”近似，“Y”和“B”分别是“You”、“Box”的首字母，因此“友宝”在标识中起到了识别商品来源的作用，易使相关公众对商品来源产生混淆或误认，故被告福州友宝公司使用的“ ”标识与原告北京友宝公司的“友宝”注册商标构成近似。

比对标识与“UBOX”商标。虽然标识由图形及中英文文字组成，但标识中含有与原告的英文商标“UBOX”相同的四个字母，“YouBox”的发音不但与“UBOX”相同，也与“友宝”相近，且原告在经营中将“友宝”与“UBOX”同时使用，以普通消费者的一般注意力，两者易造成混淆或误认，故被告福州友宝公司使用的标识与原告的“UBOX”注册商标构成近似。

2、被告福州友宝公司的产品与两原告注册商标核定使用的第7类、第9类商品是否构成类似

根据《商标案件解释》第十一条、第十二条的规定，类似商品，是指在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费对象等方面相同，或者相关公众一般认为其存在特定联系、容易造成混淆的商品。认定商品或者服务是否类似，应当以相关公众对商品或者服务的一般认识综合判断；《商标注册用商品和服务国际分类表》、《类似商品和服务区分表》可以作为判断类似商品或者服务的参考。

原告认为，被告福州友宝公司的产品智能快件箱与其“友宝”注册商标核定使用在第9类上的投币启动的机械装置、自动售货机构成类似商品，与其“UBOX”注册商标核定使用在第7类上的自动售货机、第9类上的投币启动设备用机械装置构成类似商品。本院认为，被告福州友宝公司生产的智能快件箱一般被安放在学校、社区等人员较密集且较为固定的居住、生活等场所，其操作方法是快递员将快递放置在智能快件箱中后，将取件密码发送给客户，客户在快件箱上输入快递员发送的密码，即可将快递自行取出。智能快件箱的功能主要是用于临时性的物品储存，客户与快件之间存在特定的对应关系，提供智能快件箱的一方并不是快递商品的销售方，其与快递公司合作，只是起到了为他人暂时保管并传递商品的作用。自动售货机一般被安放在办公场所、学校、商场、地铁站等公共场所，内有饮用水、饮料、袋装食品等，消费者投币后，即可以进行自助购买。自动售货机的功能是方便消费者自行购买自动售货机内的商品（多为饮料等食品），商品与消费者之间一般没有特定的对应关系。虽然原、被告产品均为向公众提供自助取件的服务，但两者安放场所并不完全重合，针对的是不同需求的服务对象，功能、用途也不相同，因此被告福州友宝公司的智能快件箱与原告注册商标核定使用的“自

动售货机”不属于类似商品。

被告福州友宝公司的智能快件箱采用输入密码自主取件的使用方式，为客户提供自助提取快件的服务。虽然并不一定需要投币，但原理与投币启动的装置相似，从被告的产品图片上看也有投币口，因此智能快件箱与投币启动的机械装置、投币启动设备用机械装置属于类似商品，且被告福州友宝公司同样也在第9类投币启动设备用机械装置等商品上申请了商标注册。被告福州友宝公司认为智能快件箱应属于第6类金属箱，根据《类似商品和服务区分表》的注释，第6类主要包括未加工的和半加工的普通金属，以及这些金属的简单制品。被告福州友宝公司的智能快件箱并不是一种简单的储物柜，其将传统的储物柜与互联网相结合，有主机、显示屏、读卡器、键盘、扫描器等，区别于普通的金属箱。且类似商品的判断应在被控侵权商品与注册商标核定使用的商品之间进行。故被告福州友宝公司的上述意见本院不予采纳。

3、被告福州友宝公司是否侵犯了原告的“友宝”、“UBOX”注册商标权。本院认为，注册商标的专用权，以核准注册的商标和核定使用的商品为限。未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标，或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标，容易导致混淆的，属侵犯注册商标专用权的行为。由于被告福州友宝公司在与原告第9165111号“友宝”和第11588087号“UBOX”注册商标核定使用的类似商品上使用与其近似的标识，侵犯了原告北京友宝公司享有的“友宝”注册商标专用权和对“UBOX”注册商标享有的许可使用权，同时侵犯了原告在线宝公司享有的“UBOX”注册商标专用权。虽然被告福州友宝公司对于上述标识的使用早于“UBOX”商标获得注册的时间，但其未对上述商标进行注册，也未能证明该商标已经因使用而具有一定的市场知名度，故在“UBOX”商标获得注册后，被告福州友宝公司对该标识的使用不得侵犯原告的“UBOX”注册商标权。

