



上海市虹口区人民法院涉数字经济知识产权案件

典型案例

一、域外抢注近似商标后在电商平台投诉构成不正当竞争的认定

（一）案情摘要

原告系生产销售口罩的企业，在商品上使用“DOC”“DOC”未注册商标，自2019年起将商品销往欧盟，符合相关认证标准。2020年初，被告向原告采购口罩，双方签订多份合同。在此过程中，被告知晓原告在口罩商品上使用“DOC”商标，亦知晓该商标未在欧盟及我国注册，另知晓原告在德国的经销商情况。2020年末，被告向国家知识产权局、欧盟知识产权局在第10类医用口罩等商品上申请注册“DOC+Care”商标，国家知识产权局驳回了注册申请，欧盟知识产权局于2021年4月核准注册。在上述商标成功注册半个月后，被告以原告在口罩商品上使用含“DOC”的标识侵害其注册商标专用权为由，陆续实施向原告发《律师函》警告、向阿里巴巴国际站就原告的网店发起投诉要求下架、向被告的德国经销商发函要求停止合作、向市场监督管理局投诉要求处罚等四种行为。同时段内，原告的阿里巴巴国际站商品链接被关闭、德国经销商停止合作、口罩出口销售额大幅度下降。原告起诉要求被告赔偿经济损失及合理开支合计500万元。被告称其系基于合法注册的商标实施行为，不构成不正当竞争。

法院审理认为，产品销售量是原告赖以维持市场竞争力的根本因素，维系销售渠道、拓展出口利益是销售量的基本保障，构成其核心竞争利益。被告已因在先商业合作关系知悉原告未注册商标的

样式，虽其已在欧盟成功注册商标，但其申请注册行为及后续投诉、举报行为实为窃夺合作相对方商誉，主观上违反商业道德，且客观上已造成实际损害。综上，被告的行为违反2019年《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规定，构成不正当竞争。法院判决被告向原告赔偿50万元。

（二）典型意义

当前国际格局呈现深刻调整态势，经贸摩擦作为大国战略博弈的重要表现形式持续升级。出口竞争力作为国家综合实力的核心构成要素，本质上是国家经济基础能力的重要组成部分，而出口竞争利益则是这一能力在国际市场中的直接体现。习近平总书记曾深刻阐明“知识产权保护工作关系国家对外开放大局”的重要论断，这一科学判断从战略层面揭示了强化知识产权保护与提升出口竞争利益之间存在的密切关联性。

本案明确了涉域外商标恶意投诉案件中，受侵害的利益是出口竞争利益，当其与域外商标权的行使发生冲突时，前者应优先保护。在不正当竞争的认定方面，被告系通过与原告在先合作而知悉后者的商标样式和主要销售地，并在欧盟注册商标后立即陆续实施四种行为，造成原告无法再向其主要销售地出口货物，排除了原告在该地正常销售货物的权利，其出口竞争利益受到严重破坏，应当予以规制。故尽管涉案欧盟商标仍处于有效状态，也不妨碍我国司法机关对涉及到我国的不正当竞争行为的认定。另外，本案对涉外不正当竞争行为对应法律关系确定准据法的论述，与2025年《中华人民共和国反不正当竞争法》第四十条的规定高度吻合。

二、组织他人在大型跨境电商平台刷单炒信构成虚假宣传的认定

（一）案情摘要

亚马逊商城系大型跨境电商平台，由原告运营。被告为 WS 网的 ICP 备案主体。公众通过 WS 网“登录”选项可跳转至 P 网。亚马逊商城的卖家可在 P 网注册成为会员并完成充值（收费主体为被告），此后可在 P 网上发布商品推广信息，并设置向买家返现的金额。按照是否需要买家添加商品评论，商品推广信息可区分为免评单和留评单。卖家发布商品推广信息后，相关信息会同步展示至 ER 网、ER 客户端（运营主体均为被告的关联公司），亚马逊商城的买家可通过 ER 网查看到相关信息，并可通过 ER 网向卖家发送申请。此后，卖家可通过 P 网查看买家既往添加商品评论的信息后，决定是否同意买家的申请。如买家申请获得同意，即可至亚马逊商城下单购买商品，并通过 ER 网向卖家提交单号。经卖家确认后，免评单买家可立即获得商品返现及佣金；留评单买家可立即获得商品返现，并可在发布“五星评论+15 字以上描述”且被审核通过的情况下获得佣金。WS 网、P 网还为卖家提供催评及劝导买家将差评修改为好评等有偿服务。原告起诉要求被告赔偿经济损失及合理开支合计 500 万元，并登报消除影响。被告称其行为不构成不正当竞争。

