

中华人民共和国
福建省高级人民法院

民事判决书

(2016)闽民初78号

原告：安德阿谟有限公司 (UNDER ARMOUR, INC.)，住所地美国马里兰州 21230 巴尔的摩市赫尔街 2010 号。

法定代表人：凯利·威廉姆斯。

委托诉讼代理人：司义夏，北京市铸成律师事务所律师。

委托诉讼代理人：付同杰，北京市铸成律师事务所律师。

被告：福建省廷飞龙体育用品有限公司，住所地福建省晋江市池店镇潘湖。

法定代表人：柳惠珠，该公司总经理。

委托诉讼代理人：罗丽珍，北京市中银律师事务所律师。

委托诉讼代理人：杜磊，北京中银（天津）律师事务所律师。

原告安德阿谟有限公司 (UNDER ARMOUR, INC. 下称安德阿谟公司) 与被告福建省廷飞龙体育用品有限公司 (下称廷飞龙公司) 侵害商标权及不正当竞争纠纷一案，本院于 2016 年 6 月 27 日立案后，依法适用普通程序，公开开庭进行了审理。安德阿谟公司委托诉讼代理人司义夏、付同杰与廷飞龙公司委托诉讼代理人罗丽珍、杜磊到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

安德阿谟公司向本院起诉请求：1. 判令廷飞龙公司立即停止

生产、销售和宣传标有“”“”“”“”“”“”和“UNCLE MARTIAN”商标（以下统称为“侵权商标”）及其他与“”“”“安德玛”“UNDER ARMOUR”商标构成相同或近似商标的产品；2. 判令廷飞龙公司销毁库存的侵权产品和包含侵权商标的宣传资料，包括宣传手册、招牌、海报和名片；3. 判令廷飞龙公司赔偿安德阿谟公司经济损失人民币一亿元，包括安德阿谟公司为调查、制止侵权，消除因廷飞龙公司侵权给安德阿谟公司所造成的巨大和恶劣影响所支出的费用；4. 判令廷飞龙公司在搜狐、新浪、网易、腾讯四个门户网站刊登声明，消除其侵权行为对安德阿谟公司造成的不良影响；5. 判令廷飞龙公司承担本案诉讼费用。

事实和理由：

1. 安德阿谟公司是全球最著名的体育用品提供商，在运动产品领域占据市场领先地位；其名下的“”“UNDER ARMOUR”“”和“安德玛”品牌（以下统称为“UNDER ARMOUR 系列商标”）在包括中国在内的全世界范围内享有极高的声誉，是运动产品领域的知名品牌，为相关公众所普遍知晓。

2. 安德阿谟公司在中国拥有 UNDER ARMOUR 系列商标的商标专用权以及“”美术作品的著作权，其在先权利依法应受保护。

（1）安德阿谟公司在中国已经在国际分类第 25, 28, 35 等类别上注册了一系列的 UNDER ARMOUR 商标，包括：安德玛、、、等。（2）安德阿谟公司对“”享有著作权。

3. 本案廷飞龙公司实施了对安德阿谟公司的商标侵权以及不正当竞争行为。（1）廷飞龙公司的商标侵权行为。廷飞龙公司实施了生产、销售和宣传标有侵权商标的鞋类、运动服装、篮球

等体育产品，构成了对安德阿谟公司的商标侵权。廷飞龙公司使用的、、、、标识分别构成对安德阿谟公司、、、、商标的侵害。首先，无论是主要部分比对还是整体比对，廷飞龙公司的侵权商标都与安德阿谟公司的商标构成混淆性近似。其次，两商标使用的商品种类完全相同，目标消费者群体、销售渠道和制作工艺等也完全一致。廷飞龙公司商标和安德阿谟公司商标共存于市场，必然导致相关消费者对商品来源产生混淆，损害消费者利益，侵害安德阿谟公司合法权益。再次，廷飞龙公司举行的品牌启动发布会经曝光后，各大媒体的报道显示包括中国在内的广大消费者一致认为廷飞龙公司的商标系抄袭安德阿谟公司的知名商标，构成混淆。(2) 廷飞龙公司的不正当竞争行为。廷飞龙公司股东之一黄灿龙在明知安德阿谟公司“UNDER ARMOUR”商标在中国的对应中文商标为“安德玛”的情况下，在香港注册了“安德玛(中国)有限公司”(Under Armour (China) Co., Limited)，会使人误认为该公司为安德阿谟公司的关联公司。廷飞龙公司与安德玛(中国)有限公司串通、合谋，以授权许可等方式，参与侵权产品的生产、销售和宣传。黄灿龙作为廷飞龙公司的总经理、安德玛(中国)有限公司的董事接受专访时向媒体宣称“安德玛(中国)有限公司运营品牌将以高端定位，以专业性与生活化的鞋子，服装，配件等进行”。“安德玛(中国)有限公司的品牌运营权也被廷飞龙体育收入囊中”，随后，廷飞龙公司以安德玛(中国)有限公司的名义授权廷飞龙公司在中国运营侵权品牌，并在网络上面(包括微信平台)对该授权行为大肆宣传，用以招徕各地经销商加盟。廷飞龙公司意在使相关公众误认为其为安德阿谟公司的子公司或关联公司，或与安德阿

镁公司有其他商业上的联系，从而误导消费者，攫取不正当利益，已经构成了对安德阿镁公司的不正当竞争行为。

4. 廷飞龙公司的侵权恶意十分明显，侵权情节十分恶劣，侵权气焰十分嚣张。首先，廷飞龙公司的侵权行为经过了精心策划，出于直接故意，侵权恶意十分明显，廷飞龙公司不可能不知晓安德阿镁公司系列商标，但是其对受让的商标进行拆分组合，改变商标显著特征等方式，使实际使用的商标与安德阿镁公司商标极为近似。第二，侵权行为十分嚣张。廷飞龙公司在 2016 年 4 月 26 日世界知识产权日当天在晋江市召开了关于侵权商标的品牌运营启动发布会。第三，廷飞龙公司对安德阿镁公司实施了直接的、全方位的侵权。郑茂信承认廷飞龙公司正在运营的品牌就是一个打安德阿镁公司品牌擦边球的品牌，廷飞龙公司的侵权行为不仅出现在产品上，还在店招、宣传册、名片和其他媒体上进行。第四，廷飞龙公司在收到人民法院出具的要求立即停止侵权的民事裁定书之后，不仅没有立即停止使用原有标识，还极其恶意地将原有标识衍变为近似标识继续大规模使用。第五，廷飞龙公司把“ I WANT”作为其宣传口号，刻意模仿安德阿镁公司“ I WILL”。此外，廷飞龙公司使用的徽章设计与安德阿镁公司的徽章设计几乎完全相同，全面攀附安德阿镁公司。最后，廷飞龙公司不仅涉嫌商标侵权行为和不正当竞争行为，也侵害了安德阿镁公司对“ I WANT”美术作品享有的著作权。

5. 廷飞龙公司对安德阿镁公司造成的损害及应当承担的法律责任。廷飞龙公司的上述行为，给安德阿镁公司造成巨大的无形资产损害；廷飞龙公司因上述行为获得了巨大的非法利益；为了制止本案廷飞龙公司的侵权行为，消除影响，安德阿镁公司支

付了大量的费用；由于廷飞龙公司在收到禁令后并未停止侵权行为，造成了安德阿谟公司维权成本进一步增加。应对廷飞龙公司实施惩罚性赔偿。

廷飞龙公司答辩意见：

2016年8月5日，廷飞龙公司提交第一次答辩状。提出如下答辩意见：廷飞龙公司不同意安德阿谟公司的诉讼请求，请求驳回安德阿谟公司诉讼请求。

事实与理由：

1. 安德阿谟公司是体育用品行业内成立时间较晚的企业，并非全球知名体育用品供应商，且其进入中国时间更晚，在中国只是处于起步阶段，其品牌在中国并不为消费者知晓，在中国没有知名度，其提起本案诉讼完全是一种炒作，借机营销，以提高其知名度。

2. 廷飞龙公司启动的是从他人受让的已经注册的及自己申请注册的  (安可玛汀) 及  商标，未侵犯安德阿谟公司商标权。(1) 2016年4月，廷飞龙公司从案外人马陈兵处受让了第3951618号“Uncle Martia”商标，该商标早在2007年就已经获得注册，廷飞龙公司启动该商标有法律依据，不构成侵权。(2) 2016年3月，廷飞龙公司从案外人洪清儿处受让了第15151285号  商标，此后，廷飞龙公司为方便使用，把该商标拆分成 、“niu halun”和“纽哈伦”三部分重新注册。 商标由 、“niu halun”和“纽哈伦”三部分组成，说明该商标无论从整体上还是各个部分均与安德阿谟公司的  不构成近似商标，否则不能获得注册。(3) 根据权威网站调查可知，消费者普遍认为廷飞龙公司启动  (安可玛汀) 及  品牌没有侵犯安德阿谟公司权利。(4)

