

Expertise Makes It
Possible

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

New Balance打击侵权再获重大进展，“新百伦领跑”被最高院判赔3,004万元

日期：2024.04.05
作者：任艳飞

@Wanhuida Intellectual Property

www.wanhuida.com

Expertise Makes It Possible

New Balance打击侵权再获重大进展，“新百伦领跑”被最高院判赔3,004万元

新闻中心 > 万慧达观点 > 商标

最高人民法院于近日作出终审判决，支持辽宁省高级人民法院早前做出的一审判决，认定被告江西新百伦领跑体育用品有限公司、广州新百伦领跑体育用品有限公司（以下统称“新百伦领跑公司”）等被告侵犯了新平衡体育用品有限公司（New Balance）标志性的N商标以及新百伦贸易（中国）有限公司（以下称“新百伦公司”）具有较高知名度和影响力的“新百伦”字号，构成商标侵权和不正当竞争，并将损害赔偿金额由一审500万元提高到3,004万元。至此，New Balance从2015年开始针对新百伦领跑公司生产销售的侵权产品发起的系列法律行动，经过八年的艰苦奋斗，在先后获得深圳中院、广东高院、北京知识产权法院、苏州中院、重庆中院等多地法院的胜诉判决后，以最高院的这个终审判决而获得突破性进展。

新百伦领跑被诉侵权运动鞋于2015年出现在市场上，其鞋两侧均使用了与New Balance标志性的N字母商标和装潢极其近似的标识，并在很多鞋款上抄袭New Balance运动鞋的外观设计、颜色以及型号，导致消费者被混淆误导，以为该产品出自New Balance公司而纷纷购买。两被告在全国各地设立分公司、直营店铺和授权专卖店，迅速扩张到高达数千家零售店铺，年销售额在2018年就超过10亿元。

被诉侵权产品（部分示例）	New Balance 正品	New Balance 商标
		 第 175151 号
		 第 5942394 号

为了制止被告的侵权行为，New Balance早在2015年在广州发起侵权诉讼，并先后在深圳、苏州、北京、重庆等地针对新百伦领跑侵权运动鞋的经销商发起侵权诉讼。虽然各地法院均先后作出侵权认定并判决各被告停止侵权、赔偿损失，但是新百伦领跑公司鉴于在生产销售侵权产品的过程中所获得的高额利润，根本不顾法院生效判决，而是采取不断变换侵权主体、转让其注册的侵权标识、注册新的侵权标识，并通过在无正当理由的情况下提出管辖权异议、逃避送达等各种手段拖延诉讼进程，为其进一步扩大侵权规模、获取巨额利润争取更多时间。至2020年，其年销售收入已超过20亿元。反观New Balance运动鞋的销售则受到严重影响，同时期的销售收入下滑超过20亿元。

鉴于被告十分惊人的侵权规模，最高院在二审判决中将损害赔偿金额由一审法院确定的500万元改判为3,004万元。虽然该赔偿金额相对被告所实际获得的利润或者原告所受到的损失仍然存在巨大差距，但是这仍然是New Balance迄今为止在数十起维权诉讼中所获得的最高金额的赔偿判决（这里之所以强调“赔偿判决”，是因为在中国的高额赔偿判决，最终得到实际执行的比例非常小，大多数情况下所谓高额赔偿仍然只是停留在判决书上）。本案中，原告通过不同途径获得大量证据以证明被告侵权的规模、销售金额和获利情况，但鉴于无法获取被告完整的生产销售记录，难以准确计算被告的获利金额。这也是一审法院适用最高法定赔偿的主要原因。最高院在本判决中详细论述了确定损害赔偿的考量因素，在无法准确查明被告侵权获利的情况下如何突破法定赔偿上限来确定赔偿金额，对于以后同类案件的审判具有十分重要的指导意义。

首先，最高院在本案判决中明确指出，对于难以证明侵权受损或侵权获利的具体数额，但有证据证明前述数额明显超过法定赔偿最高限额的，应当综合全案的证据情况合理确定赔偿额，而不应简单适用法定赔偿。本案原