法院审理认为，一方面，涉案服务导致他人销售的商品在亚马逊商城呈现的评论与消费者的真实评价不相吻合，足以起到帮助其他经营者进行虚假宣传的效果，不利于市场秩序的健康运转，且容易导致公众对商品陷入错误认知，影响消费者的判断。另一方面，涉案服务造成亚马逊商城商品评论和销售数量失真，有损亚马逊商城的市场信誉，也扰乱亚马逊商城的商品评价体系、内部各商家的

竞争关系和商家参考商品评论后对商品升级改造的可能性。综上，被告提供的服务破坏市场竞争秩序，且对亚马逊商城的合法权益和消费者的知情权造成侵害，构成2019年《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第二款规定的不正当竞争行为。法院判决被告向原告赔偿100万元。



（二）典型意义

本案一审判决于2024年4月26日公开宣判。在网络购物中，真实客观的商品评论既可以对买家的购物决定起到引导作用，也可以为推动商品的更新迭代。然而，刷单行为会对正常的交易秩序带来冲击，也侵害了消费者的知情权，依法属于不正当竞争行为，应予规制。2025年《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条第二款在原有规定的基础上将“组织虚假评价”纳入规制范围，突出了对刷单行为的重视。本案虽未直接适用新法进行裁判，但二审生效判决系于新法颁布后的第一个工作日作出，以类似于“组合拳”的方式重申了新修订的反不正当竞争法对刷单行为的打击力度。

本案系国际知名电商平台在上海提起的首起涉刷单行为的不正当竞争纠纷案，合议庭对被诉行为予以规制，震慑了不法经营者，彰显了上海对加快营造市场化、法治化、国际化一流营商环境的不懈追求，也体现了上海法院对保护外国企业竞争利益及全球消费者知情权的高度责任感。

三、线上恶意实施侵害商标权行为适用惩罚性赔偿的认定

(一) 案情摘要

原告系第 30305864 号“**阿木龙虾**”、第 12650718 号“**阿木**”等商标权利人，核定使用服务类别为第 43 类的餐厅、饭店、餐馆等。原告于 2003 年成立个人独资企业上海民柏酒楼店，实际开设店铺使用的店招为“阿木龙虾”。S 公司成立于 2018 年 11 月 2 日，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资），经营范围为餐饮企业管理等。第 50743736 号“**阿木小**”商标注册申请人为李某，核准注册日期为 2021 年 6 月 28 日。原核定使用服务类别为第 43 类：餐厅、饭店、餐馆、养老院等。后国家知识产权局裁定该商标在除养老院以外服务上予以无效宣告。S 公司曾与李某签订协议，约定 S 公司提供近 300 餐位作为“阿木小龙虾”堂食经营场地，载明李某明确合法拥有“阿木小”餐饮商标且在有效期内等。S 公司曾向李某询问“‘阿木小’龙虾是不是不让上美团点评？”“阿木龙虾投诉的厉害。”李某回复称“可以上。”饿了么平台“阿木小龙虾”店铺头像为“”（“阿木小”及图），留存 S 公司的营业执照；美团平台“阿木小龙虾”店铺头像为“”（“阿木小”及图），留存 S 公司的营业执照；抖音平台“阿木小龙虾”店铺留存 S 公司的营业执照。原告起诉要求二被告连带赔偿经济损失（含惩罚性赔偿）及合理开支合计 31 万余元，并登报消除影响。S 公司称其未参与实际经营，不存在侵权行为。李某未作答辩。

