

广州洛旗餐饮管理有限公司、湖南茶悦文化产业发展有限公司等不正当竞争纠纷民事二审民事判决书

案由： [民事](#) > [知识产权与竞争纠纷](#) > [不正当竞争纠纷](#)

案 号：(2021)湘 01 民终 7221 号

审理法官： [左武](#) [闵俊伟](#) [孙一中](#)

文书类型： [判决书](#)

公开类型： [文书公开](#)

审理法院： [湖南省长沙市中级人民法院](#)

审结日期：2021.11.26

案件类型： [民事二审](#)

审理程序： [二审](#)

代理律师/律所： [莫钦](#), [湖南金州律师事务所](#); [徐宗玉](#), [广东三环汇华律师事务所](#); [王广华](#), [广东三环汇华律师事务所](#); [胡剑霞](#), [湖南金州律师事务所](#);

案例发文： [最高人民法院发布第五届“百篇优秀裁判文书”和“百场优秀庭审”](#)

发布日期：2023.03.30

权责关键词： [行政处罚](#) [合法](#) [违法](#) [第三人](#) [反证](#) [举证责任](#) [质证](#) [关联性](#) [合法性](#) [证明责任](#) [新证据](#) [证据不足](#) [高度盖然性](#) [回避](#) [缺席判决](#) [维持原判](#) [改判](#) [撤销原判](#) [发回重审](#) [证据保全](#) [自由裁量权](#)

案件要素： [其他](#) [行为方式](#) [仿冒行为](#) [商品通用名称](#) [知识产权](#) [知产侵权抗辩](#) [外观设计近似性](#) [不正当竞争](#) [商业诋毁](#) [构成竞争关系](#) [虚假宣传行为](#)

相关企业： [广州凯郡昇品餐饮管理有限公司](#) [湖南茶悦文化产业发展有限公司](#) [长沙市天心区刘琼饮品店](#) [广州洛旗餐饮管理有限公司](#)

裁判规则

关键词：不正当竞争行为, 装潢, 虚假宣传, 引人误解

核心问题：1. 未经许可使用他人具有影响力的标识从而误导公众消费，构成不正当竞争

裁判要点：经营者在未经许可的情况下，使用与他人具有一定影响力的商品名称、包装、装潢等相同或近似的标识，以使公众误认为其商品与他人商品存在特定联系的行为，构成不正当竞争。实践中，被诉侵权产品采用与具有一定影响力的现有商品相同或近似的装潢标识设计，模仿现有商品的产品名称、标识、文化标语、门店装潢设计等，并对外进行广告宣传和推广，进行引人误解的虚假宣传，构成不正当竞争行为。（北大法宝编写）

广州洛旗餐饮管理有限公司、湖南茶悦文化产业发展集团有限公司等不正当竞争
纠纷民事二审民事判决书
湖南省长沙市中级人民法院

民事判决书

(2021)湘 01 民终 7221 号

上诉人(原审被告)：广州洛旗餐饮管理有限公司，住所地广东省广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 D2 栋 301 号。

法定代表人：许绪枝，执行董事兼总经理。

委托诉讼代理人：王广华，广东三环汇华律师事务所律师。

委托诉讼代理人：徐宗玉，广东三环汇华律师事务所实习律师。

被上诉人(原审原告)：湖南茶悦文化产业发展集团有限公司(曾用名称湖南茶悦餐饮管理有限公司)，住所地湖南省长沙市天心区湘江中路二段 36 号华远华中心 8 号楼 102-1 房。

法定代表人：吕良，董事长兼总经理。

委托诉讼代理人：莫钦，湖南金州律师事务所律师。

委托诉讼代理人：胡剑霞，湖南金州律师事务所律师。

原审被告：广州凯郡昇品餐饮管理有限公司，住所地广东省广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 B6 栋 302 号。

法定代表人：王浩，执行董事兼总经理。

委托诉讼代理人：王广华，广东三环汇华律师事务所律师。

委托诉讼代理人：徐宗玉，广东三环汇华律师事务所实习律师。

原审被告：长沙市天心区刘琼饮品店，住所地湖南省长沙市天心区黄兴南路步行商业街西厢南栋 A 区 1662 商场一楼 1A03 门店。

经营者：刘琼。

委托诉讼代理人：王广华，广东三环汇华律师事务所律师。

委托诉讼代理人：徐宗玉，广东三环汇华律师事务所实习律师。

原审第三人：吕良。

委托诉讼代理人：莫钦，湖南金州律师事务所律师。

委托诉讼代理人：胡剑霞，湖南金州律师事务所律师。

上诉人广州洛旗餐饮管理有限公司(以下简称广州洛旗公司)因与被上诉人湖南茶悦文化产业发展集团有限公司(以下简称湖南茶悦公司)、原审被告广州凯郡昇品餐饮管理有限公司(以下简称广州凯郡公司)、长沙市天心区刘琼饮品店(以下简称刘琼饮品店)、原审第三人吕良不正当竞争纠纷一案，不服湖南省长沙市天心区人民法院(2020)湘 0103 民初 8252 号民事判决，向本院提起上诉。本院受理后，依法组成合议庭于 2021 年 11 月 5 日公开开庭审理。上诉人广州洛旗公司、原审被告广州凯郡公司、刘琼饮品店的委托诉讼代理人王广华、徐宗玉，被上诉人湖南茶悦公司、原审第三人吕良的委托诉讼代理人莫钦、胡剑霞到庭参加了诉讼。本案现已审理终结。

广州洛旗公司上诉请求：撤销一审判决，驳回湖南茶悦公司的全部诉讼请求。事实和理由：1、一审法院认定茶颜悦色门店现场调制流程的事实，未经庭审质证；一审法院于法庭辩论终结后主动调查取证，不符合程序规定。2、门头店招上的“茶颜悦色”、仕女图、“新中式鲜茶越中国更时尚”、室内装潢标语、海报宣传标语、饮品单等元素未附着于商品及其包装上，不构成商品装潢。一审判决将属于服务装潢的保护客体，作为商品装潢予以保护，系适用法律错误。3、退一步讲，“茶颜悦色”茶饮料整体营业形象的各元素，从时间和范围上均多次变化，且未被同时持续使用，消费者不可能形成统一、固定的印象，也不能将各元素的组合体与湖南茶悦公司商品建立联系，湖南茶悦公司所主张的元素组合体不构成有一定影响的商品装潢。4、湖南茶悦公司唯一长期使用的标识是仕女图及“茶颜悦色”，因该两标识均属于注册商标，湖南茶悦公司对其的使用显然是商标性使用，应当由商标法予以调整，而不是在本案中由反不正当竞争法进行调整。5、“茶颜悦色”特殊字体系由案外人创作，湖南茶悦公司未获授权即使用他人作品，不具有合法性。6、广州洛旗公司在第43类“茶馆、餐厅”等服务上持有第4281333号“茶颜观色”注册商标，在第21类“茶具、纸或塑料杯”上持有第24197876号

注册商标，且获得静月字体的授权，申请注册的

商标也已经通过初审公告。广州洛旗公司使用被诉侵权商业标识，具有正当基础，并无攀附的恶意。7、一审判决将湖南茶悦公司不同门店的不同元素与广州洛旗公司的装潢元素进行比对，比对样本存在错误。8、“不盲从敢不同”等各种标语均属于公共元素，不应为湖南茶悦公司所垄断。9、广州洛旗公司使用的“茶颜观色”字体及仕女图，与“茶颜悦色”字体及仕女图不构成近似。同时，其他各元素亦不构成近似。10、广州洛旗公司、广州凯郡公司没有对湖南茶悦公司的

门店照片进行PS处理。广州洛旗公司宣传2004年BOSS回来注册茶颜观色商标，并在2008年取得注册商标，是商业广告艺术加工的结果，未违反商业道德，不构成虚假宣传。11、湖南茶悦公司仅在湖南开设门店，广州洛旗公司未给其造成损失，一审判决赔偿金1500000元明显过高。广州凯郡公司仅负责官网的设计和日常运营，一审判决广州凯郡公司承担连带责任无事实和法律依据。刘琼饮品店系在广州洛旗公司指导下实施经营，获利较少，一审判决其承担200000元明显过高。广州洛旗公司、广州凯郡公司未损害湖南茶悦公司的商业信誉，一审判决登报消除影响无事实和法律依据。

湖南茶悦公司答辩称，一审判决认定事实清楚，适用法律正确，请求予以维持。

广州凯郡公司、刘琼饮品店共同述称，同意广州洛旗公司的上诉意见。

吕良述称，同意湖南茶悦公司的答辩意见。

湖南茶悦公司向一审法院提出诉讼请求：1、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司立即停止在全国范围内使用与湖南茶悦公司相同或者近似装潢进行广告宣传、加盟许可招商宣传及其他虚假宣传等不正当竞争侵权行为；2、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司因在全国范围内使用与湖南茶悦公司相同或者近似装潢进行广告宣传、加盟许可招商宣传及其他虚假宣传等侵权行为赔偿湖南茶悦公司经济损失1500000元；3、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司、刘琼饮品店立即停止在长沙南门口茶颜观色门店使用与湖南茶悦公司近似装潢进行实际经营的不正当竞争侵权行为；4、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司因长沙南门口茶颜观色门店许可授权侵权行为赔偿湖南茶悦公司经济损失300000元；5、刘琼饮品店因在南门口茶颜观色门店实际经营使用涉案近似装潢等侵权行为赔偿湖南茶悦公司经济损失700000元，广州洛旗公司、广州凯郡公司对此承担连带赔偿责

任；6、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司、刘琼饮品店赔偿湖南茶悦公司维权合理支出 280000 元；7、请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司就上述侵权行为在微信公众号、官网、微博、《中国知识产权报》等媒体、刘琼饮品店在门店显著位置、《长沙晚报》等媒体上连续三十日刊登发布经法院审查的消除影响声明，报纸消除影响声明为非中缝版面面积不小于 12.0cm*12.0cm，官网消除影响声明为首页显著位置发布；8、判令广州洛旗公司、广州凯郡公司、刘琼饮品店承担本案全部诉讼费用。

一审法院认定事实：湖南茶悦公司类型为有限责任公司，注册资本为 5000000 元；原住所地为湖南省长沙市岳麓区，现住所地为长沙市天心区湘江中路二段 36 号华远华中心 8 号楼 102-1 房；经营范围包括：餐饮管理、连锁企业管理、广告设计、预包装食品、散装食品销售等。成立日期为 2017 年 9 月 5 日，法定代表人为吕良。该公司于 2019 年 2 月 19 日由长沙茶悦生活餐饮管理有限公司变更而来。2021 年 1 月 7 日，湖南茶悦公司变更企业名称为湖南茶悦文化产业发展集团有限公司。

第 15335343 号

商标的注册人为湖南茶悦公司，该商标核定使用商品/服务项目为第 30 类，包括：咖啡饮料；茶饮料；甜食；蜂蜜；小蛋糕(糕点)；谷粉制食品等；商标有效期限为 2015 年 10 月 21 日至 2025 年 10 月 20 日。

第 24287336 号

商标的注册人为湖南茶悦公司，该商标核定使用商品/服务项目为第 30 类，包括：以谷物为主的零食小吃；茶；糖；面包；糕点；咖啡；茶饮料；坚果粉；蜂蜜；可可饮料等；商标有效期限为 2018 年 9 月 7 日至 2028 年 9 月 6 日。

第 23460067 号

商标的注册人为湖南茶悦公司，该商标核定使用商品/服务项目为第 30 类，包括：蜂蜜；面包；人食用小麦胚芽；粗燕麦粉；食用冰；以谷物为主的零食小吃；茶；用作茶叶代用品的花或叶；茶饮料等，商标有效期限为 2018 年 3 月 21 日至 2028 年 3 月 20 日。

第 16649139 号

商标的注册人为湖南茶悦公司，该商标核定使用商品/服务项目为第 30 类，包括：咖啡；茶；茶饮料等，商标有效期限为 2016 年 5 月 28 日至 2026 年 5 月 27 日。

根据国家版权局作品登记证书显示，名称为“‘茶颜悦色’文字”（
）及“‘茶颜悦色’图形”（

）的国作登字-2017-F-00457151、-2017-F-00457149 美术作品的作者系吕良，创作完成时间为 2013 年 8 月 1 日，登记日期为 2017 年 5 月 17 日。名称为“中茶西做插画”、登记号为湘作登字-2018-F-00001013 美术作品的作者系吕良，创作完成时间为 2013 年 12 月 1 日，首次发表时间为 2013 年 12 月 28 日，登记日期为 2018 年 3 月 12 日。

湖南茶悦公司向该院提交一份湖南省长沙市麓山公证处(2019)湘长麓证民字第 6438 号公证书载明了 2013 年 12 月 28 日，吕良创办第一家“茶颜悦色”门店开业销售茶饮料，

商标开始在其茶饮料包装、门店门头、店内装潢上使用的相关情况。其中该公证书中的图片显示在“茶颜悦色”门店的门店装潢上使用特殊字体的“茶颜悦色”字样与“

”“新中式鲜茶越中国更时尚”等标语构成的门头店招。“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。喝东西、

不盲从，敢不同。我是性感可人的新中式鲜茶、我是天生不一样的现代茶馆，我姓茶颜名悦色”的标语。“中茶西做”海报。

吕良在其“茶颜悦色”美术作品登记成功之后，于2017年9月5日与湖南茶悦公司(原名称湖南茶悦餐饮管理有限公司)签订《著作权授权书》，授权其使用的文字及图形作品，授权期限为2017年9月5日至2022年9月4日；许可内容为进行纸制、电子著作制编辑、重置、翻译、公开传送等，以电子形式通过有线网络、无线网络、通信网络等形式对授权作品进行网络浏览、印制等，以复制、印制、装饰等用于商业经营使用等行为。

此后，吕良开设多家“茶颜悦色”门店，门店形式为个体工商户。2019年3月又调整管理方式，将各门店的形式变更为公司，由湖南茶悦公司100%控股的长沙茶悦你我餐饮管理有限公司负责管理，再由长沙茶悦你我餐饮管理有限公司100%控股各个门店公司。截至2020年6月12日，“茶颜悦色”的实体门店已扩张至236余家。经在微博上检索，#“茶颜悦色”#微博热搜累计阅读达4.1亿次、#留学生抢注“茶颜悦色”商标#微博热搜累计阅读达1.9亿次、#阿里巴巴入股“茶颜悦色”#微博热搜累计阅读达3.3亿次、#网红奶茶复工排百米长队#微博热搜累计阅读达2.9亿、#茶颜观色告“茶颜悦色”一审宣判#微博热搜累计阅读达3.6亿，大量用户表达对该品牌饮料的喜爱。此外，2014年6月18日以来其经《长沙榜》《中国饮品快报》《咖门》《36氪》《格隆汇》《虎嗅APP》《长沙封面》《芒果都市》《大公新经济浪潮》《搜狐新闻》、中央电视台2台等诸多媒体介绍推荐；支付宝、口碑认证“2016年度口碑影响力用户”；潇湘晨报认证“2019网红星城遨游指南推荐用户”等，已经在相关公众面前积累了较高的知名度。

2020年，“茶颜悦色”首次走出长沙，在湖南省常德市和湖北省武汉市开设

店面。“茶颜悦色”在湖北武汉开设店面的消息在网上大量报道，其中“武汉首店开业，门店排队等待时间超8小时”的话题被各大媒体争相报道并一度登上了微博热搜第一榜单。

广州洛旗公司认证注册的微信公众号“茶颜观色”，在其微信公众号使用了“茶颜观色”文字、仕女图

、“新中式鲜茶，越中国越时尚”等元素组成的门店招牌，“幽兰拿铁、纤纤马卡龙、声声乌龙、蔓越阑珊”等命名的饮品单品介绍；“不盲从敢不同”、“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。原创自设计。...我姓茶颜名观色”等标语进行招商宣传。

在其微信公众号中对其版权登记证书进行展示并有如下的描述：“我们一直名为茶颜观色，从未更名，也未改姓。每一张海报，每一个杯子，每一款产品，每一家铺的设计皆为原创。”

网址××主办单位系广州洛旗公司，在浏览器打开该网址，进入显示标题为“茶颜观色”的网页，该网页展示“茶颜观色”及仕女图

，新中式鲜茶、“茶颜悦色”中茶西做图片、“茶颜悦色”门店照片及幽兰拿铁、声声乌龙等产品名称、饮品单对外进行“茶颜观色”的品牌宣传和加盟许可推广。该网站首页具体如下图：

并且广州洛旗公司在该网页的新闻动态单元中载明“茶颜观色”的商标情况：BOSS深知合法的商标对于一个想要走很远的原创品牌来说，有多重要。04年刚回国，便立即申请注册了“茶颜观色”商标。经过长达四年的努力和等待，我们终于在2008年3月拿下“茶颜观色”的商标著作权。从此，“茶颜观色”是个有“身份证”的品牌了。