廷飞龙公司只启动了由  商标及  商标合并成的  标识, 安德阿谟公司在起诉状中所列的其他两种形式的标识并不是廷飞龙公司启动的。(5) 中国国际体育用品博览会早在安德阿谟公司之前就使用了  标识, 安德阿谟公司注册的  与中国国际体育用品博览会在先使用的标识中图形部分实质性近似,  并非安德阿谟公司独创。(6) 廷飞龙公司在品牌启动发布会后, 安德阿谟公司通过部分来源不明的网站推断廷飞龙公司启动的品牌系抄袭安德阿谟公司商标, 这完全缺乏事实和法律依据。

3. 廷飞龙公司不存在不正当竞争行为。廷飞龙公司与安德玛(中国)有限公司不存在授权许可关系, 廷飞龙公司宣传的是从他人受让及自己注册的商标。根据新华社报道, 黄灿龙明确说明安可玛汀是中国自主品牌, 与 UA 没有任何关系。这说明根本不存在与安德阿谟公司搭边的想法, 而其对品牌的定位不能说明存在不正当竞争。

4. 廷飞龙公司没有侵权恶意。首先, 廷飞龙公司领导在启动品牌发布会的时候均明确说明启动的是安可玛汀品牌, 根本没有提起安德阿谟公司任何信息, 至于郑茂信, 由于其是做营销的, 公司给他的工资形式是低底薪加高提成, 其为了营销, 不免夸大其词, 但其行为不代表公司行为。其次, 廷飞龙公司宣传的是从他人受让的已经注册的及自己申请的商标, 有合法来源, 不存在恶意。至于安德阿谟公司提及的“N”品牌亦是一个注册商标, 是合法的, 且与本案也没有关联。

5. 廷飞龙公司宣传的是从他人受让的已经注册的及自己申请的商标, 不存在侵犯商标权及不正当竞争的问题, 且截止到现在并没有生产销售该品牌的任何产品, 该品牌只是处于启动阶段,

安德阿镆公司起诉完全是借助司法资源进行炒作，借机营销以提高其知名度。

综上，请求驳回安德阿镆公司诉讼请求。

2017年1月11日廷飞龙公司重新提交答辩状，将第2、3、4点变更为：

2. 廷飞龙公司不构成对安德阿镆公司商标权的侵权。（1）廷飞龙公司无侵犯安德阿镆公司商标权的行为。廷飞龙公司只是将计划注册的商标预先向美国纽巴伦公司的经销商简单推荐，做市场预先摸底，无任何相关产品存在。第25类第3951618号“Uncle Martin”是合法注册的商标，从受让的第15151285号注册商标延伸注册的第19829778“”号商标，该标识本身与安德阿镆公司主张的标识存在较大的差异，根据权威网站经济网调查，相关公众完全能够将廷飞龙公司推荐的品牌与安德阿镆公司主张的品牌区分开来，并不会产生混淆误认，因此，廷飞龙公司行为不存在侵犯安德阿镆公司商标权的问题。事实上，廷飞龙公司至今都没有生产销售任何产品，没有产品与安德阿镆公司商标使用的产品在市场上共存，不可能导致相关消费者产生混淆误认。（2）廷飞龙公司无侵犯安德阿镆公司商标权的主观过错。首先，廷飞龙公司的领导在美国纽巴伦公司的新品发布会上发言时均明确说明准备启动的是安可玛汀品牌，根本没提及安德阿镆公司任何信息；其次，廷飞龙公司推荐的是从他人受让的已经注册的及自己申请注册的“Uncle Martin”（安可玛汀）及“”商标，是有合法来源的，不存在恶意。

3. 廷飞龙公司无不正当竞争的行为。（1）黄灿龙只是廷飞龙公司股东之一，其个人行为与廷飞龙公司无关，安德阿镆公司

亦无任何证据证明该注册行为是受廷飞龙公司的指示；（2）黄灿龙的注册行为发生在香港特别行政区，不适用《中华人民共和国反不正当竞争法》；（3）安德阿镆公司亦无证据证明其在香港注册了“安德玛”商标。

4. 廷飞龙公司至今未生产销售任何产品，安德阿镆公司诉请一个亿的经济赔偿无事实依据，安德阿镆公司此次诉讼显然是恶意通过诉讼做商业炒作，投机营销，浪费司法资源。

当事人围绕诉讼请求依法提交了证据，本院组织当事人进行了证据交换和质证。

对于安德阿镆公司提交的证据（详见附件2证据目录清单），廷飞龙公司对安德阿镆公司第一次提交的证据1-9、13-16形式真实性、18、21-23、29-32、补充证据的证据5、10-12、当庭提交的证据1、证据2形式真实性没有异议，本院予以确认并在卷佐证。对于廷飞龙公司提交的证据（详见附件2证据目录清单），安德阿镆公司对廷飞龙公司第一次提交的证据1-7、9、第二次提交的证据1-10、第三次提交的证据1、4、庭后补充的证据2、3真实性没有异议，本院予以确认并在卷佐证。

对有争议的证据和事实，本院认定如下：

对于安德阿镆公司提交的证据。证据10系域外证据，未履行相关证明手续，廷飞龙公司对真实性不予认可，该证据不予采信。证据11，经过公证认证程序，符合证据的形式要件，可以作为证据使用。该证据系自称为安德阿镆公司律师及商标顾问的William J. Morris III声明，能否证明待证事实，需结合其他证据予以分析。证据12，经过公证认证程序，符合证据的形式要件，该证据系自称为安德阿镆公司名牌高级副总裁的Steve Battista

声明，能否证明待证事实，需结合其他证据予以分析。对于安德阿谟公司当庭提交的证据，证据 17 廷飞龙公司对安德阿谟贸易（上海）有限公司声明书的真实性没有异议，可以采信；对于安德阿谟公司出具的声明，虽未履行相关认证手续，但属于安德阿谟公司陈述的内容，符合证据形式要求，应予采信。证据 19 系安德阿谟公司的门店信息，在廷飞龙公司没有提交相反证据的情况下，予以采信。证据 20 安德阿谟公司品牌宣传手册，在廷飞龙公司没有提交相反证据的情况下，予以采信。证据 24 系案外人安德阿谟贸易（上海）有限公司的审计报告，在安德阿谟公司未提交该公司营业执照等涉及公司经营范围的证据情况下，不能确定审计报告中所载明的营业收入是否全部为运营安德阿谟系列商标所得，因此该证据与本案关联性不足，不予采信。证据 25 中安德阿谟公司与体坛传媒集团股份有限公司签订的合作协议没有提交原件，廷飞龙公司对真实性不予认可，不予采信，对其他赞助协议，廷飞龙公司对真实性予以认可，可予采信。证据 26，廷飞龙公司对声明书的真实性没有异议，予以采信；对经销协议，没有原件，在廷飞龙公司不认可的情况下，不予采信。证据 27，廷飞龙公司对形式真实性没有异议，予以采信，廷飞龙公司没有提出相反证据，其有关安德阿谟公司用自己的账号登陆、数据可以更改的主张，不予采纳。证据 28 库里的宣传照片，结合证据 23 中 2015 年《环球时报》文章《库里中国行传递坚韧与专业》、《北京日报》文章《库里中国行与球迷“对飙”三分》等媒体报道内容，可以认定史蒂芬·库里在中国进行了为期三天的中国行，在廷飞龙公司未提供相反证据的情况下，库里中国行的照片真实性可予采信。

