

红牛维他命饮料有限公司等与南岸兴久源酒水经营部擅自使用知名商品特有名称、包装、装潢纠纷上诉案

红牛维他命饮料有限公司等与南岸兴久源酒水经营部擅自使用知名商品特有名称、包装、装潢纠纷上诉案

重庆市高级人民法院

民事判决书

(2019)渝民终 2155 号

上诉人(原审原告): [红牛维他命饮料有限公司](#), 住所地北京市怀柔区雁栖工业开发区 88 号, 统一社会信用代码 91110000618908360E。

法定代表人: 严彬(CHANCHAI RUAYRUNGRUANG), 董事长。

委托诉讼代理人: 袁野, [重庆西商律师事务所](#)律师。

委托诉讼代理人: 吴方朔, [北京市汉坤律师事务所](#)律师。

上诉人(原审被告): 眉山市万佳来鹤商贸有限公司, 住所地四川省眉山市东坡区迎春路, 统一社会信用代码 915114026674028095。

法定代表人: 杨大志, 执行董事。

委托诉讼代理人: 王薇蕾, [重庆坤源衡泰律师事务所](#)律师。

上诉人(原审被告): 四川富顺天菊食品饮料有限公司, 住所地四川省自贡市富顺县晨光科技园区(东湖镇南环路), 统一社会信用代码 91510322692286109P。

法定代表人: 陈赐祥, 董事长。

委托诉讼代理人: 李邦军, [四川旭兴律师事务所](#)律师。

委托诉讼代理人: 邹亚丽, [四川旭兴律师事务所](#)律师。

被上诉人(原审被告): 南岸区兴久源酒水经营部, 住所地重庆市南岸区南坪东路 45 号 1-3 号。

经营者: 雷军。

第三人: 天丝医药保健有限公司(T.C. Pharmaceutical Industries Co., Ltd.), 住所地泰国曼谷邦蓬区邦蓬分区奕格猜路 288 号。

法定代表人: 许馨雄, 董事。

法定代表人: 许明, 董事。

委托诉讼代理人: 乔平, [北京市环球律师事务所律师](#)。

委托诉讼代理人: 李雨辰, [北京市环球律师事务所律师](#)。

上诉人红牛维他命饮料有限公司(以下简称红牛公司)、眉山市万佳来鹤商贸有限公司(以下简称万佳来鹤公司)、四川富顺天菊食品饮料有限公司(以下简称天菊公司)与被上诉人南岸区兴久源酒水经营部(以下简称兴久源经营部)及第三人天丝医药保健有限公司(以下简称天丝医药公司)擅自使用知名商品特有包装、装潢纠纷一案, 不服重庆市第五中级人民法院作出的(2018)渝 05 民初 4029 号民事判决, 向本院提起上诉。本院于 2019 年 11 月 21 日立案后, 天丝医药公司申请以无独立请求权第三人身份参加本案二审审理, 认为本案的处理结果与天丝医药公司有法律上的重大利害关系。根据《[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](#)》第八十一条的规定, 为了查明本案事实, 本院同意天丝医药公司以无独立请求权第三人身份参加本案二审审理。

本院依法组成合议庭, 于 2020 年 1 月 14、15 日, 2021 年 4 月 9 日、5 月 28 日公开开庭审理了本案。本院在审理过程中, 万佳来鹤、天菊、天丝医药公司均提出了中止审理申请, 认为最高人民法院审理的红牛公司诉天丝医药公司“红牛”系列商标权权属案[一审案号为(2018)京民初 166 号、二审案号为(2020)最高

法民终 394 号]是本案审理的前提，该案件还在审理中，本案应该以该案件的审理结果为前提，请求本院中止审理本案。本院经审查认为：涉案包装、装潢涉及第 878072 号商标，最高人民法院正在审理的红牛公司诉天丝医药公司“红牛”系列商标权权属案中包含了上述商标。上述商标的权属归属直接影响本案的裁决结果，因而本案须以最高人民法院正在审理的红牛公司诉天丝医药公司“红牛”系列商标权权属案的审理结果为依据，遂裁定本案中止诉讼。最高人民法院于 2020 年 12 月 21 日对该案作出判决。本院于 2021 年 1 月恢复本案审理。上诉人红牛公司的委托诉讼代理人吴方朔、袁野，上诉人万佳来鹤公司委托诉讼代理人王薇蕾，上诉人天菊公司委托诉讼代理人李邦军、邹亚丽，第三人天丝医药公司委托诉讼代理人乔平、李雨辰，到庭参加了诉讼。被上诉人兴久源经营部经传票传唤无正当理由拒不到庭参加诉讼，本院依法缺席审理了本案。本案现已审理终结。

红牛公司上诉请求：一、撤销一审判决第六项，依法改判万佳来鹤公司赔偿红牛公司经济损失及合理开支共计 1000 万元，天菊公司对其中的 900 万元承担连带责任；二、由万佳来鹤公司、天菊公司、兴久源经营部承担本案的全部诉讼费用。事实及理由：一、万佳来鹤公司与天菊公司在受行政处罚后，仍持续销售涉案产品，其情节恶劣、侵权恶意明显，应在法定赔偿的基础之上提高赔偿数额，以实现惩罚性赔偿的补充适用。万佳来鹤公司早在 2018 年 9 月即已被原四川省自贡市工商行政管理局(以下简称原自贡工商局)出具的川工商自处字〔2018〕0122 号《行政处罚决定书》进行了行政处罚，但此后，万佳来鹤公司拒不召回在售侵权产品，并放任侵权影响持续。红牛公司向一审法院提交的(2018)渝中信证字第 21351 号公证书载明，截至 2018 年 12 月 20 日，涉案产品仍在市场上持续销售，涉案产品的侵权影响仍在持续和扩大。一审法院在计算赔偿数额时未能考虑上述事实，应予调整。而且，即便仅依据生效行政决定所认定的货值进行计算，

也已超过本案判赔额。二、有一定影响商品的包装、装潢受保护的程度应考虑其知名度；涉案红牛维生素功能饮料及其包装、装潢具有极高的知名度和影响力，理应给予更高程度的保护。只有通过提高判赔金额，提升侵权成本，打击情节严重的恶意知识产权侵权行为符合当前加强知识产权保护的司法大趋势。

万佳来鹤公司上诉请求：一、判决撤销重庆市第五中级人民法院(2018)渝05民初4029号民事判决书，发回重审或者查明案件事实上判决驳回红牛公司的诉讼请求；二、一审、二审案件受理费由红牛公司承担。事实和理由：一、红牛公司不是本案适格的原告。红牛公司系中外合资企业，营业期限自1998年9月30日至2018年9月29日。本案立案时间是2018年12月26日，立案时红牛公司已经不具备合法经营的法律资格。二、涉案商品的来源没有查清。本案的起因系雷军销售涉案商品，由于雷军未到庭参加诉讼，涉案商品的来源没有查清。不排除雷军自己冒用红牛公司名义进行生产和销售涉案商品，甚至红牛公司与雷明及其他案外人恶意串通进行虚假诉讼。本案应该依法拘传雷军到庭查明案件基本事实。三、一审法院错误认定红牛公司享有包装、装潢权益。红牛公司与天丝医药公司即红牛系列注册商标在中国的所有权人之间系商标许可使用关系。天丝医药公司许可红牛公司使用红牛系列注册商标仅仅至2016年10月6日，此后天丝医药公司不仅未继续许可红牛公司使用红牛商标，而且还就红牛公司侵权使用红牛商标的行为向黑龙江省高级人民法院提起了商标侵权诉讼。可见，红牛公司自2016年10月7日之后根本无权使用任何红牛商标，更无权就以红牛商标为主要组成部分的包装、装潢主张任何权益。

四、一审法院应该依法中止案件审理。一审法院已经查明，红牛公司与天丝医药公司有多起涉及商标权的诉讼未结案，本案争议标的包装、装潢与天丝医药公司红牛系列注册商标存在紧密联系，必须以前述案件的审理结果为依据，因而

应该中止本案审理，请求二审法院中止本案审理，待商标权确权后继续审理。

五、一审法院应该依法追加“南充市嘉陵区浓一点食品饮料有限公司”（以下简称浓一点公司）为当事人参加诉讼，查明案件基本事实。一审中，万佳来鹤公司提供了充分的证据证明涉案商品系案外人浓一点公司冒用万佳来鹤公司名义进行生产和销售。万佳来鹤公司也多次依法要求一审法院依法追加浓一点公司为当事人参加诉讼，查明本案基本事实。但一审法院未依法准许，更让上诉人意外的是红牛公司也不同意追加。

天菊公司上诉请求：一、撤销重庆市第五中级人民法院作出的(2018)渝05民初4029号民事判决，发回重审或依法改判驳回红牛公司的全部诉讼请求。二、本案一、二审诉讼费用全部由红牛公司承担。事实和理由：一、红牛公司举示的被控侵权产品，并非万佳来鹤公司委托天菊公司生产。（一）涉案产品与万佳来鹤公司委托天菊公司生产产品的区别：1. 红牛公司举示的公证实物以及其外包装纸箱上虽然载明中国运营商为万佳来鹤公司、委托生产商为天菊公司等信息，但未有任何审查而不具有唯一性，可以被假冒，不能绝对性地指向万佳来鹤公司和天菊公司。2. 通过中国商品信息平台查询得知，涉案公证实物的商品条形码6971242580909 归属于浓一点公司。3. 公证实物外包装上载明的全国免费热线电话xxx，通过 360 浏览器查询到该热线电话归属于浓一点公司，如无相反证据证明400-007-1028 曾经归属于他人，那么应当推定该号码归属于浓一点公司。4. 根据眉山市市场监督管理局出具《协助调查复函》可知，

天菊公司生产的产品罐底标注的生产日期系不含英文字母的，而涉案公证实物产品罐底标注的生产日期后面包含有“N”、“Z”英文字母。5.

天菊公司生产的产品双牛图案右上方标注的是版权局号，涉案公证实物双牛图案右上方是“TM”字样；6.

天菊公司生产的产品字体大小与涉案公证实物不一致；7.

天菊公司生产的产品保质期是 18 个月，涉案公证实物的保质期是 24 个月；8.