网址××主办单位系广州凯郡公司，在浏览器打开该网址，进入显示网页名为“茶颜观色”的网页页面，该页面使用了“茶颜观色”及仕女图

、“新中式鲜茶、越中国越时尚”组成的门头店招、“茶颜悦色”中茶西做海报图片、“茶颜悦色”门店照片及幽兰拿铁、声声乌龙等产品名称、饮品单对外进行“茶颜观色”的品牌宣传和加盟许可推广。在该网页页面点击“终端展示”模块，该模块下两种投资模式、三种创业方案所显示“茶颜观色”门店宣传图片，湖南茶悦公司主张该宣传图片系其门店，广州凯郡公司利用“PS 技术”将湖南茶悦公司门店换成了广州凯郡公司的门店进行招商宣传，上述网址的宣传图片与湖南茶悦公司门店图片具体对比如下：

湖南茶悦公司的门店照片

广州凯郡公司的门店照片

么

互

丑

↑

湖南茶悦公司向该院提交一份湖南省长沙市麓山公证处(2020)湘长麓证民字第 4151 号公证书载明：广州洛旗公司的名为刘一的销售人员在对外加盟招商过程中，向有加盟意向的人员发送了名为《茶颜观色-产品展示》《茶颜观 VI》《茶颜观色品牌定位与发展》等招商文件，打开上述文件，文件内容中包含了“茶颜观色”“

”“新中式鲜茶越中国更时尚”文字；“中茶西做”、“喝东西不盲从敢不同”口号标语“幽兰拿铁、纤纤马卡龙、声声乌龙、桂花弄、凤栖绿桂、蔓越阑珊”命名的饮品单等元素进行招商宣传。其中在名为《茶颜观色品牌定位与发

展》的文件中有“茶颜观色”商标证书、专利证书展示部分，其中的作品登记证书载明：“

”作品的作者/著作权人为广州洛旗公司，登记时间为2017年10月27日。

“不盲从，敢不同”作品的作者/著作权人为广州洛旗公司，登记时间为2017年10月27日。“浣纱绿、红颜、豆蔻、茗茶”饮品单的作者/著作权人为广州洛旗公司，登记时间为2017年10月27日。“茶颜观色●序(我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶，四千八百年的历史。我也超爱潮范中国风。不盲从，敢不同，原创自设计。我是性感可人的新中式鲜茶，我是天生不一样的现代茶馆，我姓茶颜，名观色”作品的作者/著作权人为广州洛旗公司，登记时间为2017年10月27日。

湖南茶悦公司向该院提交一份湖南省长沙市麓山公证处(2018)湘长麓证民字第4051号公证书载明，在搜索引擎百度中输入“茶颜悦色”显示有大量的“长沙‘茶颜悦色’加盟”的信息，点击第一个网址为××的网页，显示网页为“

”和“茶颜悦色”等标识组成的加盟网站，里面充斥着大量“茶颜悦色”简介和饮品介绍、门店展示、加盟指导等信息。在该网页下方显示该网页的版权所有人为广州凯昇餐饮管理有限公司。

该公证书还显示，在搜索引擎百度中输入“茶颜观色”显示有大量的“长沙茶颜观色加盟”的信息，第一个网址仍然为××，第二个网址为××，点击第一个××的网址与上面载明的搜索的“茶颜悦色”的网页内容相同。点击第二个××的网址，内容与在百度中输入“茶颜悦色”所显示的××的网页内容相同，只是把该网页中产品简介、门店展示、加盟信息指导等信息处的“茶颜悦色”字样改成“茶颜观色”，仕女图由“

”更换为“

”，甚至有更换不完全的情况，同时使用“茶颜观色”字样和“

”组合使用的情形，并且使用了相同的“中茶西做”的海报。另外广州洛旗公司最迟于公证时该网页显示存在使用与湖南茶悦公司门店照片P S进行使用的情况。该网址结尾处显示版权所有人为广州洛旗公司。在该网页中广州洛旗公司还曾发布过一份《茶颜观色声明公告》，该公告载明：“近日有不明业者仿冒我司“茶颜观色”品牌设立开放加盟网页，为了投资人自身的权益着想，特提醒大家认准“茶颜观色”全球唯一官方网址：××；敬请认明我司官方网页中标注的正确联络信息。官方咨询热线：4009015008；目前这些不明业者的仿冒行为已对我司“茶颜观色”品牌造成了恶劣影响，公司已委托法务部对其调查并出告律师函。”具体图片如下：

湖南茶悦公司门店照片

广州洛旗公司宣传照片

民

彡

水

八八

湖南茶悦公司向该院提交一份湖南省长沙市麓山公证处(2020)湘长麓证民字第4150号公证书载明，在搜索引擎百度中输入“凯郡昇品茶颜观色”有大量的茶颜观色加盟信息，点击网址为××的链接，显示为茶颜观色加盟信息如下：投资金额：1万元-3万元，公司名称广州凯郡公司，公司地址广州市白云区黄园路马务联合工业区自编B6栋302号，品牌标签茶颜观色，茶颜观色加盟，茶颜观色加盟费，“茶颜悦色”官网。并对广州凯郡公司进行介绍以及该饮品的加盟模式及相关信息进行宣传。点击网址为××的链接，显示茶颜观色加盟信息如下：品牌

名称茶颜观色，品牌发源地广东广州市，公司名称广州凯郡公司，品牌创立时间2014年，门店面积10平米以上，门店总数100家。并在该网页中对上述项目的加盟条件、加盟优势、加盟指导等信息进行介绍。点击网址为 <https://www.18canyin.net> (18 餐饮加盟网) 的链接，显示茶颜观色加盟信息如下：茶颜观色的故事始于2004年，那一年，BOSS去美国考察，路过，在的落魄里，他看不到国外对中华文化的尊重……04年刚回国，便立即申请注册了“茶颜观色”商标，经过长达四年的努力和等待，我们终于在2008年3月拿下“茶颜观色”的商标著作权。从此，“茶颜观色”是个有“身份证”的品牌了。……茶颜观色隶属于广州凯郡公司。点击网址为 [XX / u / 7266058106](https://www.5918tea.com) 的链接，显示名为“凯郡昇品餐饮”的微博，其中标签部分显示旗下品牌：茶颜观色，记录咖啡，茶亭序，但并未看到该微博是否实名认证的相关内容。点击网址为 [XX、https://www.5918tea.com](https://www.5918tea.com) 的链接均有广州凯郡公司的“茶颜观色”品牌的加盟信息及品牌介绍。

在搜索引擎百度中输入“小鹏公司茶颜观色”其中显示有一名为广州小鹏品牌设计策划有限公司(好315网)的链接，点击该链接，显示如下内容：茶颜观色茶饮项目介绍，投资金额3万-5万元，所在地区广州，经营品类茶饮、茶颜观色、茶颜观色茶饮。企业名称广州小鹏品牌设计策划有限公司以及茶颜观色品牌介绍和加盟介绍等信息。

在搜索引擎百度中输入“邹小鹏茶颜观色”，显示一篇来源于今日头条发布时间为2019年12月4日，名为《茶颜观色总经理邹小鹏：定位中式鲜茶，有国人的地方就有茶颜观色》的报道，该报道以提问对答的方式载明如下内容，问：

“本次2019广东续经营大会主题为‘价值、赋能、赢未来’，内容更是围绕品牌价值探索特许经营的创新发展方向。对连锁经营和特许经营企业来说，‘品牌形

象和品牌价值’的重要性不言而喻，贵企业在‘品牌价值建设’层面上，能否为我们分享一些成功经验？”“茶颜观色”总经理邹小鹏：“茶颜观色品牌创立于2008年，到目前已经有11年了……。在笔记作者为茶颜观色的小红书中，对茶颜观色的品牌来源有如下的描述：“2004年邹先生去美国考察，路过，远非国人想象中那般光鲜。……中茶西做的新中式鲜茶概念在邹小鹏脑海中形成，一回国便立马申请注册“茶颜观色”这个商标。”

在搜索引擎百度中输入“茶颜观色”“茶颜悦色”，现代都市报以题为“茶颜悦色、茶颜观色……奶茶控蒙了”，潇湘晨报以题为“想点杯‘茶颜悦色’到手变茶颜观色？两品牌 LOGO 相似度极高，到底什么关系”，搜狐网以题为“真假美猴王之争：‘茶颜观色’VS‘茶颜悦色’到底谁是真猴王”，腾讯网以题为“山寨告正主，观色悦色傻傻分不清楚，山寨餐饮公司的‘骗局’”等，对茶颜观色品牌和茶颜悦色品牌进行了报道。上述报道都认为“茶颜悦色”品牌是正品，“茶颜观色”品牌为山寨品牌。

就刘琼饮品店侵权事实，湖南茶悦公司提交的(2019)湘长麓证民字第6435号公证书载明：2019年8月29日，申请人湖南茶悦公司的委托代理人胡剑霞到长沙市麓山公证处申请证据保全。2019年8月29日，公证员黄某、公证人员邓某1申请人的委托代理人胡剑霞一同来到位于长沙市天心区处标有“茶颜观色”等字样的门店。公证员黄某使用公证处提供的华为手机对上述门店外观及周边环境进行了拍照。随后，公证员黄某、公证人员邓某2及胡剑霞一同进入该门店内，该门店内悬挂的营业执照显示有“刘琼饮品店”等字样，公证员黄某使用上述华为手机对门店内现状进行拍照。胡剑霞以普通消费者的身份购买了名称为“金桔柠檬茶”的饮品两杯、名称为“花枝乌龙”与“抹茶葡提”的饮品各一杯，通过手机支付货款后取得了标有“茶颜观色(长郡中学店)流水号：0033”等字样的小票一

张、标有“茶颜观色集点卡”等字样的卡片一张及标有“茶颜观色”等字样的餐巾纸，公证员黄某使用上述手机对取得饮品、电脑小票及手机支付页面进行了拍照。拍照结束后，上述电脑小票、卡片及餐巾纸交由公证员黄某收持。

湖南茶悦公司“茶颜悦色”门店与刘琼饮品店门店包装、装潢对比如下：

湖南茶悦公司

刘琼饮品店

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

ㄣ

而

差

差

差

差

差

差

月

日

++

++

湖南茶悦公司向该院提交一份长沙市麓山公证处(2020)湘长麓证民字第 3144 号公证书载明,微博昵称为“人见人爱的我是一株草”的用户于 2018 年 1 月 17 日通过新浪微博发表如下内容:“@岳阳好好吃,很多人分不清楚“茶颜悦色”和茶颜观色的区别,甚至误认为观色是抄袭,是山寨货。确实因为悦色在长沙做的非常不错,大家有先入为主的观念。但是茶颜观色的商标在 2008 年就已经注册了,而且是注册正宗 43 类的餐饮 R 商标,而“茶颜悦色”现在还是 TM 商标哦,因为两个公司老板之前就是在一起经营,后来因为两个人意见不一,所以悦色选择做直营店,观色去做加盟。真要说谁抄袭谁,我只能说是王老吉和加多宝的关系了,所以大家说连菜单,味道都是一模一样,因为本来都是一样的啊!”并在上述内容下添加了“茶颜观色”仕女图作品登记证书、商标注册证等内容。微博昵称为“人见人爱的我是一株草”的用户显示微博注册时间为 2018 年 1 月 17 日,粉丝数 3 人,微博数 2 条。2018 年 1 月 18 日,新浪微博昵称为“岳阳好好

吃”的博主发表一条微博，内容如下：“由于昨日转发了一条粉丝微博，导致对岳阳茶颜观色产生一些影响，现已删除转发微博。茶颜观色表示，商标于2008年已注册，且为43类的餐饮R商标。下图为茶颜观色注册登记信息。”该微博内容下方为微博昵称“人见人爱我是一株草”微博内容“茶颜观色”仕女图作品登记证书、商标注册证照片。

广州洛旗公司主张，湖南茶悦公司所使用的“茶颜悦色”字体即湖南茶悦公司所称的“茶叶体”字体并非系湖南茶悦公司自创，而是一种名为“静月体”的字体，并向该院提交一份广东省广州市南粤公证处(2020)粤广南粤第10153号公证书，该公证书显示，公证员通某电脑上输入“茶颜悦色”字样，并且通过安装包安装名为“白舟静月书体”的文件包，通过对上述“茶颜悦色”字样选取“白舟静月书体”字体模式，“茶颜悦色”字体变化成笔画类似与茶叶形的形状字体，与湖南茶悦公司所使用的“茶颜悦色”字样一致（“茶颜悦色”四字中“颜”字形状未发生变化）。广州洛旗公司主张其获得了上述“白舟静月书体”的使用授权，其有权使用该字体，并向该院提交了一份签署时间为2020年5月9日，甲方为株式会社白舟书体，乙方为广州洛旗公司的《著作权许可使用协议》一份，以及一份落款时间为2020年5月7日的“白舟静月书体”使用《授权书》。

广州洛旗公司向该院提交了(2020)湘长市证民字第18175号—18182号公证书，该公证书载明广州洛旗公司对湖南茶悦公司八家门店店面进行了公证的情况，广州洛旗公司据此主张湖南茶悦公司各门店装潢风格不一，缺少相同元素，缺少共性，湖南茶悦公司所主张的各元素均不构成有一定影响的商品装潢。对此，湖南茶悦公司也向该院提交了长沙市天心区天平街店、长郡中学店、通程广场店、民政学院店等门店的照片，通过上述门店照片可以发现，上述门店虽然因为店面装修原因有略微差别，但总体依然具有如下共性：特殊字体的“茶颜悦

色”字样、仕女图、“新中式鲜茶越中国更时尚”标语构成的门头店招。“不盲从敢不同”“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。……我姓茶颜名悦色”的室内装潢标语。

“中茶西做、爆款定名声、周三半价、雨天半价”等海报宣传标语。“浣纱绿、红颜、乌龙院、豆蔻、花间词”组成的饮品单。“幽兰拿铁、桂花弄、凤栖绿桂、声声乌龙、抹茶菩提”等饮品名称以及集点卡设计等元素。

另查明，第 4281333 号卅

商标的原注册人为柴泽军，该商标核定使用商品/服务项目为第 43 类，包括：咖啡馆；自助餐厅；饭店；酒吧；茶馆等；商标有效期限为 2008 年 3 月 14 日至 2028 年 3 月 13 日。2016 年 11 月 18 日该商标经北京细软智谷知识产权代理有限公司(中华商标超市网)代购并经柴泽军转让声明，转让给案外人广州凯昇餐饮管理有限公司。2017 年 3 月 12 日广州凯昇餐饮管理有限公司与广州洛旗公司就该第 4281333 号商标签订《商标使用独占许可合同》，2018 年 8 月 10 日广州凯昇餐饮管理有限公司将该商标转让给广州洛旗公司，现该商标的注册人为广州洛旗公司。

第 32204895 号虎

商标的原注册人为广州凯昇餐饮管理有限公司，申请注册日期 2017 年 7 月 12 日，核定使用商品/服务项目为第 43 类，包括：咖啡馆；自助餐厅；饭店；酒吧；茶馆等，注册有效期限自 2019 年 3 月 28 日至 2029 年 3 月 27 日。2018 年 8 月 10 日，广州凯昇餐饮管理有限公司将该商标转让给广州洛旗公司，现该商标的注册人为广州洛旗公司。

第 2419787 6 号卩

商标注册人系广州洛旗公司，核定使用商品/服务项目为国际分类第 21 类：

纸或塑料杯；杯；厨房用具；玻璃瓶(容器)；家庭用陶瓷制品；茶具(餐具)；纸巾盒；刷子；化妆用具；保温瓶。有效日期自 2018 年 5 月 14 日至 2028 年 5 月 13 日。上

第 24204071A 号^商

商标申请注册人为广州凯昇餐饮管理有限公司，申请时间为 2017 年 5 月 18 日，申请使用商品/服务项目为第 43 类：住所代理(旅馆、供膳寄宿处)；茶馆；日间托儿所(看孩子)；咖啡馆；烹饪设备出租；饮水机出租；照明设备出租；流动饮食供应。目前该商标并未注册成功。

广州凯昇餐饮管理有限公司曾于 2016 年 10 月 11 日起向国家知识产权局多次在多个类别申请西

商标未获成功；于 2016 年 10 月 24 日多次申请第 43 类的见

商标未获成功，还于 2017 年 10 月 31 日在 43 类申请角

、肉

商标。2017 年，该公司因为抢注“i

”商标，并许可他人进行使用，被广州市白云区人民法院认定构成侵权并赔偿经济损失 100000 元。2018 年，该公司还因抢注“贝

”被广州知识产权法院认定构成侵权及赔偿经济损失 400000 元。广州凯昇餐饮管理有限公司还因此被列入失信被执行人名单。与此同时，湖南茶悦公司亦多次在第 43 类上申请^商

、车

等商标未获成功，且曾有案外人对广州洛旗公司的第 4281333 号^商

商标提起连续三年不使用的撤销申请，国家知识产权局通过审查后做出了驳回其撤销申请的决定。

广州凯昇餐饮管理有限公司曾于 2018 年 11 月 9 日提交第 24053900 号“东御喜茶”、第 24054436 号“东御泰芒了”商标转让至广州凯郡公司名下的转让申请，2019 年 3 月 29 日转让核准。