法院审理认为，根据涉案平台留存的营业执照及 S 公司与李某的协议，可认定二者系涉案线上店铺的经营主体。二者实际使用的标识与原告的商标构成近似且易于产生混淆，构成侵害商标权。关于惩罚性赔偿，李某的商标中虽不包含“小”字，但其将“小”字

置于“阿木”之后作为商标申请注册，而在实际使用的过程中将“**阿木小**”商标与“小龙虾”文字以“小”字作为连接形成“阿木小龙虾”字样，并将之明确于协议中作为其享有合法商标权的理由，显属已经明知原告商标存在，S公司曾向李某询问相关情况，亦属于在明知原告注册商标的情况下实施侵权行为。考虑到在约5个月的时间内二者在线上平台的销售额高达55万余元，属于客观上情节严重的情形，法院认定二者应当承担惩罚性赔偿责任。



（二）典型意义

当前，知识产权领域密切关注惩罚性赔偿责任。党的二十届三中全会《决定》指出，对侵犯各种所有制经济产权和合法利益的行为施行同责同罪同罚，完善惩罚性赔偿制度。惩罚性赔偿制度作为突破传统补偿性赔偿原则的特殊民事责任形态，凭借“超额赔偿”的性质，构建起一道坚实的权益保护屏障，成为知识产权“严保护、大保护、快保护、同保护”的重要抓手。

本案是本院第一起适用惩罚性赔偿的知识产权案件生效判决，总计判赔金额达31万元。本案深入剖析了普通赔偿责任与惩罚性赔偿责任在主观层面不同的表现形态，厘清二者之间的逻辑关系，另得出仅当多个被诉侵权主体之间主观上至少在间接故意层面存在意思联络时，对其均可适用惩罚性赔偿的结论，对类案裁判具有较大参考价值。

四、餐饮门店在先权利及其延及范围的认定

（一）案情摘要

原告于2017年9月20日受让取得第987297号“”（“万寿斋”及图）商标专用权，该商标系于1997年4月21日被核准注册，核定使用商品范围为第30类饺子、小包子等，实际将该商标中的“万寿斋”横列简体或纵列繁体字样用于大馄饨、小馄饨、鲜肉包等食品商品的外包装上，并通过线上及线下方式销售，没有独立门店。被告在上海市虹口区山某路某号开设餐饮门店，使用店招为“万寿斋”字样的变体形式即“”，主要售卖葱油拌面、上海小笼包等熟食，或在消费者特别要求情况下提供未制熟散装食品。审理中，经自上海市档案馆查阅相关资料查明，上海市虹口区山某路某号店铺在1949年即将“万寿斋”作为店招及字号使用。另外，上海市虹口区档案馆留存档案显示，被告（个体工商户）现经营者之夫胡某于2002年受让取得上海市虹口区山某路某号店铺。原告起诉要求被告停止侵权及不正当竞争行为，包括停止线上、线下店铺的经营行为，并赔偿经济损失及合理开支合计81万余元。被告称其享有在先权利，不构成侵权和不正当竞争。

法院审理认为，根据相关档案资料，上海市虹口区山某路某号店铺在1949年时即已使用“万寿斋”字号，随之逐渐在上海市范围内形成影响力。上海市虹口区山某路某号店铺在1963年时的企业名称与胡某受让的店铺名称均包含“吉祥”字样，该店铺在二个时间节点之间存在传承关系。胡某及其配偶承继经营上海市虹口区山某路某号店铺后，通过经营活动取得广泛关注度和认可度，在上海市范围内延续“万寿斋”店铺的影响力。为此，被告对“万寿斋”字样享有在先权利。万寿斋饮食店在线上店铺经营的服务项目系餐饮