对于安德阿谟公司当庭补充的证据。第一组关于 UNDER ARMER 知名度的证据。证据 1 系安德阿谟公司的商标高级顾问关于安德玛标识的声明，声明附若干附件，声明书本身经过了公证认证手续，应当予以采信。附件系声明书所附，在声明书经过公证认证手续的情况下，该声明书本身符合《中华人民共和国民事诉讼法》（下称民诉法）有关证据的形式要件，可以作为证据使用，能否证明待证事实，需结合其他证据予以分析。证据 2 系安德阿谟公司法律顾问关于国外媒体对廷飞龙公司召开发布会的报道的声明，附件系声明书所附，在声明书经过公证认证手续的情况下，该声明书本身符合民诉法有关证据的形式要件，可以作为证据使用，能否证明待证事实，需结合其他证据予以分析。证据 3，美国商务部美国专利商标局确认附随文件系该局备案的真实副本，美利坚合众国国务院确认美国商务部美国专利商标局印章真实，中国驻美使馆领事部确认美国国务院印证及签字属实，该份证据经过了公证认证手续，应予采信。证据 4，未经我国使领馆认证，不符合域外证据形式要件，不予采信。证据 6-8 系安德阿谟贸易（上海）有限公司授权经销商的声明，内容真实性无法核实，不予采信。证据 9 廷飞龙公司未对形式真实性提出异议，予以采信，内容真实与否需结合其他证据予以分析。

对于廷飞龙公司提出的证据。第一次提交的证据 8，安德阿谟公司对真实性不予认可，本院认为，中国国际体育用品博览会是否使用廷飞龙公司证据中显示的标识，与本案商标侵权及不正当竞争无关，该证据不予采信。证据 9 最高人民法院行政判决书与本案没有关联，不予采信。证据 10 与第二次提交的证据 7.8 系同一篇报道，经过了公证，没有相反证据的情况下，予以采信。

第三次提交的证据，证据 2、3，没有原件，安德阿谟公司对真实性不予认可，该证据与本案商标侵权及不正当竞争纠纷无关，不予采信。证据 5 廷飞龙公司庭后提供了原件供核实，真实性予以确认。廷飞龙公司庭后补充提供的证据，证据 1 系香港元亨利贞国际贸易有限公司将注册号为 12964720 的商标授权泉州昌万贸易有限公司使用，泉州昌万贸易有限公司将注册号为 12572838 的商标授权安可玛汀（中国）有限公司使用，因安可玛汀（中国）有限公司与本案没有关联，不予采信。

根据当事人陈述和经审查确认的证据，认定事实如下：

1、安德阿谟公司的注册商标情况

安德阿谟公司于 1996 年 7 月 1 日在美国马里兰州注册成立。安德阿谟公司经中华人民共和国工商管理总局商标局（下称工商总局）核准，注册（或经受让）了如下商标：（1）第 12675844A 号“安德玛”商标，注册有效期自 2015 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日，核定使用商品为第 25 类头套（帽）、运动鞋、海滨浴场用衣、雨衣等；（2）第 12165772 号“安德玛”商标，注册有效期自 2014 年 7 月 28 日至 2024 年 7 月 27 日，核定使用商品为第 28 类运动球类、运动用球（包括篮球、橄榄球、足球、排球等）专用袋、锻炼身体器械、运动腰带、护腕等；（3）第 3463214 号“UNDER ARMOUR”商标，注册人为 K. P. 运动公司，2006 年 4 月 4 日经核准变更注册人为安德阿谟公司，注册有效期自 2005 年 2 月 14 日至 2025 年 2 月 13 日（经续展），核定使用商品为第 25 类服装、衬衫、帽、衬裤、T 恤衫、内衣、乳罩、短裤、头带（服装）、袖口、袜；（4）第 7329795 号“UNDER ARMOUR”商标，注册有效期自 2014 年 8 月 28 日至 2024 年 8 月 27 日，核定使用商品为第 25 类婴儿

裤、游泳衣、足球靴、领带、十字褙、服装绶带、修女头巾、神父左臂上佩带的饰带、睡眠用面罩、婚纱;(5)第 G996450 号“UNDER ARMOUR”商标,注册有效期自 2009 年 2 月 18 日至 2019 年 2 月 18 日,核定使用商品为第 25 类运动鞋、手套、夹克衫、运动衫、各类运动服装等;(6)第 G996450 号“UNDER ARMOUR”商标,注册有效期自 2009 年 2 月 18 日至 2019 年 2 月 18 日,核定使用商品为第 28 类运动用品即运动用球、足球手套等;(7)第 3479748 号商标,注册人为 K. P. 运动公司,2006 年 4 月 4 日经核准变更注册人为安德阿谟公司,注册有效期自 2005 年 4 月 7 日至 2025 年 4 月 6 日(经续展),核定使用商品为第 25 类服装、衬衫、帽、衬裤、T 恤衫、内衣、乳罩、短裤、头带(服装)、袖口、袜;(8)第 3463213 号商标,注册有效期自 2015 年 2 月 14 日至 2025 年 2 月 13 日,核定使用商品为第 25 类服装、衬衫、帽、衬裤、T 恤衫、内衣、乳罩、短裤、头带(服装)、袖口、袜;(9)第 G1007431 号商标,注册有效期自 2009 年 6 月 22 日至 2019 年 6 月 22 日,核定使用商品为第 25 类鞋、防雨套装、夹克衫、裙子、运动袖衫、腰带、皮带、各类运动服装等;(10)第 G1007431 号商标,注册有效期自 2009 年 6 月 22 日至 2019 年 6 月 22 日,核定使用商品为第 28 类运动用品即运动用球、足球手套等;(11)第 7329792 号商标,注册有效期自 2010 年 11 月 21 日至 2020 年 11 月 20 日,核定使用商品为第 28 类锻炼身体器械、体育活动器械等。

2、安德阿谟公司商标的知名度情况

2009 年 5 月 21 日,安德阿谟公司“UNDE ARMOUR”商标经美国专利商标局商标评审与申诉委员会认定在运动用品和服装领域

已构成驰名商标。2016年6月1日，西班牙专利商标局认定安德阿谟公司“UNDE ARMOUR”商标属于驰名商标。

安德阿谟公司进入中国后，在北京、上海、广州、深圳、杭州、南京、武汉等城市开设了多家门店，并通过under armour.cn网站、天猫under armour官方旗舰店、京东under armour官方旗舰店等网络平台销售under armour系列产品。2016年6月17日安德阿谟公司申请公证时，上述网站的浏览量较大，访客人数较多，销售额较高。安德阿谟公司授权安德阿谟贸易（上海）有限公司作为中华人民共和国（包括香港、澳门）市场范围内的独家经销商，使用安德阿谟公司第3463214、3463213号等商标销售和推广安德阿谟产品。安德阿谟贸易（上海）有限公司通过赞助健身咨询公司或健身教练的方式推广其品牌。

2004年《中外企业文化》刊登《凯文·普兰克的创业之路》一文，介绍Under Armour创办人凯文·普兰克的创业历程。此后，多篇媒体报道中提到安德阿谟公司、安德阿谟系列产品、系列商标，例如2007年《深圳特区科技》刊登《安德玛与耐克、阿迪达斯争锋》一文；2007年《都市晨报》报道了《福布斯》体育排行榜，运动品牌排行榜中Under Armour以22亿美元位列第四；2008年11月2日《东南早报》文章《“金融9·11”改变美国人日常生活》中提到“美国人耳熟能详的运动品牌安德玛”；2009年《连锁特许》文章《中国运动品牌的出路》中提到“新百伦、安德玛则是细分市场上的成功典范”、“安德玛则在高性能紧身运动服市场，以70%的市场占有率，远远抛离耐克和阿迪达斯，一年内就夺取美式足球鞋1/4的市场”；2011年《经理人》文章《运动服装行业的成功秘诀》中提到“功能性运动服是……这个市场

被一家新崛起的公司所垄断，它叫安德玛(Under Armour)”;2012年《当代体育》文章《麻雀虽小，五脏俱全》中提到“这代表着Under Armour品牌已经在NBA站稳了脚跟”。2015年-2016年间，《跑步者世界》《全运动 SIZE》《扣篮》《篮天下》《履程》《全体育》《鞋帮》《高尔夫大师》杂志对ANDER ARMOUR品牌进行了报道。

2015年9月6日-8日，Under Armour品牌签约球星、勇士队球星库里在北京、上海、重庆三个城市进行为期三天的中国行活动，活动现场均有大幅商标。中央电视台体育频道、北京电视台体育频道、重庆电视台、《北京日报》《中国体育报》等媒体对该宣传活动进行了报道。

ANDER ARMOUR被《跑步者世界》评为2015年最高性价比品牌，获《跑步者世界》2015年春季最佳设计奖。

3、廷飞龙公司情况

福建省晋江市池店潘湖日用工艺厂于1990年11月15日注册成立，经数次名称变更后，于2006年12月28日更名为福建省廷飞龙体育用品有限公司。廷飞龙公司经营范围为生产体育器材(跑步机)、鞋、服装、包袋、针织布。廷飞龙公司营业执照上登记的地址为福建省晋江市池店镇潘湖，其在庭审中确认该处已于2012年左右被拆迁。