广州凯昇餐饮管理有限公司成立于 2014 年 1 月 24 日，类型为有限责任公司，法定代表人敖道明。2016 年 6 月 24 日，广州凯昇餐饮管理有限公司法定代表人由刘佳变更为邹小鹏，2016 年 12 月 14 日，法定代表人又由邹小鹏变更为敖道明。2016 年 9 月 20 日股东由邹小鹏变更为敖道明，2016 年 12 月 14 日，股东新增王浩。2016 年 5 月 12 日，该公司住所地由广州市白云区嘉禾街望忠岗和街 12 号 201 房变更为广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 B6 栋 302 号。2018 年 5 月 7 日，该公司住所地再次变更为广州市白云区自编 B6 栋 203A，2019 年 5 月 15 日，广州凯昇餐饮管理有限公司注销。

广州洛旗公司成立于 2017 年 2 月 15 日，类型为有限责任公司，注册资本为一百万元，法定代表人为许绪枝，历史股东为邹欢、丁泉，邹欢于 2017 年 10 月 12 日退出，许绪枝新增为法定代表人，公司住所地为广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 D2 栋 301 号。

广州凯郡公司成立于 2017 年 2 月 22 日，类型为有限责任公司，注册资本为一百万元，法定代表人王浩，公司住所地广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 B6 栋 302 号。关于广州洛旗公司与广州凯郡公司的关系，广州凯郡公司在其答辩状中明确表示，两者系关联公司。

2016 年 2 月 24 日至 9 月 20 日期间，邹小鹏持有广州凯郡公司 100% 股份。2017 年 6 月 20 日，邹小鹏与邹欢作为股东成立广州小鹏品牌设计策划有限公司（以下简称小鹏公司）。而 2017 年 6 月 20 日至 10 月 12 日期间，邹欢同时是广州洛旗公司的股东。此外，小鹏公司与广州洛旗公司注册地址相同，均为广州市白

云区黄园路马务联和工业区自编 D2 栋 301 号。而广州凯郡公司的注册地址也位于广州市白云区黄园路马务联和工业区自编 B6 栋 302 号，曾与广州凯昇餐饮管理有限公司注册地址相同。2017 年 12 月、2018 年 9 月广州洛旗公司对外发布招聘电话销售、茶饮培训师、奶茶学徒、面点师、西点师、谈判总监、平面设计等岗位的面试及上班地点为广州凯昇餐饮管理有限公司注册地址，也是广州凯郡公司的注册地址。而 2018 年 4 月-6 月广州凯昇餐饮管理有限公司对外发布招聘的有关市场拓展、前台、行政专员、行政司机、行政经理、行政总监等岗位的面试及上班地址又为广州洛旗公司与小鹏公司共用的注册地址。

北京中细软网络科技有限公司(中华商标超市网)系闲置商标转让平台，自第 4281333 号起

商标 2008 年 3 月 14 日注册之日起至从该平台购入该商标前，在百度上(于 2000 年上线)以“株洲茶颜观色”为关键词，以 2004 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 28 日(湖南茶悦公司第一家“茶颜悦色”门店开业)为时间段进行网页检索，检索结果为 0；以“茶颜观色茶馆”为关键词进行检索，无任何记录。

商标使用信息；在大众点评(于 2003 年上线)上以“茶颜观色”为关键词，定位株洲进行检索，2013 年(湖南茶悦公司第一家“茶颜悦色”门店开业)之前开业的店面信息为 0；在新浪微博(于 2009 年上线)上以“茶颜观色”为关键词，以 2010 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 28 日(湖南茶悦公司第一家“茶颜悦色”门店开业)为时间段，在湖南区域进行检索，无任何记录。

商标使用信息；在 2011 年上线的微信，进入搜狗选择微信检索，以“茶颜观色”为关键词，以 2011 年 2 月 1 日至 2013 年 12 月 28 日为时间段进行检索，无任何记录。

商标使用信息。

2017年3月至2019年期间，广州洛旗公司为推广“茶颜观色”品牌，与广州渠道无忧网络技术有限公司先后签订四份《茶颜观色全网营销服务协议》，并签订《搜索引擎托管合同》。与广州坦桑石广告有限公司签订关于“茶颜观色”品牌宣传片的制作合同等。在此期间，广州洛旗公司陆续在长沙、株洲等地开设了多家“茶颜观色”奶茶店，且为提高“茶颜观色”品牌的知名度投入了大量费用。此外，广州洛旗公司受让商标后于2019年5月14日，授权位于长沙市雨花区(阿弥岭路46号)的长沙市雨花区茶颜观色奶茶店(水库店)使用第4281333号長

商标，除该店在门头使用了長

外，其余多家“茶颜观色”门店门头店招、店内装潢、饮品单、杯子、包装袋等物品上使用的是長

和門

标识。自广州洛旗公司受让“茶颜观色”开始推广其门店起，大量消费者在“美团外卖”、“大众点评”上发表了对“茶颜观色”奶茶的评价，其中有不少消费者系误认该店为“茶颜悦色”而购买。湖南茶悦公司向该院提交的(2019)湘长麓证民字第6431号公证书显示，湖南茶悦公司在大众点评上搜索茶颜观色(南门口)店，并对该门店下的用户评价进行公证取证。根据公证书载明的用户评价截图显示如下内容，鉴于该公证书用户评价过多，该院摘选几则，其中用户名为

“胖小仙仙”的用户评价：“说实话，我是看成了‘茶颜悦色’才进来的，我还奇怪怎么只有一个外卖小哥哥在等单，然后只有我一个客户，付款的时候说二十五我还惊讶，怎么贵这么多。直到后来接过集点卡，发现不是贴纸而是盖章，才定眼细看发现是观色。”用户名为“做个守法好公民”的用户评价：“没想到在长沙还能喝到盗版的‘茶颜悦色’，看着招牌没想就进去了，还以为是‘茶颜悦

色’。点完才发现不对劲，没想到是茶颜观色。说实话，从风格、菜品、宣传无死角抄袭，真的是前所未有，新时代碰瓷，真的很恶心人。”用户名为

“McgradyWang”的用户评价：“各位朋友注意了！这家店不是网红店‘茶颜悦色’，而是茶颜观色，店家的外观 logo 和店面装修和‘茶颜悦色’极其相似，和旁边一家‘茶颜悦色’距离不到 100 米，所以大家不要走错。奶茶价格比较高，比‘茶颜悦色’平均要高 30%左右。”用户名为“一个东瓜”的用户评价：“咦，长郡的这家‘茶颜悦色’竟然不排队，OMG，走近一看，原来是家茶颜观色，还真敢开。”用户名为“贪吃毛毛”的用户评价：“糊糊涂涂进入一家奶茶店，我以为是‘茶颜悦色’（毕竟长沙的‘茶颜悦色’有很多嘛）。”该公证书载明的用户评价大多数都是负面评价，绝大多数都是类似上述的错看成是“茶颜悦色”的评价内容。

刘琼饮品店系个体工商户，注册日期为 2018 年 9 月 12 日，经营范围冷热饮品制售；甜品制售。2018 年 7 月 23 日，刘琼饮品店作为乙方与甲方广州洛旗公司签订《开业指导及技术服务协议书》，该协议书中载明开业指导及技术服务的费用为人民币 50000 元。庭审中，刘琼饮品店陈述该门店已经实际关门，湖南茶悦公司对此予以认可。

另为查明刘琼饮品店的侵权获利情况，湖南茶悦公司向该院申请律师调查令调取刘琼饮品店在北京三快在线科技有限公司(美团外卖)、上海拉扎斯信息科技有限公司(饿了么)、杭州口口相传网络技术有限公司(口碑)、上海收钱吧互联网科技有限公司、拉卡拉支付股份有限公司(收钱吧)、长沙银行股份有限公司(呼啦收款)、财付通支付科技有限公司(微信)、支付宝(中国)网络技术有限公司(支付宝)的 2018 年 9 月 12 日至 2020 年 8 月 31 日之间的开户信息、账户交易明细、关联的银行账户等信息。通过上述公司的回函，因为存在大量不明来源的收入类

型，不能确定是否系侵权收入，刘琼饮品店在 2018 年 11 月-2020 年 8 月期间分别通过呼啦收款、饿了么、美团外卖等平台共计营业额仍然无法查清。同时，湖南茶悦公司对其主张的奶茶利润率的情况，向该院提交一份 2018 年中国新消费行业研究报告，该报告指出茶饮产品平均毛利为 70%以上，多数达 80%-90%，客单均价 25 元左右，固定成本 92000 元的情况下，日单销售 300 单左右，净利润为 30%。日单销售 500 单左右，净利润为 50%，据此湖南茶悦公司主张刘琼饮品店毛利率 70%，净利率 50%。

根据湖南茶悦公司向该院提交的“茶颜悦色”饮品店和刘琼饮品店饮品单对比发现两者共有 22 个饮品名相同，4 个类目单元一样，其中 22 个相同饮品名的饮品价格，“茶颜观色”店要比“茶颜悦色”平均高出 3.3 元左右。

关于广州洛旗公司及广州凯郡公司的门店数量，广州洛旗公司在 2019 年长沙市岳麓区人民法院(2019)湘 0103 民初 14008 号案件的起诉状中自称旗下门店数量为 400 家，名为刘一的广州洛旗公司工作人员在对外招商宣传中声称全球门店为 800 多家。为查明该事实，该院责令广州洛旗公司、广州凯郡公司提交特许经营资质、旗下全国“茶颜观色”加盟店数量(尤其是湖南地区加盟店数量及具体门店名称、地址)、加盟店的平均加盟费等情况，广州洛旗公司、广州凯郡公司拒绝提供。

再查明，湖南茶悦公司的各“茶颜悦色”门店的饮品并非是现成的饮品，而是需要现场调制。消费者到达“茶颜悦色”任一门店，首先，“茶颜悦色”门店身着特定服饰的服务员(湖南茶悦公司自称他们为茶颜伙伴)会对每一位消费者致一段欢迎词：“你好，欢迎光临茶颜”，然后便开始询问消费者需要哪一种产品并对各类型产品进行介绍和推荐(若有新产品上架，还会让消费者进行试喝品尝)，此时消费者对照着分别为“浣纱绿，红颜，豆蔻，花间词”四个单元构成湖

南茶悦公司的饮品菜单进行点单，点单完成后，服务员会询问消费者的姓名或称呼，用以区分饮品所有人，并将打印出的对应的有饮品所有人姓名或称呼的标签贴在纸杯上，随后“茶颜悦色”门店服务员会交给消费者一个圆形叫号器与一张点单小票。接下来“茶颜悦色”门店服务员按照点单顺序进行饮品制作，等饮品调制好，会按响叫号器提醒顾客到门店领取饮品。顾客来到出杯区后，服务员会回收叫号器和点单小票，并完成出杯并致欢送词“谢谢光临请慢走，欢迎下次光临”。

关于“茶颜悦色”饮品的制作流程，在消费者点单后，点单机器后生成一个标签，服务员会将生成的有消费者名称的标签贴在对应的饮料杯上。“茶颜悦色”奶茶制作主要分为泡沫篇、忌廉篇。其中制作泡沫篇主要流程为：泡茶-饮品制作-出杯。忌廉篇主要制作流程为：泡茶-饮品制作-加盖奶油-撒辅料(碧根果或葡萄干等辅料)-出杯。

还查明，“声声乌龙”“桂花弄”“芊芊马卡龙”系案外人无锡市快想商贸有限公司注册商标，申请时间为2016年8月29日，核准使用商品/服务类别为第32类：碳酸软饮料；饮料制作配料；啤酒；果汁；奶茶(非奶为主)等。“凤栖绿桂”系案外人湖南欧立科技有限公司注册商标，申请时间为2019年10月9日，核准使用商品/服务为第29类：牛奶；牛奶饮料(以牛奶为主)；以椰浆为主的饮料；高含奶量的牛奶饮料；牛奶制成的饮料；奶茶(以奶为主)等。

2017年，深圳“茶颜悦色”饮品有限公司金盆岭分店、林科大分店、马栏山分店、下河街分店、永琪西京分店等5家店面复制、发行“冒

”“茶颜悦色”标识用于茶饮经营，被长沙市知识产权局给予行政处罚。

湖南茶悦公司为制止侵权花费公证费48984元，律师费200000元，并向该院提交了相应票据。

又查明，2019年10月10日，广州洛旗公司作为原告，以案外人长沙市语依饮品有限公司与湖南茶悦公司为被告，向长沙市岳麓区人民法院提起商标侵权之诉，诉讼请求为：1、判令长沙市语依饮品有限公司立即停止侵害商标权的行为；2、判令长沙市语依饮品有限公司赔偿因侵权行为遭受的经济损失及维权费用合计30000元，判令湖南茶悦公司赔偿因侵权行为遭受的经济损失及维权费用合计180000元，两项合计共210000元；3、判令长沙市语依饮品有限公司及湖南茶悦公司在微信公众号、微博、大众点评及美团外卖平台上发表致歉声明，内容需经广州洛旗公司审查同意，以消除不利影响；4、判令上述被告承担本案的诉讼费用。2020年4月8日，长沙市岳麓区人民法院作出(2019)湘0103民初14008号民事判决，判决驳回广州洛旗公司的全部诉讼请求。一、关于湖南茶悦公司的商标使用行为是否超出其核定使用的范围、是否侵犯广州洛旗公司注册商标核定使用的服务类别。长沙市岳麓区人民法院认为，涉案门店销售的茶饮料具有制作完成后必须立即饮用的特点，这需由经营者自行开设门店进行销售，结合上文所述的其经营模式系销售茶饮料商品的情况，可以判定涉案门店在门头店招、店内装饰、店员服装、小票、纸巾等地方使用涉案商标，使用目的在于向消费者表示其所购买的茶饮料来源于“茶颜悦色”品牌。因此，涉案门店对商标的使用虽超出了商品本身，但使用目的仍在于识别商品来源，而非标识服务来源，并未超出其核定使用的范围。二、关于被控侵权商标与原告注册商标是否近似、容易导致混淆从而构成商标侵权。长沙市岳麓区人民法院认为，案涉两商标外观差异明显，两商标的含义存在差异，湖南茶悦公司商标早于广州洛旗公司商标使用且具有一定的市场影响力，“茶颜悦色”已经在相关领域积累一定知名度的情况下，相关公众看到“茶颜悦色”标识并不会与广州洛旗公司的“茶颜”产生误认，不会导致混淆。三、关于广州洛旗公司取得、使用权利商标的行为是否违反诚实信用原

则的问题。长沙市岳麓区人民法院认为，广州洛旗公司明知“茶颜悦色”的知名度，但其仍受让

、

等商标，并在开设的同类型奶茶店上使用与青

字体相同的韦

作为店招，门店多处装饰及网络平台上亦有使用与页

商标相似的风

商标，使其门店整体装潢风格与湖南茶悦公司门店极为相似。根据网络上消费者评价，相关消费者甚至误以为湖南茶悦公司所经营的门店系“茶颜悦色”门店。因此，可以认定广州洛旗公司受让使用飞

、食

商标的行为存有明显攀附意图，并非善意，其行为不具有正当性。最终，长沙市岳麓区人民法院一审判决驳回广州洛旗公司的全部诉讼请求。广州洛旗公司对此不服，上诉至长沙市中级人民法院，但随后又撤回上诉。

一审法院认为，对于不正当竞争纠纷，湖南茶悦公司诉请明确为相同或近似装潢标识的不正当竞争行为。根据双方诉辩与庭审情况，双方诉争焦点问题是湖南茶悦公司的商品装潢是饮料杯还是饮料杯及店面门招、室内标语、室内海报、饮品菜单、商品名称等元素共同构成的组合体的问题。商品装潢是指为识别与美化商品而在商品或者其包装上附加的文字、图案、色彩及其排列组合，而依据

《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第二条规定，反不正当竞争法中的商品装潢必须“具有区别商品来源的显著特征”。具体到本案，湖南茶悦公司提供的“茶颜悦色”茶饮料并非是现成的饮品，也并非是在各大商场或者超市柜台、货架上都可以随处选购的饮品，而是现场经过一定