外卖业务，与其线下经营的餐饮服务项目并无本质区别，且线上店铺享有较高的排名和较多的推荐，其在先权利延及线上店铺。除享有在先权利之外，从生产部门、销售渠道、消费对象等方面分析，相关公众施以一般注意力，不会对被告实际经营的餐饮服务与原告注册商标核定使用的商品产生混淆。法院认定被告不构成商标侵权和不正当竞争。

（二）典型意义

侵害商标权的认定，一般以行为方面是否构成商标性使用，以及效果方面是否易于使相关公众混淆为审查要件。但被诉侵权人可以援引抗辩事由并阻却侵权成立。现行《中华人民共和国商标法》中，与“在先权利”相关的法律规定见于该法第三十二条，而在2025年《中华人民共和国商标法（修订草案）》第二十三条中，“在先权利”的表述已变更为“在先合法权益”。本案中涉及到“在先权利（在先合法权益）”的认定问题，亦与“在先使用抗辩”相关。

由于在先使用者使用权利商标时，该商标并未注册，故使用者难谓具有主观过错，不应承担侵害商标权损害赔偿责任。法院通过依职权调查取证，准确查明了相关店铺的历史沿革情况，得出了相关店铺经营者在先使用“万寿斋”字号，享有在先权利（在先合法权益）的结论，依法保护了民营企业的合法权益。同时，本案针对食品商品与餐饮服务之间是否构成类似而通过多个角度进行对比：一方面要考虑餐饮服务提供者实际销售的食品与权利商标核准使用商品是否类似，另一方面要考虑餐饮服务提供者和权利商标持有人的经营模式与销售渠道的异同，从而判断被诉侵权人是否构成侵权。

五、通过搜索平台实施竞价排名行为的商标侵权判断

（一）案情摘要

原告系第 5999811 号“M 某”等商标权利人，核定使用商品范围为第 9 类，包括稳压电源、变压器等。被告是一家在证券金融行业内提供资讯、数据及解决方案一体化服务的金融资讯企业，曾获中国证券监督管理委员会颁发的证券咨询业务资格许可证。原告以“M 某”为关键词在百度搜索引擎搜索，在搜索结果页面呈现出被推广链接标题：“[重磅]M 某电源股票两大‘消息’爆出-M 某电源股票或将大突变！”被推广链接标题下方呈现的信息为：“M 某电源股票_两大‘消息’空袭杀伤 A 股，M 某电源股票_明日或面临巨震，M 某电源股票_持有还是卖出，赶紧查看卖点！”在该信息内容下方，显示“港澳咨询，2022-03”，另有广告保障标识。点击链接进入网页的左上方有“M 某电源（002×××）”字样，其下方呈现该股票的基本行情信息。在股票基本信息下方，呈现有关 M 某电源走势预测咨询的图文信息，展示有“M 某电源会不会涨”等。在该图文信息下方，呈现“查看 M 某电源 3 月 2 日预测报告[个股操作 一测便知]”，以及“您是今日第 10656 位诊断 M 某电源的股民”，网页下方显示其他股民回复的评价内容。原告起诉要求被告停止侵权及不正当竞争行为、登报消除影响并赔偿经济损失 10 万元。被告称其系正当使用，不构成侵权及不正当竞争。

法院审理认为，“商标性使用”是判断是否构成商标侵权的要件之一，商标性使用的判断虽与行为人主观意图相关，但在实质要义上取决于是否足以使相关公众将其作为商标认知，是否足以起到识别商品来源的作用。行为人利用搜索引擎设置关键词并不当然代表其将关键词作为商标性使用。被告作为提供股票行情资讯的企业，

其设置关键词，并在推广链接标题等处使用的“M 某电源”字样，并不具有表明商品或服务来源的目的。同时，其对涉案商标的使用在客观上不会被相关公众识别为《商标法》意义上的使用。法院认定被告不构成商标侵权和不正当竞争。

