

商标法58 反法6.4 | 将他人注册商标的近似标识作为企业字号注册使用构成不正当竞争——米其林指南对抗米奇林食品

日期：2023.07.11 作者：杜彬彬

案情简介

原告米其林集团总公司（下称米其林公司）享有在12类轮胎等商品上注册的第519749号“米其林”、第136402号“MICHELIN”、在16类指南等商品上注册的第10574377号“米其林”、第781371号“MICHELIN”商标。被告台州市黄罐米奇林食品有限公司（下称黄罐米奇林公司）于2016年7月由浙江黄岩第二罐头食品厂变名而来，其在产品包装上使用“台州市黄罐米奇林食品有限公司”，在第三方网络平台使用“TAIZHOU HUANGGUAN MICHELIN FOOD CO.LTD.”、“台州市黄罐米其林食品有限公司”和“台州市黄罐米奇林食品有限公司”，浙江台州黄罐庄园食品有限公司（下称黄罐庄园公司）和台州黄岩中亿食品有限责任公司（下称中亿公司）委托黄罐米奇林公司生产被诉侵权产品并进行销售。

米其林公司于2021年9月以第16类指南商品和第12类轮胎商品上注册的“米其林”和“MICHELIN”商标为权利基础，以不正当竞争为由，起诉至宁波市中级人民法院。

一审法院于2022年9月做出判决【（2021）浙02民初1935号】，认定被告构成不正当竞争，并判令三被告停止使用侵权企业名称，黄罐米奇林公司变更登记企业名称并赔偿经济损失15万元。三被告上诉后，二审法院于2023年3月做出二审判决【（2022）浙民终1327号】，维持原判。

上述判决已生效，万慧达代理米其林公司参与本案。

法院认定

本案侵权行为可以分为两类，即：（1）将与米其林公司注册商标相同的标识“米其林”、“MICHELIN”作为字号使用，（2）将与米其林公司注册商标近似的标识“米奇林”作为字号注册并使用。本案的争议焦点，一是将与注册商标相同标识和近似标识作为字号使用是否均能认定构成不正当竞争，二是上述认定是否需要以驰名商标认定为前提。

（一）将与注册商标相同标识作为字号使用是否构成不正当竞争

根据《中华人民共和国商标法》第五十八条、《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第四项、《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第十三条第二项，一、二审法院认定，黄罐米奇林公司在宣传推广中使用含有与米其林公司注册商标“米其林”、“MICHELIN”相同的字号的企业名称，构成不正当竞争。

黄罐米奇林公司针对“米其林”、“MICHELIN”的使用分别提出两项抗辩。关于在其自营的1688网店中使用的“台州市黄罐米其林食品有限公司”，抗辩属于笔误；针对在八百铺网站的介绍中使用的“TAIZHOU HUANGGUAN MICHELIN FOOD CO. LTD.”，则主张与自己无关。对该两项抗辩，一二审法院均未予采纳。

关于第三方网络平台的介绍系涉案公司发布还是由网络平台抓取生成，二审法院依据网页下方标有“台州市黄罐米奇林食品有限公司@2019版权所有”“技术支持：八百铺食品饮料招商网”“免责声明：八百铺食品饮料招商网上所展示的食品饮料招商信息由企业自

行提供，内容的真实性、准确性和合法性由发布企业负责，八百铺食品饮料招商网对此不承担任何保证责任”等字样，且网页中的企业介绍、产品信息等均指向黄罐米奇林公司，黄罐米奇林公司亦未针对网页内容系网站自动抓取生成提交有效反证予以证明，因此认定该网页内容所涉侵权行为由黄罐米奇林公司实施。

（二） 将与注册商标近似标识作为字号使用是否构成不正当竞争

一审法院认为，黄罐米奇林公司企业名称中发挥主要识别作用的部分“米奇林”与米其林公司的注册商标高度近似，黄罐米奇林公司主观上具有“傍名牌”、“搭便车”攀附涉案商标通过多年使用累积的声誉从而推动自身经营的故意，客观上也容易误导相关公众产生相关联想，发生混淆、误认或建立联系，属于反不正当竞争法所规定的其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的行为，违反了反不正当竞争法所确立的公平诚信原则，构成不正当竞争。

二审法院在此基础上特别指出，《最高人民法院关于适用<中华人民共和国反不正当竞争法>若干问题的解释》第十三条第二项并未限定作为企业名称中使用的字号应与他人注册商标完全一致。

黄罐米奇林公司抗辩称，其登记的“黄罐米奇林”字号至米其林公司起诉已逾五年，其字号应于维持。一审法院认为该项抗辩所依据的《国家工商行政管理局关于解决商标与企业名称中若干问题的意见》（工商标字[1999]第81号）系部门规章，不能直接作为处理本案纠纷的法律依据，且目前已失效，故关于诉讼时效及除斥期间的抗辩理由均不能成立，不予支持。二审法院亦认为此项抗辩无法律依据。

黄罐庄园公司和中亿公司以《中华人民共和国食品安全法》第六十七条第三款规定生产者需在预包装食品的包装上标明生产者名称等信息为由抗辩只是履行了其作为经营者的如实告知义务。一审法院依据《最高人民法院关于适用<中华人民共和国反不正当竞争法>若干问题的解释》第十四条第一项，认定构成不正当竞争。二审法院还特别指出，标明生产者信息的义务并不表明其有权标注侵害他人合法权益的企业名称。但一审法院考虑到二委托商和销售商主观上并不知晓其销售的系侵权产品，不具有侵权故意，客观上亦未实施将被诉侵权企业名称标识使用在所销售商品上的侵权行为，不应被认定为竞争法意义上的生产者，故无需承担赔偿责任。

（三） 驰名商标认定是否必要

一审法院认为，竞争关系并非仅限于同业竞争者，还应包括利用不正当竞争手段争夺市场优势的其他参与竞争的经营者。米其林公司成立并进入中国市场经营的时间与涉案注册商标经过长期、广泛的宣传和使用，已为公众所知悉，在第12类轮胎及第16类书籍、印刷品等上具有较高的知名度。同时，米其林公司在长期经营过程中积累了较高的商誉，在餐饮评级等领域也有所涉足。双方服务的群体具备一定重合性与关联性，存在竞争关系。本案侵权行为的成立不以涉案注册商标驰名为事实依据，故无认定驰名之必要。

短评

本案是非常有代表性的企业名称侵权案例，法院对多个企业名称侵权可能涉及的法律问题做出了分析和认定，具有较强的参考意义：

1、不同行业的经营者可以成为反不正当竞争法规定的有竞争关系的经营者。

- 2、注册商标对抗企业名称，即使商标类别不属于企业名称所属行业，综合考虑双方在服务的群体等方面有一定重合性和关联性等因素，不通过驰名商标跨类保护，亦可以认定构成不正当竞争。
- 3、将与他人注册商标相近似标识作为字号使用可以认定构成不正当竞争。
- 4、对于登记逾五年的企业名称，权利人仍可提起不正当竞争民事诉讼。
- 5、委托生产商和销售商不因如实标明生产者信息而不构成不正当竞争，但考虑到其主观状态，可判令无需承担赔偿责任。
- 6、在网络平台上的格式声明显示店铺信息由店铺经营者自行发布的情况下，如无相反证据推翻，平台上的公司店铺所发布的相关信息应认定为该公司实施。