程序和时间调制而成的茶饮，并需要即时喝掉，否则口感品质会大打折扣。对于该饮品的选购与消费，通常是消费者到湖南茶悦公司门店进行下单选购，选购心仪饮品后，门店会按照消费者的选购要求并根据饮品规范流程当场制作，而消费者则需要在门店等待。就现场选购而言，消费者到“茶颜悦色”门店选购饮品时，区别所购买的饮品是否为“茶颜悦色”茶饮，绝非仅仅局限于盛装茶饮料的饮料杯，更多的是依据其出售饮品场地的装饰、装潢风格等。对于注重现场选购、等待生产、一次消费完，又体现出一定文化元素的实物商品，一般包装已无法起到传递商品信息、表现商品特色，进而宣传商品、美化商品、促进销售的作用价值，唯有具有美化和识别商品的文字、图案、色彩及其排列组合形成整体营业形象，才能起到表现商品特色，达到宣传商品、美化商品和促进销售的作用。这些能促成生成整体营业形象的元素组合，就是这类实物商品的装潢，也是经营者为之努力打造与经营的价值之所在。这些在售卖中需提供一定服务内容的实物商品，其经营场所的独特整体形象，符合《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第三条经营者营业场所具有独特风格的整体营业形象可以认定为商品装潢的规定。至于广州洛旗公司等辩称，湖南茶悦公司曾在长沙市岳麓区人民法院(2019)湘0103民初14008号案中自认其只提供茶饮料，不提供服务，所以湖南茶悦公司提供茶饮料的场所不应构成商品的装潢，也因此不能在商标侵权和不正当竞争侵权中获得同一利益。对此，长沙市岳麓区人民法院(2019)湘0103民初14008号案却是如此认为：“被告(即湖南茶悦公司)使用注册商标附着的商业模式属于茶饮料销售，虽然该商业模式存在一定服务内容，但该服务内容附随于商品……”。就湖南茶悦公司诉请的装潢保护范围，依据湖南茶悦公司《茶颜观色侵权行为汇总》其饮料杯在其主张的装潢保护范围内。但是，湖南茶悦公司的饮料杯图案从湖南茶悦公司开业至今并未有固定的图

案，存在时常变化的情况，不具有稳定性，未能与“茶颜悦色”饮品形成稳定的联系，相关公众若非注意茶饮品杯上的仕女图图案及“茶颜悦色”文字，并不能单纯通过该饮料杯的除此之外的大部分装潢辨识出系“茶颜悦色”茶饮品，故该院认为湖南茶悦公司的装潢范围并不包括的饮料杯，而是由店面门招、室内标语、室内海报等元素共同构成的组合体。现就被诉具体行为构成不正当竞争、侵权责任的承担以及抗辩理由等问题分述如下：

一、广州洛旗公司、广州凯郡公司是否使用与湖南茶悦公司相同或近似装潢进行广告宣传、加盟许可招商宣传。对此判断需要考虑的主要因素有：湖南茶悦公司的“茶颜悦色”茶饮料是否为具有一定影响的商品；湖南茶悦公司的商品装潢是否为一定影响的装潢；被诉商品装潢是否与湖南茶悦公司相同或近似；被诉广告宣传、加盟许可招商宣传是否属于对湖南茶悦公司相同或近似装潢的使用。

（一）湖南茶悦公司“茶颜悦色”茶饮料是有一定影响的商品。《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》第一条规定，在中国境内有一定知名度，为相关公众所知悉的商品，应当认定为[反不正当竞争法](#)第五条第一款第（二）项规定的“知名商品”。现[反不正当竞争法](#)将“知名商品”修改为“有一定影响的商品”。一般而言，“有一定影响的商品”在知名程度上应略低于“知名商品”。对有一定影响商品的认定，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行任何宣传的持续时间、程度和地域范围，作为有一定影响商品受保护的情况等因素，进行综合判断。所以，商品只需在一定地区有一定影响即可受到[反不正当竞争法](#)的保护。具体到本案，“茶颜悦色”品牌最早于2013年由吕良创立，因其另辟蹊径的奶茶做法吸引不少年轻受众，虽然主要限于长沙开设门店，但是在如今的网络时代，随着不断的推广，关于“茶颜悦色”的相关话题动态在网络上动辄就成为热搜话题，也成为了长沙旅游的一张名片饮

品，成为名副其实的网红奶茶，在同行业和同类商品中拥有较好的声誉。所以，应当认定“茶颜悦色”茶饮料为有一定影响的商品。

(二)“茶颜悦色”装潢是有一定影响的装潢。“茶颜悦色”门店装潢由使用特殊字体的“茶颜悦色”字样与

及“新中式鲜茶越中国更时尚”等标语构成的门头店招；“不盲从敢不同”“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。……我姓茶颜名悦色”的室内装潢标语；“中茶西做、爆款定名声、周三半价、雨天半价”等海报宣传标语；“浣纱绿，红颜，豆蔻，花间词”菜单以及集点卡设计等元素共同构成了“茶颜悦色”茶饮料整体营业形象。该整体营业形象与其他奶茶店营业形象具有显著的区别，无论是其门头店招还是店内宣传标语、室内海报以及菜单、集点卡等元素，均具有古风意蕴，系自成一派的中国风的营业形象。经过消费者、媒体以及互联网用户等公众的大量报道、宣传，“茶颜悦色”茶饮料门店装潢已经在全国范围具有影响力并具备显著性及可识别性。湖南茶悦公司对上述装潢的设计体现了其特有的思维，并与其享有著作权的相应作品设计相呼应，且对使用上述装潢的涉案商品进行了持续的广告宣传，因此案涉装潢经过湖南茶悦公司在涉案商品上的持续宣传和使用，已经与湖南茶悦公司的“茶颜悦色”茶饮产生了紧密的联系，具有区别商品来源的显著特征，应认定为有一定影响的装潢。

需要区别的是，湖南茶悦公司饮品名称诸如“幽兰拿铁、桂花弄、凤栖绿桂、声声乌龙、抹茶菩提”等，系湖南茶悦公司“茶颜悦色”茶饮料的各式名称，并非相同或近似装潢，不在湖南茶悦公司有影响的商品装潢不正当竞争诉请之列，若湖南茶悦公司认为广州洛旗公司等使用与其相同或类似的商品名称构成不正当竞争，则可以另外起诉主张有一定影响的商品名称保护。

(三)被诉装潢与湖南茶悦公司“茶颜悦色”茶饮装潢相同或近似。从查明的刘琼饮品店门店以及广州洛旗公司、广州凯郡公司的广告、招商宣传内容可知：

首先，对于门店招牌，湖南茶悦公司门店招牌系特殊字体的“茶颜悦色”与

及“新中式鲜茶越中国更时尚”等标语构成，广州洛旗公司等门店招牌系特殊字体的“茶颜观色”字样与“

”及“新中式鲜茶越中国更时尚”等标语构成，广州洛旗公司等与湖南茶悦公司门店在整体形象构成相似。其次，门店内部宣传标语及海报，湖南茶悦公司门店内墙面有黑色特殊字体的“不盲从，敢不同”的标语以及包括中国风的仕女形象(中茶西做)海报构成，广州洛旗公司等门店内部墙面同样有黑色特殊字体的“不盲从，敢不同”的标语以及包括中国风的仕女形象(中茶西做)海报构成，且两者“不盲从敢不同”的标语笔画书写完全一致，只是排列方式存在差别，以上均存在高度相似，使用相同的中茶西做仕女图海报。再次，湖南茶悦公司的饮品菜单由四个单元构成，分别为“浣纱绿，红颜，豆蔻，花间词”，上述四个单元分别对应的字体颜色为“绿色、深红色、浅红色、淡绿色”四种颜色，字体也为艺术字的特殊字体，广州洛旗公司等饮品菜单也是由四个单元构成，分别为“浣纱绿，红颜，豆蔻，茗茶”，上述四个单元分别对应的字体颜色为“绿色、深红色，绿色，浅红色”四种颜色，字体也为艺术字的特殊字体，湖南茶悦公司与广州洛旗公司等饮品菜单在名称、结构、字体构成相同，字体颜色方面构成高度相似，且该饮品菜单的布局、整体结构、仕女头像的位置构成相同。最后，湖南茶悦公司与广州洛旗公司等的集点卡在版式设计、“集点卡”三文字字体位置、字体颜色、字体形状等均构成一致。上述所有元素不论是组合形成的整体形象，还是单独元素以一般公众的标准足以导致混淆，认为系湖南茶悦公司的门店或与其存在某种特定联系。

(四)广州洛旗公司、广州凯郡公司的广告宣传和加盟许可招商宣传属于使用与湖南茶悦公司相同或相似的装潢。根据《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》第七条规定：“在中国境内进行商业使用，包括将知名商品特有的名称、包装、装潢或者企业名称、姓名用于商品、商品包装以及商品交易文书上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，应当认定为反不正当竞争法第五条第(二)(三)项规定的‘使用’”。广州洛旗公司、广州凯郡公司在其公司官网、微信公众号、其他网站等渠道使用湖南茶悦公司相同或近似装潢进行广告宣传的行为，属于上述第七条规定的“使用”情形，应对此承担相应的侵权责任。关于广州洛旗公司及广州凯郡公司的责任承担问题，广州凯郡公司辩称其只负责官网的设计和日常运营，该院认为，湖南茶悦公司诉请要求广州洛旗公司、广州凯郡公司停止在官网、微信公众号、其他招商网等渠道使用湖南茶悦公司相同近似装潢进行宣传及广告招商的行为，即使如广州凯郡公司所辩称的一样，其负责网站的设计和运营，那么其行为也属于广州洛旗公司明知，况且广州凯郡公司与广州洛旗公司属于关联公司。故，对于湖南茶悦公司的相同或近似装潢的不正当竞争行为，属于广州洛旗公司与广州凯郡公司的共同侵权行为，依法应当共同侵权责任。对广州洛旗公司在微信公众号、员工微信推销使用湖南茶悦公司相同或近似装潢，广州凯郡公司是否承担责任的问题，该院认为，两公司系关联公司，广州凯郡公司虽未有证据显示其直接参与在微信公众号、员工微信推销等行为，但其主营业务即为茶颜观色品牌进行招商加盟推广，综合全案证据来看，两者对加盟招商推广持积极态度，具有共同的主观目的性，该院有理由相信在加盟推广中两者构成共同侵权，故广州凯郡公司应当承担连带责任。

(五)对其他网站即 18 餐饮加盟网、85 餐饮网、5918 餐饮网加盟许可招商广告宣传。该网站主体并非广州洛旗公司及广州凯郡昇品公司，湖南茶悦公司也并

未能够证明该内容系广州洛旗公司及广州凯郡昇品公司委托发布，且广州洛旗公司也曾于其官方网站发布声明称其正式加盟网站只为其该发表声明的加盟网站，并提醒公众注意虚假茶颜悦色加盟网站，故该院认为上述加盟招商网站的行为在没有确切证据指向广州洛旗公司、广州凯郡昇品公司的情况下，不应当将上述网站的行为归责于广州洛旗公司、广州凯郡昇品公司，故对湖南茶悦公司的此项诉请，该院不予支持。

对于广州凯昇餐饮管理有限公司官网(××)广告宣传，湖南茶悦公司在《茶颜观色侵权行为汇总》中将其列为侵权行为。对此，湖南茶悦公司应向广州凯昇餐饮管理有限公司主张侵权责任，即使该公司已经注销，仍可以向该公司清算组织或其他责任人主张权利。

二、广州洛旗公司与刘琼饮品店门店对湖南茶悦公司相同或近似装潢构成不正当竞争共同侵权。如前所述，与湖南茶悦公司装潢构成相同或相似，足以导致相关公众混淆，构成不正当竞争，依法应当承担停止侵权、赔偿损失的民事责任。但是，鉴于刘琼饮品店已停业且其原经营场所已更换经营主体，故对湖南茶悦公司请求刘琼饮品店停止侵权的诉讼请求，已缺乏事实依据，故无再判令其停止侵权之必要。虽刘琼饮品店已停止侵权，但其仍然应当对其曾经的经营行为承担侵权赔偿责任。刘琼饮品店抗辩称其系在广州洛旗公司的指导下进行经营活动，系特许经营的加盟商，责任应当由广州洛旗公司承担的理由，该院认为，刘琼饮品店作为经营者，在长沙市地区开设奶茶门店，其不可能不知晓长沙的“茶颜悦色”品牌，其本身具有过错，违反了诚实信用原则，其不承担侵权责任的辩解理由该院不予采纳。刘琼饮品店系广州洛旗公司的加盟商，其门店内部装饰装修系在广州洛旗公司的指导、安排下完成的，两者构成共同侵权。因广州凯郡公司未对刘琼饮品店提供任何的授权、指导，故对湖南茶悦公司要求广州凯郡公司对刘

琼饮品店的侵权行为承担连带责任的诉讼请求，该院不予支持。对其赔偿数额，湖南茶悦公司主张依法适用侵权获利赔偿，现刘琼饮品店获利情况无法查清，在湖南茶悦公司并未能够提供充分的证据证明刘琼饮品店的实际获利情况，也未能举证证明湖南茶悦公司因侵权而造成的损失，该院依法适用法定赔偿。综合考虑湖南茶悦公司的知名度、广州洛旗公司等侵权情节(侵权时间、门店位置、门店大小)、湖南茶悦公司为制止侵权而支出的公证费、律师费等因素且参考湖南茶悦公司所提供的刘琼饮品店收款平台的营业额数据，酌定广州洛旗公司、刘琼饮品店共同赔偿湖南茶悦公司经济损失及合理维权费用共计人民币 200000 元。

三、广州洛旗公司、广州凯郡公司以下行为构成虚假宣传不正当竞争。诉讼中，湖南茶悦公司明确该广州洛旗公司、广州凯郡公司虚假宣传为：(一)微博账号“人见人爱我是一株草”所发布的微博内容；(二)广州洛旗公司、广州凯郡公司的官网宣传中利用湖南茶悦公司门店进行 PS 处理作为茶颜观色门店进行宣传；(三)广州洛旗公司对作品著作权登记证书进行展示宣传；(四)广州洛旗公司在其官网、微信公众号以及公开网络如人民交通网、现代快报网、小红书，18 餐饮加盟网声称“茶颜观色商标 2004 年由 BOSS 注册，2008 年取得茶颜观色商标权”。该院认为，根据[反不正当竞争法第八条第一款](#)、《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释\(2020 修正\)](#)》[第八条](#)规定，具体结合本案分析如下：

(一)对于微博账户“人见人爱我是一株草”所发布的微博内容，该微博账户未能得到认证，粉丝数仅有 2 个，且湖南茶悦公司并未能够举证证明该微博账户确系广州洛旗公司或广州凯郡公司所经营，或为广州洛旗公司、广州凯郡公司所指使下发布，故对于湖南茶悦公司要求广州洛旗公司、广州凯郡公司停止此项虚假宣传的诉请，因证据不足，该院不予支持。

(二)广州洛旗公司、广州凯郡公司在名为 cygschina 及 kjspchina 百度推广的官网宣传中利用湖南茶悦公司门店进行 PS 处理作为“茶颜观色”门店进行宣传。经过对湖南茶悦公司提交的湖南茶悦公司门店的照片以及广州洛旗公司、广州凯郡公司 cygschina 及 kjspchina 官网所展示的三张宣传照片进行比对,广州洛旗公司及广州凯郡公司宣传照片无论是从构图、场景、环境等各方面均一致,仅仅店招上仕女图进行了改变以及将“茶颜悦色”变更为“茶颜观色”,通过照片修改技术进行照片修改为己所用进行宣传,属于虚假宣传,故对湖南茶悦公司要求广州洛旗公司、广州凯郡公司立即停止此项虚假宣传的诉请,该院予以支持。

(三)广州洛旗公司对作品著作权登记证书进行展示宣传不构成虚假宣传。广州洛旗公司在网络上展示其著作权登记证书,只有在结合其他不当宣传内容时才可能构成引入误解的宣传,如果没有其他虚假宣传等不当宣传内容相结合,广州洛旗公司所展示的真实著作权登记证书不存在虚假宣传的侵权可能。但是,即便与其他不当宣传内容结合可能会引人误解,基于保护著作权需要,应该只对其他不当宣传内容进行虚假宣传的侵权认定与责任归责,不应限制权利人在网络上展示其著作权登记凭证。因此,对湖南茶悦公司的此项虚假宣传诉请,该院不予支持。

(四)广州洛旗公司在其官网、微信公众号、小红书、18 餐饮加盟网所载明的声称“茶颜观色商标 2004 年由 BOSS 注册,2008 年取得茶颜观色商标权”类似内容属于虚假宣传。曾

商标最早由案外人柴泽军在 2008 年 3 月 14 日申请注册,后经北京细软智谷知识产权代理有限公司(中华商标超市网)代购转让至案外人广州凯昇餐饮管理有限公司。2018 年 8 月 10 日,广州凯昇餐饮管理有限公司又将该商标转让给广州洛

旗公司。马

商标在 2008 年 3 月 14 日申请注册后至中华商标超市网卖出之前，无任何证据可以证明该商标已投入实际使用，而骨

商标系广州凯昇餐饮管理有限公司 2017 年 7 月 12 日才申请注册，于 2018 年 8 月 10 日受让给广州洛旗公司。现广州洛旗公司通过官网、微信公众号、小红书宣称其在 2004 年老板便回来注册了茶颜观色商标并在 2008 年取得注册商标，与事实严重不符，是以不完全陈述、嫁接表达的方式捏造虚假的茶颜观色品牌历史，违反诚信原则与公平竞争原则，属于虚假宣传。18 餐饮加盟网发布的上述信息为虚假宣传信息，但因为主体并非广州洛旗公司或广州凯郡公司，该两公司对此也无法进行规制与限制。故对湖南茶悦公司诉请广州洛旗公司立即停止在官网、微信公众号、小红书声称“茶颜观色商标 2004 年由 BOSS 注册，2008 年取得茶颜观色商标权”的虚假宣传的不正当竞争行为的诉讼请求，该院予以支持。对于涉 18 餐饮加盟网发布的信息由广州洛旗公司、广州凯郡公司担责的诉请，该院不予支持。湖南茶悦公司在其《茶颜观色侵权行为汇总》中明确载明刘琼饮品店也存在声称“茶颜观色商标 2004 年由 BOSS 注册，2008 年取得茶颜观色商标权”类似内容属于虚假宣传，该院认为，湖南茶悦公司在其起诉状中的诉请中要求广州洛旗公司及广州凯郡公司对虚假宣传承担责任，并未要求刘琼饮品店承担责任，故刘琼饮品店的上述行为不在本案审理范围内。