三、被告福州友宝公司使用“友宝”字号是否构成不正当竞争

原告认为，经过原告长期和广泛的宣传、使用，“友宝”、“UBOX”商标已经具有较高的知名度和美誉度。被告福州友宝公司的股东及创始人应向阳是福建师范大学教育学院2009级本科生，而原告在福建师范大学协和学院等安置了多台自动售货机，因此应向阳应当知道原告的自动售货机。被告福州友宝公司在明知或应知“友宝”是原告注册商标的情况下仍然将“友宝”作为其字号并使用，存在混淆的恶意，且在客观上造成了相关公众将原、被告产品混淆的后果，其行为有悖诚实信用、维护公平竞争和保护在先权利的原则。

本院认为，我国《商标法》第五十八条规定，将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《中华人民共和国反不正当竞争法》处理。我国企业名称由行政区划、字号、行业及组织形式组成，其中字号具有识别意义。企业名称实行分级登记管理，在某行政区划、行业领域外，企业登记主管机关并不限制与其相同的企业名称的登记。解决商标与企业名称冲突时应遵循诚实信用、维护公平竞争、保护在先权利和禁止混淆等原则。将他人注册商标作为企业名称使用是否构成不正当竞争应结合原告注册商标是否具有识别性和一定的市场知名度；被告是否具有主观恶意；是否足以造成相关公众混淆等因素进行综合判断。

本案中，根据原告提供的报刊、网络等众多媒体对于“友宝”智能售货机的介绍显示，原告北京友宝公司是全球首款联网智能售货机的制造商，其于2011年1月成立后，在当年11月向阿里巴巴（中国）有限公司提供了自动售货机安置服务，至2012年底已在多个城市安放了将近一万台自动售货机，占据了一定的市场份额，2013年在网络及杂志上也有较多对“友宝”自动售货机的介绍。因此原告的“友宝”自动售货机在该行业内已具有一定的市场知名度。由于智能售货机被安放在学校、商场等公共场所，公众容易接触到该产品。同时，原告北京友宝公司成立于2011年1月20日，其“友宝”商标注册时间为2012年3月7日，而被告福州友宝公司成立于2012年9月20日，晚于原告北京友宝公司及其商标的注册时间。从上述情况分析，存在被告福州友宝公司成立前就知道“友宝”智能售货机的可能性。但原告现提供的网络上的介绍等都是在2012年11月以后，“友宝”一词也并非原告北京友宝公司首创，仅凭上述事实，以及原告称被告福州友宝公司股东曾在其安放自动售货机的学校学习的情况，并不能推定被告福州友宝公司的字号必然源于原告北京友宝公司。且即便知道，原告从事的是自动售货机服务，而被告福州友宝公司从事的是智能快件箱服务，两者经营的产品不同，提供的服务不同，针对的是不同需求的消费者，被告福州友宝公司的经营范围中也没有预包装食品的销售、自动售货机等内容。且原告北京友宝公司与被告福州友宝公司的企业名称除了“友宝”相同外，其余文字均有较大的差异，而“友宝”这一名称本身并不独特，在原告北京友宝公司成立之前已被其他公司大量使用及注册为商标。因此，虽然原告的“友宝”智能售货机在市场上具有一定的知名度，但双方的经营内容不同，针对的是不同需求的消费者，不会造成公众混淆，被告福州友宝公司合法规范使用自己的企业名称不会对原告造成不当影响和损害。原告在线宝公司的“UBOX”商标申请于2012年10月，注册于2014年，晚于被告福州友宝公司的成立时间，且原告并未证明“UBOX”商标经使用已具有一定的市场知名度及“UBOX”与“友宝”已经形成对应关系，“UBOX”与“友宝”虽发音相似，但不构成近似，故原告在线宝公司认为被告福州友宝公司使用与其“UBOX”注册商标近似的“友宝”字号构成不正当竞争依据不足。综上，两原告认为被告福州友宝公司在企业名称中使用其注册商标构成不正当竞争不成立，原告要求被告变更企业名称本院不予支持。