天菊公司加工的产品双牛的图案与涉案公证实物的双牛图案在牛头、牛腿、牛背、牛尾等部位及牛的动作幅度都不一样。(二)涉案产品与浓一点公司生产的产品存在相同点：1. 海南省食药监局稽查局查获的浓一点公司生产的产品与涉案公证实物特征一致；2. 浓一点公司产品和涉案公证实物双牛图案右上方均是

“TM”字样；3. 浓一点公司产品和涉案公证实物底部生产日期后面都包含有

“N”、“Z”字母，而且位置都一样；4. 浓一点公司产品和涉案公证实物的双牛图案一模一样。且浓一点公司曾在南充市市场监督管理局的调查中认可其伪造生产销售

天菊公司和万佳来鹤公司的“Thailand Red Bull”维生素能量饮料产品。事实上，万佳来鹤公司曾于 2018 年委托天菊公司生产了三批次“Thailand Red Bull”维生素能量饮料，生产日期为 2018 年 7 月 12 日、2018 年 7 月 21 日、2018 年 8 月 24 日，共计 3457 件，该三批次产品于 2018 年 8 月 6 日被原自贡工商局扣押，并于 2018 年 11 月全部销毁，产品未流入市场。除此之外，天菊公司并未代加工过任何与“Thailand Red Bull”维生素能量饮料有关的产品，天菊公司为假冒生产商行为的直接受害者。二、红牛公司不是本案适格原告。其营业期限已经届满，虽申请延期但至今尚未得到延长，红牛公司提交其主体资格适格的营业执照的营业期限已经到期。三、天菊公司申请中止本案审理。现国内有多起红牛公司与天丝医药公司的诉讼案件，红牛公司是否拥有金罐包装、装潢权益还待定，申请中止审理，待包装、装潢权益归属明确后再进行本案审理。四、红牛公司对红牛维生素功能饮料的包装、装潢并不拥有权益。1. 红牛公司与天丝医药公司关于商标权属及侵权纠纷正在被其他法院审理，在红牛公司与天丝医药公司的注册

商标的权利冲突尚未解决之前，红牛公司不是合法正当的包装、装潢权益人，无权向天菊公司主张包装、

装潢权益。2. 红牛公司主张的包装、装潢如果不包含天丝医药公司的注册商标，只有处于公共领域的一些公共元素，不能证明这些公共元素具有一定的影响和区分特征，红牛公司对此不享有包装、

装潢权益。3. 红牛公司本身即为侵权行为人，不能因其侵权行为获得任何利益。五、天菊公司属于受托生产，在生产之前要求委托方万佳来鹤公司提供了其营业执照副本、版权登记证书、授权委托书，并在企业公众信息网上对万佳来鹤公司的企业信息进行了核实，尽到了作为一个小企业在接受委托加工时应尽的合理审查的注意义务，并且在《委托加工合同》中明确载明：若委托生产的产品标识图形涉及知识产权纠纷等问题，相关责任均由委托方承担。天菊公司不存在任何侵权的故意或过失，不应当承担责任，更不应当承担连带责任。六、一审判决的赔偿数额并无明确的事实基础和法律依据。红牛公司未能提供证据证明其实际损失，且其提供的律师费票据因未有付款凭证和代理合同佐证，也无法证明其合理开支。而在无充分证据的情况下，一审法院判决未对经济损失和合理开支进行区分，也未明示相关事实和法律依据，仅笼统认定损失总额为 200 万元，并要求天菊公司承担其中 150 万元的连带赔偿责任，明显缺乏事实和法律依据。且判决兴久源经营部只承担 2 万元的赔偿责任，而要求天菊公司在 150 万元的限额内承担连带赔偿责任，明显属于适用法律错误。七、天菊公司受托生产的

“Thailand Red Bull” 维生素功能饮料已被行政机关全部销毁，并没有继续生产，也没有库存，因此红牛公司要求天菊公司停止生产销售、销毁库存、赔礼道歉的请求缺乏事实基础和法律依据。

红牛公司辩称，一、红牛公司有诉讼主体资格，是本案适格原告，虽然营业

执照期限已经届满，但期限届满前已经依法向工商部门提出延期申请，且提交了工商部门要求的申请文件，该申请已经被受理，目前在处理过程中。泰方股东以营业期限届满为由向法院提起的强制清算诉讼由北京市高级人民法院作出不予受理的终审判决，红牛公司不存在清算情形，依法具有主体资格。二、本案不存在中止事由，不应中止审理。本案所指的涉案商品包装、装潢权益，与注册商标专用权不同。有一定影响的商品的包装、装潢权益是基于其独特设计、具有区别商品来源的显著特征而取得，是通过长期使用、宣传而形成，是一种整体的、独立的权益；而注册商标专用权是经行政机关登记注册而取得的。本案中，红牛维生素功能饮料的包装、装潢已经通过设计者、使用者的主观意愿，将“RedBull 红牛及图”注册商标与包装、装潢的其他要素形成了紧密联系，成为了不可分割的整体。红牛维生素功能饮料的立体商标归属对本案没有影响，红牛公司主张的包装、装潢权益是 1996 年开始使用并经过多年培育产生，2008 年广东省高级人民法院判决认可红牛公司拥有金罐包装、装潢权益，2012 年天丝医药公司恶意抢注立体商标与红牛公司金罐包装、装潢几乎一样，注册时间在红牛公司获得包装、装潢权益后，不应对红牛公司在先的权益产生影响。天丝医药公司提起的多起商标侵权诉讼没有涉及包装、装潢，因此不应影响本案审理。三、本案不需要追加浓一点公司参加诉讼。原自贡工商局查处决定中的图样与涉案包装、装潢一致，查处的是万佳来鹤公司和天菊公司，查处产品条码与涉案产品一致。一审庭审中万佳来鹤公司和天菊公司当庭自认。仅以涉案商品使用案外人条码主张涉案商品不是万佳来鹤公司和天菊公司生产是不成立的。四、红牛公司对涉案包装、装潢享有权益。红牛维生素功能饮料是有一定影响的商品，包装、装潢是 1996 年设计使用，不是相关商品通用，具有识别商品的特征，经过长时间、广泛使用宣传，使得该包装、装潢与红牛公司形成稳定、唯一关系，该包装、装潢明确起到识别商

品来源的作用。广东省高级人民法院的生效判决也确认红牛公司享有包装、装潢权益。五、涉案侵权产品是万佳来鹤公司委托天菊公司生产。侵权行为是基于原自贡工商局的行政处罚决定，处罚后该侵权产品仍在流通销售，2018年12月公证购买证据显示涉案产品运营商为万佳来鹤公司，生产商为天菊公司，食品生产许可证 sc10xxx200016 与万佳来鹤公司在食品代理网发布的一致。六、一审法院判赔金额过低，不足以弥补红牛公司损失及有效制止侵权行为。原自贡工商局查处290万元，被控侵权产品生产日期2018年3月到万佳来鹤公司、天菊公司被工商机关查处有5个月，红牛公司认为在此期间侵权行为是持续的，万佳来鹤公司、天菊公司获得的利益远超过红牛公司主张的赔偿金额。万佳来鹤公司、天菊公司是侵权产品运营商或生产者，均属于反不正当竞争法明确规定的经营者，应对侵权行为承担连带责任。

万佳来鹤公司辩称，一、红牛公司系中外合资企业，营业期限自1998年09月30日至2018年09月29日。本案立案时间是2018年12月26日，立案时红牛公司已经不具备合法经营的法律资格，红牛公司不是本案适格的原告。二、红牛公司与天丝医药公司之间的系列案件与本案息息相关，本案应该中止审理或直接驳回。三、本案应该追加浓一点公司参加诉讼，一审时万佳来鹤公司举示的证据形成证据链条，证明涉案公证侵权产品不是万佳来鹤公司和天菊公司生产、销售。如不追加是红牛公司放弃相关权利。四、天丝医药公司对红牛金罐享有立体商标权，红牛公司主张的包装、装潢权益侵犯天丝医药公司在先商标权及著作权，红牛公司不享有对红牛金罐包装、装潢权益。2016年10月之后红牛公司生产销售红牛金罐产品本身就是侵权行为。五、一审判赔金额过高，万佳来鹤公司曾经生产的侵权产品已经销毁，只获利6万元左右，该侵权产品不是本案侵权产品。

天菊公司辩称，一、红牛公司起诉时已经不具备合法经营的法律资格，红牛公司不是本案适格的主体。二、红牛公司与天丝医药公司之间的系列案件与本案息息相关，本案应该中止审理。三、涉案产品与浓一点公司生产的产品存在诸多相同点，万佳来鹤公司委托天菊公司曾经生产的侵权产品已经全部销毁，涉案侵权产品来源未查清就认定万佳来鹤公司委托天菊公司生产与事实不符，应追加浓一点公司参加诉讼查明事实真相。四、红牛公司在北京市高级人民法院判决中自认天丝医药公司享有红牛金罐立体商标、包装、装潢、著作权，天丝医药公司才是本案红牛金罐包装、装潢权益的享有者，红牛公司不享有红牛金罐包装、装潢权益。五、天菊公司只生产了侵权产品 3 批次，加工费收取了 6800 元，应收取 1 万多。此 3 批次产品的包装、装潢与涉案侵权产品的包装、装潢差异极大，涉案侵权产品不是天菊公司生产。即使认定侵权，也应与生产地位相当，一审判赔金额过高。不应连带责任，应是独立责任。

天丝医药公司述称，一、红牛公司向原北京市工商行政管理局延长经营期限的申请已经被该局不予受理，且结果已经生效，红牛对此也提起诉讼，不是其陈述的已经受理，所以红牛公司不是本案适格主体。二、黑龙江省高级人民法院案件决定了本案红牛公司生产销售红牛牌产品是否构成侵权和违法，国家知识产权局审理的案件及北京市高级人民法院审理的关于商标权属纠纷是本案审理的前提，本案应该中止审理。三、同意万佳来鹤公司、天菊公司的意见，本案应追加浓一点公司。四、天丝医药公司对涉案包装、装潢享有合法权益，天丝医药公司是红牛金罐包装、装潢的设计者和最早的使用者；天丝医药公司与红牛公司商标使用许可期限早已届满，红牛公司无权使用红牛系列商标，其所生产、销售的红牛饮料均属于侵权产品，不能构成有一定影响的商品，一审判决认定红牛公司产品属于有一定影响的商品，属于认定事实错误；红牛公司不是红牛金罐包装、装

潢权益的享有者，一审判决无视红牛公司使用红牛注册商标的来源及现状，认定红牛公司是红牛金罐包装、装潢权益的享有者，更是认定事实严重错误、适用法律严重错误。

红牛公司向一审法院起诉请求：1. 万佳来鹤公司、天菊公司和兴久源经营部立即停止使用与红牛公司有一定影响的商品包装、装潢相同或者近似的标识的不正当竞争行为，即立即停止生产、销售与红牛公司

“红牛维生素功能饮料”包装、装潢高度近似的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”产品，并销毁库存的侵权产品；2. 万佳来鹤公司、天菊公司、兴久源经营部在腾讯新闻、四川日报、重庆日报上连续 5 天发表声明，赔礼道歉并消除侵权行为给红牛公司造成的不良影响；3. 万佳来鹤公司、天菊公司、兴久源经营部共同赔偿红牛公司经济损失 1000 万元，以及红牛公司为制止侵权行为所支付的调查费、公证费、翻译费和律师费等合理费用 10 万元；4. 万佳来鹤公司、天菊公司、兴久源经营部连带承担本案的全部诉讼费用。