2006年12月28日，廷飞龙公司监事由黄荣灿变更为黄灿龙；2012年8月16日，廷飞龙公司原股东由黄迷宗出资800万元，变更为黄灿龙出资40万元、黄迷宗出资760万元。至本案开庭时，未见廷飞龙公司再进行股东、监事变更登记。2016年3月29日，黄灿龙在香港注册成立Under Armour(China) Co. Limited 安德玛(中国)有限公司。

案外人马陈兵经核准，取得第 3951618 号“Uncle Martian”注册商标，有效期为 2007 年 6 月 7 日至 2017 年 6 月 6 日。2016 年 4 月 5 日，马陈兵出具《商标使用授权书》，将该商标转让给廷飞龙公司；授权书确认，在申请办理转让期间，廷飞龙公司有权独家使用该商标。

案外人洪清儿经核准，取得第 15151285 号  商标，有效期为 2015 年 9 月 28 日至 2025 年 9 月 27 日，2016 年 3 月 21 日洪清儿与廷飞龙公司签订《商标使用授权协议》，约定将第 15151285 号商标转让给廷飞龙公司，在办理转让手续前授权廷飞龙公司使用。2016 年 5 月 3 日，廷飞龙公司向工商总局申请 、“niu halun”和“纽哈伦”注册，国家工商总局受理了该三个申请，目前尚未核准。

案外人香港元亨利贞国际贸易有限公司（下称元亨利贞公司）经核准，取得第 12572838 号  注册商标，有效期 2014 年 10 月 14 日至 2024 年 10 月 13 日，核准使用的商品类别为第 25 类：服装，内裤（服装），婴儿全套衣，游泳衣，鞋，帽，袜，手套（服装），围巾，皮带（服饰用）。

4、被诉侵权行为

2016 年 4 月 28 日，环球鞋网刊载一篇标注来源为中国体育用品网的文章，名为《廷飞龙体育旗下 N 品牌 2016 秋冬新品发布，Uncle Martian 品牌强势启动》。文章介绍：廷飞龙体育旗下 N 品牌 2016 秋冬新品订货会暨 Uncle Martian 品牌大中华区启动发布会在福建晋江隆重召开，廷飞龙体育用品有限公司董事长黄廷宗、廷飞龙体育用品有限公司总经理黄灿龙出席此次会议；对于 Uncle Martian 品牌，黄灿龙表示，品牌将以鞋服一体化进军中

国市场，主打综训生活、健身类别的鞋服产品线；廷飞龙体育用品有限公司品牌营销副总郑茂信为在场的经销商们介绍了 UNCLE MARTIAN 品牌，让经销商们对该品牌有个初步印象，为接下来的招商奠定基础。文章所配照片的背景有两幅醒目的图片，两幅图片中的标识均为，其中后一幅图片标识中麦穗颜色较淡，几乎与背景融为一体。上述文章经北京市方圆公证处公证，并制作（2016）京方圆内经证字第 08741 号公证书。该公证书同时公证了互联网上多个媒体或文章对前述报道的评论，其中 <http://www.wzaobao.com/p/1aaLTcg.html> 上有一篇署名为“花儿街参考（马钺）”的一篇文章《我错了，乔丹体育，原来你不是最无耻的》。文章中写到“在廷飞龙开发布会前一周，网上出现了一篇黄灿龙的专访，里面写道‘安德玛（中国）有限公司的品牌运营权也被廷飞龙体育收入囊中’”。

Whois 域名查询显示：泉州市新奥文化传播有限公司为中国体育用品网 <http://www.olsports.cn> 联系人。泉州市新奥文化传播有限公司出具证明称：“<http://www.olsports.cn>（中国体育用品网）是我公司注册的专业用于发布体育用品行业相关信息的一个网络平台，2016 年 4 月 26 日，对廷飞龙公司启动 Uncle Martian（安可玛汀）及品牌情况进行发布，我公司网站发布的是前述品牌启动情况，并不涉及其他公司的品牌，其它网站转载我公司网站添加的其它公司的信息均不是来源我公司网站，与事实情况不符。”

廷飞龙公司庭后提交了一份《关于 Uncle Martian 品牌推介会的说明》，内容包含美国纽巴伦（国际）控股有限公司新品发布会现场情况、Uncle Martian 品牌推介会情况、安德玛（中国）

有限公司董事长兼总经理黄灿龙先生致辞、推介会结束四个部分。说明中使用的三幅图片（共五幅）与环球鞋网报道文章中对应三幅图片完全相同。

2016年5月12日，北京市方圆公证处工作人员打开易企秀<http://e.eqxiu.com/s/dBAhFGwE?eqrcode=1&from=timeline&isappinstalled=0>网页，可见UNCLE MARTIAN全国招商广告，招商广告中有大幅标识为的图片及标识的鞋，招商信息中载明：品牌英文：UNCLE MARTIAN，品牌中文译名：安可玛汀，标志释义：主标为UN组合……；介绍“UNCLE MARTIAN”品牌“……产品集合运动与休闲各个特征，提供舒适生活的高质量商品，鞋服一体化运营模式……”；广告中展示了有标识的运动鞋和休闲鞋，运动鞋上麦穗标识较浅，几乎看不出，休闲鞋上麦穗标识明显；品牌运营中心（福建晋江）福建省廷飞龙体育用品有限公司；财富热线：13062199000 郑先生。北京市方圆公证处对上述网页内容进行了公证，并制作（2016）京方圆内经证字第11845号公证书。

（2016）沪黄证经字第8168号公证书记载：2016年5月16日，上海市黄浦公证处公证人员与安德阿镆公司委托代理人到福建省晋江市和平路金富大厦第二栋9楼，该处门口招牌为“UNCLE MARTIAN”，墙上有多处、图片，图片上标识为。安德阿镆公司委托代理人与现场工作人员郑茂信进行了交谈，郑茂信在交谈中称：廷飞龙公司在运营安可玛汀品牌；加盟商如要加盟安可玛汀品牌，与福建省廷飞龙体育用品有限公司签协议；真正的安德玛中国总部在上海，叫安德阿镆，（我们）在香港注册了安德玛（中国）有限公司和美国纽巴伦（国际）控股有限公司；工厂

原来做廷飞龙产品，后来厂房被拆迁就停掉不做了，主要运作品牌；现场没有安可玛汀样品。谈话中谈到安德阿谟商标，郑茂信称“它这个标注册不下来，这就是安德玛的商标”“这样子就是说当初叫我们企划设计部给它优化一下，像那个安德玛那个标，当时我们律师也就是说不要优化它，你有一点感觉就可以了，不然人家会找你麻烦的”。该处展示样品中有印有安德阿谟公司商标的鞋，也有标识的鞋。安德阿谟公司委托代理人在该处获得一张名片，名片左边部分为：郑茂信，营销副总，13062199000；右边部分最上端有和 N 图标，右边中部：安德玛（中国）有限公司，美国纽巴伦（国际）控股有限公司，及地址电话，右边下端载明：品牌运营商 福建省廷飞龙体育用品有限公司 地址福建省晋江市和平路金富大厦。

2016 年 6 月 3 日，北京市铸成律师事务所律师工作人员拨打 13062199000，通话对方自称姓郑，通话中郑姓人员称安可玛汀品牌正在招商，待七八月份正式启动。北京市方圆公证处对该通话过程进行了公证，并制作（2016）京方圆内经证字第 11844 号公证书。

（2016）京精诚内经证字第 02930 号公证书记载：2016 年 12 月 23 日，北京市铸成律师事务所律师工作人员到福建省晋江市和平北路金富大厦 2 栋 9 层一处办公室，与该处工作人员交谈、参观样品间，在现场获得宣传手册一份、名片一张。现场悬挂大幅标识，墙上有标识的广告，样品间展示鞋、篮球、护腕、运动 T 恤等，其上标识有些为，有些为，有些为，也有安德阿谟公司商标的鞋。交谈过程中该处工作人员称自己公司名称为廷飞龙体育用品有限公司；有自己的工厂，并带领安德阿