四、两被告应承担的民事责任

被告福州友宝公司侵犯了原告的注册商标权应承担停止侵权、赔偿损失等民事责任。被告福州友宝公司应当停止在产品、网站等上使用涉案侵权标识。由于被告鑫源公司已经停止使用并已拆除被告福州友宝公司提供的含有侵权标识的智能快件箱，故本院不再判决该公司停止使用。

关于原告要求被告福州友宝公司登报消除影响的诉讼请求。商标可以反映商品或者服务的来源，是商标权人商业信誉的载体，故商标侵权不仅造成商标权人财产损失，同时也会给商标权人的商业信誉造成不良影响。由于原告北京友宝公司的“友宝”品牌产品具有一定的知名度，被告福州友宝公司使用近似商标持续了一定的时间，且在网站、产品上使用，产品被安放在人员集中的场所，易使相关公众对产品来源产生混淆或误认，对原告北京友宝公司带来一定的影响，故被告福州友宝公司应当登报消除影响。因被

告福州友宝公司经营地在福建省福州市，故本院指定被告福州友宝公司就其商标侵权行为在《海峡都市报》上消除影响。

关于赔偿额。《商标法》第六十三条规定，侵犯商标专用权的赔偿数额，按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定；权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的，参照该商标许可使用费的倍数合理确定。对恶意侵犯商标专用权，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上三倍以下确定赔偿数额。赔偿数额应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予三百万元以下的赔偿。由于原告因被告商标侵权行为造成的损失及被告的获利等均无法计算，故应适用法定赔偿原则酌定经济损失赔偿额。本院综合考虑以下因素：原告北京友宝公司有一定的经营规模，其“友宝”商标具有一定的市场知名度；原告在线宝公司的“UBOX”商标获得注册时间较晚；原告北京友宝公司的营利方式；被告福州友宝公司经营规模一般；被告福州友宝公司有一定的过错；被告福州友宝公司商标侵权行为的持续时间；被告福州友宝公司的营利方式；原、被告产品不同，针对不同的服务对象，因此被告福州友宝公司提供的产品及服务对原告的经营状况、市场份额影响不大，原告主张的赔偿额过高等。原告主张的合理开支包括公证费、公证认证费、律师费，属于原告支出的合理开支，但律师费过高，本院根据本案的案情复杂程度、律师收费标准、律师工作量、原告诉讼请求的支持程度等因素酌情确定。庭审中，两原告明确表示本案的赔偿款由其双方共同获得，无需区分。

综上所述，依照《中华人民共和国侵权责任法》第十五条第一款第（一）项、第（六）项、第（八）项、第二款、《中华人民共和国商标法》第五十七条第（二）项、第六十三条、《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》第四条、第九条第二款、第十条、第十六条第一款、第二款、第十七条、《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第二条的规定，判决如下：

一、被告福州友宝电子科技有限公司应于本判决生效之日起立即停止对原告北京友宝科斯科贸有限公司享有的第9165111号“友宝”注册商标专用权及第11588087号“UBOX”注册商标许可使用权的侵害；

二、被告福州友宝电子科技有限公司应于本判决生效之日起立即停止对原告在线宝科技有限公司享有的第11588087号“UBOX”注册商标专用权的侵害；

三、被告福州友宝电子科技有限公司应于本判决生效之日起十日内赔偿原告北京友宝科斯科贸有限公司、原告在线宝科技有限公司经济损失人民币50,000元，合理开支人民币35,000元；

四、被告福州友宝电子科技有限公司应于本判决生效之日起三十日内，就其实施的商标侵权行为在《海峡都市报》（除中缝外的版面）上刊登声明，消除影响（声明内容须经本院审核）。如不履行，本院将在相关媒体上公布本判决的主要内容；

五、驳回原告北京友宝科斯科贸有限公司、原告在线宝科技有限公司其余诉讼请求

负有金钱给付义务的当事人，如果未按本判决指定的期间履行给付义务，应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百五十三条的规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

案件受理费人民币15,420元，由原告北京友宝科斯科贸有限公司、在线宝科技有限公司负担7,155元，由被告福州友宝电子科技有限公司负担8,265元。

如不服本判决，原告北京友宝科斯科贸有限公司可在判决书送达之日起十五日内，原告在线宝科技有限公司可在判决书送达之日起三十日内，被告福州友宝电子科技有限公司、被告上海鑫源物业经营管理有限公司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，上诉于上海知识产权法院。

审 判 长
审 判 员
人民陪审员
书 记 员

倪红霞
曹璐
田有娣
桑清圆

二〇一五年三月二十三日