一审法院认定事实：

一、红牛维生素功能饮料的包装、装潢情况

红牛公司于 1995 年 12 月 25 日成立于深圳，后于 1998 年 9 月迁至北京，经营范围为生产红牛维他命系列饮料；销售自产产品。中国质量认证中心向红牛公司发放了有效期至 2018 年 4 月的“职业健康安全管理体系认证证书”“环境管理体系认证证书”“质量管理体系认证证书”“食品安全管理体系认证证书”等资质证书。

1996 年 7 月 18 日，红牛公司向原国家专利局申请了名称为“包装罐”的外观设计专利。1997 年 6 月 7 日，原国家专利局授予红牛公司专利号为 ZL96307886.0 的外观设计专利。2002 年 8 月 14 日，该专利权终止。该外观设计专利的主视图、

左视图、右视图、后视图、俯视图、立体图、展开图显示的外观特征为：1. 罐体通身为金黄；2. 金属罐体的上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟；3. 底部有一条凹进去的装饰沟；4. 罐体正面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案；5. 中部有中文

“红牛”以及英文“RedBull”的字样；6. 罐体下部配有蓝底白字的

“红牛维生素功能饮料”以及“Super Vitamin Drink”字样(见附图3)。

1996年6月8日,《重庆晨报》第5版即广告版面刊登了《历尽艰辛“红牛”归》《“红牛”渝州亮相》《“红牛”儿童孕妇不宜》《“红牛”与咖啡因》《红牛饮料在中国全面上市!》等,且刊登有红牛维生素功能饮料的罐装图案以及“请认准金罐”的字样。

2018年8月29日,红牛公司生产的红牛维生素功能饮料使用的包装、装潢见附图1。

二、万佳来鹤公司、天菊公司和兴久源经营部实施的被控侵权行为情况

(一)实物购买的证据保全情况

红牛公司的委托代理人沈子豪向重庆市中信公证处申请保全证据。该公证处公证人员与沈子豪于2018年12月20日15时13分来到位于重庆市南岸区南坪东路的“东路酒水”店(该店旁边的“乐泰亮甲”店的门牌地址为:南坪东路45号附5号),该店内悬挂的营业执照注册号:渝南龙门浩所500108600163886,名称:南岸区兴久源酒水经营部,经营场所:重庆市南岸区南坪东路45号1-3号,经营者:雷军。沈子豪在该店内购买了“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”一件(该商品的罐体及包装显示中国运营商名称:眉山市万佳来鹤商贸有限公司,委托生产商名称:四川富顺天菊食品饮料有限公司),共计消费150元,并取得收款单位为“南坪东路酒水批发部”的手写收据一张,在此过程中,公证人员用自有

手机进行拍照，饮料及收据由公证人员保管并带回公证处办公室进行拍照后密封。重庆市中信公证处于2018年12月24日出具了(2018)渝中信证字第21351号公证书，证明公证书所附的“收据”复印件与原件相符，所附的照片(打印并刻录入光盘)三十八张为现场拍摄，均与现场实际情况相符。公证书所附的No0007114“收据”显示：入账日期为2018年12月20日，收款方式为“现”，金额为150元，收款事由为购红牛壹件，并盖有“南坪东路酒水批发部”的印章。公证书所附的照片显示，公证购买的场所悬挂有兴久源经营部的营业执照。

公证的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的包装、装潢(见附图2，以下称公证实物)为：1. 易拉罐为金属圆柱罐体，通身底色为金黄色；2. 金属罐体上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟；3. 金属罐体底部有一条凹进去的装饰沟；4. 金属罐体正面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案；5. 中部有英文“Thailand Red Bull”及中文“维生素能量饮料”；6. 罐体下部配有蓝底白字的中文

“泰国红牛维生素功能饮料有限公司监制”以及英文“Thailand Red Bull Vitamin Functional Beverage Co., Ltd.

”；7. 食品生产许可证：SC10xxx200016；8. 出品商：泰国红牛维生素功能饮料有限公司；9. 中国运营商：眉山市万佳来鹤商贸有限公司；10. 生产商：四川富顺天菊食品饮料有限公司；11. 商品条码6971242580909；12. 全国免费热线400-007-1028；13. 罐底标注有

“20180318N 10:15:11Z”；14. 罐体下部有二维码。

公证实物包装箱上印刷有公证实物的易拉罐包装、装潢的图案，并配有“补充无限能量越超乎你的想象”字样。

通过中国商品信息服务平台查询商品条码6971242580909，结果显示该商品条

码对应的商品名称为“泰国红牛”，规格型号为 250ml 某 24，商标为 Thailand Red Bull，发布厂家为浓一点公司，条码状态为“经查，该商品条码已在中国物品编码中心注册，编码信息已按规定通报”。

(二)网页证据保全情况

北京汉坤律师事务所于 2019 年 4 月 16 日委托其代理人殷实向北京市长安公证处提出申请，申请北京市长安公证处对其代理人登录互联网络浏览相关页面的过程予以保全证据。

登陆“国家食品药品监督管理总局 CFDA”的网站，在“食品生产许可获证企业(SC)”栏目下查询到：天菊公司的许可证编号为 SC10xxx200016，食品类别为饮料。登陆“中国食品代理网”，查询到万佳来鹤公司的发布信息，其主页面右上方有“C 版权局号 2018-F-00515524”的字样，页面中间有 Thailand Red Bull 维生素能量饮料的罐装图片以及“泰国红牛维生素能量饮料挑战自己挑战不可能”“杨总 400-070-1866”的字样。在“公司介绍”页面中显示有“意向加盟 5130 人”的字样、Thailand Red Bull 维生素能量饮料罐装图片以及主打产品“泰国红牛维生素功能饮料礼盒装”字样及图片。在产品展示页面，有 Thailand Red Bull 维生素能量饮料的罐装以及箱装图片，泰国红牛维生素功能饮料礼盒装的图片。在“诚信档案”栏项下的“资质证照”中展示有：作品登记证书(登记号为国作登字-2018-F-00515523，著作权人杨大志)，食品生产许可证(生产者名为天菊公司，许可证号为 SC10xxx200016)，授权证书(授权方为泰国红牛维生素功能饮料有限公司，被授权方为万佳来鹤公司)等。在“代理意向”栏下显示，从 2018 年 5 月 23 日至 2019 年 3 月 23 日陆续有代理人/公司对万佳来鹤公司发布代理意向，代理区域遍及浙江、广东、湖北、山西、江西、新疆等地。

2019 年 4 月 18 日，北京市长安公证处出具(2019)京长安内经证字第 16682 号

公证书，证明上述操作过程，公证处人员均在现场；与公证书相粘连的附件系上述操作过程中现场拷屏之页面经公证处打印所得，其内容与操作过程中电脑屏幕所显示的页面内容相一致。

三、公证实物及“中国食品代理网”中“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”包装、装潢与红牛维生素功能饮料包装、装潢的比对

将公证实物与红牛维生素功能饮料的包装、装潢进行对比，两者相同之处为：1. 易拉罐为金属圆柱罐体，罐体底色均为金黄色；2. 金属罐体上部均有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟；3. 金属罐体底部均有一条凹进的装饰沟；4. 金属罐体正面上部均有两头头部相抵的红色斗牛侧身图案以及红色圆圈；5. 金属罐体中部均有英文

“RedBull”字样；6. 在商品名称下部均有

“净含量：250 毫升”字样；7. 金属罐体下部均有蓝黑色底、白色字体的

“红牛维生素功能饮料”的字样。两者不同之处在于：1. 金属罐体上部的红色斗牛侧身图案在斗牛的体态、身形、尾部设计以及在罐体中所占比例等细节略有不同；2. 红色斗牛侧身图案右上方的标识不同，公证实物为

“TM”标识，红牛维生素功能饮料为“R”标识；3. 金属罐体中部字样不完全相同，红牛维生素功能饮料为中文

“红牛”、英文“RedBull”字样，公证实物为中文“维生素能量饮料”、英文“Thailand Red Bull”字样；4. 净含量前有无

“”标识不同，红牛维生素功能饮料有该标识，公证实物则无该标识；5. 金属罐体下部白色的字样不完全相同且字体颜色不同，红牛维生素功能饮料为蓝黑色的

“红牛维生素功能饮料”，而公证实物为黑色的“泰国红牛维生素功能饮料

有限公司监制 Thailand Red Bull Vitamin Functional Beverage Co.,Ltd.

”字样;6.在红色斗牛侧身图案的左上方有无保健食品、

“Fe”以及环保标识不同,红牛维生素功能饮料有保健食品、“Fe”和环保的标识,公证实物则无前述标识;7.有无二维码不同,红牛维生素功能饮料无二维码,公证实物有二维码;8.商品条码以及其大小不同,红牛维生素功能饮料的商品条码为6920202888883且比较大,公证实物的商品条码为6971242580909且比较小。

将“中国食品代理网”上公证的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”图片与红牛维生素功能饮料的包装、装潢进行对比,两者除具体文字、牛的形态等细节部分不完全一致外,其他的主要要素均相同。

四、红牛维生素功能饮料以及红牛公司的知名度情况

(一)红牛维生素功能饮料的销售情况

红牛维生素功能饮料的销售网络遍及全国,分别销往了北京、上海、天津、重庆、深圳、浙江、江苏、广东、海南、山东、安徽、河南、湖南、江西、山西、陕西、广西、黑龙江、吉林、辽宁、河北、甘肃、青海、新疆、四川、宁夏、福建等地。北京红牛饮料销售有限公司安徽分公司、黑龙江分公司、湖南分公司、宁夏分公司以及南京红牛维他命饮料有限责任公司、云南红牛维他命饮料有限公司等专门从事红牛饮料的批发和销售。

红牛公司自进入中国市场,在中国功能饮料企业中产量及市场占有率均较高,具体情况为:1996年至2000年期间,红牛公司的利税总额持续增长;2001年至2014年期间,红牛公司除2003年、2008年外,其利润总额、利税总额在全饮料行业排名均位于前十名(2003年其利润总额排13名,利税总额排名11位;2008年利润总额排前15名,利税总额排前10名);2015年至2017年期间,红牛

公司的利润总额、利税总额在全饮料行业排名均位于前 5 名。

（二）红牛公司的荣誉、红牛维生素功能饮料的宣传及荣誉情况

1996 年至 2018 年，红牛公司分别以电视、广播、报刊、路牌、公交车体、赞助大型体育比赛及活动等形式在全国范围内对红牛维生素功能饮料进行广告宣传。

2006 年，红牛公司被评为“中国饮料工业二十强”企业。红牛公司获得“2009 中国饮料行业实践社会责任优秀企业”“2018 中国饮料行业实践社会责任优秀企业”称号。2011 年，红牛品牌获得了“第二届食品行业质量安全网上调查”的“网友最喜爱的饮料品牌”荣誉称号。第三届“金远奖”评选中，红牛公司获得新十年引领中国消费趋势品牌大奖。2012 年，红牛公司被授予“优秀品牌企业”。红牛公司的红牛维生素功能饮料获得了“第六届中国保健品十大公信力品牌”；红牛品牌及红牛公司获得“2015 年度中国饮料十大品牌”优秀品牌和企业的第一名；红牛公司获得“怀柔区 2017 年度经济发展突出贡献奖”等。