但是，对湖南茶悦公司诉请的公开网络即人民交通网、现代快报网停止虚假宣传的问题，因公开网络信息发布主体并非广州洛旗公司及广州凯郡公司，湖南茶悦公司也没有充分证据证明系广州洛旗公司及广州凯郡公司所要求发布。因该公开网并非有偿新闻信息服务网站，亦无法推断广州洛旗公司、广州凯郡公司授意发布，故对湖南茶悦公司的此项诉请，该院不予支持。

四、对广州洛旗公司、广州凯郡公司抗辩理由的意见。(一)关于“茶颜悦色”和鬼

两标识在湖南茶悦公司门店等处属于商标扩展性使用，不应纳入本案相同或近似装潢保护范围的抗辩理由。广州洛旗公司、广州凯郡公司认为根据《[关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、装潢的不正当竞争行为的若干规定](#)》[第三条第三款](#)的规定，已经作为商标注册的商品名称不得取得知名商品名称的法律保护，所以湖南茶悦公司“茶颜悦色”和鱼

是作为商品商标的扩展性使用，也不应当被纳入本案装潢的保护范围。该院认为，上述法律规定只仅限于注册商标作为知名商品的名称进行使用，而不再予以保护的情形，湖南茶悦公司在本案中所主张的“茶颜悦色”和鸟

并非是商品名称，而系湖南茶悦公司装潢的组成部分，在湖南茶悦公司对该两标识未作商标性使用时，取得相同或近似装潢保护并无法律限制性规定。况且，湖南茶悦公司对“茶颜悦色”和卤

也并未在本案和另案中主张商标保护，故对此抗辩理由，该院不予采纳。

(二)关于湖南茶悦公司各门店装潢风格不一，缺少相同元素，缺少共性，不能构成有一定影响的包装、装潢的抗辩理由。该院认为，虽然湖南茶悦公司的实体门店确因店面大小及位置或类型的不同，存在店面装潢不全面一致的情况，但装潢不一致的情况也是少部分，大部分店面装潢风格同一。并且，根据广州洛旗公司、广州凯郡公司取证图片来看，广州洛旗公司、广州凯郡公司取证门店大多数为湖南茶悦公司特定主题体验店，即使存在少量店面风格不完全一致的门店，这些门店装潢也并非是天差地别，依然存在许多元素的共性，故对此抗辩理由，该院不予采纳。

(三)对广州洛旗公司所称其“茶颜观色”字体系静月体，其已经取得字体授

权，有合法使用的基础的抗辩理由。本院认为，不管该字体是否系第三人吕良自创，还是静月体，综合各方面证据来看，湖南茶悦公司于2013年成立首家门店便使用的是该字体形式，且湖南茶悦公司申请的商标字体也为该字体形式。但恰恰相反的是，广州洛旗公司的商标在注册时的字体与现在使用的所谓静月体相差甚远，且无任何证据表明其早于湖南茶悦公司进行使用。不管上述字体是湖南茶悦公司自创还是静月体，该字体在湖南茶悦公司的不断使用与推广下，已经成为一种特定的字体样式，由该字体组成的“茶颜悦色”文字已经与湖南茶悦公司的品牌形象产生了密切联系，已经为相关公众所熟悉。此外，需要说明的是，尽管广州洛旗公司、广州凯郡公司辩称已取得静月体著作权人授权，可以将“茶颜观色”文字进行静月体书写，但即便如此，在湖南茶悦公司已经取得有同类字体形式的文字商标以及将其用在相应包装装潢上且具有一定影响时，在后使用该字体的广州洛旗公司、广州凯郡公司由于与湖南茶悦公司该字体“茶颜悦色”极易引起误解时，应该予以避让，否则用在装潢上的该字体的“茶颜观色”，就属于不诚信的不正当竞争行为。故对此抗辩理由，该院不予采纳。

五、关于赔偿数额及侵权责任分担问题。根据《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》[第十七条](#)规定，对不正当竞争行为的损害赔偿额，可以参照确定侵犯注册商标专用权的损害赔偿额的方法进行。《[中华人民共和国商标法](#)》[第六十三条第三款](#)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五百万元以下的赔偿。”《[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](#)》[第十六条第二款](#)规定：“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。”因湖南茶悦公司并未提供证据证明广州洛旗公司、广州凯郡公司因实施上述侵权行为所获利益，亦未提交证据证明其因上述侵权行为所遭受的损失，该院依法适用法定赔偿，综合考虑茶颜悦色品牌知名度、广州洛旗公司和广州凯郡公司侵权情节、广州洛旗公司和广州凯郡公司经营规模、湖南茶悦公司为制止侵权所进行公证和聘请律师等因素，就广州洛旗公司、广州凯郡公司进行不正当竞争的广告宣传、加盟许可招商宣传、虚假宣传行为赔偿数额，依法酌定广州洛旗公司、广州凯郡公司应共同赔偿湖南茶悦公司经济损失及合理维权费用共计人民币 1500000 元。

关于湖南茶悦公司请求判令广州洛旗公司、广州凯郡公司就上述侵权行为在微信公众号、官网、微博、《中国知识产权报》等媒体、刘琼饮品店在门店显著位置、《长沙晚报》等媒体上连续三十日刊登发布经法院审查的消除影响声明，报纸消除影响声明为非中缝版面面积不小于 12.0cm*12.0cm，官网消除影响声明为首页显著位置发布的诉讼请求，该院认为，消除影响是侵权人在其侵权行为不良影响范围内消除对被侵权人不利后果的民事责任的承担方式，消除影响应当从侵权行为造成不良影响的方式、途径、范围等方面，由侵权人有针对性地进行解释、说明，让相关公众获取正确信息，恢复被侵权人的商誉。本案中，广州洛旗公司、广州凯郡公司在其官方网站、微信公众号等对“茶颜观色”进行广告宣传、加盟宣传，对相关公众施加影响，考虑到广州洛旗公司、广州凯郡公司行为造成的影响范围、消除相关公众误解的途径等因素以及可执行性，由广州洛旗公司、广州凯郡公司在全国性报刊即《中国知识产权报》刊登发布经法院审查的消除影响声明，足以消除广州洛旗公司、广州凯郡公司因其行为对湖南茶悦公司所造成的不良影响，对湖南茶悦公司的此项诉请，该院予以部分支持。湖南茶悦公司第四项诉请与第五项诉请具有一定重合性，该院已经在要求广州洛旗公司、

刘琼饮品店赔偿湖南茶悦公司经济损失及合理维权费用人民币 200000 元，对该两项诉请中的其他请求，该院不予支持。

据此判决如下：一、广州洛旗公司、广州凯郡公司于判决生效之日起立即停止在全国范围内使用与湖南茶悦公司相同或近似装潢的广告宣传、加盟许可招商宣传、虚假宣传不正当竞争行为；二、广州洛旗餐公司、广州凯郡公司于判决生效之日起十日内共同向湖南茶悦公司赔偿经济损失及合理维权费用共计人民币 1500000 元；三、广州洛旗公司、刘琼饮品店于判决生效之日起十日内共同向湖南茶悦公司赔偿经济损失及合理维权费用人民币 200000 元；四、广州洛旗公司、广州凯郡公司于判决生效之日起三十日内在《中国知识产权报》上刊发经消除影响声明(声明内容刊登前须经该院审查，刊登要求为非中缝版面面积不小于 12.0cm*12.0cm)；五、驳回湖南茶悦公司的其他诉讼请求。本案受理费 29040 元，保全费 5000 元，共计 34040 元。由广州洛旗公司、广州凯郡公司共同负担 25000 元，湖南茶悦公司负担 9040 元。

二审过程中，湖南茶悦公司向本院提交了如下证据：1、第 4281333 号注册商标撤销复审决定书，拟证明该商标已被撤销，广州洛旗公司的侵权行为成立。2、静月字体授权书及证明书，拟证明湖南茶悦公司获得静月字体著作权人的授权使用在先，广州洛旗公司不规范使用在后，构成侵权。3、《经视大调查》，拟证明广州洛旗公司的侵权行为及恶意。广州洛旗公司发表质证意见：对证据 1 的真实性认可，但对关联性不认可，广州洛旗公司已经提起行政诉讼，该复审决定书尚未生效。对证据 2 的三性均不予认可，该证据未经涉外程序公证、认证，即便真实合法也只能证明静月字体的“颜”字与案涉标识的“颜”字字体不同，并不能证明后者系吕良设计，湖南茶悦公司在获得授权之前属于非法使用。对证据 3 的合法性、关联性不予认可，该证据不属于新证据，且媒体和一审法院工作人员对

案件进行公开评述是不合适的。本院认证如下：证据 1 系行政机关作出的复审决定，广州洛旗公司已针对该行政行为提起了行政诉讼，截止本案判决时该案尚未作出生效判决，故本院对证据 1 不予采信。证据 2 系形成于中华人民共和国境外的私证文书，未经公证、认证，且不符合《最高人民法院关于知识产权民事诉讼证据的若干规定》第八条所规定的情形，故本院对证据 2 不予采信。证据 3 系新闻作品，制作于一审判决后二审开庭审理前，此时本案尚未形成生效判决，被采访者的个人观点不能作为认定事实的依据，故本院对证据 3 不予采信。

二审过程中，本院组织湖南茶悦公司、广州洛旗公司于 2021 年 11 月 5 日对 (2020)湘长市证民字第 18175 号、18176 号、18177 号、18178 号、18179 号、18180 号、18181 号、18182 号公证书所涉八家“茶颜悦色”门店进行了现场查勘。其中，(2020)湘长市证民字第 18178 号、18180 号、18181 号公证书所涉门店因受新冠肺炎疫情影响已经关闭，第 18182 号公证书所涉门店已经进行了重新装修，故该四家门店已无现场查勘的事实基础，其余四家门店的现场查勘情况如附表 1 所示。

二审过程中，经本院询问，湖南茶悦公司、广州洛旗公司均明确表示，不申请对涉嫌虚假宣传的三张照片进行鉴定。鉴于湖南茶悦公司主张该三张照片所涉门店系其经营的“茶颜悦色”门店，本院组织双方于 2021 年 11 月 5 日对湖南茶悦公司所指认的三家门店进行了现场查勘，具体情况如附表 2 所示。鉴于广州洛旗公司主张该三张照片系其自营或加盟的门店，本院要求其在指定期限内提交相应门店的证明材料或者照片来源的证明材料，但广州洛旗公司逾期未提供。

二审过程中，经本院询问，湖南茶悦公司对案涉商品装潢的范围进一步陈述如下：1、“新中式鲜茶、越中国越时尚”“不盲从敢不同”“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢

不同。原创自设计。我是性感可人的新中式鲜茶。我是天生不一样的现代茶馆。我姓茶颜名悦色”“中茶西做”“爆款定名声”“周三半价”“雨天半价”等标语的保护范围，均仅限于中文文字，不包括特殊艺术字体设计、色彩及其排列组合。其中，“中茶西做”标语还不包括湘作登字-2018-F-00001013号“中茶西做插画”美术作品中的女性人物像。2、“浣纱录、红颜、豆蔻、花间词”饮品单的保护范围仅限于中文文字与所代表饮品类别的对应关系，不包括特殊艺术字体设计、色彩及其排列组合。3、仕女图的保护范围包括八边形、红底色、“茶”字纹、仕女像、中英文字。4、特殊字体的“茶颜悦色”包括两种具体表现方式，一是横向麦

(以下称横向特殊字体“茶颜悦色”)，二是竖向黄

(以下称竖向特殊字体“茶颜悦色”)。5、特殊字体的“茶颜悦色”系独立于仕女图的一项单独元素。

二审过程中，为充分了解一般消费者对案涉装潢及组成元素的认知，本院对部分消费者进行了市场调查。

本院二审查明：1、2013—2016年间，湖南茶悦公司及其创始人吕良在门头店招上先后或者同时使用了七种式样的仕女图(详见附表6)。其中，带有“茶”字纹、白色竖向特殊字体“茶颜悦色”、白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片的仕女图(详见附表6中的6、7号式样，“茶”字纹色彩有灰色和白色两款)，最早出现时间为2015年10月21日(详见湖南茶悦公司一审证据第298页)，并于2016年后期开始被统一、稳定地使用。

2、“茶颜悦色”早期门店使用“为君一尝半价折腰”“雨天的幸福时光”标语，但没有证据显示其早期使用了“雨天半价”标语。“茶颜悦色”早期门店使用“週三就是半价日”标语，但没有证据显示其早期使用了“周三半价”标语。

包含“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”的饮品单最早出现于 2015 年(详见湖南茶悦公司一审证据第 196 页)，但没有证据显示“茶颜悦色”早期门店使用了该饮品单。

3、静月字体是由案外人创作的一种特殊艺术字体，与部分通用字体的对比情况如附表 3 所示。湖南茶悦公司、广州洛旗公司均主张已获得该作品的许可使用权。湖南茶悦公司提交了《授权书》予以证明，广州洛旗公司提交了《著作权许可使用协议》和《授权书》予以证明。上述文件均系形成于中华人民共和国境外的私证文书，湖南茶悦公司、广州洛旗公司均未提交公证、认证材料，或者符合《最高人民法院关于知识产权民事诉讼证据的若干规定》第八条情形的证明材料。

4、在特殊字体“茶颜悦色”中，“茶”“悦”“色”与静月字体一致，“颜”系第三人吕良于 2013 年 8 月 1 日创作的特殊字体。该“颜”字字体与静月字体的区别如附表 4 所示。

5、湖南茶悦公司所主张保护的“茶颜悦色”标识、仕女图标识、“新中式鲜茶越中国更时尚”标语均指门头店招上的商业标识。其中，横向的

与仕女图没有形成固定的排列组合方式，实际经营过程中所使用的部分组合方式如附表 5 所示。湖南茶悦公司对未形成固定组合的事实亦予确认。

6、“茶颜悦色”茶饮品均非现成产品，而是需要现场调制。但对于一审判决认定的现场制作流程、销售流程、致欢迎词等，因湖南茶悦公司提交的证据并未体现，故本院不予确认。

齐

齐

齒

7、湖南茶悦公司主张广州洛旗公司使用的侵权标识为：、齿

竜

、“新中式鲜茶，越中国越时尚”、“幽兰拿铁、纤纤马卡龙、声声乌龙、蔓越阑珊”等饮品介绍、“不盲从敢不同”、“喝东西不盲从敢不同”“我不源自英伦，我也不做龙

龜

美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。原创自设计...我姓茶颜名观色”、“中茶西做”、“浣纱绿、红颜、豆蔻、茗茶”饮品单等。

8、广州洛旗公司最早使用的时间为2017年8月22日(详见湖南茶悦公司一审提交证据第759页，广州洛旗公司未就此举证)。

9、长沙市岳麓区人民法院(2019)湘0104民初14008号民事判决认定，“茶颜悦色”门店的经营模式为茶饮料销售，而非茶馆服务。

本院二审查明的其他事实与一审法院查明的事实一致。

本院认为，一、关于本院二审审理范围的问题。《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第三百二十三条规定，第二审人民法院应当围绕当事人的上诉请求进行审理。当事人没有提出请求的，不予审理，但一审判决违反法律禁止性规定，或者损害国家利益、社会公共利益、他人合法权益的除外。本院具体分析如下：

(一)关于上诉主体的审查范围。湖南茶悦公司起诉的被告包括广州洛旗公司、广州凯郡公司、刘琼饮品店，一审判决判令广州洛旗公司、广州凯郡公司、刘琼饮品店分别承担相应法律责任后，广州凯郡公司、刘琼饮品店未提起上诉。虽然广州洛旗公司上诉称，广州凯郡公司、刘琼饮品店不应承担相关法律责任，

但由于上诉状未加盖广州凯郡公司、刘琼饮品店的印章或者法定代表人、经营者的签名，广州凯郡公司、刘琼饮品店亦未委托广州洛旗公司代为提起上诉，故本院二审仅针对广州洛旗公司的上诉请求及其所依据的事实和理由进行审理。

