

以商标纠纷典型案例探究商标侵权认定

刘 怡

中南财经政法大学法学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年5月20日; 录用日期: 2025年6月16日; 发布日期: 2025年6月27日

摘 要

随着市场竞争的日益复杂, 商标侵权认定一直以来都是司法裁判的焦点问题。通过梳理近日争议较大的热门案例, 探讨商标的使用构成规范性使用的认定标准以及商标近似性和混淆可能性判断等争议焦点。揭示商标规范性使用需以不改变原有显著性为前提, 实际使用标识应与注册商标保持来源识别一致性; 商标近似性认定需以“混淆可能性”为核心, 综合考量标识音形义、历史文化因素及消费者认知等, 为同类案件裁判提供了理论参考。

关键词

商标侵权, 规范性使用, 近似性判断, 混淆可能性

Exploring the Determination of Trademark Infringement through Typical Case of Trademark Disputes

Yi Liu

Law School, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan Hubei

Received: May 20th, 2025; accepted: Jun. 16th, 2025; published: Jun. 27th, 2025

Abstract

With the increasingly complex market competition, the determination of trademark infringement has always been a key issue in judicial adjudication. By sorting out the popular case that has been highly controversial recently, this paper explores the determination criteria for the use of trademarks to constitute normative use, as well as the judgment of trademark similarity and the likelihood of confusion. Revealing the standardized use of trademarks should be based on the premise of not changing the original distinctiveness. The actual used marks should maintain consistency in

source identification with the registered trademarks. The determination of trademark similarity should take “likelihood of confusion” as the core, comprehensively considering the sound, shape and meaning of the logo, historical and cultural factors, and consumer cognition, etc., providing a theoretical reference for the judgment of similar cases.

Keywords

Trademark Infringement, Normative Use, Similarity Determination, Likelihood of Confusion

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

2024年2月29日,四川省某酒业有限公司(下称“A公司”)及关联公司,向泸州市中级人民法院提起诉讼,诉贵州省某酒业股份有限公司(下称“B公司”)等商标侵权及不正当竞争纠纷一案,日前泸州市中级人民法院作出一审判决,B公司赔偿A公司经济损失及合理开支共计1.96亿元。一审判决认定,B公司一方在白酒产品上使用“夜郎古酒”“夜郎春秋”标识侵犯了A公司“郎”商标专用权,判令B公司一方停止生产、宣传、销售“夜郎古酒·大金奖”和“夜郎春秋”白酒;B公司一方使用“夜郎古”作为企业字号构成不正当竞争,要求B公司一方三十天内变更企业名称;判令B公司一方赔偿A公司经济损失及合理开支共计1.96亿元¹。B公司随后提起上诉,但双方在二审阶段达成和解,四川省高院撤销一审判决,撤回全部诉讼请求。

“郎”商标与“夜郎古”商标纠纷案作为典型案例,集中反映了商标规范性使用认定与商标近似性判断的难题。本案中,被告“夜郎古酒”标识的使用方式与原告“郎”商标的权利边界争议,具有重要的理论价值与实践指导意义。这不仅关系到商标权人的合法权益保护,也影响着市场竞争秩序的公平与稳定。本文通过对案件事实的梳理、法律规范的分析及司法观点的探讨,旨在为同类案件的裁判提供理论参考,推动商标侵权认定规则的完善与统一。

2. 商标规范性使用的理解与适用

2.1. 商标规范性使用法律界定

商标规范性使用的法律界定,核心在于明确商标权人对注册商标的使用边界,既保障商标权人对标识的支配权,又维护市场竞争秩序与消费者认知的稳定性。何为不规范性使用?根据《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》第一条第二款的规定可知,超出核定商品的范围或者以改变显著特征、拆分、组合等方式使用为其商标的不规范性使用。

本案中,被告一方提出的管辖权异议在于本案是否应根据民事诉讼法第一百二十七条第三款²的规

¹ 参见四川泸州中级人民法院(2024)川05知民初5号民事判决书。

² 民事诉讼法第一百二十七条规定:人民法院对下列起诉,分别情形,予以处理:(一)依照行政诉讼法的规定,属于行政诉讼受案范围的,告知原告提起行政诉讼;(二)依照法律规定,双方当事人达成书面仲裁协议申请仲裁、不得向人民法院起诉的,告知原告向仲裁机构申请仲裁;(三)依照法律规定,应当由其他机关处理的争议,告知原告向有关机关申请解决;(四)对不属于本院管辖的案件,告知原告向有管辖权的人民法院起诉;(五)对判决、裁定、调解书已经发生法律效力的案件,当事人又起诉的,告知原告申请再审,但人民法院准许撤诉的裁定除外;(六)依照法律规定,在一定期限内不得起诉的案件,在不得起诉的期限内起诉的,不予受理;(七)判决不准离婚和调解和好的离婚案件,判决、调解维持收养关系的案件,没有新情况、新理由,原告在六个月内又起诉的,不予受理。