五、红牛公司为制止侵权支出费用情况

2018 年 12 月 20 日，红牛公司的委托代理人在兴久源经营部内购买了“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”一件，消费 150 元。

2019 年 4 月 3 日，国家图书馆向北京市汉坤律师事务所开具金额为 30488 元的检索费发票。

2019 年 4 月 19 日，北京市汉坤律师事务所因本案向红牛公司开具金额为 975365.43 元的律师费发票。

六、万佳来鹤公司、天菊公司和兴久源经营部的经营范围情况

万佳来鹤公司于 2007 年 9 月 18 日成立，注册资本 300 万元，经营范围为批发、零售：饮料、酒、预包装食品、散装食品、农副产品、日用百货、化妆品、

服装鞋帽、箱包皮具、首饰、饰品、玩具、体育器材、办公用品、数码产品、计算机软硬件、办公设备及耗材。

天菊公司于2009年8月11日成立，注册资本1160万元，经营范围为制造：饮料(蛋白饮料类、其他饮料类、果蔬汁及其饮料类)。

兴久源经营部系个体工商户，于2010年12月15日成立，注册资金30万元，经营范围为批发兼零售预包装食品、散装食品；零售卷烟、雪茄烟。

七、本案相关商标的情况

1994年11月21日，天丝医药公司申请注册第878072号商标(以下称“RedBull红牛及图”商标)，国际分类32类，核定使用商品范围：无酒精饮料；汽水；商标专用权期限为2016年10月7日至2026年10月6日止。

2011年3月28日，天菊公司注册了第7654904号商标，核定使用商品(第32类)：水(饮料)；矿泉水(饮料)；果汁；植物饮料；水果饮料(不含酒精)；豆类饮料；乳酸饮料；乳酸饮料(果制品，非奶)；花生牛奶(软饮料)；奶茶(非奶为主)；果茶(不含酒精)，注册有效期至2021年3月27日止。

2015年10月21日，天菊公司注册了第15279961号商标，有效期至2025年10月20日止。

2015年10月21日，天菊公司注册了第15279960号商标，有效期至2025年10月20日止。

2017年11月15日，万佳来鹤公司申请注册第27494482号商标，国际分类32类，商标状态为无效。

八、相关生效判决的情况

2006年7月27日，红牛公司向广东省佛山市中级人民法院起诉，请求判令佛山市顺德区容桂锦华商场立即停止销售与红牛公司红牛维生素功能饮料近似包

装、装潢的商品，并销毁库存或代售产品；中山市珠江饮料厂有限公司立即停止生产和销售与红牛公司红牛维生素功能饮料近似包装、装潢的商品，并回收和清除市场上流通的侵权产品；佛山市顺德区容桂锦华商场和中山市珠江饮料厂有限公司进行公开赔礼道歉消除影响；佛山市顺德区容桂锦华商场、霍锦昌和中山市珠江饮料厂有限公司赔偿红牛公司经济损失 150 万元。2008 年 12 月 22 日，广东省高级人民法院对此案作出 (2007) 粤高法民三终字第 199 号民事判决，查明红牛公司所使用的红牛商标分别在 1999 年、2000 年被列为全国重点保护商标，2006 年第 878072 号

商标被原国家工商行政管理总局商标评审委员会裁定为驰名商标加以保护，认定红牛公司的红牛维生素功能饮料为知名商品。关于装潢，其罐体通身金黄色，正面上部两头头部相抵的红色斗牛侧身图案，中部有英文“RedBull”及中文“红牛”，下部以蓝黑色为底色的环形带条上有白字中文字体“红牛维生素功能饮料”，其相对背面有白色英文字体“Super Vitamin Drink”，整个装潢与其广告语“渴了喝红牛，累了、困了更要喝红牛”意境相符，具有自己的特色，并非为通用，具有显著的区别性特征，应为其知名商品红牛维生素功能饮料的特有装潢等。

九、相关生效行政处罚情况

2018 年 9 月 27 日，原自贡工商局作出的川工商自处字(2018)0122 号《行政处罚决定书》载明，经查：万佳来鹤公司 2017 年 12 月成立，主要经营饮料产品。万佳来鹤公司于 2018 年 1 月 18 日和天菊公司签订了加工协议。协议主要内容是万佳来鹤公司委托天菊公司加工生产一款名为“Thailand Red Bull”维生素运动饮料【泰国红牛维生素功能饮料有限公司(监制)】(以下简称泰国红牛)，加工费为 0.2 元/罐，由万佳来鹤公司负责提供外包装及内容物。2018 年 8 月 6 日，

原自贡工商局现场检查时共查封

“泰国红牛”3453件。另有“泰国红牛维生素功能饮料有限公司”外包装盒1.5万个，

“泰国红牛维生素功能饮料有限公司”易拉罐盖40万个。经调查核实至案发时止万佳来鹤公司共委托天菊公司加工生产了“泰国红牛”3538件(规格：24罐/件)：其中2018年7月12日生产了116件，共付代加工费2056元产了1277件产了2145件，支付了7月12日和21日产品的加工费6685元，8月4日的加工费暂未支付。除用于产品检验的两件产品外万佳来鹤公司对外共流出了产品83件，根据万佳来鹤公司供述均为产品试销没有收钱。原自贡工商局认定：两者产品的包装、装潢从整体外观、罐体颜色、整体构图、文字布局、图案颜色等多个方面相似相近，足以引人混淆。原自贡工商局决定责令万佳来鹤公司立即停止违法行为，对万佳来鹤公司的不正当竞争违法行为作如下处罚：1.没收查封的

“泰国红牛”成品3453件(24罐/件)。2.收缴查封的

“泰国红牛维生素功能饮料有限公司”外包装盒1.5万个

、“泰国红牛维生素功能饮料有限公司”易拉罐40万个、易拉罐盖689660个。3.罚款10万元。

十、眉山市市场监督管理局复函情况

2019年4月11日，一审法院依据天菊公司的申请向其出具了《律师调查令》。天菊公司律师持令前往原四川省南充市嘉陵区工商和质量技术监督局、原四川省眉山市食品药品监督管理局，调取浓一点公司曾冒充万佳来鹤公司、天菊公司的名义生产并在海南销售红牛饮料引发纠纷，海南省下辖工商机关到眉山市食品药品监督管理局了解情况的相关案件资料。

2019年4月17日，眉山市市场监督管理局向一审法院出具眉市监函[2019]31

号《协助调查复函》，回复内容为：一、万佳来鹤公司为眉山市市场监督管理局辖区合法获证企业，取得了有效的《食品流通许可证》。二、万佳来鹤公司委托天菊公司生产过 Thailand Red Bull 维生素能量饮料，双方签订有《委托协议》。三、海南省食药监局稽查局附件图片载明的 Thailand Red Bull 维生素能量饮料，不是天菊公司生产的(天菊公司产品罐底标注的生产日期不含英文字母)等。该《协助调查复函》所附的 Thailand Red Bull 维生素能量饮料照片显示商品条码为 6971242580909，罐底标注有

“20180112N 09: 20: 57Z”。

十一、天丝医药公司与红牛公司的纠纷情况

天丝医药公司因与红牛公司、广东红牛维他命饮料有限公司商标许可合同纠纷管辖权异议一案，不服广东省佛山市中级人民法院(2016)粤 06 民初 423 号之二民事裁定而提起上诉，广东省高级人民法院于 2018 年 6 月 21 日作出(2018)粤民辖终 349 号民事裁定，裁定撤销(2016)粤 06 民初 423 号之二民事裁定，并将该案移送北京知识产权法院处理。

天丝医药公司因与红牛公司、北京红牛饮料销售有限公司、北京红牛饮料销售有限公司黑龙江分公司、哈尔滨好又多百货商业广场有限公司侵害商标专用权纠纷一案，不服黑龙江省高级人民法院(2017)黑民初 12 号之二民事裁定而提起上诉，最高人民法院于 2018 年 10 月 31 日作出(2018)最高法民辖终 39 号裁定，裁定撤销(2017)黑民初 12 号之二民事裁定，并驳回红牛公司、北京红牛饮料销售有限公司的管辖权异议申请。

十二、万佳来鹤公司、天菊公司提交的其他饮料包装、装潢的情况

2011 年 4 月 15 日，阳东县华天酒业食品有限公司申请名称为“易拉罐(250ML 斗牛)”的外观设计专利(详见附图 4)，该专利于 2011 年 8 月 24 日公开，公开(公

告)号为CN301652572S,于2014年6月4日专利权终止。

2012年11月9日,阳东县华天酒业食品有限公司申请名称为“易拉罐(斗牛-2)”的外观设计专利(详见附图5),该专利于2013年7月31日公开,公开(公告)号为CN302516295S,于2014年12月24日专利权终止。

2012年4月25日,广东泰牛维他命饮料有限公司申请名称为“易拉罐(泰牛2012)”的外观设计专利(详见附图6),该专利于2012年9月19日公开,公开(公告)号为CN302079134S,于2015年6月10日专利权终止。

2015年11月17日,南宁市肯扬生物技术有限公司申请名称为“易拉罐(挑战者什果味饮料)”的外观设计专利(详见附图7),该专利于2016年6月8日授权公开,公开(公告)号为CN303698287S,于2018年11月2日专利权终止。

2016年3月30日,靳晓伟申请名称为“易拉罐(大虎装)”的外观设计专利(详见附图8),该专利于2016年8月3日授权公开,公开(公告)号为CN303767926S。

2017年5月3日,广东泰牛维他命饮料有限公司申请名称为“易拉罐(泰牛能量铁罐装)”的外观设计专利(详见附图9),该专利于2017年11月24日授权公开,公开(公告)号为CN304367416S。

2017年9月5日,林亦金申请名称为“易拉罐(劲将)”的外观设计专利(详见附图10),该专利于2018年3月2日授权公开,公开(公告)号为CN304523122S。

万佳来鹤公司当庭举示了乐虎氨基酸维生素功能饮料、东鹏特饮维生素功能饮料、体质能量维生素饮料的实物。

一审法院认为,本案系擅自使用知名商品特有包装、装潢纠纷案件。双方当事人的争议焦点为:一、红牛维生素功能饮料是否系有一定影响的商品;二、红牛公司对红牛维生素功能饮料的包装、装潢是否拥有权益;三、涉案公证实物是

否为万佳来鹤公司委托天菊公司生产；四、公证实物及“中国食品代理网”上的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的包装、装潢是否与红牛维生素功能饮料包装、装潢构成近似；五、民事责任的承担。一审法院评析如下：