(二)关于装潢元素的审查范围。湖南茶悦公司主张广州洛旗公司擅自使用了与其有一定影响的商品装潢近似的标识，并明确该装潢由十二项元素构成(即：门头店招上的特殊设计字体“茶颜悦色”、门头店招上的仕女图、门头店招上的“新中式鲜茶越中国更时尚”标语、“不盲从敢不同”标语、“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。原创自设计。我是性感可人的新中式鲜茶。我是天生不一样的现代茶馆。我姓茶颜名悦色”标语、“中茶西做”标再语、“爆款定名声”标语、“周三半价”标语、“雨天半价”标语、“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”组成的饮品单、“幽兰拿铁、桂花弄、凤栖绿桂、声声乌龙、抹茶菩提”饮品名称、集点卡)。一审判决排除“幽兰拿铁、桂花弄、凤栖绿桂、声声乌龙、抹茶菩提”饮品名称后，认定其他十一项元素构成商品装潢。湖南茶悦公司并未对此提出上诉，故本院对该项不正当竞争行为的审查范围仅限于：1、上述十一项元素是否构成有一定影响的商品装潢；2、广州洛旗公司使用的标识是否与诉争商品装潢构成近似；3、广州洛旗公司是否应当就该项不正当竞争行为承担法律责任。

(三)关于虚假宣传的审查范围。湖南茶悦公司主张广州洛旗公司实施了四个虚假宣传的行为：一是微博账号“人见人爱我是一株草”发布“茶颜观色”与“茶颜悦色”对比评价的行为；二是广州洛旗公司在网络展示著作权登记证书的行为；三是广州洛旗公司在网络发布虚假门店照片的行为；四是广州洛旗公司在网络发布虚假品牌历史的行为。一审判决排除第一、二项后，仅认定广州洛旗公司实施了后两项不正当竞争行为。湖南茶悦公司并未对此提出上诉，故本院对该

项不正当竞争行为的审查范围仅限于：1、广州洛旗公司是否发布了虚假的门店照片；2、广州洛旗公司是否发布了虚假的品牌历史；3、广州洛旗公司是否应当就该项不正当竞争行为承担法律责任。

(四)关于程序违法的审查范围。广州洛旗公司上诉提出，一审法院认定茶颜悦色门店现场调制流程的事实，未经庭审质证，违反了法定程序；一审法院于法庭辩论终结后主动调查取证，不符合规定，违反了法定程序；本案不涉及身份关系或者公益诉讼，不符合人民法院依职权主动调查取证的条件，一审法院要求其提供特许经营资质、加盟店数量、加盟费数额等经营信息材料，违反了法定程序。故本院还应对上述三项程序违法行为是否成立进行审查。

二、关于使用近似商业标识的问题。《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第六条第一款](#)规定，经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（一）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识……。本院具体分析如下：

（一）事实认定：“茶颜悦色”门店装潢的共有元素是什么

《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》[第二条第二款](#)规定，具有区别商品来源的显著特征的商品的名称、包装、装潢，应当认定为[反不正当竞争法](#)[第五条](#)第（二）项规定的“特有的名称、包装、装潢”。有下列情形之一的，人民法院不认定为知名商品特有的名称、包装、装潢：（一）商品的通用名称、图形、型号；（二）仅仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的商品名称；（三）仅由商品自身的性质产生的形状，为获得技术效果而需有的商品形状以及使商品具有实质性价值的形状；（四）其他缺乏显著特征的商品名称、包装、装潢。前款第（一）、（二）、（四）项规定的情形经过使用取得显著特征的，可以认定为特有的名称、包装、装潢。根据上述

规定，[反不正当竞争法](#)所保护的有一定影响的商品装潢，应当是经过长期稳定地使用、宣传、推广，在一般消费者中产生了显著特征，从而能够起到识别商品来源作用的装潢。长期稳定地使用是商品装潢能够形成法益，并受到[反不正当竞争法](#)保护的基本前提。虽然经营者基于市场环境、经营策略、产品升级等原因，可能在不同地域或者不同历史时期内使用不同版本的商品装潢，但消费者之所以仍然能够识别出商品的来源，而不至于误认为是不同经营者的商品，乃是因为不同版本的商品装潢中仍然存在统一、稳定的组成元素。正是经营者长期稳定地使用这些共有元素，才在市场中形成了统一、稳定的商品装潢整体形象，使得一般消费者在商品与商品来源之间建立起了对应关系。因此，尽管不同版本的商品装潢都能相应地展示出某一个具体形象，但这种纯粹物理意义上的单个具体形象并非[反不正当竞争法](#)所要保护的商品装潢。由不同版本装潢中的共有元素所构成的统一、稳定的整体形象，才是[反不正当竞争法](#)所要保护的法律意义上的商品装潢。特别需要指出的是，对于经营者在不同历史时期所使用的不同版本装潢而言，由所有时期不同版本的共有元素所构成的整体形象，固然可以构成法律上的商品装潢，但另一方面，如果由某一历史阶段内不同版本的共有元素构成的整体形象，经过长期、稳定地使用也能在该历史阶段内达到识别商品来源的作用，那么由该历史时期内共有元素所构成的整体形象，也可以构成法律上的商品装潢。至于经营者究竟主张保护何种商品装潢，则属于其根据自身品牌策略、维权策略、发展策略自主选择的范畴，人民法院应予尊重。本案中，湖南茶悦公司及其创始人吕良自2013年12月经营第一家“茶颜悦色”饮品店起，在不同历史时期或者同一时期的不同门店内，所使用的装潢元素并不完全相同。本院针对上诉争议的十一项装潢元素逐一分析如下：

1、特殊字体的“茶颜悦色”。根据现有证据来看，湖南茶悦公司及其创始人

吕良自 2013 年开始经营“茶颜悦色”饮品店时起，每家门店的门头店招上均使用了横向特殊字体“茶颜悦色”，且色彩均为白色，故本院认定白色横向特殊字体“茶颜悦色”是自 2013 年起所有门店装潢的共有元素。湖南茶悦公司及其创始人吕良在早期门店中未统一、稳定地使用竖向特殊字体“茶颜悦色”，但自 2015 年起开始在门头店招上统一、稳定地使用竖向特殊字体“茶颜悦色”，且色彩均为白色，故本院认定白色竖向特殊字体“茶颜悦色”是自 2015 年起门店装潢的共有元素。

2、仕女图。(1)仕女图的保护范围。湖南茶悦公司及其创始人吕良在门头店招、室内装饰、设施设备、茶具茶袋上所使用的仕女图并不完全相同，而湖南茶悦公司在本案中主张保护的是门头店招上的仕女图，故本院仅就门头店招上的仕女图进行评述。至于店内装饰、设施设备、茶具茶袋上的仕女图，则不属于案涉装潢的保护范围。

龜

龟

(2)仕女图的共有元素。根据现有证据来看，“茶颜悦色”门店于 2013--2016 年间，在门头店招上先后或者同时使用了七种式样的仕女图，而带有“茶”字纹、白色竖向特殊字体“茶颜悦色”、白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片的仕女图于 2016 年后期才开始被统一、稳定地使用。由于湖南茶悦公司在庭审过程中明确将白色竖向特殊字体“茶颜悦色”单独作为一项元素，故本院认定由八边形、红底色、仕女像构成的仕女图，是自 2013 年起所有门店装潢的共有

元素；由八边形、红底色、仕女像、“茶”字纹(不含字体颜色)、白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片构成的仕女图是自 2016 年后期开始门店装潢的共有元素。

3、“新中式鲜茶越中国更时尚”标语。(1)该标语的保护范围。湖南茶悦公司及其创始人吕良在门头店招、店内装饰、设施设备、茶具茶袋上所使用的含有“新中式鲜茶”字样的标语并不完全相同，而湖南茶悦公司在本案中主张保护的是门头店招上的标语，故本院仅就门头店招上的“新中式鲜茶越中国更时尚”标语进行进行评述。至于店内装饰、设施设备、茶具茶袋上含有“新中式鲜茶”字样的标语，则不属于案涉装潢的保护范围。

(2)该标语的使用情况。根据现有证据及本院实地查勘情况来看，湖南茶悦公司及其创始人吕良自 2013 年开始经营“茶颜悦色”饮品店时起，仅在部分门店的门头店招上使用了“新中式鲜茶越中国更时尚”标语。尽管本院实地查勘的未将该标语使用于店招的门店内，湖南茶悦公司均在呼号机背面或者糖度/冰度卡等上使用了该标语，但由于案涉装潢的保护范围不包括门头店招之外的“新中式鲜茶越中国更时尚”标语，故本院认定“新中式鲜茶越中国更时尚”标语既不是自 2013 年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

4、“不盲从敢不同”标语。根据本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司仅在部分门店的室内装饰上使用了该标语。同时根据现有证据来看，湖南茶悦公司也未举证证明该标语在某一特定历史时期内被统一、稳定地使用，故本院认定“不盲从敢不同”标语既不是自 2013 年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉

装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

5、“我不源自英伦，我也不做美国派，我更不来自日本。我钟情中国茶四千八百年的历史。不盲从，敢不同。原创自设计。我是性感可人的新中式鲜茶。我是天生不一样的现代茶馆。我姓茶颜名悦色”标语。根据本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司仅在部分门店的室内装饰上使用了该标语。同时根据现有证据来看，湖南茶悦公司也未举证证明该标语在某一特定历史时期内被统一、稳定地使用，故本院认定该标语既不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

6、“中茶西做”标语。根据本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司仅在部分门店的室内装饰上使用了该标语。同时根据现有证据来看，湖南茶悦公司也未举证证明该标语在某一特定历史时期内被统一、稳定地使用，故本院认定“中茶西做”标语既不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

7、“爆款定名声”标语。根据本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司仅在部分门店的室内装饰上使用了该标语。同时根据现有证据来看，湖南茶悦公司也未举证证明该标语在某一特定历史时期内被统一、稳定地使用，故本院认定“爆款定名声”标语既不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

8、“雨天半价”标语。根据现有证据及本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司及其创始人吕良在早期经营过程中使用的是“为君一尝半价折腰”“雨天的

幸福时光”等类似标语。能够证明湖南茶悦公司最早统一使用“雨天半价”标语的证据，是其因本案诉讼而对太平街店、长郡中学店、通程店、民政学院店等门店现场拍摄的照片。由于没有其他佐证可以证明这些照片的拍摄时间，故这些照片的最早拍摄时间只能认定为本案成诉之时。据此，本院认定“雨天半价”标语不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，而是自2020年起门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由部分成立，本院予以部分采纳。

9、“周三半价”标语。根据现有证据及本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司及其创始人吕良在早期经营过程中使用的是“週三就是半价日”，后期也仅在部分门店的室内装饰上使用该标语，故本院认定“周三半价”标语既不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有元素。

10、“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”组成的饮品单。根据现有证据及本院实地查勘的情况来看，包含“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”的饮品单最早出现于2015年，但至少截至本院实地查勘之日，已有部分门店的饮品单未包含“豆蔻、花间词”，故本院认定由“浣纱绿、红颜”组成的饮品单是自2015年起门店装潢的共有元素，由“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”组成的饮品单是2015—2020年间门店装潢的共有元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由部分成立，本院予以部分采纳。

11、集点卡。根据本院实地查勘的情况来看，湖南茶悦公司仅在部分门店的室内装饰上使用了该标语。同时根据现有证据来看，湖南茶悦公司也未举证证明该标语在某一特定历史时期内被统一、稳定地使用，故本院认定集点卡既不是自2013年起所有门店装潢的共有元素，也不是某一特定历史时期内门店装潢的共有

元素。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

综上，自 2013 年至 2021 年间，湖南茶悦公司的“茶颜悦色”门店在各历史阶段中的共有装潢元素如附表 7 所示。

（二）法律认定：哪些共有元素属于装潢权的保护范围

1、关于经营类别的问题。销售商品的经营模式与提供服务的经营模式，并非绝对区分、相互排斥的关系。销售商品并不完全排斥附加的服务，而提供服务亦不完全排除附加的商品，判断经营类别应当把握商业运营的本质属性和主要特征。如果经营者提供的服务是一种附随于商品、用于促进商品销售的辅助手段，商品可以脱离服务而具有独立的交换价值，商品才是营利来源，那么该经营类别就应认定为商品销售。如果商品是一种包含于服务、用于构成服务内容的组成部分，商品不能脱离服务而具有独立的交换价值，须与服务人员、门店设施结合才能形成营利来源，那么该经营类别就应认定为服务提供。本案中，湖南茶悦公司向消费者提供了茶饮品、座椅设施、纸巾吸管，而座椅设施、纸巾吸管的作用均是为了提升茶饮品的销售体验，且未影响茶饮品的价格，茶饮品可以脱离座椅设施、纸巾吸管而具有独立的交换价值。因此，湖南茶悦公司的经营类别应当认定为商品销售。至于茶饮品究竟是现做现卖，还是先做后卖，则属于经营者对生产方式的自主选择，与经营类别的认定无关。特别需要指出的是，随着现代网络技术的发展，两种经营模式的划分正由相对清晰向相互融合转变。以销售商品为主的经营者借助网络收集消费者的需求信息，向消费者提供送货上门服务，并在超出一定距离、重量范围时收取服务费。而以提供服务为主的经营者借助网络将原本必须依附于服务人员、门店设施才能形成营利来源的商品，交由第三方物流平台送货上门，从而实现商品与服务的分离。因此，广州洛旗公司关于案涉装潢应

限于除茶饮品外的服务装潢的上诉理由不成立，本院不予采纳。

2、关于装潢范围的问题。《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》[第三条](#)规定，由经营者营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰等构成的具有独特风格的整体营业形象，可以认定为[反不正当竞争法](#)[第五条](#)第(二)项规定的“装潢”。本案中，湖南茶悦公司所主张保护的装潢元素均系营业场所的装饰，即便未附着于茶具、茶袋等茶饮品的包装器皿上，依法也属于商品装潢的范围。广州洛旗公司关于案涉装潢仅限于茶杯的上诉理由不成立，本院不予采纳。

3、关于

应予排除的问题。商标与装潢均是由文字、数字、形状、图案、色彩及其排列组合构成的商业标识，但[商标法](#)对于商标的保护，与[反不正当竞争法](#)对于装潢的保护，却是基于不同的法理基础、法益客体和法律规范。尽管一种商业标识可以同时兼具商标属性和装潢属性，但当其作为一项法律权利的客体时，必须在[商标法](#)和[反不正当竞争法](#)之间划定明确的法律边界。即：当注册商标作为一项独立的商业标识，不与其他文字、数字、形状、图案、色彩形成固定排列组合，从而独立起到识别商品来源的作用时，法律所保护的客体乃是经营者的商标利益，司法所适用的规范应当是作为知识产权特别法的[商标法](#)；如果注册商标不是作为一项独立的商业标识，而是与其他文字、数字、形状、图案、色彩形成固定排列组合，从而因共同构成的整体形象起到识别商品来源的作用，那么法律所保护的客体乃是经营者的装潢利益，司法所适用的规范应当是作为知识产权一般法的[反不正当竞争法](#)。在后一种情形下，注册商标与其他元素的固定排列组合方式，是识别商品来源的必要条件。因此，如果注册商标

未与其他装潢元素形成固定排列组合，那么即便注册商标与其他装潢元素同

时使用在商品包装上，注册商标也不是作为装潢的组成部分而起到识别商品来源的作用。此时，附着于商品包装之上的其他元素所共同构成的有一定影响的装潢，与附着于商品包装之上的注册商标，各自起到了识别商品来源的作用，分别形成了基于商标和装潢的独立法益，分别成为商标权和装潢权的客体，应当分别适用[商标法](#)和[反不正当竞争法](#)进行调整。本案中，湖南茶悦公司于2018年9月7日注册了第24287336号

商标，核定使用商品类别为第30类(以谷物为主的零食小吃、茶、糖、面包、咖啡、茶饮料、坚果粉、蜂蜜、可可饮料等)。由于

自2013年起即未与门头店招上的其他元素形成统一、稳定的排列组合方式，故作为注册商标的

不是装潢权客体的组成部分，不应纳入[反不正当竞争法](#)的调整范围。至于广州洛旗公司是否侵害了湖南茶悦公司第24287336号注册商标专用权，则不属于本案审理范畴，本院不予评述。

4、关于

—

和应予排除的问题。虽然第24287336号 |

、

系注册商标，但湖南茶悦公司在使用时已经改变了第24287336号注册商标构成元素的排列组合，即由横向排列变更为竖向排列，系对第24287336号注册商标的非规范性使用， J

乙

并」

二

非第 24287336 号注册商标。同理，虽然第 23460067 号一

人

系注册商标，湖南茶悦公司使用红底色亦属于对商标的规范性使用，但湖南茶悦公司改变了第 23460067 号注册商标的组成元素，即在该注册商标的边框范围内添加了白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片，系对第 23460067 号注册商标的非规范性使用，并非第 23460067 号注册商标。由于反不正当竞争法所保护的是由文字、数字、形状、图案、色彩及其排列组合构成的整体形象，而不是由文字、数字、形状、图案、色彩及其排列组合构成的注册商标，故非规范使用注册商标所形成的商业标识只要经过长期稳定地使用，能够在消费者中形成显著特征，起到识别商品来源的作用，那么该商业标识仍然能够成为反不正当竞争法的保护对象。因此，广州洛旗公司关于湖南茶悦公司仕女图不应纳入反不正当竞争法调整的上诉理由不成立，本院不予采纳。至于湖南茶悦公司是否因其对注册商标的非规范性使用而应承担商标法上的责任，与本案无关，本院不予评述。