镁公司工作人员参观了位于晋江清美的工厂。在回答“你们这个跟安德玛是一样的吗？”问题时该工作人员表示“这个是擦边球的嘛，但是做的东西肯定是要跟他们的一样的”。现场获得宣传手册中封面呈黑色，中上部分有较为显著的标识，封底呈黑色，正中标识；宣传手册内页中介绍：名牌英文名 UNCLE MARTIAN，品牌中文音译名：安可玛汀，商标图形设计说明：形如 H 字符形容高度、力量、工业风格 树叶边修饰形容生活、健康、荣誉、守护。宣传手册中展示了部分运动鞋，其上使用的标识中所谓的“H”上下装饰图案、“H”周围“树叶”的线条颜色与标识所处的鞋身颜色完全相同，使该标识呈现出视觉效果；宣传手册中展示了终端形象，终端形象中专卖店墙上使用的标识“树叶”、“H”上下装饰图案线条较淡，突出中间图案。现场获得名片部分内容为：武俊峰 营运总监；美国纽巴伦（国际）控股有限公司；品牌运营商福建省廷飞龙体育用品有限公司，地址福建省晋江市和平路金富大厦。

廷飞龙公司使用的标识与元亨利贞注册商标不完全相同，后者树叶叶片较宽，上部中间心形图案底部水平，中间部分“H”图形四角均与树叶相连，“H”两上端水平，两下端呈波浪线，腰部线条不明显，中间一横呈水平状；后者树叶叶片较窄，上部中间心形图案底部呈尖形，“H”两上端与两下端上下对称，均呈斜线形，腰部线条明显，中间一横呈橄榄球形。

5、其他事实

根据安德阿镁公司申请并提供相应担保，本院于 2016 年 11 月 2 日作出（2016）闽民初 78 号行为保全裁定，责令廷飞龙公司立即停止生产、销售和宣传标有“”、“”、“”标识的鞋

服产品。

安德阿谟公司在庭审中明确其所主张的不正当竞争行为具体为：（1）廷飞龙公司的原股东、总经理黄灿龙作为唯一的出资人在香港设立了安德玛（中国）有限公司，而安德玛系安德阿谟公司注册商标。廷飞龙公司和安德玛（中国）有限公司在对外宣传时都明确受安德玛（中国）有限公司的委托去销售侵权产品。在发布会上黄灿龙也宣称其已经把安德玛（中国）有限公司旗下的产品收入其下，是攀附安德阿谟公司的商誉，构成不正当竞争；（2）廷飞龙公司产品的风格、使用的口号也是攀附安德阿谟公司的商誉；（3）廷飞龙公司自认其生产的鞋子在外观上就是要模仿安德阿谟公司鞋子，是对特有装潢的侵害，构成不正当竞争。

安德阿谟公司在庭审中确认其没有购买到廷飞龙公司产品的证据，也没有生产现场的证据。

安德阿谟公司为本案支付给北京市铸成律师事务所律师代理费 60 万元。北京市铸成律师事务所律师支付给上海市黄埔公证处 11000 元公证费，支付给北京市方圆公证处公证费 4000 元；支付给中国对外翻译有限公司翻译费 88753 元；北京市铸成律师事务所律师参加一审开庭支出交通费 8368.4 元；支出住宿费 2250 元。

上述事实，有（2016）京方圆内经证字第 08741 号、马里兰州估价和税务部海蒂·杜德尔证明、第 12675844A 号、第 12165772 号、第 3463214 号、第 7329795 号、第 G996450 号、第 3479748 号、第 3463213 号、第 G1007431 号、第 7329792 号注册商标证、安德阿谟有限公司与安德阿谟贸易（上海）有限公司出具的声明书、《跑步者世界》杂志、《全运动 SIZE》杂志、《扣篮》杂志、《篮

天下》杂志、《履程》杂志、《全体育》杂志、《鞋帮》杂志国图查询信息、安德阿谟贸易（上海）有限公司与陈蕴等签订的《赞助协议》、与威康健身管理咨询（上海）有限公司签订的《品牌推广及赞助协议》、（2016）沪黄证经字第 9855 号公证书、《高尔夫大师》杂志、（2016）京方圆内经证字第 11845 号公证书、（2016）沪黄证经字第 8168 号公证书、（2016）京方圆内经证字第 11844 号公证书、（2016）京精诚内经证字第 02930 号公证书、《内资企业登记基本情况表》、第 3951618 号商标注册证、（2016）浙杭证民字第 3050 号公证书、第 15151285 号商标注册证、（2016）闽石证民字第 336 号公证书、第 19829778、19829742、19829771《商标注册申请受理通知书》、whois.chinaz.com 网页查询信息、泉州市新奥文化传播有限公司证明、《关于 Uncle Martian 品牌推介会的说明》、《北京增值税普通发票》、《上海增值税专用发票》、《北京增值税专用发票》、《航空运输电子客票行程单》、《福建增值税普通发票》、高速公路通行费票据、出租车机打发票、（2016）闽民初 78 号裁定、安德阿谟公司陈述、廷飞龙公司陈述、答辩状、庭前会议笔录、庭审笔录在案佐证。

本院认为：

1、被诉侵权行为是否系廷飞龙公司实施

本院认为环球鞋网刊载文章的内容真实性可以确认，理由是：（1）环球鞋网刊载文章报道的是廷飞龙公司 2016 年 4 月 26 日新品发布会的内容，廷飞龙公司虽然在庭审中主张其没有委托任何网站宣传、也没有自行发过宣传内容，但其对当日 N 品牌举行了新闻发布会的事实予以确认，在《关于 Uncle Martian 品牌推介会的说明》中陈述的内容除没有提到环球鞋网文章中廷飞龙

公司品牌营销副总监郑茂信之外，其他内容与环球鞋网文章的内容均可相互印证；（2）环球鞋网文章标注来源于中国体育用品网，廷飞龙公司提供了中国体育用品网运营主体泉州市新奥文化传播有限公司的证明，泉州市新奥文化传播有限公司在证明中确认其对廷飞龙公司启动 Uncle Martian 品牌进行了发布；环球鞋网文章中并不涉及除廷飞龙公司之外的其他公司信息，不属于证明中所称的“其他网站转载我公司网站添加的其他公司的信息均不是来源我公司网站，与事实情况不符”的情形，在泉州市新奥文化传播有限公司没有明确其原始报道的情况下，该份证明不足以认定环球鞋网涉案文章不实。廷飞龙公司有关该报道内容真实性无法确认的辩解意见，事实和法律依据不足，不予支持。

《我错了，乔丹体育，原来你不是最无耻的》一文中所写的黄灿龙的专访内容，系援引“网上出现的一篇专访”，没有原始的专访内容及专访所刊载的媒体信息，无法核实该内容的真实性，本院对文章所称黄灿龙专访内容的真实性不予确认。安德阿谟公司有关黄灿龙接受专访时表示“安德玛（中国）有限公司的品牌运营权也被廷飞龙体育收入囊中”的主张，事实依据不充分，不予支持。

关于易企秀网站中招商广告是否系廷飞龙公司发布的问题。易企秀网页中 Uncle Martian 的招商广告中明确运营主体系廷飞龙公司，该内容也与2016年4月5日后廷飞龙公司独家使用 Uncle Martian 商标、廷飞龙公司品牌发布会上称将对 Uncle Martian 招商的事实可以相互印证，在没有相反证据的情况下，可以认定廷飞龙公司在易企秀网站发布了招商广告。

（2016）沪黄证经字第8168号（下称8168号公证书）、（2016）

京精诚内经证字第 02930（下称 02930 号公证书）公证书公证事项是否系廷飞龙公司行为的问题。廷飞龙公司庭审中主张郑茂信不是廷飞龙公司员工、公证书中所涉地址是美国纽巴伦（国际）控股有限公司办公地址，与廷飞龙公司无关。对此本院认为，廷飞龙公司品牌发布会上郑茂信以廷飞龙公司品牌营销副总的身份向经销商介绍 Uncle Martian 品牌，廷飞龙公司第一次答辩意见中也称郑茂信是公司营销人员，安德阿镞公司在晋江市和平路金富大厦 2 栋 9 层处获得的郑茂信名片中载明的手机号与易企秀网站 Uncle Martian 招商广告中郑先生的电话号码相同，“营销副总”的身份信息也与廷飞龙公司新闻发布会上郑茂信的身份可相互印证。故廷飞龙公司有关郑茂信不是其公司员工、印制名片是个人行为的主张，理由不能成立，不予采纳。8168 号公证书中，安德阿镞公司工作人员与郑茂信在金富大厦 2 栋 9 层商谈安可玛汀招商事宜，郑茂信名片上载明的福建省廷飞龙体育用品有限公司地址亦为“福建省晋江市和平路金富大厦”；02930 号公证书中北京市铸成律师事务所律师工作人员与王俊峰在金富大厦 2 栋 9 层商谈安可玛汀招商事宜，在该处获得的王俊峰名片上载明的福建省廷飞龙体育用品有限公司地址亦为“福建省晋江市和平路金富大厦”；结合廷飞龙公司工商营业执照上的处所已被拆迁的事实，可以认定两份公证书公证的场所福建省晋江市和平路金富大厦 2 栋 9 层系廷飞龙公司经营场所。廷飞龙公司有关两份公证书中所涉地址是美国纽巴伦（国际）控股有限公司办公地址，与廷飞龙公司无关的辩解意见，不予采纳。