一、红牛维生素功能饮料是否系有一定影响的商品

“有一定影响的商品”应当是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。红牛公司的红牛维生素功能饮料从 1996 年开始生产并销售，其产品行销全国；从红牛公司进入中国市场以来在中国功能饮料企业中产量及市场占有率均较高，其中 2001 年-2017 年期间，除 2003 年、2008 年外，其利润总额、利税总额在全饮料行业排名均位于前十名；2003 年利润总额排 13 名，利税总额排名 11 位；2008 年利润总额排前 15 名，利税总额排前 10 名。从 1996 年至 2018 年间，红牛维生素功能饮料频繁在网络、公共交通得以宣传，红牛公司还以赞助各类大型比赛、公益活动等方式进行大量宣传。红牛公司获得过多项荣誉，曾被评为“中国饮料工业二十强”“2009 中国饮料行业实践社会责任优秀企业”“2018 中国饮料行业实践社会责任优秀企业”“优秀品牌企业”等。红牛维生素功能饮料曾获得“第六届中国保健品十大公信品牌”“2015 年度中国饮料十大品牌”第一名等。红牛公司所使用的红牛商标分别在 1999 年、2000 年被列为全国重点保护商标，第 878072 号商标于 2006 年被原国家工商行政管理总局商标评审委员会裁定为驰名商标加以保护。广东省高级人民法院作出的(2007)粤高法民三终字第 199 号民事判决，认定红牛公司的红牛维生素功能饮料为知名商品。庭审中，万佳来鹤公司、天菊公司对于红牛维生素功能饮料是有一定影响的商品这一事实没有异议。综上所述，红牛维生素功能饮料在市场上具有很高的知名度，为相关消费者所知悉，应当认定为有一定影响的商品。

二、红牛公司对红牛维生素功能饮料的包装、装潢是否拥有权益

包装是指为在流通过程中保护产品、方便贮运、促进销售，按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等总体名称。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，该装潢并非为相关商品所通用，并具有显著的区别性特征。

红牛维生素功能饮料的容器是金属易拉罐，金属圆柱体形的易拉罐包装形式为行业惯用应为通用包装，但红牛公司将金属罐体的上部设计了三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟，罐体下部设计了一条凹进去的装饰沟，这样的设计形成了红牛维生素功能饮料包装形状的独特性，并非为相关商品所通用。

注册商标专用权与有一定影响的商品包装、装潢权益是不相同的，两者均可以达到区分商品来源的目的，但两者的形成却大相径庭。注册商标专用权是经行政机关登记注册而取得，而有一定影响的商品包装、装潢权益是基于该有一定影响的商品的整体包装、装潢设计具有独特性、具有区别商品来源的显著特征而取得，是通过长期使用、宣传而形成，是一种整体的、独立的权益。商品的包装、装潢通常是由文字、图案、色彩等多种构成要素组合而成的整体形象，其中文字部分一般指向的是使用该包装、装潢的商品名称或商标。在实际使用包装、装潢的过程中，如何设计包装、装潢完全取决于商品设计者、生产者的自身意愿，即商品的包装、装潢既可以将商标作为包装、装潢的组成要素，亦可将商标排除在包装、装潢之外。红牛公司在实际使用中，红牛维生素功能饮料的包装、装潢中包含了天丝医药公司享有的“RedBull 红牛及图”注册商标，并于 1996 年将含有“RedBull 红牛及图”注册商标的包装、装潢申请了外观设计专利。红牛维生素功能饮料的包装、装潢与 1996 年《重庆晨报》第 5 版刊登的红牛维生素功能饮料图片中的包装、装潢进行比较，并未发生实质性变化。红牛维生素功能饮料的包装、装潢经过红牛公司二十余年的使用，其包含有“RedBull 红牛及图”注册商标

的包装、装潢已经通过设计者、使用者的主观意愿，将“RedBull 红牛及图”注册商标与包装、装潢中的其他要素形成了紧密联系，成为了一个整体。

红牛维生素功能饮料的金属罐体上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟，下部有一条凹进去的装饰沟，通身以金黄色为底色，罐体正面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案，中部有英文“RedBull”及中文“红牛”，罐体下部配有蓝底白字“红牛维生素功能饮料”，其对背面有白色英文字体“Red Bull Vitamin Functional Drink”，该包装、装潢具有其自身特色且契合其广告语，并非为相关商品所通用。该包装、装潢经过长时间、广泛地使用与宣传，在实践中起到了指示商品来源的作用，红牛维生素功能饮料的包装、装潢为该商品所特有的包装、装潢。

万佳来鹤公司提交的多份外观设计专利公告文本中，其申请时间均晚于红牛维生素功能饮料包装、装潢使用的时间；其提交的乐虎氨基酸维生素功能饮料、东鹏特饮维生素功能饮料、体质能量维生素饮料的实物，并不能证明其包装、装潢的使用早于红牛维生素功能饮料，且这些商品的包装、装潢与红牛维生素功能饮料的包装、装潢明显不同，因此不足以证明红牛维生素功能饮料的包装、装潢不具有特有性。

综上，万佳来鹤公司认为除去天丝医药公司享有的“RedBull 红牛及图”注册商标，红牛维生素功能饮料的包装、装潢并不具有显著区别性特征的抗辩割裂了包装、装潢的整体性，一审法院不予支持。

外观设计专利权与有一定影响的商品包装、装潢权益的关系方面。外观设计专利权与有一定影响的商品包装、装潢权益从形成原因、规制范畴均不相同，即使指向的客体相同，但也不能推定出有一定影响的商品包装、装潢权益是基于外观设计专利权这一论断。因此，虽然红牛公司不再享有 ZL96307886.0 外观设计专

利权，但并不能以此推定

红牛公司对红牛维生素功能饮料的有一定影响的商品包装、装潢权益丧失权益。

红牛维生素功能饮料包装、装潢的形成方面。1996 年红牛公司在《重庆晨报》上刊登了红牛维生素功能饮料的罐装图片，并获得了 ZL96307886.0 外观设计专利。

利。从 1996 年至今，红牛维生素功能饮料的包装、装潢并没有发生实质性的改变。红牛维生素功能饮料的包装、装潢特征中，除“RedBull 红牛及图”注册商标外，其他特征所指向的内容及其排列组合均由红牛公司自主设计完成。万佳来鹤公司提交的民事裁定书均为人民法院因程序性事务而出具，并没有作出红牛公司丧失对红牛维生素功能饮料上的注册商标使用权的认定，也没有红牛公司丧失对红牛维生素功能饮料包装、装潢使用权的认定。

知识产权权利冲突保护在先权利方面。该抗辩意见的核心包含存在在先权利和权利冲突两个内容。从商标权的角度来看，天丝医药公司注册了“RedBull 红牛及图”商标后，许可给红牛公司使用。从有一定影响的商品包装、装潢权益角度来看，红牛公司从一开始就设计了红牛维生素功能饮料的包装、装潢，并获得了外观设计专利。天丝医药公司的“RedBull 红牛及图”注册商标是红牛维生素功能饮料包装、装潢的构成元素，其与包装、装潢中的其他特征要素构成了整体包装、装潢不可分割的一部分，经红牛公司多年的使用、宣传，万佳来鹤公司、天菊公司也承认在天丝医药公司许可使用注册商标期内，红牛公司对红牛维生素功能饮料的包装、装潢具有合法权益。商标权与有一定影响的商品包装、装潢权益是不相同的，现阶段“RedBull 红牛及图”的注册商标权与红牛维生素功能饮料的包装、装潢权益，两者不能比较先后顺序。而两者冲突的表现形式为利益冲突和

价值冲突，在红牛维生素功能饮料的包装、装潢已经与消费者建立了稳定的识别联系的前提下，两者冲突的最终解决既要考虑当事人之间的利益平衡，也要考虑稳定市场秩序和兼顾社会公众利益，否则会导致过度保护，有违公平正义。另外，有关冲突的问题也需要当事人协商或有权机构裁决，相应地需要一个过渡期，且包装、装潢的知名度越高，过渡期应越长。万佳来鹤公司、天菊公司并未举证证明红牛公司不享有有一定影响的商品包装、装潢权益，提出应保护在先权利的抗辩也无相应的生效文书印证，故对万佳来鹤公司、天菊公司的该抗辩意见，一审法院不予采纳。

综上，一审法院认为红牛公司对红牛维生素功能饮料的包装、装潢享有合法的权益。

三、涉案公证实物是否为万佳来鹤公司委托天菊公司生产

公证实物以及其外包装纸箱上均载明：中国运营商为万佳来鹤公司，委托生产商为天菊公司，全国免费热线 400-007-1028。公证实物罐体上的商品条码为 6971242580909，食品生产许可证编号为 SC10xxx200016。万佳来鹤公司在“中国食品代理网”上发布的信息中，“诚信档案”栏项下的“资质证照”显示天菊公司的食品生产许可证编号为 SC10xxx200016。

关于商品条码的抗辩。通过中国商品信息服务平台查询得知，公证实物的商品条码 6971242580909 归属于案外人浓一点公司，但川工商自处字[2018]0122 号行政处罚决定书所涉照片显示的商品条码为 6971242580909 的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”系万佳来鹤公司、天菊公司生产。因此，万佳来鹤公司、天菊公司也生产过相同商品条码的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”，以商品条码归属浓一点公司为由不足以证明公证实物并非万佳来鹤公司、天菊公司生产。

关于全国免费热线的抗辩。万佳来鹤公司、天菊公司当庭查询电话号码 xxx 的归属，通过 360 浏览器查询结果显示该电话号码归属于浓一点公司。但 360 浏览器上的电话号码查询显示“2019 年 4 月 24 日机构信息来自于 360 黄页”，2019 年 4 月 24 日的查询结果并不能证明侵权时该电话号码的实际归属人，因此不足以证明公证实物并非万佳来鹤公司、天菊公司生产。

关于生产日期的抗辩。眉山市市场监督管理局向一审法院出具的《协助调查复函》载明，海南省食药监局稽查局附件图片载明的 Thailand Red Bull 维生素能量饮料，不是天菊公司生产的(天菊公司产品罐底标注的生产日期不含英文字母)，该《协助调查复函》所附的 Thailand Red Bull 维生素能量饮料照片显示商品条码为 6971242580909，罐底生产日期为“20180112N 09:20:57Z”。涉案公证实物的罐底生产日期为 20180318N 10:15:11Z，由此可见，公证实物与海南省食药监局稽查局附件中的产品并非同一批次，且公证实物的生产时间也处于《委托加工合同》签订后至万佳来鹤公司被行政查处之前，因此不足以证明公证实物并非万佳来鹤公司委托天菊公司生产。此外，原自贡工商局的《行政处罚决定书》也载明，万佳来鹤公司生产和销售过与红牛维生素功能饮料近似的“泰国红牛”产品。

综上，一审法院认为万佳来鹤公司、天菊公司举示的证据不足以证明公证实物非其生产销售，对于万佳来鹤公司、天菊公司称公证实物系由案外人浓一点公司假冒万佳来鹤公司和天菊公司的名义生产和销售的抗辩，一审法院不予支持。