定,在程序上属于“先行政审,再民事诉”的范畴。即是否应先交由国家知识产权局商标行政主管机关受理解决。被告一方称,原告曾针对第 4991740 号“夜郎古”商标向国家商标局提出过异议,国家商标局明确认定:“夜郎古”商标与“郎”商标未构成近似,已于 2011 年驳回了异议,如今原告再次通过诉讼提出“夜郎古”与“郎”商标存在近似,不属于法院的管辖范围。法院引用了《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》第一条第二款³,认为该“夜郎古酒”标识改变了“夜郎古”白酒类注册商标的显著特征,藉此规避民事诉讼法第一百二十七条的明文规定,将依法原应先由国家知识产权局商标行政主管机关受理解决的案件,收归庭下,揽案管辖。这一问题的关键就是“夜郎古”+“酒”的一体标注是否属于商标的规范性使用,即非以改变显著特征、拆分、组合等方式使用。若属于,法院对此案无管辖权,属于“先行政审,再民事诉”的范畴;若不属于,法院有管辖权,需进一步分析被告注册商标的非规范性使用是否造成原告的商标专用权侵权。

2.2. 商标规范性使用的司法实践

通过在北大法宝中依据该规定第一条第二款进行检索相关案例共 332 件,排除有关争议焦点在第二款前半段“超出核定商品的范围”的案例后,大多数案例详细论述的都是为了论证商标未规范性使用,若是规范性使用往往一句概过。笔者摘选出以下在法院认为部分对商标规范性使用进行详细论述的典型案例以思考商标的规范性使用的认定标准。

1) 改变显著特征使用

在山西汾阳市杏花村宴会汾酒业有限公司等诉山西杏花村汾酒厂股份有限公司等侵害商标权纠纷案中⁴,被告宴会汾酒业公司经虎标行公司许可使用的注册商标标识整体为由美术体“青汾”二字组成的三角形图形,相关公众施以一般注意力的情况下,该商标的三角形图形较“青汾”文字更具显著性,系该商标的主要识别部分。尽管宴会汾酒业公司在其白酒包装盒的顶部确实使用了这一注册商标,但该标识尺寸明显偏小。相反,在包装盒的中部显眼位置,该公司以更大的字体突出了“青汾酒”这一标识,这一标识比注册商标本身更具显著性和识别性,而且其字体风格与注册商标中的“青汾”二字存在较大差异,反而与汾酒厂股份公司所拥有的相关注册商标中的“汾”或“汾酒”字样更为接近。这种做法实质上改变了注册商标的显著特征,是对注册商标的非规范使用。

上海杏花楼(集团)股份有限公司、深圳市八开酒业有限公司等与南社布兰兹有限公司侵害商标权纠纷案中⁵,被诉侵权葡萄酒产品上、宣传中使用的相关标识改变了被告旗牌红公司的注册商标,突出使用了上部的“Benfords”,且改变了注册商标的颜色(采用与原告注册商标相同的色彩),并非是对注册商标的规范使用。

张奇与国家工商行政管理总局商标评审委员会一审行政判决书中⁶,争议商标与实际应用中的商标均使用了中文“亿健”与英文“YIJIAN”,唯一的差异在于两者元素的排列顺序和采用的字体风格有所不同,但这些差异并未达到足以形成显著特征区分的程度[1]。此外,鉴于顶康公司在第 28 类商品范畴内并未注册其他商标,故应认定诉争商标在核准使用的“锻炼身体器械”上进行了商标法意义上的使用。

2) 拆分的方式使用

³《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》第一条第二款:“原告以他人使用在核定商品上的注册商标与其在先的注册商标相同或者近似为由提起诉讼的,人民法院应当根据民事诉讼法第一百二十四条第(三)项的规定,告知原告向有关行政主管机关申请解决。但原告以他人超出核定商品的范围或者以改变显著特征、拆分、组合等方式使用的注册商标,与其注册商标相同或者近似为由提起诉讼的,人民法院应当受理。(上述民事诉讼法原第一百二十四条,2023 年民事诉讼法修改后已改为第一百二十七条判决书未指明)。”