告提交的大量不同来源的证据均可以证明被告侵权获利数额巨大，明显远超法定赔偿最高限额。

其次，最高院在确定被告侵权规模和销售金额时，参考了侵权人自行宣称的销售金额。在本案中，新百伦领跑公司在其官方网站、微信公众号、媒体报道、招商大会及高管的商务洽谈中均提到其经营规模巨大，特别是在多个场合陈述其于2018年销售额达10亿元。新百伦领跑公司虽然在诉讼中辩称其宣称的侵权规模属于宣传性用语，并不等于客观事实。但最高院结合新百伦领跑集团高管的自述、该集团的产业发展规模，以及在案证据显示的新百伦领跑集团的侵权规模和侵权范围，最终酌定将10亿元作为“新百伦领跑”的年销售额。

除本案判决以外，多地法院判决【(2020)最高法知民终943号、(2021)鲁民终1160号（2021年最高人民法院发布中国法院50件典型知识产权案例）、(2019)沪民申987号审判监督民事裁定书、(2018)苏民终1433号民事判决书】均支持可以以侵权人宣称的侵权规模作为侵权损害赔偿的依据，认定“诚实信用原则是市场主体在经营活动中必须遵循的一项基本原则。其要求之一就是市场主体在经营活动中面向客户的宣传内容应基于客观事实，不应通过故意隐瞒或者夸大的虚假宣传手段获取不当利益。市场主体不能为了在经营活动中获取不当利益夸大宣传，却在侵权责任承担时为了逃避责任而否定该宣传内容。在没有相反证据足以推翻该宣传内容的情况下，人民法院对当事人所述实为夸大宣传的主张不予支持”。

另外值得指出的是，最高院在本案中亦适用了举证妨碍规则。本案一审过程中以及二审两次开庭期间，被告均无视原告多次申请法院责令被告提交由被告所掌握的被诉侵权产品的财务资料，拒不提供其生产销售被诉侵权产品的相关记录，直到二审第二次庭审结束后，被告可能是忌惮于原告提交的大量能够证明被告侵权规模和销售数额的证据，才勉强提交了部分自制的数据不全、缺乏真实性的财务资料。最高院在二审判决中指出，本案原告“为证明其因侵权所受到的损失或者侵权人的侵权获利已尽力举证，在本院已经明确释明拒不提供、虚假提供账簿、资料应承担的法律后果的情况下，江西新百伦领跑公司、广州新百伦领跑公司仍然向本院提供数据不全、缺乏真实性的财务资料，故根据2013年修正的商标法第六十三条第二款之规定，可以参考新平衡公司、新百伦公司的主张和提供的证据来判断本案赔偿数额。”

笔者认为，在实践中，权利人应当积极举证因侵权所受到的损失或者侵权人的侵权获利，将侵权损害赔偿的计算依据按照单项拆分，逐一举证，尽可能提供多种计算方式和角度佐证侵权损害赔偿计算的合理性，并向法院请求责令侵权人提交侵权产品相关的财务资料。大部分的侵权人可能为逃避侵权责任会拒不提交财务资料，或者提交并不完整真实的财务资料。在此情况下，权利人可以依据商标法和民事诉讼法的相关规定，主张适用举证妨碍，以权利人的计算方式作为侵权损害赔偿的参考。

最后，本案的另外一个亮点就是厘清了注册商标与企业字号之间的权利边界。原告New Balance公司的中国子公司成立于2006年，一直以“新百伦”作为其企业字号广泛使用在其运动鞋产品包装上以及各种商业活动中，已在运动鞋产品领域具有很高的市场知名度，为相关公众所知悉，系有一定影响的企业名称。被告新百伦领跑公司成立于2015年，并获得案外人所注册的“新百伦”、“新百伦领跑”等商标的授权。对此，最高院认为，商标和企业名称属于不同的商业标识，在权利取得、权利性质等方面存在区别。商标的功能在于区别不同商品或服务的来源，企业名称的功能在于区别不同市场主体，二者注册取得途径和管理制度均有所不同。对某一标志享有注册商标专用权，不代表其当然有权将该标志作为企业名称使用，反之亦然。当不同主体使用同一标志作为商业标识开展经营时，若容易导致相关公众对其主体身份、商品或服务的来源产生混淆或混淆可能性，则在后的使用行为可能构成不正当竞争。最高院因此认定，在原告新百伦公司的“新百伦”字号已具有较强知名度的情况下，即便江西新百伦领跑公司、广州新百伦领跑公司后续受让或取得与“新百伦”相关的商标，也无法基于在后的商标许可和受让行为取得在前的以“新百伦”为主要部分登记注册企业名称的权利基础。