综上，可以认定廷飞龙公司实施了被诉侵权行为。

2、被诉侵权行为是否构成商标侵权和不正当竞争

安德阿谟公司经合法注册，享有第 12675844A 号“安德玛”、第 12165772 号“安德玛”、第 3463214 号“UNDER ARMOUR”商标、第 7329795 号“UNDER ARMOUR”商标、第 G996450 号“UNDER ARMOUR”商标、第 3479748 号商标、第 3463213 号商标、第 G1007431 号商标、第 7329792 号等商标的商标专用权，其商标权利应受法律保护。

《中华人民共和国商标法》（下称《商标法》）第四十八条规定：本法所称商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为。本案中，廷飞龙公司在召开品牌发布会时使用标识，在 UNCLE MARTIAN 全国招商广告中使用的标识，在经营场所悬挂图片上使用的、标识，宣传手册上使用标识，样品间展示的鞋、篮球、护腕、T 恤等上使用、、标识等，均起到识别商品来源的作用，属于《商标法》规定的商标使用行为。

《商标法》第五十七条第二项规定：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，属于侵犯注册商标专用权的行为。《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》（下称《商标民事纠纷司法解释》）第九条第二款规定：商标法第五十二条第（一）项规定的商标近似，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。第十条规定：人民法院依据商标法第五十二条第（一）项的规定，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。第十一条第二款规定：商标法第五十二条第（一）项规定的类似商品，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。

本案中，廷飞龙公司 Uncle Martian 品牌主打综训生活、健身类别的鞋服产品线，该商品类别与安德阿谟公司第 G1007431 号  商标核定使用类别相同，属于相同商品；与安德阿谟公司  商标核定使用商品在功能、用途、销售渠道、消费对象相同，属于类似商品。

安德阿谟公司进入中国以来，在较大城市开设门店、开设官网、在天猫京东等较大电商平台开设旗舰店，赞助健身教练、健身咨询公司、签约知名球星宣传安德阿谟系列商品、通过媒体宣传报道安德阿谟公司及其产品。通过上述使用和宣传，安德阿谟系列商标在中国已经具有较高知名度，为相关公众所熟知。

廷飞龙公司在易企秀网站招商广告中使用的  标识，主要部分为中间图案，中间图案上下对称，视觉上并非廷飞龙公司在广告中所称的两个不同字母 U、N 组合；两个“U”（或者解释为两个 N）两边竖线较粗、中间横线较细，上下结构未交叉；两个“U”（或者解释为两个 N）周围有四分之三圈麦穗围绕，麦粒空心颜色不明显。安德阿谟公司  商标呈上下对称结构，由两个“U”

交叉组合成，两边线条明显粗，中间线条较细，该图形没有特定含义，具有显著性。比较二者，主要部分及整体视觉效果近似，相关公众施以一般注意力，易对商品来源产生误认，二者构成近似。廷飞龙公司有关  商标经核准，无论整体还是部分均与安德阿谟公司  商标设计风格、整体外观存在差异的主张，本院认为，本案中并没有证据证明廷飞龙公司有完整使用  商标之情形，该商标亦不是安德阿谟公司诉讼对象， 商标的设计风格、整体外观与本案无关。廷飞龙公司有关  标识与安德阿谟公司  商标设计风格、整体外观存在差异的主张，事实和法律依据不足，不予采纳。

廷飞龙公司在发布会上以及易企秀招商广告上使用的  标识，分为上下两部分，上部分为图形 ，下部分为英文 UNCLE MARTIAN，其中起识别作用的是上部分图形。安德阿谟公司  商标由上下两部分构成，上部分为图形 ，下部分为英文 UNDER ARMOUR。二者均由图形和英文上下两部分组成，整体结构近似，上部分图形也近似，再加上廷飞龙公司刻意对环绕麦穗图案作淡化处理，相关公众施以一般注意力，易对商品来源产生误认，二者构成近似。廷飞龙公司有关其使用的是 Uncle Martian 注册商标及  标识、有合法来源的辩解理由，不予采纳。至于安德阿谟公司起诉要求廷飞龙公司停止使用的  标识，系廷飞龙公司对  标识中麦穗作淡化处理后呈现的效果，仍然是对  的使用，本院不再另行分析。

《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》（下称《权利冲突司法解释》）第一条第二款规定：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一百一十一条第（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。

本案中，廷飞龙公司经案外人马陈兵授权使用商标为“Uncle Martian”商标，但廷飞龙公司实际使用“UNCLE MARTIAN”与核定使用的商标并不完全相同，这种情形属于前述《权利冲突司法解释》第一条第二款但书规定的情形，属于商标民事案件受案范围。比较两标识，“UNCLE MARTIAN”由“UNCLE”“MARTIAN”两个英文单词组成，首字母分别是“U”“M”，直译为中文是“火星叔叔”；安德阿谟公司“UNDER ARMOUR”商标由“UNDER”“ARMOUR”两个英文单词组成，首字母分别是“U”“A”，直译为中文是“装甲之下”，二者呼叫和含义均完全不同，不构成近似。安德阿谟公司有关廷飞龙公司使用“UNCLE MARTIAN”构成侵权、应承担侵权责任的诉讼请求，事实和法律依据不足，不予支持。但需要指出的是，廷飞龙公司使用的标识并非其授权使用的商标，该种使用行为违反了《商标法》有关“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”的规定。

廷飞龙公司主张其经商标权利人元亨利贞公司许可，可以使用该标识，但现有证据不足以证明廷飞龙公司的该主张。且即便廷飞龙公司经授权可以使用商标，其实际使用的也并非商标，而是、标识。廷飞龙公司未按照核准注册的商标使用，其使用、标识，系前述《权利冲突司法解释》第一条第二款但书规定的情形，属于商标民事案件受案范围。廷飞龙公

司宣传手册中使用的标识，主要起识别作用的是中间部分图案，该图案与安德阿谟公司的商标整体视觉效果近似，再加上廷飞龙公司刻意对周围装饰图案作淡化处理，相关公众施以一般注意力，容易将该标识与安德阿谟公司的商标产生混淆，易使相关公众对商标来源产生误认，二者构成近似。廷飞龙公司使用的标识中起识别作用的是上部分的图形，如前分析，该图形与安德阿谟公司的商标近似，标识的整体效果与商标近似，相关公众施以一般注意力，容易将该标识与安德阿谟公司的商标产生混淆，易使相关公众对商标来源产生误认，二者构成近似。至于安德阿谟公司起诉请求廷飞龙公司停止使用的标识，系对标识淡化周围装饰后呈现的效果，仍然是对标识的使用，本院不再另行分析。

综上，廷飞龙公司在与安德阿谟公司注册商标相同或类似的鞋服产品、运动用球上使用近似的、、、标识，侵害了安德阿谟公司注册商标专用权。

关于不正当竞争行为。安德阿谟公司没有明确其哪一款产品的何种装潢属于知名商品的特有装潢，也未举证证明，其有关廷飞龙公司实施了擅自使用知名商品特有装潢的不正当竞争行为的主张，事实和法律依据不足，不予支持。安德阿谟公司证据中未见媒体报道、品牌推广等宣传活动对“I WILL”口号进行了宣传，未举证证明其进行“I Will What I Want”创意营销活动，也未举证证明其品牌宣传手册的发放范围，且廷飞龙公司使用的“I WANT”口号与安德阿谟公司的“I WILL”口号在呼叫和含义上存在区别，安德阿谟公司有关廷飞龙公司使用“I WANT”口号构成不正当竞争行为，事实和法律依据不足，不予支持。虽然注册资