⁴参见山东省高级人民法院(2016)鲁民终 2260 号民事判决书。

⁵参见上海市高级人民法院(2020)沪民终 406 号民事判决书。

⁶参见北京知识产权法院(2017)京 73 行初 633 号行政判决书。

曲庚中等与浙江沁园水处理科技有限公司侵害商标权纠纷二审民事判决书⁷，北京益新公司虽然注册有第 16019026 号“沁园·益××”商标，但实际使用中“沁园·益新”与“QINYUANYIXIN”拆分，形成了明显区分的不同部分，不属于对其注册商标的使用。被控侵权标识属于是对被告自有注册商标样态做了拆分后形成的明显不同部分，与被告自有注册商标不一致。

3) 组合的方式使用

武汉市巴厘龙虾餐饮管理有限公司、同心佳创(武汉)企业管理有限公司侵害商标权纠纷二审民事判决书⁸中，一审法院认为，同心佳创公司注册的“同心佳创巴厘龙虾”商标中的文字组成部分为标准的未变体字体。但其在使用中刻意弱化“同心佳创”字样却突出“巴厘龙虾”字样，同心佳创公司并未规范使用自己的注册商标。但我们需要注意的是二审法院认为，原告巴厘龙虾公司在本案中并没有指控宋有元餐厅及同心佳创公司超出核定商品的范围或者未规范使用注册商标，故法院不宜在本案中对同心佳创巴厘龙虾是否侵犯巴厘龙虾公司巴厘龙虾商标专用权予以审理或认定。

综上，通过对上述典型案例的梳理可知，实际使用的商标可以和注册商标有所区别，但不能改变原有商标的显著性与识别性，不得因改变使用行为侵犯他人注册商标专用权。注册商标的使用目的就是区分来源^[2]。实际使用的商标标志应当与注册商标具有相同的来源识别效果。故在不影响他人注册商标专用权范围的前提下，对注册商标非规范使用给予一定的容忍是司法和市场之需^[3]。

2.3. “夜郎古” + “酒”的一体标注是否属于商标的规范性使用？

一审法院认为，被告享有的注册商标均为“夜郎古”文字商标，而“夜郎古酒”标识整体发挥了识别商品和服务来源的作用，属于商标性使用。“夜郎古酒”标识改变了“夜郎古”注册商标的显著特征，不属于对“夜郎古”注册商标的规范性使用。

笔者认为“夜郎古酒”一体化标识在读音、含义或者视觉效果上未发生较大变化，没有改变注册商标的显著特征。“夜郎古”被核准为酒类商品注册商标，“酒”是商品的通用名称，二者相结合形成“夜郎古酒”的一体化标识。“夜郎古酒”标识整体发挥了识别商品和服务来源的作用，属于商标性使用。

“夜郎”对我国一般社会公众而言，并不是一个陌生或者臆造词语。成语“夜郎自大”几乎是家喻户晓。无论是“夜郎古”商标还是“夜郎古酒”一体标识实际上发挥显著特征的都是“夜郎”二字。一般社会公众无论是从“夜郎”“古酒”还是“夜郎古”“酒”去理解，也不会产生新的解释与含义，更不会将“夜郎”中的“郎”剥离开来。在商品外包装上，也并没有重点突出“郎”字。“夜郎古酒”一体化标识与注册商标“夜郎古”发挥着相同的来源识别效果。且根据《预包装食品酒标签通则》(GB-10344-2005) 5.1.1 酒名称规定⁹，在饮料酒产品中，注册商标后加注通用名称，属于不可避免的正常使用。例如，在酒类产品也较为著名的剑南春酒，该注册商标为“剑南春”，同样也在商标后加注商品通用名称“酒”。此外，原告在经销合同中亦使用“青花郎酒”“红花郎酒”等指示其销售的商品。“夜郎古酒”的使用明显不属于“超出核定商品的范围或者以改变显著特征、拆分、组合等方式使用的注册商标”情形，“夜郎古”注册商标标注为“夜郎古酒”的使用，也是规范使用。