四、公证实物及“中国食品代理网”上的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的包装、装潢是否与红牛维生素功能饮料包装、装潢构成近似

将公证实物与红牛维生素功能饮料的包装、装潢进行对比，虽然两者之间存在诸多不同，但均为局部细节的变化，不足以影响整体视觉效果对相关公众产生

的显著影响，万佳来鹤公司、天菊公司均不否认两者近似。综上，一审法院认定公证实物与红牛维生素功能饮料的包装、装潢构成近似。

将“中国食品代理网”上公证的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”图片与红牛维生素功能饮料的包装、装潢进行对比，两者除具体文字、牛的形态等细节部分不完全一致外，其他的主要要素均相同。一审法院认定“中国食品代理网”上公证的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的包装、装潢与红牛维生素功能饮料的包装、装潢构成近似。

五、民事责任的承担

《[中华人民共和国反不正当竞争法](#)》[第六条](#)[第一项](#)规定，经营者不得实施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的混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。[第十七条](#)[第一款](#)规定，经营者违反本法规定，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。《[中华人民共和国民法总则](#)》[第一百七十九条](#)规定，承担民事责任的方式主要有：停止侵害；赔偿损失；消除影响、恢复名誉；赔礼道歉等。《[中华人民共和国民法总则](#)》[第一百七十八条](#)[第一款](#)规定，二人以上依法承担连带责任的，权利人有权请求部分或者全部连带责任人承担责任。

本案公证实物系由万佳来鹤公司委托天菊公司进行生产及万佳来鹤公司进行销售，而公证实物的包装、装潢与红牛公司有一定影响的商品红牛维生素功能饮料的包装、装潢近似，容易引人误认为是红牛维生素功能饮料或者与红牛公司存在特定联系，另万佳来鹤公司在“中国食品代理网”上推销“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的包装、装潢与红牛维生素功能饮料的包装、装潢近似，容易引人误认为是红牛维生素功能饮料或者与红牛公司存在特定联系，万佳来鹤公司应当承担停止侵害、赔偿损失的民事责任。

根据《委托加工合同》的约定，万佳来鹤公司提供易拉罐、易拉盖、纸箱以及产品内容物，由天菊公司进行产品的生产，万佳来鹤公司与天菊公司就公证实物的生产层面达成了共同的合意，并且共同完成了对公证实物的生产。万佳来鹤公司向天菊公司提供的著作权登记证书上所显示的两头侧身牛的形态与公证实物有所差异。作为专门从事饮料制造的企业，天菊公司应当知道红牛维生素功能饮料这一有一定影响的商品包装、装潢。天菊公司在应当知道的情况下仍然生产了公证实物，与万佳来鹤公司构成共同侵权，应当对万佳来鹤公司承担的

停止侵害、赔偿损失的民事责任承担连带责任。行政责任与民事责任分属于不同的法律关系范畴，是否承担行政责任并不是承担民事责任的要件。天菊公司以其尽到合理注意义务且其侵权行为未受到行政处罚为由，认为其不应该承担民事责任的抗辩，一审法院不予支持。鉴于天菊公司系受万佳来鹤公司的委托而生产公证实物，故应对万佳来鹤公司赔偿红牛公司损失的责任，承担有限的连带责任。

兴久源经营部在其经营场所销售公证实物，且未举示公证实物的合法来源依据，应当承担停止侵害、赔偿损失的民事责任。

《中华人民共和国反不正当竞争法》第十七条第三款、第四款规定，因不正当竞争行为受到损害的经营者的赔偿数额，按照其因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以计算的，按照侵权人因侵权所获得的利益确定。经营者恶意实施侵犯商业秘密行为，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。赔偿数额还应当包括经营者为制止侵权行为所支付的合理开支。经营者违反本法第六条、第九条规定，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。

由于本案公证实物的生产日期为 2018 年 3 月，与原自贡工商局查封的产品并非相同批次，而红牛公司未能举证证明其他批次给万佳来鹤公司、天菊公司产生的获益。因此一审法院综合考虑侵权行为的性质及后果、侵权行为的持续时间、红牛维生素功能饮料的知名度、红牛公司因制止侵权行为所支付的合理开支等因素，酌定万佳来鹤公司赔偿红牛公司经济损失及合理费用 200 万元；天菊公司对万佳来鹤公司的前述责任承担有限连带责任；兴久源经营部赔偿红牛公司经济损失及合理费用 2 万元。

《[中华人民共和国民法总则](#)》[第一百一十条第二款](#)规定，法人、非法人组织享有名称权、名誉权、荣誉权等权利。万佳来鹤公司委托天菊公司在四川省生产公证实物，并将公证实物在重庆市进行销售。万佳来鹤公司、天菊公司的行为侵害了红牛公司有一定影响的商品包装、装潢权益，客观上造成了对红牛公司商誉、产品声誉的负面影响，万佳来鹤公司、天菊公司应在《四川日报》《重庆日报》上连续 5 天发表声明，消除因其侵权行为给红牛公司造成的不良影响。万佳来鹤公司在“中国食品代理网”上发布了“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”的招商信息，其应在“中国食品代理网”上连续 5 天发表声明，消除因其侵权行为给红牛公司造成的不良影响。

由于红牛公司未能提交证据证明公证实物的库存情况，对于其要求万佳来鹤公司、天菊公司、兴久源经营部销毁库存侵权产品的诉讼请求，一审法院不予支持。

一审法院判决：一、被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司于本判决生效之日起立即停止生产、销售与红牛维生素功能饮料包装、装潢相近似的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”产品；二、被告四川富顺天菊食品饮料有限公司于本判决生效之日起立即停止生产与红牛维生素功能饮料包装、装潢相近似的“Thailand

Red Bull 维生素能量饮料”产品；三、被告南岸区兴久源酒水经营部于本判决生效之日起立即停止销售与红牛维生素功能饮料包装、装潢相近似的“Thailand Red Bull 维生素能量饮料”产品；四、被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司、四川富顺天菊食品饮料有限公司于本判决生效之日起十日内在《四川日报》《重庆日报》上连续 5 天发表声明(内容需经法院审核)，消除因其侵权行为给原告红牛维他命饮料有限公司造成的不良影响；五、被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司于本判决生效之日起十日内在“中国食品代理网”上连续 5 天发表声明(内容需经法院审核)，消除因其侵权行为给原告红牛维他命饮料有限公司造成的不良影响；六、被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告红牛维他命饮料有限公司经济损失及合理开支共计 200 万元；被告四川富顺天菊食品饮料有限公司就被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司的 200 万元赔偿金额中的 150 万元承担连带责任；七、被告南岸区兴久源酒水经营部于本判决生效之日起十日内赔偿原告红牛维他命饮料有限公司经济损失及合理开支共计 2 万元；八、驳回原告红牛维他命饮料有限公司的其他诉讼请求。

案件受理费 82400 元，由原告红牛维他命饮料有限公司负担 4000 元；被告眉山市万佳来鹤商贸有限公司、四川富顺天菊食品饮料有限公司共同负担 73760 元；被告南岸区兴久源酒水经营部负担 4640 元。

本院二审期间，当事人围绕上诉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。对当事人无争议的证据，本院予以确认并在卷佐证。对当事人有争议的证据及其证明目的，本院结合全案证据综合予以认定。

基于红牛公司、万佳来鹤公司、天菊公司和天丝医药公司的举证、质证，以及本院对相关证据的认证情况，结合本案争议的焦点问题，认定如下事实：

一、天丝医药公司有关商标在境内外注册、使用及宣传情况

红牛公司在其作为申请人的 2006 年 5 月 31 日《红牛商标争议及驰名商标认定请求书》中认可 1996 年 2 月 28 日其由泰国进口第一批“红牛 RedBull 及图”商标所标示的功能性饮料。在中国尚未建厂之前，其销售的“红牛 RedBull 及图”商标所标示的功能性饮料全部是由泰国进口的。

原国家工商行政管理总局商标评审委员会商评字(2006)第 3480 号关于第 3345798 号“红天牛 HONGTIANNIU”商标争议裁定书查明：申请人红牛公司系中外合资经营企业，成立于 1998 年 9 月 30 日，经营范围为生产、销售红牛维他命系列饮料。“RED BULL”功能饮料最早于 1994 年 1 月 14 日由泰国曼谷出口至中国海口市，1996 年 2 月 28 日及 3 月 29 日销至深圳。1996 年红牛公司销售量达 1341947 箱，销售收入 1.51 亿。自 1982 年

—1997 年间，天丝医药公司的“RED BULL”功能饮料也销售至新加坡、马来西亚、美国、香港等 12 个国家和地区。天丝医药公司于 1993 年 7 月 28 日在海口市设立海南红牛饮料(泰国)有限公司，后于 1994 年 11 月 19 日更名为海南红牛饮料有限公司。

2010 年-2014 年间，红牛维生素功能饮料产品的销量持续攀升，销售范围不断扩大，大量期刊、报纸持续对红牛维生素功能饮料产品及金罐设计进行了海量的报道宣传，红牛维生素功能饮料产品及金罐设计的知名度不断攀升，在相关消费群体中建立了较高的知名度。

(2021)京长安内经证字第 9790 号载明：进入新加坡国家知识产权局网站，查询到 T9506272J 商标申请人为天丝医药公司，申请日 1995 年 7 月 11 日，注册程序完成日 1999 年 3 月 5 日，有效期至 2025 年 7 月 11 日。商标用语 redbull kratingdaeng 250, 注册在第 32 类啤酒、矿物质水和汽水、无酒精饮料等渗饮料。

(2021)京长安内经证字第 9791 号载明：进入新加坡国家知识产权局网站，查询到 T9604459I 商标申请人为天丝医药公司，申请日 1996 年 5 月 4 日，注册程序完成日 2001 年 6 月 25 日，有效期至 2026 年 5 月 4 日。商标用语 red bull, 注册在第 32 类无酒精饮料等渗饮料。

(2021)京长安内经证字第 9792 号载明：进入新加坡国家知识产权局网站，查询到 T9710870A 商标申请人为天丝医药公司，申请日 1997 年 9 月 4 日，注册程序完成日 2002 年 10 月 14 日，有效期至 2027 年 9 月 4 日。商标用语 red bull, 注册在第 32 类啤酒、矿物质水和汽水以及其他无酒精饮料、水果果汁、果酱以及其他饮料。

新加坡法律学会监誓专员与公证员委员会 NC0J8V07SG 公证书载明：1991 年 10 月 12 日新加坡日报刊载题目“红牛从力量中成长……到拥有更多的力量”的文章。文章写到：红牛现在可以为您提供更多的能量。只有一个名字意味着绝对的能量和迅速的爆发力——红牛。但是仅仅做到最好是不够的，红牛已经更加卓绝。现在，您可以通过三种新的方式享受到更多令人惊叹的力量。一种漂亮的新瓶装红牛、一种便携的金色罐装红牛，还有一种轻盈的气泡红牛。所以，如果您在寻找真正的能量输入来缓解疲劳并提高注意力，快抓住红牛能量饮料的力量吧——被评为最高效的饮料。文章里附有红牛商标(上为两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案，下为英文 RED BULL)及红牛饮料产品图。根据文章的描述及产品图可知道：该红牛饮料产品的包装、装潢与红牛公司涉案包装、装潢在形状、布局、色彩等基本一致：1. 罐体通身都为金黄；2. 金属罐体的上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟；3. 罐体正面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案；4. 中部有英文

“RedBull”，只是红牛金罐在“RedBull”下面还有“红牛”两个中文字；5.