（二）典型意义

2025 年《中华人民共和国反不正当竞争法》第七条新增关于“设置搜索关键词”的规定之后，理论和实务界针对竞价排名行为系通过《中华人民共和国商标法》规制还是通过《中华人民共和国反不正当竞争法》规制再次热烈讨论。在先前的生效判例中，无论是主要通过《中华人民共和国商标法》规制的显性使用行为，抑或是部分通过《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规制的隐性使用行为，其单纯的“使用”行为都不能直接推出侵权或者不正当竞争，需要关注其是一种怎样的使用行为。特别是在显性使用的案件中，法院应当分析该行为是否构成《中华人民共和国商标法》意义上的“商标性使用”，进而判断是否产生“混淆可能性”。本案总结了在关键词显性使用的场景中如何准确认定“商标性使用”的问题，对商标侵权案件的裁判具有参考意义。

六、短视频平台商业诋毁行为的认定

（一）案情摘要

原告系某电子商务平台，被告小某公司经营某鉴定 APP，提供商品品牌线上鉴真服务，被告高某系小某公司法定代表人。高某在短视频平台注册有“鉴定师高某”账号，在该账号中发布名为《如果买到正品，可能是你运气很好》《某平台 bbr 围巾时间后续》的短视频，并带有原告平台及小某 APP 的名称，视频中称“某平台卖的围巾多个批次被小某 App 鉴定为假”“某平台（要）假一罚三已经是板上钉钉的事情了”并在评论区发布“所有证据都是铁证”“（原告）是购物平台，小某 APP 是鉴定平台，我愿意为所说承担一切 f1（法律）责任。我本人就是鉴定 app 老板，只说真话，这东西水多深只有我们能知道”，获取了大量点赞转发。该视频多人评论“再也不敢在某平台卖了 感觉也是不靠谱”“那还能在平台买东西嘛，整的都害怕了”等。10 日后，高某发布名为《道歉澄清，为更好的正品市场努力》的视频，称因他人误导导致鉴定过失。原告起诉要求被告刊登声明消除影响并赔偿经济损失 100 万元。被告辩称其发布视频并无故意，也未因此获利，未对原告造成影响。

法院审理认为，高某作为小某公司的法定代表人，且发布视频内容多次提及小某 APP，相关内容利益与小某公司一致，高某与小某公司存在共同利害关系，均与原告构成竞争关系。“鉴定师高某”短视频账号发布未经核实的案涉视频并向不特定的公众进行传播，虽然未直接在视频中点名原告名称，但在视频标签中@原告，容易使相关公众形成原告售假的结论。根据第三方鉴定机构出具鉴定报告，案涉围巾“符合该品牌正品的工艺特征”，“鉴定师高某”账号发布案涉信息缺乏依据内容不实，其行为已构成对原告的商业诋毁，故

判决高某赔偿原告经济损失并在案涉短视频平台发布声明消除影响。

（二）典型意义

网络空间鼓励言论自由，但自由亦有边界，在网络环境恶意诋毁抹黑企业商誉的行为应依法承担侵权责任。本案中，高某和小某公司作为同业竞争者发布其他经营者未经核实的负面信息，其实质目的是吸引公众关注、获得网络流量，并借机抬高自身APP的商业价值，获取潜在利益。在网络数字时代信息传播效率和广度得到了空前的提升，不实信息的传播速度、影响范围和弥补难度都远高于传统传播方式，被诋毁方往往需要投入超过诋毁信息几倍的人力物力消除不利影响。该案为数字经济下商业评价划定法律红线，再次明确“商业监督应基于客观事实”的法律规则，体现司法对企业合法商誉保护需求的有效回应。

七、平台未经授权自行发布他人作品构成直接侵权的认定

（一）案情摘要

原告系某珠宝品牌，享有案涉珠宝涉及美术作品与模特佩戴珠宝展示摄影作品包括信息网络传播权在内的著作权，被告系某电商平台。被告平台中销售原告珠宝的商品链接中使用原告 70 余幅美术作品及摄影作品。根据被告提供的 APP 后台截图，卖家在 APP 中申请上架商品，需依次填写商品分类、所属品牌、商品名称、商品货号、商品规格、适用人群、发售时间、发售价格并提交至少一张商品图片。审理中，被告陈述，APP 将不同卖家销售的同一种类商品聚合到同一商品链接中展示，商品平台卖家上传图片，经 APP 初步审核后，由 APP 提交图片，该图片即可在商品页面中展示，被告并未通过刊载作品获利，使用案涉作品系合理使用。因同一商品下卖家数量众多，现已不能确定提供涉案图片的具体主体。原告起诉被告停止侵权并赔偿经济损失及维权合理开支合计 25 万元。被告辩称其系“网络服务提供者”，已经履行“通知-删除义务”，且被诉侵权行为系“适当引用”，未侵犯原告权利。