料显示在香港注册的 Under Amour (China) Co. Limited 安德玛(中国)有限公司系黄灿龙个人注册, 现有证据尚不足以认定该行为系廷飞龙公司行为, 但是郑茂信与安德阿谟公司代理人的谈话内容可见, 廷飞龙公司至少知晓在香港注册的安德玛(中国)有限公司并非涉案“安德玛”注册商标的实际权利人。廷飞龙公司在明知安德阿谟公司系列商标, 也明知安德玛(中国)有限公司并非实际权利人的情况下, 仍在名片上标注公司名称“安德玛(中国)有限公司”, 明显具有攀附安德阿谟公司商誉、误导消费者、不当占有相关产品市场份额的故意, 以谋取不正当利益。作为同业竞争者, 廷飞龙公司的行为违反了诚实信用、公平竞争的商业道德, 损害了安德阿谟公司的利益, 构成不正当竞争。廷飞龙公司有关安德玛(中国)有限公司的行为与其无关、不构成不正当竞争的意见, 事实和法律依据不足, 不予采纳。

3、关于侵权责任。

廷飞龙公司使用 、、、 标识的行为侵害了安德阿谟公司注册商标专用权, 也构成不正当竞争, 依照《中华人民共和国侵权责任法》《商标法》《中华人民共和国反不正当竞争法》的相关规定, 应当承担停止侵权、赔偿损失等侵权责任。安德阿谟公司有关廷飞龙公司立即停止侵权行为、销毁包含侵权商标的宣传资料等诉讼请求, 于法有据, 应予支持。现有证据中廷飞龙公司在其经营场所悬挂招牌为“UNCLE MARTIAN”, 因该标识与安德阿谟公司的商标不近似, 安德阿谟公司有关销毁侵权店招的诉讼请求, 不予支持。现有证据尚不足以认定廷飞龙公司已经生产了被控侵权产品投入市场, 安德阿谟公司两次与廷飞龙公司工作人员的交谈中, 廷飞龙公司均表示还没有成品出来、还没有正式投

放市场，安德阿谶公司在庭审中也明确没有生产现场的证据，因此，销毁侵权样品的诉讼请求可予支持，但安德阿谶公司有关停止生产销售侵权产品、销毁侵权产品的主张，不予支持。

关于赔偿金额。《商标法》第六十三条第一款规定：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。第三款规定：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。《商标民事纠纷司法解释》第十六条第一、二款规定：侵权人因侵权所获得的利益或者被侵权人因被侵权所受到的损失均难以确定的，人民法院可以根据当事人的请求或者依职权适用商标法第五十六条第二款的规定确定赔偿数额。人民法院在确定赔偿数额时，应当考虑侵权行为的性质、期间、后果，商标的声誉，商标使用许可费的数额，商标使用许可的种类、时间、范围及制止侵权行为的合理开支等因素综合确定。本案中，安德阿谶公司未举证证明其因侵权所受损失或者廷飞龙公司因侵权获利，也未提交商标许可使用费供参考，依法应当适用法定标准确定赔偿金额。考虑以下因素：（1）安德阿谶公司系列商标具有较高知名度，安德阿谶公司进入中国以来，在较大城市开设门店、开设官网、在天猫京东等较大电商平台开设旗舰店，赞助健身教练、健身咨询公司、

签约知名球星宣传安德阿谟系列商品、通过媒体宣传报道安德阿谟公司及其产品，通过上述使用和宣传，安德阿谟系列商标在中国已经具有较高知名度；（2）廷飞龙公司主观恶意明显，廷飞龙公司经营场所摆放有安德阿谟公司产品，可见其明知安德阿谟公司系列注册商标，也了解安德阿谟公司的知名度；从安德阿谟公司两次与廷飞龙公司工作人员的交谈中也可以看出，廷飞龙公司刻意对安德阿谟公司的商标进行规避；此外，廷飞龙公司选择 4 月 26 日“世界知识产权日”使用侵权标识召开产品推介会；在收到本院（2016）闽民初 78 号行为保全的民事裁定后，并未停止使用 、 标识，在使用  标识时刻意淡化周围装饰图案，突出中间图案，明显具有攀附安德阿谟公司商标声誉的主观故意；（3）廷飞龙公司行为既侵害了安德阿谟公司多个注册商标的商标权，又构成不正当竞争行为；（4）安德阿谟公司为制止侵权支出了合理开支，安德阿谟公司提交了律师费发票用以证明其为本案支出的律师费，但因没有提交委托代理合同，现有证据不能确定 60 万元律师费所包括的具体范围，比如开庭差旅费、翻译费、公证费等是否包含在内，故对安德阿谟公司将律师费、差旅费、公证费、翻译费等合并计算为合理费用的主张，虽有相应发票予以证明，也不宜全额支持。综合考虑以上因素，本案酌情确定赔偿金额（含合理费用）为 200 万元。

关于消除影响。消除影响是侵害人在其侵权行为不良影响范围内承担消除对受害人不利后果的民事责任方式。本案中考虑到廷飞龙公司是通过召开产品推介会、网上招商等方式侵权，造成相关公众的混淆误认，给安德阿谟公司造成损害，安德阿谟公司要求通过在网站刊登声明的方式消除影响，可予支持。但安德阿

镁公司要求在搜狐、新浪、网易、腾讯四家网站刊登声明的请求超出了必要范围，只需选择一家网站刊登声明即可。本院确定新浪网站为刊登声明的网站。

综上，安德阿镁公司的商标权利应受法律保护，廷飞龙公司在相同或类似商品上使用 、、、 标识，侵害了安德阿镁公司注册商标专用权，廷飞龙公司在名片上使用安德玛（中国）有限公司的行为构成不正当竞争，依法应当承担停止侵权、赔偿损失、消除影响的侵权责任。本院依照《中华人民共和国商标法》第四十八条、第五十七条第二项、第六十三条第一款、第三款、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、《中华人民共和国侵权责任法》第十五条第一款第八项、《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》第九条第二款、第十条、第十一条第二款、第十六条第一、二款、《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、《中华人民共和国民事诉讼法》第六十四条第一款，判决如下：

一、福建省廷飞龙体育用品有限公司立即停止侵权行为，即停止在鞋服、运动用球等产品上使用 、、、 标识；

二、福建省廷飞龙体育用品有限公司在本判决生效之日十日内销毁含有 、、、 标识的鞋服、运动用球等侵权样品、宣传手册、海报、名片；

三、福建省廷飞龙体育用品有限公司在本判决生效之日十日内赔偿安德阿镁有限公司经济损失含合理费用人民币 200 万元；

四、福建省廷飞龙体育用品有限公司在本判决生效之日十日内在新浪网站刊登声明，消除影响（声明内容需经本院审核）；如

果福建省廷飞龙体育用品有限公司未按本判决消除影响，本院将采取公告、登报等方式，将判决主要内容和有关情况公布于众，费用由福建省廷飞龙体育用品有限公司承担；

五、驳回安德阿镆有限公司其他诉讼请求。

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

案件受理费 541800 元，由安德阿镆有限公司负担 162540 元，由福建省廷飞龙体育用品有限公司负担 379260 元。申请费 5000 元，由福建省廷飞龙体育用品有限公司负担。

如不服本判决，安德阿镆有限公司可以在判决书送达之日起十五日内、福建省廷飞龙体育用品有限公司可以在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人或者代表人的人数提出副本，上诉于最高人民法院。

审 判 长 陈 一 龙
审 判 员 蔡 伟
代理审判员 马 玉 荣



二〇一七年六月十九日

本件与原本核对无异

书 记 员 陈 美 婷

附 1：相关商标及廷飞龙公司侵权标识

安德阿谟公司商标	廷飞龙公司标识
	
	
	
	

与本案有关的元亨利贞公司注册商标及廷飞龙公司受让的

洪清儿注册商标分别是



附 2: 证据目录

安德阿谟公司提交的证据:

第一组证据: 证明原被告主体适格

证据 1. 安德阿谟公司的存续证明资料

证据 2. 廷飞龙公司的内资企业登记基本情况表

证据 3. 安德玛(中国)有限公司的注册基本信息, 证明该公司与廷飞龙公司为关联公司。

第二组证据, 证明安德阿谟公司拥有在先权利的证据

证据 4. 安德阿谟公司“安德玛”商标在中国的商标注册证

证据 5. 安德阿谟公司“安德玛 体饰”商标在中国的商标注册证

证据 6. 安德阿谟公司“UNDER ARMOUR”商标在中国的商标注册证

证据 7. 安德阿谟公司  “” 商标在中国的商标注册证

证据 8. 安德阿谟公司  商标在中国的商标注册证

证据 9. 安德阿谟公司美术作品  在中国的作品登记证书

证据 10. 安德阿谟公司美术作品  在加拿大版权注册证明

证据 11. 安德阿谟公司的律师兼商标顾问对其  的说明

证据 12. 安德阿谟公司的品牌高级副总裁对于  的说明

第三组 证明廷飞龙公司侵权事实的证据

证据 13. (2016)京方圆内经证字第 08741 号网页公证书

证据 14. (2016) 京方圆内经证字第 11845 号网页公证书

证据 15. (2016) 京方圆内经证字第 11844 号公证书

证据 16. (2016) 沪黄证经字第 8168 号现场公证书

第四组 证明 UNDER ARMOUR 系列商标极高知名度的证据

证据 17. 安德阿谟有限公司与安德阿谟贸易(上海)有限公司分别出具的声明书

证据 18. 安德阿谟公司在中国所获得的荣誉奖励

证据 19. 安德阿谟公司在中国大陆的门店信息

证据 20. 关于 UNDER ARMOUR 系列品牌的宣传手册

证据 21. 关于 UNDER ARMOUR 系列品牌的杂志报道

证据 22. 关于 UNDER ARMOUR 系列品牌的国图查询信息
(2004-2010)