罐体下部均配有蓝底白字，只是包装上的文字不同。

二、有关红牛商标的国内注册情况

涉案部分商标注册信息：第 723201 号商标于 1995 年 1 月 7 日核准注册。第 878072 号商标于 1994 年 11 月 21 日申请注册，于 1996 年 10 月 7 日核准注册。第 878073 号商标于 1994 年 11 月 21 日申请注册，于 1996 年 10 月 7 日核准注册。第 1289559 号商标于 1998 年 2 月 18 日申请注册，于 1999 年 6 月 28 日核准注册。第 1264582 号商标于 1997 年 6 月 12 日申请注册，于 1999 年 4 月 14 日核准注册。第 5608276 号商标于 2006 年 9 月 15 日申请注册，于 2015 年 1 月 7 日核准注册。第 5035426 号商标于 2011 年 8 月 28 日核准注册。第 5035427 号商标于 2011 年 8 月 28 日核准注册。第 11460102 号立体商标于 2014 年 5 月 7 日核准注册。目前上述红牛系列商标均在天丝医药公司名下，且均处于有效状态。

三、本案所涉的红牛公司金罐产品包装、装潢及外观设计专利情况

红牛公司金罐产品的容器是金属易拉罐，外观特征为：1. 罐体通身为金黄；2. 金属罐体的上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟；3. 底部有一条凹进去的装饰沟；4. 罐体正反面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案，中部有英文“RedBull”以及中文“红牛”的字样；5. 罐体下部配有蓝底白字的“红牛维生素功能饮料”以及“Red Bull Vitamin Functional Drink”字样。

1996 年 7 月 18 日，红牛公司向原国家专利局申请了名称为“包装罐”的外观设计专利。1997 年 6 月 7 日，原国家专利局授予红牛公司专利号为 ZL96307886.0 的外观设计专利。2002 年 8 月 14 日，该专利权终止。该设计中罐体通身为金黄、金属罐体的上部有三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟、正反面为上部均是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案、中部有中文

“红牛”以及英文“RedBull”的字样，罐体下部配有蓝底白字的“维生素功能饮料”及“Super Vitamin Drink”字样等色彩、图案及其排列组合等组成部分在内的整体内容。ZL96307886.0 外观设计专利俯视图显示，该罐体的罐顶的标明了：1.

“T.C. PHARCEUTICAL INDUSTRIES CO., LTD.

”即“天丝医药保健有限公司”的英文名称)；2.

“FOR EXPORT ONLY”(意为“仅供出口”)；3.

“KRATINGDAENG”(即泰语“红牛”的英文写法)；4.

“PRODUCT OF THAILAND”(意为“泰国产品”)。

红牛公司在2004年至2013年间共申请了ZL2004300430067925.5等39件外观设计专利，于2014年12月18日全部无偿转让给了天丝医药公司。同一天，红牛公司还无偿转让了第5546456号等12个商标给天丝医药公司。

四、红牛商标许可使用情况

1996年12月26日，红牛公司和天丝医药公司签订《商标使用许可合同》，约定天丝医药公司同意将第878072号商标许可给红牛饮料公司独家使用，期限自1996年12月26日至1999年12月26日，红牛公司按当年销售额的3%支付商标使用费。

1998年10月28日，红牛公司和天丝医药公司签订《商标独占使用许可合同》，约定天丝医药公司在中国境内享有第878072号商标独占所有权，全权处理有关该商标诉讼案方面的事宜；红牛公司每年7月31日前支付天丝医药公司1月1日至6月30日产品销售额5%的费用；合同自1998年10月28日起生效，到2006年12月6日终止。

1998年10月28日，红牛公司和天丝医药公司针对第878073号商标签订了

《商标独占使用许可合同》，具体内容与同日就第 878072 号商标签订的《商标独占使用许可合同》相同。

2006 年 11 月 1 日，红牛公司和天丝医药公司针对第 878072 号商标再行签订了《商标使用许可合同》，合同约定：商标许可使用费为产品销售额的 3%，合同自 2006 年 12 月 7 日起生效，到 2016 年 10 月 6 日终止；“产品”是指瓶装或罐装有“Red Bull”R 注册商标的功能维他命饮料；本产品的包装和产品上的注册商标严格和本合同第四条款上的质量要求一致。

五、有关诉讼及仲裁情况

1. (2007)粤高法民三终字第 199 号民事判决(内容见一审查明事实部分)认为 2006 年第 878072 号

商标被原国家工商行政管理总局商标评审委员会裁定为驰名商标加以保护，认定红牛公司的红牛维生素功能饮料为知名商品。红牛维生素功能饮料罐体通身金黄色，正面上部两头头部相抵的红色斗牛侧身图案，中部有英文“RedBull”及中文“红牛”，下部以蓝黑色为底色的环形带条上有白字中文字体“红牛维生素功能饮料”，其整体装潢风格和样式与其广告语“渴了喝红牛，累了、困了更要喝红牛”意境相符，并非相关商品所通用，具有区别商品来源的显著特征，应为特有装潢。

2. (2017)黑民初 12 号天丝医药公司起诉红牛公司、北京红牛饮料销售有限公司、北京红牛饮料销售有限公司黑龙江分公司、哈尔滨好又多百货商业广场有限公司侵害商标专用权纠纷一案，现因等待另一案件的审理结果已中止审理。

3. 中国国际经济贸易仲裁委员会(2018)中国贸仲京裁字第 1228 号裁决书 2018 年 10 月 26 日裁决认定红牛公司的经营期限于 2018 年 9 月 29 日届满。

4. 北京市第四中级人民法院(2019)京 04 民特 213 号裁定书认定红牛公司股东

环球市场控股有限公司申请撤销中国国际经济贸易仲裁委员会(2018)中国贸仲京裁字第1228号裁决书的理由均不成立，驳回环球市场控股有限公司的申请。

(2018)京民初166号民事判决书认定天丝医药公司是红牛公司系列商标所有人，驳回红牛公司要求享有红牛系列商标所有权及要求天丝医药公司赔偿其广告宣传费用的诉讼请求。红牛公司不服，提起上诉，最高人民法院于2020年12月21日作出(2020)最高法民终394号民事判决：驳回上诉，维持原判。

6. 红牛公司、广东红牛维他命饮料有限公司诉天丝医药公司商标许可合同纠纷一案，先由广东省佛山市中级人民法院审理，后移送北京知识产权法院审理。在北京知识产权法院审理过程中红牛公司、广东红牛维他命饮料有限公司于2019年6月21日撤回对天丝医药公司的起诉，北京知识产权法院于2019年6月25日作出(2018)京73民初927号民事裁定，准许红牛公司、广东红牛维他命饮料有限公司撤回对天丝医药公司的起诉。

7. 红牛公司、广东红牛维他命饮料有限公司等诉广州曜能量饮料有限公司等擅自使用知名商品特有名称、包装、装潢纠纷一案[(2019)粤06民初181号之一]，红牛公司等原告于2020年11月18日撤回起诉。

8. 红牛公司向国家知识产权局提起申请，请求对第11460102号注册商标宣告无效，该案国家知识产权局正在处理中。

9. 天丝医药公司诉北京华联综合超市股份有限公司、北京华联综合超市股份有限公司安贞分公司侵害注册商标专用权纠纷一案中，根据天丝医药公司的申请，北京市朝阳区人民法院已经作出(2021)京0105民初47483号行为保全裁定，认定

“红牛维生素功能饮料”存在较大侵权可能性，遂裁定北京华联综合超市股份有限公司、北京华联综合超市股份有限公司安贞分公司自即日起至本案终审判

决作出并执行完毕之日止立即停止销售该商品。

六、红牛商标现在使用情况

天丝医药公司于 2016 年 10 月 7 日许可广州曜能量饮料有限公司使用红牛系列 18 个注册商标(含红牛金罐平面、立体商标)，许可期 10 年。广州曜能量饮料有限公司已经使用红牛金罐包装推出新一代红牛饮料产品红牛安奈吉产品。

天丝医药公司与红牛公司之间的商标许可合同到期后红牛公司仍在生产红牛维生素功能饮料。附图 1 为 2018 年 8 月 29 日红牛公司生产的红牛维生素功能饮料使用的包装、装潢。

七、三缩颈罐体包装的情况

中华人民共和国国家标准易开盖三片罐(GB/T 17590-1998)及

中华人民共和国国家标准易开盖三片罐(GB/T 17590-2008)替代(GB/T 17590-1998)载明国家质量技术监督局于 1999 年 6 月 1 日起批准实施易开盖三片罐。易开盖三片罐国家标准的罐体含有缩颈罐和竖圆罐(直身罐)，三缩颈罐是缩颈罐中的一种。

八、南充市食品药品监督管理局川食药监南罚字〔2018〕0106 号行政处罚决定书(以下简称 0106 号处罚决定书)认定情况

2017 年 12 月浓一点公司和万佳来鹤公司签订了《授权收款委托书》，一起合作生产“Thailand Red Bull”维生素能量饮料(泰国红牛维生素功能饮料)，由浓一点公司的李兆森在境外申请办理了泰国红牛维生素功能饮料有限公司，该公司委托天菊公司作为生产商，并从湖北孝感金怡制罐厂定制的 5000 个 Thailand Red Bull 维生素能量饮料空罐。后因万佳来鹤公司终止与浓一点公司合作，故泰国红牛维生素功能饮料有限公司便委托浓一点公司生产 Thailand Red Bull 维生素能量饮料，但是该批 5000 个空罐的外包装上的标签没有更改，外包装上的生产

商名称、地址依然是天菊公司的厂名和厂址。在 2018 年左右单独生产了一批饮料，外包装就用的是 Thailand Red Bull 维生素能量饮料(泰国红牛维生素功能饮料有限公司)，厂家厂址就是天菊公司。浓一点公司生产了 5000 罐 Thailand Red Bull 维生素能量饮料，这 5000 罐 Thailand Red Bull 维生素能量饮料共装 200 件，其中 130 件发往海南海口市，剩余 70 件作为样板货发给该公司的其他客户品尝也销售往海南，每件价格为 40 元一件。浓一点公司涉嫌生产经营标签不符合《[中华人民共和国食品安全法](#)》的食品的违法行为属实。决定给予浓一点公司没收违法所得 5200 元，处罚 40000 元的行政处罚。0106 号处罚决定书后附有浓一点公司生产的 Thailand Red Bull 维生素能量饮料的照片，照片显示 Thailand Red Bull 维生素能量饮料由泰国红牛维生素功能饮料有限公司监制，委托生产商是天菊公司，全国免费服务热线电话 xxx。