3. 商标近似性认定的理解与适用

3.1. 商标近似性认定的法律界定

作为划定商标权利边界的“近似性”如何界定？根据我国现行法律，在侵权场景下禁止他人商标使

⁷ 参见北京知识产权法院(2021)京 73 民终 1458 号民事判决书。

⁸ 参见湖北最高人民法院(2020)鄂 01 民终 12345 号民事判决书。

⁹ 参见《预包装食品酒标签通则》(GB-10344-2005) 5.1.1 酒名称规定 5.1.1.1 应在标签的醒目位置，清晰地标示反映饮料酒真实属性的专用名称。5.1.1.1.1 当国家标准或行业标准中已规定了几个名称时应选用其中的一个名称。

用的保护范围是基于《商标法》第 57 条第 2 项¹⁰中的“近似性 + 混淆可能性”要件划定[4]。《商标审查审理指南》(以下简称《指南》)与本案事实最为接近的规定是“商标完整地包含或者摹仿他人在先具有较高知名度或者显著性较强的文字商标, 易使相关公众认为属于系列商标而对商品或者服务的来源产生混淆的, 判定为近似商标”, 包括两个条件: 一是完整地包含, 二是造成混淆的效果, 二者缺一不可。根据现行司法解释, 对于近似性的判断也采取的是“混淆性近似”标准¹¹, 即最终落脚点仍为是否容易导致混淆。商标指示商品或服务的来源, 使相关公众能够区分不同的经营者提供的商品或服务, 使之不“容易导致混淆”, 这是商标最核心的功能[5]。

3.2. 商标近似性认定的司法实践

当前司法裁判对混淆因素的考察缺乏有效方法论的指引。通过在北大法宝检索关键词“混淆、商标专用权、审理法院: 最高人民法院”, 共有 432 件案例。通过对典型案例研读, 发现法院的裁判思路各不相同, 规则不绝对。但我们也可知, 人民法院在审理非规范使用商标是否导致混淆, 应将被控侵权商品实际使用的商标图样, 与他人在相同或类似商品上的注册商标图样进行比对。毕竟商标权人在核定商品上使用其注册商标的行为是否侵犯他人注册商标专用权不属于人民法院审理范围。判断时只能就实际不规范使用的商标图样与他人注册商标进行比对。再通过比对各自构成要素的音、形、义或整体结构, 综合考虑引证注册商标的知名度和显著性, 被控侵权商品实际使用的商标的知名度和显著性, 以及双方的使用情况多方面综合考虑, 来判定相关公众对此是否导致混淆进而判断是否构成商标专用权侵权[6]。故而, 在判定时总要依赖于相关公众对是否造成误认、混淆的最终判断, 这也是诸多案件的不确定性所在[7]。

3.3. “夜郎古酒”、“夜郎春秋”标识与“郎”酒是否近似以及是否容易混淆?

本案一审法院认为, “夜郎古酒”“夜郎春秋”标识侵犯了原告注册商标专用权。“郎”标识持续使用至今, 经过持续宣传、使用, 知名度及品牌价值极高, 应受到强保护。被诉“夜郎古酒”“夜郎春秋”完整包含了原告在先第 230457 号“郎”商标。“夜郎古酒”、“夜郎春秋”标识与原告“郎”商标共同使用在白酒商品上, 以一般公众注意力为判断标准, 在隔离状态下, 容易将被告“夜郎古酒”、“夜郎春秋”与原告产品产生误认或者认为二者存在特定的联系。应认定被诉侵权标识“夜郎古酒”、“夜郎春秋”与第 230457 号“郎”商标构成近似。此外, 法院认为应当从商标法的角度评断是否构成商标法意义上的相同或者近似, 如果权利商标已经构建起与商品服务提供者之间特定联系, 且权利商标知名度很高, 已经大于词汇本身第一含义时, 相关文字容易被联系到权利商标导致混淆的, 仍构成商标侵权。

笔者认为“夜郎古酒”“夜郎春秋”与“郎”酒不近似, 并不会导致混淆, 没有侵犯原告注册商标专用权。在商标辨析方面, 商标的外观、发音以及文字含义均不构成近似。从商标外观的角度看, 以普通消费者的直观感受出发, “夜郎古”三字亦或是“夜郎春秋”“夜郎古酒”首先唤起的是对“夜郎”一词的联想, 而非直接关联到“郎”酒。即便“夜郎古”与“酒”字结合, 相关公众也不会轻易将其中的“郎”字单独提取出来, 将其剥离, 与“郎”酒产生混淆。因此, 对于相关公众而言, 区分“夜郎古