5、关于饮品单应否排除的问题。反不正当竞争法所保护的装潢，是由文字、数字、形状、图案、色彩及其排列组合构成的整体形象。消费者通过对商品装潢整体形象的视觉观察，从而将商品与商品来源建立对应关系，故可视化是反不正当竞争法所保护的商品装潢的基本要件。本案中，湖南茶悦公司明确表示，主张保护的饮品单设计是“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”中文文字与所代表的饮品类别的对应关系，不包括特殊艺术字体设计、色彩及其排列组合。这种对应关系属于逻辑思维的范畴，并非可视化的文字、数字、形状、图案、色彩，消费

者无法通过视觉观察建立商品与商品来源的对应关系。当消费者面对通用字体的“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”时，一般不能联想到湖南茶悦公司的茶饮品，甚至不能联想到茶饮品或者其他饮品。只有面对特殊艺术字体、特殊色彩的儿

时，多数消费者才能够联想到饮品，部分消费者甚至能够联想到湖南茶悦公司的茶饮品。因此，单纯的“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”中文文字并不能起到识别商品来源的作用。由于人民法院对装潢元素的认定不能超越湖南茶悦公司主张的范围，故“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”中文文字与所代表的饮品类别的对应关系，不是案涉装潢的构成元素。一审判决将特殊艺术字体、特殊色彩的入

作为比对样本，确有错误。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由成立，本院予以采纳。

6、关于“雨天半价”应否排除的问题。湖南茶悦公司仅主张“雨天半价”中文文字，不包括特殊艺术字体设计、色彩及其排列组合。虽然任何经营者均可以向消费者作出“在下雨时对商品进行半价促销”的意思表示，但表达这种意思的具体方式是多种多样的。“雨天半价”是众多表达方式中的一种特定方式，并且与“茶颜悦色”门店固定组合在一起使用。在其他经营者没有同类标语的情况下，湖南茶悦公司经过统一、稳定地使用，使带有特定表达方式的“雨天半价”标语与“茶颜悦色”门店内的其他装潢元素组合在一起，能够在消费者中形成相对显著的特征，起到识别商品来源的作用，故可以纳入案涉装潢的保护范围。广州洛旗公司关于该项元素不应纳入案涉装潢保护范围的上诉理由不成立，本院不予采纳。

八

□

一

综上，由于湖南茶悦公司明确选择保护的仕女图是带有“茶”字纹的仕女图，且被诉侵权行为自 2017 年 8 月持续至今，故本案诉争商品装潢的具体内容应认定为：门头店招上的白色竖向特殊字体；

几

、门头上店招上的(不包括“茶”字纹色彩)、店内“雨天半价”标语三个元素(“雨天半价”是自 2020 年起的共有元素)。

(三)侵权认定：广州洛旗公司是否使用近似的商业标识

1、关于商品知名度的认定。商品知名度不等同于商品装潢的知名度，但商品知名度对于认定商品装潢知名度具有重要参考价值。《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》第一条规定，在中国境内具有一定的市场知名度，为相关公众所知悉的商品，应当认定为[反不正当竞争法](#)第五条第(二)项规定的“知名商品”。人民法院认定知名商品，应当考虑该商品的销售时间、销售区域、销售额和销售对象，进行任何宣传的持续时间、程度和地域范围，作为知名商品受保护的情况等因素，进行综合判断。原告应当对其商品的市场知名度负举证责任。本案中，湖南茶悦公司的“茶颜悦色”茶饮品及其门店具有以下情形：

(1)实体门店数量多。截至 2020 年 6 月 12 日，“茶颜悦色”的实体门店已扩张至 200 余家，并在武汉、常德等外地城市开设门店。

(2)网民关注程度高。#“茶颜悦色”#微博热搜累计阅读达 4.1 亿；#留学生抢注“茶颜悦色”商标#微博热搜累计阅读达 1.9 亿；#阿里巴巴入股“茶颜悦色”#微博热搜累计阅读达 3.3 亿；#网红奶茶复工排百米长队#微博热搜累计阅读达 2.9 亿。

(3)媒体报道范围大。2014年6月以来,中央电视台、搜狐新闻、大公新经济浪潮、芒果都市、长沙封面、长沙榜、中国饮品快报、咖门、虎嗅APP、36氪、格隆汇等媒体对“茶颜悦色”饮品及其门店进行了宣传报道。从级别上看,上述媒体包括了国家级、省级、市级多个层次;从类别上看,上述媒体包括了电视、网络、APP、微信等多种形式;从性质上看,上述媒体包括了新闻采编单位、商业推广单位等多种类别;从时间上看,上述媒体持续报道了较长时间。

综上,湖南茶悦公司的销售时间至今长达八年,媒体报道的层级范围较广,宣传推广的持续时间较长,销售区域虽仅扩散至武汉、常德两个外地城市,但网民关注度较高,“茶颜悦色”门店成为很多外地游客到长沙旅游的打卡地,网络技术的发展使商品的影响力扩大至销售区域之外,故可以认定“茶颜悦色”茶饮品是在全国有一定影响的商品。

□

刀

力

勺

匕

□

□

2、关于装潢知名度的认定。商品装潢的知名度不等同于商品的知名度,只有商品装潢本身具有显著特征时,才是有一定影响的装潢。本案中,湖南茶悦公司自2016年后期开始,将白色竖向特殊字体“茶颜悦色”和固定排列组合成,并在公众信号、微博上大量宣传、推广,2020年后开始加入“雨天半价”标语。中央电视台、搜狐新闻、大公新经济浪潮、芒果都市、长沙封面、长沙榜、中国饮品

快报、咖门、虎嗅 APP、36 氪、格隆汇等媒体对“茶颜悦色”茶饮品及其门店进行宣传报道时，也大量展示了上述装潢。从微博热搜的讨论情况来看，上述装潢已经在网络上获得消费者的广泛关注和认同。特别是许多消费者将被诉侵权标识称为“假冒”，说明该整体形象已经在消费者中与商品来源建立起了对应关系。因此，从现有证据来看，伴随着“茶颜悦色”茶饮品知名度的提升，案涉装潢在消费者中已经形成了显著特征，能够起到识别商品来源的作用，故可以认定案涉装潢系有一定影响的商品装潢。由于湖南茶悦公司在不同历史时期、不同店铺内使用的装潢元素并不相同，自 2016 年后期才开始稳定使用，“雨天半价”标语自 2020 年起才开始稳定使用，故案涉装潢并非自 2013 年即形成一定的市场影响，而是从 2016 年后期才形成一定的市场影响。广州洛旗公司关于案涉装潢不具有市场影响的上诉理由不成立，本院不予采纳。

十

卜

卩

厂

厶

3、关于标识近似度的认定。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第四条第三款规定，认定与知名商品特有名称、包装、装潢相同或者近似，可以参照商标相同或者近似的判断原则和方法。《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》第九条第二款规定，商标法第五十七条第(二)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。本案中，本院将广州洛旗公司使用的标识与(详见附表8)对比如下：

(1) 外部轮廓相同。两者均是由八边形构成标识的外部边界。

(2) 底部色彩相同。两者均是由红色作为底部色彩。

(3) 中文文字近似。“茶颜观色”与“茶颜悦色”的“茶”、“颜”、“色”字形、读音、含义完全一致。“茶”“色”“观”“悦”均与静月字体一致。

“颜”均为吕良创作的国作登字-2017-F-00457151号美术作品的特殊字体。

(4) 英文文字相同。两者均含有“ModernCinaTeaShop”，字形、读音、含义完全一致。

(5) 文字色彩相同。两者所含的中、英文文字均为白色。

(6) 文字方向相同。两者所含的中、英文文字均为竖排。

(7) 茶叶片相同。两者均含有一片茶叶片，除叶尖方向略有不同外(茶颜悦色的茶叶尖偏向右，茶颜观色的茶叶尖偏向左)，构图和形态完全一致。

(8) 茶叶片色彩相同。两者所含的茶叶片均是白色。

(9) 排列组合相同。案涉装潢的中文文字位于仕女像的左侧，英文文字位于中文文字的左侧，茶叶片位于英文文字的上部。被诉侵权标识的中文文字也位于仕女像的左侧，英文文字也位于中文文字的左侧，茶叶片也位于英文文字的上部。同时，两者中文、英文、仕女像、茶叶片之间的比例基本一致。

综上，被诉侵权标识与案涉装潢构成高度似近，广州洛旗公司关于两者不构成近似的上诉理由不成立，本院不予采纳。

4、关于商品混淆度的认定。(1)是否存在竞争关系。[反不正当竞争法](#)所保护的有一定影响的商品装潢，系因长期使用而起到识别商品(或服务)来源作用的整体形象，并非因登记而起到识别商品(或服务)来源作用的注册商标。虽然商品类

别的划分是商标注册的基本前提，也是[商标法](#)对商业标识(注册商标)进行保护的重要依据。但商品类别的划分并不是形成装潢利益的前提，[反不正当竞争法](#)对商业标识(商品装潢)的保护并非基于相同或近似的商品类别，而是基于经营业态是否存在竞争关系。《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第六条第一款](#)亦未采取《[中华人民共和国商标法](#)》[第五十七条第一、二项](#)的立法规定，以商品(或服务)类别作为侵权认定的依据。从本案情况来看，“茶颜悦色”门店与“茶颜观色”门店均向消费者提供现做茶饮品，消费者常常将两者进行对比评价，故湖南茶悦公司与广州洛旗公司的经营业态相同，存在竞争关系。广州洛旗公司关于两者分属不同类别，不存在竞争关系的上诉理由不成立，本院不予采纳。

(2) 是否造成市场混淆。《[最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释](#)》[第四条第一款](#)规定，足以使相关公众对商品的来源产生误认，包括误认为与知名商品的经营者具有许可使用、关联企业关系等特定联系的，应当认定为[反不正当竞争法](#)[第五条](#)第(二)项规定的“造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品”。本案中，被诉侵权标识与案涉装潢高度近似，且湖南茶悦公司与广州洛旗公司的经营业态相同，现有证据可以证明许多消费者将“茶颜观色”误认为“茶颜悦色”，故可以认定两者在消费者中产生了较高的混淆度。广州洛旗公司关于两者不构成混淆的上诉理由不成立，本院不予采纳。至于“雨天半价”标语，因湖南茶悦公司未举证证明广州洛旗公司使用了与其相似的标识，故广州洛旗公司不存在使用与其近似标识的不正当竞争行为。湖南茶悦公司主张广州洛旗公司还使用了与其他元素近似的标识，因这些元素均未纳入案涉装潢的保护范围，故本院亦不认定广州洛旗公司存在使用与其近似标识的不正当竞争行为。

(四) 抗辩认定：被诉侵权标识是否系合法权利的合理使用

1、关于合理使用注册商标的认定。《[中华人民共和国商标法](#)》[第四十九条第一款](#)规定，商标注册人在使用注册商标的过程中，自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项的，由地方工商行政管理部门责令限期改正；期满不改正的，由商标局撤销其注册商标。根据上述规定，权利人不得以改变显著特征、拆分、组合等方式使用注册商标。虽然广州洛旗公司系第 4281333 号又

注册商标的权利人，但其使用在被告侵权标识中的“茶颜观色”已经改变了第 4281333 号注册商标的字形和结构，属于对该注册商标的非规范性使用。虽然广州洛旗公司系第 32204895 号口

注册商标的权利人，但其使用在被告侵权标识中的“茶颜观色”已经改变了该注册商标的文字内容，属于对该注册商标的非规范性使用。虽然广州洛旗公司系第 24197876 号口

注册商标的权利人，其使用红底色亦属于对商标的规范性使用，但广州洛旗公司在该注册商标的边框内添加了白色竖向特殊字体“茶颜观色”、白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片，改变了第 24197876 号注册商标的组成元素，系对该注册商标的非规范性使用。因此，广州洛旗公司关于合理使用自有注册商标的上诉理由不成立，本院不予采纳。

2、关于合理使用静月字体的认定。广州洛旗公司提交的《著作权许可使用协议》和《授权书》均系形成于中华人民共和国境外的私证文书，未经公证、认证，且不符合《[最高人民法院关于知识产权民事诉讼证据的若干规定](#)》[第八条](#)的规定。虽然本院不能据此排除广州洛旗公司获得静月字体许可使用权的可能，但即便如此，其关于合理使用静月字体的抗辩理由亦不成立。具体理由如下：

(1) 横向特殊字体“茶颜观色”不是单一的静月字体。静月字体的“颜”与被告侵权标识中的“颜”，左下角“彡”字形设计明显不同，左上角、右上角、左

下角、右侧“頁”的字形弧度也不完全相同。广州洛旗公司使用的并非静月字体“茶颜观色”，而是由静月字体“茶”“观”“色”和吕良创作的特殊字体“颜”共同组成。

(2) 竖向特殊字体“茶颜观色”不是单一的构成元素。广州洛旗公司并非将竖向特殊字体“茶颜观色”作为单一元素独立使用，而是与白色竖向“ModernChinaTeaShop”、白色茶叶片、红底色、仕女像、“茶”字纹等元素按照固定组合方式使用。这种元素之间的固定排列组合，与广州洛旗公司是否获得静月字体的许可使用权没有关联。

3、关于“茶颜观色”注册商标的认定。虽然广州洛旗公司确实申请注册土商标，且已通过初审公告，但并未最终获得核准注册，故不能作为注册商标在本案进行抗辩。

4、关于土

是否侵犯著作权的认定。《最高人民法院关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第七条第一款规定，当事人提供的涉及著作权的底稿、原件、合法出版物、著作权登记证书、认证机构出具的证明、取得权利的合同等，可以作为证据。本案中，虽然冬

中的“茶”“悦”“色”与静月字体一致，但“颜”并非静月字体，在没有相反证据推翻国作登字-2017-F-00457151 作品登记证书的情况下，可以认定文

系第三人吕良于 2013 年 8 月 1 日创作完成的美术作品。至于吕良是否获得案外人株式会社白舟书体的授权，是否系在静月字体基础上进行二次创作而形成夕

美术作品，案外人株式会社白舟书体是否与吕良、湖南茶悦公司存在著作权纠纷，均与本案无关，本院不予评述。广州洛旗公司关于大

侵犯静月字体著作权的上诉理由不成立，本院不予采纳。

女
子
六
寸
小
尤
尸

综上所述，虽然湖南茶悦公司、广州洛旗公司在使用各自注册商标时均存在非规范使用的问题，但湖南茶悦公司于 2015 中

山
《
工
己
巾
干
么
广
及

年 10 月 21 日即已开始使用，并于 2016 年后期开始在门店中统一、稳定地使用。此时尚无其他经营者使用相同或者近似的商业装潢，其主观目的是为了提升“茶颜悦色”茶饮品的显著特征，客观效果是在消费者中形成了一定影响，法律应当对此种诚信经营行为给予肯定性评价，故可以基于湖南茶悦公司的长期、稳定地使用而成为合法的装潢权客体，受到反不正当竞争法的保护。而广州洛旗公

司最早使用的时间为 2017 年 8 月 22 日，晚于湖南茶悦公司开始使用的时间。此时案涉装潢已经具有一定影响，广州洛旗公司仍然在相同经营业态中使用高度近似的商业标识，其主观目的是为了混淆市场，客观效果是造成消费者误认为其系“茶颜悦色”门店，法律应当对此种非诚信经营行为给予否定性评价，故不能成为合法的装潢权客体受到反不正当竞争法的保护。据此，本院认定，广州洛旗公司擅自使用了与湖南茶悦公司有一定影响的商品装潢近似的商业标识，构成不正当竞争。广州洛旗公司关于未实施该项不正当竞争行为的上诉理由不成立，本院不予采纳。

三、关于编造传播虚假信息的不正当竞争行为。《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条规定，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。本院具体分析如下：

（一）如何认定发布虚假门店照片的行为

《中华人民共和国民事诉讼法》第六十五条规定，当事人对自己提出的主张应当及时提供证据。人民法院根据当事人的主张和案件审理情况，确定当事人应当提供的证据及其期限。《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第九十条第二款规定，在作出判决前，当事人未能提供证据或者证据不足以证明其事实主张的，由负有举证证明责任的当事人承担不利的后果。

《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第八十五条第二款规定，审判人员应当依照法定程序，全面、客观地审核证据，依据法律的规定，遵循法官职业道德，运用逻辑推理和日常生活经验，对证据有无证明力和证明力大小独立进行判断，并公开判断的理由和结果。本院具体分析如下：