法院审理认为，“适当引用”系指为介绍、评论某一作品或说明某一问题，在作品中适当引用他人已经发表的作品。首先，“适当引用”系为介绍、评论某一作品或说明某一问题，引用的目的系创作新的作品，以此保护创作自由，而介绍、展示商品不属于上述范畴。其次，“适当引用”中的“适当”是指被诉侵权行为引用涉案作品应适度且必要。被诉侵权行为的使用方式系整体复制，难谓适度。平

台销售商品确有介绍、展示产品的需求，但使用原告的作品并不是展示产品的唯一方式。平台中展示涉案作品的行为，既非必要，也超出了合理范畴，故被告的使用行为不属于“适当引用”。根据案涉证据，平台卖家虽然可以上传商品图片，但是无法直接编辑、决定商品介绍页面的内容，被诉侵权图片系由被告提交并对外展示，该行为超出“网络服务提供者”提供信息存储空间服务的范畴，故被告应当承担直接侵权责任。

（二）典型意义

本案明确了平台承担责任的边界。随着数字经济的崛起，各类平台趋向于提供综合性服务，平台性质更为复杂。在司法案件中，判断平台在某一具体纠纷中是否属于《中华人民共和国民法典》第一千一百九十五条规定的“网络服务提供者”应结合其在被诉侵权行为中的实际作用综合判断。本案中，平台直接编辑、决定商品介绍页面的内容，作为提供作品的直接实施者，理应对相关作品是否侵权承担更高的注意义务。本案裁判再次明确，电商平台超出提供信息储存空间服务的服务范围，自主发布作品，不适用“通知-删除”规则，为平台行为作出明确指引，敦促平台加强知识产权保护，营造尊重创新成果的有序数字环境。

八、运营平台传播视频资源构成侵犯著作权罪的认定

（一）案情摘要

刘某于2019年搭建并运营“Y某”视频聚合平台，后由田某等人负责技术维护，在未经著作权人许可的情况下，通过在该平台外接“快鹰”“火花”等解析接口的方式，获取由上游解析供应商抓取的“爱奇艺”“芒果TV”“腾讯视频”等官方平台的视听作品供会员观看。自2022年11月至2024年5月间，刘某以1元、3元、8元、30元、39元、99元不等的价格收取会员费，以598元、698元不等的价格收取代理费，并由代理继续发展会员，通过上述模式共计发展会员73万余人，收取会员费和代理费17万余元。2024年5月17日，刘某经民警电话通知，主动至公安机关配合调查。到案后，刘某如实供述了自己的犯罪事实并在家属的帮助下退出违法所得。

法院审理认为，刘某以营利为目的，未经著作权人许可，通过信息网络向公众传播视听作品，情节特别严重，构成侵犯著作权罪，考虑到其从轻、从宽情节，法院判处刘某有期徒刑三年，缓刑三年，并处罚金二十万元。

（二）典型意义

影视作品凝聚着创作者的智慧和付出，受法律严格保护。传播盗版视频牟利的行为既践踏了保护知识产权的法治底线，也挤压了文化产业的发展空间，更损害了公平竞争的市场秩序。本案中，刘某通过具有“隐蔽性”与“规避性”的数字侵权技术措施实施犯罪行为，但这些措施并不是违法犯罪的“挡箭牌”，也不能成为非法牟利的“捷径”。本案是涉及技术措施犯罪的典型案件，对相关从业人员具有警示意义。