¹⁰《商标法》第 57 条规定: “第五十七条有下列行为之一的, 均属侵犯注册商标专用权: (一) 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相同的商标的; (二) 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; (三) 销售侵犯注册商标专用权的商品的; (四) 伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的; (五) 未经商标注册人同意, 更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的; (六) 故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件, 帮助他人实施侵犯商标专用权行为的; (七) 给他人的注册商标专用权造成其他损害的。”

¹¹参见《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》(法释[2020]19 号)第 9 条第 2 款、第 11 条第 1 款和第 2 款的规定。另, 《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见》(法发[2010]12 号)明确提出, 商标授权确权案件中判断商品类似和商标近似, 可以参照《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》的相关规定。

酒”与“郎酒”并非难事，更不存在混淆误认的可能。从文字含义的角度看，“郎”品牌关联着四川省泸州市古蔺县的二郎镇；与此相对，被告“夜郎古”品牌深深植根于贵州省遵义市茅台镇的历史文化土壤之中。两者在不同的地理位置上均蕴含深厚历史底蕴。双方各自独立，承载着不同的文化价值。被告通过积极推广贵州夜郎文化，不仅提升了市场认可度，还与原告保持了长达二十余年的和谐共存，这也充分证明了两个品牌虽同源不同流，但能够并行不悖，共同发展。

总之，仅仅基于“郎”酒在酒业中几十年的存在时间，不能成为否定“夜郎自大”故事或“夜郎国”近两千载历史的理由。也不能凭借“郎”酒几十年的名声，就忽视广大消费者区分“夜郎古酒”与“郎”酒的能力。这种做法显然违背了基本的逻辑和认知。被告的“夜郎古”品牌与郎酒厂公司“郎”酒品牌虽同为中國白酒文化的瑰宝，但各自独立，各具特色。在尊重历史、文化和法律的基础上，两者应继续保持和谐共存，共同推动中国白酒文化的繁荣发展。

4. 结语

“郎”商标与“夜郎古”商标纠纷案揭示了商标侵权认定中规范性使用与近似性判断的复杂性。司法实践从商标规范性使用层面，针对“改变显著特征”“拆分组合使用”的认定已形成基本裁判准则，即实际运用的商标要和注册商标在来源识别上保持一致，不能因使用方式的改变而造成混淆或者侵害他人权利。商标近似性认定的核心判断标准是“混淆可能性”，不过历史文化因素、地域特色以及消费者认知差异也应作为考量因素。“郎”酒和“夜郎古酒”各自承载着不同的地域文化，前者与四川二郎镇相关联，后者根植于贵州夜郎文化，二者在历史渊源和品牌定位上有显著的分度，一般消费者不容易因为标识中含有“郎”字就对来源产生混淆。法院强调“郎”商标的高知名度并以此认定近似，笔者认为应当尊重历史文化遗产和消费者的理性区分能力，防止商标权保护范围过度扩张。商标法的适用需要平衡权利人保护和公共利益，既要维护商标的识别功能，也要尊重商标的正当使用。今后，需要进一步完善商标侵权认定的方法论，推动法律效果和社会效果的统一，为市场主体提供明确的行为指引。

参考文献

- [1] 谢晴川. 商标“显著特征”之内涵重释[J]. 法学研究, 2022, 44(4): 93-111.
- [2] 陈斌寅. 对“商标性使用”作为商标侵权前置条件的反思[J]. 中华商标, 2025(2): 65-68.
- [3] 付继存. 注册商标使用中的“未改变显著特征”[J]. 法学研究, 2021, 43(6): 186-206.
- [4] 杨利华, 杨洵. 混淆可能性与商标侵权认定之重构——以我国《商标法》第 57 条第 1-2 项为视角[J]. 邵阳学院学报(社会科学版), 2021, 20(6): 48-55.
- [5] 许清. 商标混淆判断要件的功能定位及考察方法[J]. 环球法律评论, 2024, 46(6): 150-167.
- [6] 杜颖, 杨雨晴. 商标混淆可能性判断中的相关公众界定[J]. 苏州大学学报(法学版), 2023, 10(2): 114-126.
- [7] 杨祝顺. 我国商标混淆可能性判定因素的实证研究[J]. 网络法律评论, 2024, 26(00): 166-188.