1、关于照片并

是否虚假。湖南茶悦公司指认了其所主张的该照片对应门店地址，并提供了形成于本案成诉之前的对应照片。本院组织双方对该地址上的“茶颜悦色”门店进行了实地查勘。经比对，三张照片中的店招底板、店招雨棚、仕女图与“茶颜悦色”（“茶颜观色”）的位置关系、门店与相邻建筑物的位置关系完全相同。在广州洛旗公司和湖南茶悦公司的照片中，相邻建筑物上均有一个形状相同的空调出风口。在本院实地查勘的照片中，虽然相邻建筑物上多出一个面积较小的空调出风口，但该照片系由本院拍摄于2021年11月5日，相邻建筑物墙面上搭建了新的文化石门廊，而露出文化石门廊外的墙面瓷砖仍然与广州洛旗公司、湖南茶悦公司照片中的相邻建筑物墙面瓷砖完全一致。因此，本院实地查勘所见相邻建筑物墙面上多出的空调出风口，明显系相邻建筑物改造后的结果。上述三张照片所涉门店高度一致，根据日常生活经验，湖南茶悦公司的主张具有高度盖然性，其举证责任已经履行完毕。现广州洛旗公司仍辩称，被诉侵权照片系对自营或加盟门店拍摄所得，故应由其对此承担举证责任。为充分保障广州洛旗公司的诉讼权利，本院要求其在指定限期内提交自营或加盟门店的证明材料，或者提交照片来源的证明材料，但广州洛旗公司逾期仍未提供，故应由其承担举证不能的不利后果。据此，本院认定，广州洛旗公司发布的该照片系对湖南茶悦公司“茶颜悦色”门店拍摄后，再对门头店招进行修改的结果，其行为构成虚假宣传。广州洛旗公司关于该项行为不构成虚假宣传的上诉理由不成立，本院不予采纳。

2、关于照片弋

是否虚假。湖南茶悦公司指认了其所主张的该照片对应门店地址，并提供了形成于本案成诉之前的对应照片。本院组织双方对该地址上的“茶颜悦色”门店进行了实地查勘。虽然本院实地查勘的门店与广州洛旗公司、湖南茶悦公司的照片均不一致，但该照片系由本院拍摄于2021年11月5日，而湖南茶悦公司述称

该门店进行了旗舰店改造。由于该解释具有一定的现实合理性，在不能对该解释的真实性进行最终判断的情况下，本院不以实地查勘照片作为对比样本。通过比对广州洛旗公司和湖南茶悦公司的照片，两者的屋檐样式、店招底板、店招底板所附着的底板、店招底板与其所附着底板的位置关系、仕女图与“茶颜悦色”（“茶颜观色”）的位置关系、店招下部灯泡数量、店招下部灯泡与仕女图和“茶颜悦色”（“茶颜观色”）的位置关系、门店左侧广告牌、门店左侧广告牌所附着的底板、门店左侧广告牌与其所附着底板的位置关系等完全一致。根据日常生活经验，湖南茶悦公司的主张具有高度盖然性，其举证责任已经履行完毕。现广州洛旗公司仍辩称，被诉侵权照片系对自营或加盟门店拍摄所得，故应由此对此承担举证责任。为充分保障广州洛旗公司的诉讼权利，本院要求其在指定限期内提交自营或加盟门店的证明材料，或者提交照片来源的证明材料，但广州洛旗公司逾期仍未提供，故应由此承担举证不能的不利后果。据此，本院认定，广州洛旗公司发布的该照片系对湖南茶悦公司“茶颜悦色”门店拍摄后，再对门头店招进行修改的结果，其行为构成虚假宣传。广州洛旗公司关于该项行为不构成虚假宣传的上诉理由不成立，本院不予采纳。

3、关于照片弓

是否虚假。湖南茶悦公司指认了其所主张的该照片对应门店地址，并提供了形成于本案成诉之前的对应照片。本院组织双方对该地址上的“茶颜悦色”门店进行了实地查勘。比对上述三张照片，右侧墙面上的装饰、设施、设备，背景墙上的显示屏与广告牌的位置关系，茶桶的数量及与其他设施、设备的位置关系等均不一致。现湖南茶悦公司明确表示，其所主张的虚假宣传行为是广州洛旗公司利用照片修改技术变更商业标识的行为，未主张广州洛旗公司同时修改了装饰、设施、设备等其他内容。根据日常生活经验，被诉侵权照片中的门店不是湖南茶

悦公司“茶颜悦色”门店的可能性更高。由于湖南茶悦公司提交的证据尚未达到高度盖性，举证责任不能发生倒置，即便广州洛旗公司未在本院指定限期内提交自营或加盟门店的证明材料，或者照片来源的证明材料，广州洛旗公司亦不承担举证不能的不利后果。据此，本院认定，广州洛旗公司发布的该照片不是对湖南茶悦公司“茶颜悦色”门店拍摄后，再对门头店招进行修改的结果，其行为不构成虚假宣传。广州洛旗公司关于该项行为不构成虚假宣传的上诉理由成立，本院予以采纳。

（二）如何认定发布虚假品牌历史的行为

虽然广告宣传可以对商业行为进行艺术化的加工润色，但润色文字不等同于篡改事实，广告宣传的艺术加工不能改变商业行为的基本事实。本案中，广州洛旗公司通过其官网、微信公众号、小红书等渠道，声称“茶颜观色商标 2004 年由 BOSS 注册，2008 年取得茶颜观色商标权”。但事实上，第 4281333 号

注册商标由案外人柴泽军于 2008 年 3 月 14 日申请注册，广州洛旗公司系以受让方式获得该注册商标专用权。第 32204895 号

注册商标由案外人广州凯昇餐饮管理有限公司于 2017 年 7 月 12 日申请注册，广州洛旗公司以受让方式获得注册商标专用权。广州洛旗公司裁剪、嫁接品牌发展历史的行为，已经改变了商标注册及转让的基本事实，超出了艺术加工的合理范围，足以使消费者产生错误认知，进而影响消费选择。据此，本院认定，广州洛旗公司发布虚假品牌历史的行为构成虚假宣传。广州洛旗公司关于该项行为不构成虚假宣传的上诉理由不成立，本院不予采纳。

四、关于如何承担法律责任的问题。《[中华人民共和国侵权责任法](#)》[第十五条](#)规定，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。本院具体分析如下：

（一）停止侵权行为。广州洛旗公司擅自使用与湖南茶悦公司有一定影响的商品装潢近似的商业标识，故应当停止使用。广州洛旗公司发布了两张虚假照片，故应当停止使用。一审判决第一项关于停止侵权行为的文字表述虽然正确，但由于本院认定的侵权标识和侵权照片与一审法院认定的内容不完全一致，故应以本院判决所确定的具体内容为准，即停止使用彳

、心

、戈

（详见附表9）。

（二）赔偿经济损失。《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第十七条](#)[第四款](#)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难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予权利人五百万元以下的赔偿。本院具体分析如下：

1、元素减少是否导致赔偿减少。《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第六条第一款](#)所禁止的是擅自使用与他人有一定影响的商品装潢相同或者近似的标识，从而造成市场混淆的不正当竞争行为。市场混淆所产生的损害后果，与装潢元素的具体构成数量，没有法律上的因果关系。判断赔偿数额的依据是不正当竞争行为给权利人造成的损害后果，而不是商品装潢的构成元素。不论一审法院认定的十一项元素，还是本院认定的三项元素，广州洛旗公司不正当竞争行为的实施对象、实施方式均未发生变化，混淆、挤占湖南茶悦公司市场份额的损害后果也没有发生变化，故装潢元素数量的增加或者减少不必然导致赔偿数额增加或者减少。

2、开店区域是否影响损失认定。虽然湖南茶悦公司仅在长沙市、武汉市常德市开设门店，但案涉商品装潢的知名度已经超出上述区域，“茶颜悦色”门店成为吸引外地游客到长沙的名片，武汉市的“茶颜悦色”门店亦吸引大量消费者排队购买。广州洛旗公司在全国以招商加盟方式使用侵权标识的不正当竞争行为，必然导致湖南茶悦公司市场份额的减损。从现有证据来看，确实有消费者因为误认而选择了“茶颜观色”茶饮品。因此，广州洛旗公司关于湖南茶悦公司没有损失的上诉理由不成立，本院不予采纳。

3、自由裁量是否应当予以调整。湖南茶悦公司提交的证据不能充分证明广州洛旗公司的获利，亦不能充分证明其所遭受的损失。一审法院根据案涉装潢的知名程度、广州洛旗公司的侵权情节、广州洛旗公司的经营规模、湖南茶悦公司的维权成本等因素，判令广州洛旗公司与广州凯郡公司共同赔偿湖南茶悦公司经济损失(含合理维权费用)1500000元，判令广州洛旗公司与刘琼饮品店共同赔偿湖南茶悦公司经济损失(含合理维权费用)200000元，系其依法行使自由裁量权的结果。在广州洛旗公司未举证证明该数额明显错误或者不合理的情况下，本院予以尊重。

(三)声明消除影响。广州洛旗公司实施的上述不正当竞争行为在消费者中造成了混淆，通过消费者在微博中的留言，在第三方网站上的评价，以及相关媒体的报道来看，这种混淆确实给湖南茶悦公司的企业名誉、商业信誉带来不良影响，故湖南茶悦公司有权要求广州洛旗公司消除影响。一审法院根据广州洛旗公司造成的影响范围、消除相关公众误解的途径、判决内容的可执行性等，判令广州洛旗公司在《中国知识产权报》上刊发消除影响的声明(声明内容刊登前须经该院审查，刊登要求为非中缝版面面积不小于12.0cm*12.0cm)，系其依法行使自由裁量权的范围。在广州洛旗公司未举证证明该判决内容明显错误或者不合理的情

况下，本院予以尊重。

五、关于是否严重违法法定程序的问题。《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第三百二十五条规定，下列情形可以认定为民事诉讼法第一百七十条第一款第四项规定的严重违法法定程序：（一）审判组织的组成不合法的；（二）应当回避的审判人员未回避的；（三）无诉讼行为能力人未经法定代理人代为诉讼的；（四）违法剥夺当事人辩论权利的。本院具体分析如下：

（一）关于对饮品调制过程的认定。广州洛旗公司上诉认为，湖南茶悦公司未就“茶颜悦色”茶饮品现场调制流程（包括致欢迎词、产品推荐、点单等程序）的真实性举证，一审法院也未就该事实进行质证，故一审判决直接认定该项事实，严重违反了法定程序。本院认为，一审法院依据在案证据，遵循法官职业道德，运用逻辑推理和日常生活经验认定事实，系其依法行使审判权的范围。一审法院认定的结果是否正确，与其是否违反民事诉讼证据规则不具有法律上的对应关系。即便湖南茶悦公司未就该事实提供证据，或者一审法院认定的该项事实不成立，也不等同于一审法院存在隐瞒诉讼证据、剥夺质证权利的程序违法行为。根据在案材料显示，一审法院未违反《中华人民共和国民事诉讼法》《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》关于举证、质证、认证的强制性或禁止性规定。同时，在案证据可以证明，“茶颜悦色”门店的饮品均非现成产品，需要现场调制。但在案证据无法证明现场制作流程、销售流程、致欢迎词流程等事实，本院已采纳广州洛旗公司的质证意见未予确认。因此，广州洛旗公司在本案中举证、质证的诉讼权利并未受到侵害，该项上诉理由不成立，本院不予采纳。

（二）关于对提供经营信息的认定。广州洛旗公司上诉认为，本案不涉及身份关系或者公益诉讼，不符合人民法院依职权主动调查取证的条件，一审法院要求

其提供特许经营资质、加盟店数量、加盟费数额等经营信息，严重违反了法定程序。本院认为，《最高人民法院关于依法加大知识产权侵权行为惩治力度的意见》（法发〔2020〕33号）第9条规定，权利人依法请求根据侵权获利确定赔偿数额且已举证的，人民法院可以责令侵权人提供其掌握的侵权获利证据。本案中，湖南茶悦公司提交了《茶颜观色合作政策》等证据，拟证明广州洛旗公司因不正当竞争行为而可获得高额利益，并要求赔偿损失2480000元。一审法院据此要求广州洛旗公司提供相关材料，并无不妥。至于一审法院最终是否依据该条规定认定损失，则不属于程序审查的范围。广州洛旗公司的该项上诉意见不成立，本院不予采纳。

（三）关于对调查取证时间的认定。广州洛旗公司上诉认为，当事人仅能在举证期限届满前申请法院调查收集证据，一审庭审已于2021年1月4日结束，但一审法院于2021年4月8日要求其提交上述经营信息材料，严重违反了法定程序。本院认为，虽然《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第九十四条第三款规定“当事人及其诉讼代理人因客观原因不能自行收集的证据，可以在举证期限届满前书面申请人民法院调查收集”，但该条款是对当事人申请法院调查取证所作出的期限规定。而一审法院系依职权责令广州洛旗公司提供其掌握的侵权获利证据，不属于该条款的适用情形，故广州洛旗公司的该项上诉意见不成立，本院不予采纳。

综上所述，广州洛旗公司的上诉请求不能成立，应予驳回；一审判决认定事实虽有瑕疵，但处理结果正确，应予维持。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十条第一款第一项、最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第三百三十四条规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

二审案件受理费 29040 元，由广州洛旗餐饮管理有限公司负担。

本判决为终审判决。

审判长 左武

审判员 闵俊伟

审判员 孙一中

二〇二一年十一月二十六日

书记员 何叶

附表 1

18175 号

18176 号

18177 号

18179 号

茶颜悦色

有

有

有

有

仕女图

有

有

有

有

新中式 鲜茶

门头上无，呼叫机背面有小字体

门头上无，呼叫机背面有小字体

门头上无，呼叫机背面有小字体

有

越中国更时尚

门头上无，呼叫机背面有小字体

门头上无，呼叫机背面有小字体

门头上无，呼叫机背面有小字体

门头上无，台面上糖度/冰度标卡上有

不盲从敢不同

墙面上无，在可活动围栏上有小字

无

墙面上无，在可活动围栏上有小字

有

我不源自英伦…

有

无

有

有

中茶西做

无

无

无

无

爆款定名声

无

无

无

无

雨天半价

有

有

有

有

周三半价

实际为“周三特惠”

实际为“周三特惠”

实际为“周三特惠”

实际为“周三特惠”

浣纱录、红颜、豆蔻、花间词

有“浣纱录、红颜”，无“豆蔻、花间词”

有“浣纱录、红颜”，无“豆蔻、花间词”

有“浣纱录、红颜”，无“豆蔻、花间词”

有

集点卡

无

无

无

无

附表 2

广州洛旗公司网站照片

湖南茶悦公司网站照片

实地勘查照片

户

手

支

支

文

斗

斤

方

无

附表 3

静月字体

(繁体颜字)

静月字体

(简体颜字)

宋体

华文行楷

幼圆

华文琥珀

日

日

茶颜悦色

茶颜悦色

茶颜悦色

茶颜悦色

月

木

茶颜观色

茶颜观色

茶颜观色

茶颜观色

附表 4

静月字体(简体)

静月字体(繁体)

吕良创作字体

欠

止

歹

附表 5

爻

母

比

毛

氏

气

附表 6

1 号仕女图

2 号仕女图

3 仕女图

水

火

爪

4 仕女图

5 仕女图

6 仕女图

父

爻

丹

7 号仕女图

片

附表 7

2013--2021

牙

牛

2015--2020

犬

玄

“浣纱绿、红颜、豆蔻、花间词”组成的饮品单

2016 年后期--2021

玉

(不包括“茶”字纹色彩)

瓜

“浣纱绿、红颜”组成的饮品单

瓦

2020-2021

甘

(不包括“茶”字纹色彩)

生

“浣纱绿、红颜”组成的饮品单

用

“雨天半价”标语

附表 8

茶颜悦色标识

茶颜观色标识

田

(不包括“茶”字纹色彩)

疋

附表 9

停止使用的侵权标识和照片

广

兴

白

附相关法律条文：

《中华人民共和国民事诉讼法》

第一百七十条第二审人民法院对上诉案件，经过审理，按照下列情形，分别处理：

(一)原判决、裁定认定事实清楚，适用法律正确的，以判决、裁定方式驳回上诉，维持原判决、裁定；

(二)原判决、裁定认定事实错误或者适用法律错误的，以判决、裁定方式依法改判、撤销或者变更；

(三)原判决认定基本事实不清的，裁定撤销原判决，发回原审人民法院重审，或者查清事实后改判；

(四)原判决遗漏当事人或者违法缺席判决等严重违反法定程序的，裁定撤销原判决，发回原审人民法院重审。

原审人民法院对发回重审的案件作出判决后，当事人提起上诉的，第二审人民法

院不得再次发回重审。

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》

第三百三十四条原判决、裁定认定事实或者适用法律虽有瑕疵，但裁判结果正确的，第二审人民法院可以在判决、裁定中纠正瑕疵后，依照民事诉讼法第一百七十条第一款第一项规定予以维持。

©北大法宝：（www.pkulaw.com）专业提供法律信息、法学知识和法律软件领域各类解决方案。北大法宝为您提供丰富的参考资料，正式引用法规条文时请与标准文本核对。欢迎查看所有[产品和服务](#)。

[法宝快讯：如何快速找到您需要的检索结果？法宝 V6 有何新特色？](#)



扫描二维码阅读原文

原文链接：

<https://www.pkulaw.com/pfnl/95b2ca8d4055fce1153acf35a66c54952e866fd205fbf0e4bdfb.html>