证据 23. UNDER ARMOUR 系列品牌的国图查询信(2010-2016)

证据 24. UNDER ARMOUR 系列品牌产品中国地区的审计报告
(2012-2015)

证据 25. 安德阿谟公司的 UNDER ARMOUR 系列品牌推广及赞助协议

证据 26. 安德阿谟公司的授权经销商出具的声明书及部分经销合同

证据 27. (2016) 沪黄证经字第 9855 号公证书

证据 28. 关于 UNDER ARMOUR 品牌代言球星史蒂芬·库里中国行的照片

第五组 证明赔偿数额的证据

证据 29. 律师代理费发票

证据 30. 公证费等安德阿谟公司为制止侵权而发生的费用的发票

证据 31. (2016) 京方圆内经证字第 11845 号网页公证书(同

证据 14)

证据 32. (2016) 沪黄证经字第 8168 号现场公证书 (同证据 16)

安德阿谟公司提交的补充证据:

第一组 证明 UNDER ARMOUR 系列商标极高知名度的证据

证据 1. 安德阿谟公司商标高级顾问 Dana Lynch 出具的关于 UNDER ARMOUR 系列商标知名度的声明

证据 2. 安德阿谟公司法律顾问 Amy Hsiao 出具的关于国外媒体对廷飞龙公司一召开发布会的 12 篇报道的声明

证据 3. 美国专利商标局出具的关于被异议商标 “UNDERARMIES” 的异议裁定

证据 4. 乌拉圭东岸共和国国家工业产权局出具的关于被异议商标 “UNDER ARMOUR” 的异议裁定

证据 5. 西班牙专利商标局出具的关于被异议商标  “ ” 的异议裁定

证据 6. 北京拓驰巨力商贸有限公司出具的声明书

证据 7. 哈尔滨申格体育连锁有限公司出具的声明书

证据 8. 重庆蓝岭服饰有限公司出具的声明书

证据 9. 安德阿谟公司的 UNDER ARMOUR 系列品牌部分经销/合作协议

证据 10. 关于 UNDER ARMOUR 系列品牌的杂志报道-《扣篮》

证据 11. 安德阿谟公司为制止侵权而发生的费用的发票-翻译费

证据 12. 安德阿谟公司为制止侵权而发生的费用的发票-公证费

安德阿谟公司当庭补充证据

第一组 证明廷飞龙公司新的侵权事实的证据

证据 1. (2016)京精诚内经证字第 02930 号公证书公证

第二组 证明赔偿数额的证据

证据 2. 安德阿谟公司为制止侵权而发生的费用的发票-公证费

廷飞龙公司提交的证据

第一次提交的证据

证据 1. 第 3951618 号 “Uncle Martian” 商标注册证

证据 2. (2016)浙杭证民字第 3050 号公证书

证据 3. 商标使用授权书

证据 4. 第 15151285 号  商标注册证

证据 5. (2016)闽石证民字第 336 号公证书

证据 6. 商标使用授权协议

证据 7. 经济网调查资料

证据 8. 中国国际体育用品博览会相关资料

证据 9. (2015)知行字第 309 及 324 号行政裁定书

证据 10. 部分知名网站报道资料

第二次补充提交的证据

证据 1. 第 19829778 号  商标注册申请受理通知书

证据 2. 第 19829742 号 “niu halun” 商标注册申请受理通知书

证据 3. 第 19829771 号 “纽哈伦” 商标注册申请受理通知书

证据 4. 《中国经济周刊》相关章页

证据 5. 中国经济周刊简介

证据 6. (2016)闽泉桐证内字第 4657 号公证书

证据 7. (2016)闽泉桐证内字第 4658 号公证书

证据 8. (2016)闽泉桐证内字第 4659 号公证书

证据 9. 泉州市新奥文化传播有限公司证明

证据 10. 中国体育用品网域名信息查询

第三次提交的证据:

证据 1. 内资企业登记基本情况表

证据 2. 第 793287 号香奈儿公司商标档案

证据 3. 第 768908 号香奈儿公司商标档案

证据 4. 安德玛(中国)有限公司出具的开除郑茂信的开除通知书

证据 5. 第 12572838 号  商标注册证、授权经销证书

补充证据:

证据 1. 香港元亨利贞国际贸易有限公司将第 12964720 号商标授权泉州昌万贸易有限公司使用的授权书

证据 2. 福建省廷飞龙体育用品有限公司对安德玛(中国)有限公司的授权书

证据 3. 泉州市新奥文化传播有限公司的证明

附 3: 本案适用的法律条款

《中华人民共和国商标法》

第四十八条 本法所称商标的使用,是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上,或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中,用于识别商品来源的行为。

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。

第六十三条 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。

人民法院为确定赔偿数额,在权利人已经尽力举证,而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下,可以责令

侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。

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。

《中华人民共和国反不正当竞争法》

第二条 经营者在市场交易中，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，遵守公认的商业道德。

本法所称的不正当竞争，是指经营者违反本法规定，损害其他经营者的合法权益，扰乱社会经济秩序的行为。

本法所称的经营者，是指从事商品经营或者营利性服务（以下所称商品包括服务）的法人、其他经济组织和个人。

《中华人民共和国侵权责任法》

第十五条 承担侵权责任的方式主要有：（一）停止侵害；（二）排除妨碍；（三）消除危险；（四）返还财产；（五）恢复原状；（六）赔偿损失；（七）赔礼道歉；（八）消除影响、恢复名誉。

以上承担侵权责任的方式，可以单独适用，也可以合并适用。

《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》

第九条 商标法第五十二条第（一）项规定的商标相同，是指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，二者在视觉上基本无差别。

商标法第五十二条第（一）项规定的商标近似，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。

第十条 人民法院依据商标法第五十二条第（一）项的规定，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。

第十一条 商标法第五十二条第（一）项规定的类似商品，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。

类似服务，是指在服务的目的、内容、方式、对象等方面相同，或者相关公众一般认为存在特定联系、容易造成混淆的服务。

商品与服务类似，是指商品和服务之间存在特定联系，容易使相关公众混淆。

第十六条 侵权人因侵权所获得的利益或者被侵权人因被侵权所受到的损失均难以确定的，人民法院可以根据当事人的请求或者依职权适用商标法第五十六条第二款的规定确定赔偿数额。

人民法院在确定赔偿数额时，应当考虑侵权行为的性质、期间、后果，商标的声誉，商标使用许可费的数额，商标使用许可的种类、时间、范围及制止侵权行为的合理开支等因素综合确定。

当事人按照本条第一款的规定就赔偿数额达成协议的，应当准许。

《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 原告以他人注册商标使用的文字、图形等侵犯其著作权、外观设计专利权、企业名称权等在先权利为由提起诉讼，符合民事诉讼法第一百零八条规定的，人民法院应当受理。

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一百一十一条第（三）项的规定，告知原告向有关行政主管部门申请解决。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。

《中华人民共和国民事诉讼法》

第六十四条 当事人对自己提出的主张，有责任提供证据。

当事人及其诉讼代理人因客观原因不能自行收集的证据，或者人民法院认为审理案件需要的证据，人民法院应当调查收集。

人民法院应当按照法定程序，全面地、客观地审查核实证据。

附 4、执行申请提示：

《中华人民共和国民事诉讼法》

第二百三十九条 申请执行的期间为二年。申请执行时效的中止、中断，适用法律有关诉讼时效中止、中断的规定。

前款规定的期间，从法律文书规定履行期间的最后一日起计算；法律文书规定分期履行的，从规定的每次履行期间的最后一日起计算；法律文书未规定履行期间的，从法律文书生效之日起计算。