上述事实有各方当事人提交的证据及陈述在案佐证。

二审查明的其他事实与一审法院查明的事实一致，本院予以确认。

第三人天丝医药公司系泰国公司，故应当参照涉外民事诉讼程序进行审理。关于法律适用问题，由于各方当事人没有对处理侵权责任争议适用法律作出选择，根据《[中华人民共和国涉外民事关系法律适用法](#)》[第四十八条](#)、[第五十条](#)规定，应适用被请求保护地法律，本案的被请求保护地在中国大陆(中国内地)，故本案应当适用中华人民共和国法律。

二审中当事人争议的焦点是：一、红牛公司诉讼主体资格问题；二、红牛公司是否对涉案包装、装潢享有权益；三、本案是否应追加浓一点公司参加诉讼；四、涉案侵权产品是否万佳来鹤公司委托天菊公司生产；五、一审判赔金额及责任性质是否合理。

一、红牛公司诉讼主体资格问题

根据《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》第六十四条规定：“企业法人解散的，依法清算并注销前，以该企业法人为当事人”以及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定(二)》第十条第一款：“公司依法清算结束并办理注销登记前，有关公司的民事诉讼，应当以公司的名义进行”。经查，红牛公司在此前的营业执照经营期限届满前向原北京市工商行政管理局提交了延期申请，并提交了延期应提交的全部申请文件，该延期申请已经被原北京市工商行政管理局受理且正在处理过程中。在红牛公司此前的营业执照经营期限届满后，天丝医药公司曾向北京市第一中级人民法院提起了强制清算红牛公司的诉讼，北京市第一中级人民法院裁定不予受理，天丝医药公司不服提起上诉，北京市高级人民法院终审裁定驳回上诉，维持原裁定。红牛公司并未进入清算程序，也无证据证明红牛公司已被注销，红牛公司仍具有法人资格，依法具

备本案诉讼主体资格。

二、红牛公司是否对涉案包装、装潢享有权益

(一)红牛公司是否对涉案包装享有权益

本院认为，根据中华人民共和国国家标准易开盖三片罐(GB/T 17590-1998)及中华人民共和国国家标准易开盖三片罐(GB/T 17590-2008)替代(GB/T 17590-1998)，红牛维生素功能饮料罐体上部三条梯形向上逐渐缩小的环形装饰沟，罐体下部一条凹进去的装饰沟的包装的设计与同类产品相比无显著区别性特征，属于易开盖三片罐国家标准中规定的三缩颈罐体标准包装，为相关商品所通用，且其易开盖结构、罐底和罐盖的设计也系通用包装规格，因而红牛公司对涉案包装不享有权益。一审法院认为红牛公司享有涉案包装权益的认定有误，本院予以纠正。

(二)红牛公司是否对涉案装潢享有权益

1. 商标许可使用合同是否曾对涉案装潢的权益归属作出约定

本院认为，涉案装潢是一个包含了文字、图案、色彩搭配等多种构成要素的综合表现形式。在红牛系列商标许可使用合同中，虽然曾对红牛公司有权在罐装红牛饮料上独家使用红牛商标，以及生产、销售罐装红牛饮料作出约定，但合同中并未明确包装、装潢的具体表现形式。许可合同中“产品是指瓶装或罐装有‘Red Bull’R注册商标的功能维他命饮料”“本产品的包装和产品上的注册商标严格和本合同第四条款上的质量要求一致”的表述方式，并不足以表明由多种要素组合而成的涉案装潢的归属。因此，商标许可使用合同未对涉案装潢的权益归属作出约定。

2. 天丝医药公司是否在红牛公司使用涉案装潢前先行实际使用了涉案装潢

本院认为，(2021)京长安内经证字第 9790 号载明天丝医药公司于 1995 年 7 月 11 日在新加坡申请注册了 T9506272J 商标，现还在有效期内。而新加坡法律学会监誓专员与公证员委员会 NC0J8V07TE 公证书载明：1991 年 10 月 12 日新加坡日报刊载题目“红牛从力量中成长……到拥有更多的力量”的文章。文章附有红牛商标(上为两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案，下为英文 RED BULL)及红牛金罐饮料产品图。根据文章的描述及产品图可知道：该红牛金罐饮料产品的装潢与涉案装潢在形状、布局、色彩等基本一致，均为罐体通身为金黄、罐体正面上部是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案、罐体下部配有蓝底白字的文字，只是中部有区别，涉案装潢中部为中文“红牛”以及英文“RedBull”的字样、该红牛金罐饮料产品的中部却少了中文“红牛”二字。而 T9506272J 商标的底色为金黄，下部配有蓝底白字的文字，中部的图形为上边是两头头部相抵的红色斗牛的侧身图案，下边是“RedBull”等外文字，T9506272J 商标与涉案装潢在布局、色彩等一

致，而红色斗牛的侧身图案相同，T9506272J 商标与涉案装潢极为相似。

T9506272J 商标的注册时间及“红牛从力量中成长……到拥有更多的力量”文章的登载时间均在红牛公司使用涉案装潢之前，足以表明由多种要素组合而成的与涉案装潢极为相似的装潢在红牛公司使用前已经存在，天丝医药公司在红牛公司使用前已经实际使用了与涉案装潢极为相似的装潢。

3. 已有判决内容对

装潢权益归属认定的影响

红牛公司认为(2007)粤高法民三终字第 199 号民事判决认定红牛公司的红牛维生素功能饮料为知名商品，其罐体通身金黄色，正面上部两头头部相抵的红色斗牛侧身图案，中部有英文“RedBull”及中文“红牛”，下部以蓝黑色为底色的环形带条上有白字中文字体“红牛维生素功能饮料”，其相对背面有白色英文字体“Super Vitamin Drink”，整个装潢与其广告语“渴了喝红牛，累了、困了更要喝红牛”意境相符，具有自己的特色，并非为通用，具有显著的区别性特征，应为其知名商品红牛维生素功能饮料的特有装潢等。本院认为，前述判决所涉纠纷的发生时间，是在双方签订的系列商标许可使用合同的存续期间。红牛公司得以在该案中以自身的名义，就金罐红牛所涉知识产权纠纷提起诉讼，是根据天丝医药公司曾经对红牛公司作出的明确授权。天丝医药公司基于之前双方对诉权处分问题进行的约定，未参与上述诉讼并与红牛公司共同主张权益的事实，并不当然意味着其放弃了与金罐红牛有关的知识产权权益。此外，就前述判决本身的阐述来看，并未对天丝医药公司与红牛公司之间就涉案装潢的权益享有关系作出认定。在天丝医药公司于本案中同时对涉案装潢权益主张权益的情况下，红牛公司所称涉案装潢的权益归属问题，可根据前述判决内容直接确定的主张，本院不予支持。

4. 涉案装潢权益归属的确定

红牛公司认为，装潢权益与红牛商标权的归属问题各自独立，互不影响。金罐红牛装潢是1996年由红牛公司设计使用，现已经通过设计者、使用者长时间、广泛使用宣传，将“RedBull 红牛及图”注册商标与装潢的其他要素形成了紧密联系，成为了不可分割的整体，该装潢与红牛公司已形成稳定、唯一关系，消费者喜爱的是由红牛公司生产金罐红牛，涉案装潢的相关权益应归属于红牛公司。广东省高级人民法院的生效判决也确认红牛公司享有涉案装潢权益。万佳来鹤公司和天菊公司否认红牛公司拥有涉案装潢权益，认为天丝医药公司是红牛系列注册商标的权利人，红牛商标是涉案装潢不可分割的组成部分，并发挥了指示商品来源的显著识别作用，涉案装潢应归天丝医药公司拥有。天丝医药公司作为本案无独立请求权第三人在庭审中认为商标许可事实与红牛公司是否有权生产红牛产品、是否有权享有以红牛商标为显著识别部分的装潢密切相关，现在天丝医药公司与红牛公司签订的所有许可合同均已经终止，商标未过户给红牛公司。涉案装潢上红牛文字及图是商标意义上的使用，天丝医药公司享有涉案装潢合法权益，其才是红牛金罐装潢的设计者和最早的使用者。

本院认为，天丝医药公司与红牛公司于1996年签订第一份许可使用合同之前，已有50余年的历史，是“RedBull 及图”系列商标在全球范围内的商标权利人。自1982年—1997年间，天丝医药公司的“RED BULL”功能饮料也销售至新加坡、马来西亚、美国、香港等12个国家和地区。1994年1月14日，红牛

“RedBull 及图”商标所标识的功能性饮料首次销往中国。作为红牛系列注册商标的权利人，天丝医药公司及其关联企业长年斥巨资改进生产技术、完善生产设施，扩大生产规模，通过一些生产经营活动，维系了红牛品牌的历史传承和品牌价值。对于红牛公司所称天丝医药公司及其关联企业曾经的生产经营活动与本案

无关，进而否定红牛品牌原有市场基础的主张，与客观事实不符。由此可见，在双方签订商标许可使用协议之前，红牛品牌已经形成、积淀了一定的品牌知名度和市场价值。也正是基于红牛品牌在许多国家和地区已经具有的历史渊源和品牌效应，使得红牛公司在获得红牛第 878072 号

商标的使用权后，在中国尚未建厂之前，就从泰国进口销售红牛“RedBull 及图”的功能性饮料；且其建厂后生产的涉案装潢之中显著使用天丝医药公司第 878072 号商标。因此，作为红牛商标权利人的天丝医药公司，对于品牌知名度和美誉度的维护，是金罐红牛产品的知名度得以产生、延续和发展的重要基础。而 T9506272J 商标的注册时间及“红牛从力量中成长……到拥有更多的力量”文章的登载时间均在红牛公司使用涉案装潢之前，足以表明由多种要素组合而成的与涉案装潢极为相似的装潢在红牛公司使用前已经存在。而红牛公司在中国尚未建厂之前，其销售的“红牛 RedBull 及图”商标所标示的功能性饮料全部是由泰国进口的，进一步说明天丝医药公司在红牛公司使用前已经在国内外实际使用了与涉案装潢极为相似的装潢。红牛公司虽认为涉案装潢是 1996 年由其设计使用的，但仍然无法否定其申请的外观设计专利中显著使用了与天丝医药公司第 878072 号商标极为相似的图形，只是将商标中英文“RedB11”与文字“红牛”的上下位置调换了，与天丝医药公司第 1289559 号的图形相同。根据红牛公司的 ZL96307886.0 外观设计专利俯视图显示，该罐体的罐顶的标明了：1.

“T. C. PHARCEUTICAL INDUSTRIES CO., LTD.

”即“天丝医药保健有限公司”的英文名称)；2.

“FOR EXPORT ONLY”(意为“仅供出口”)；3.

“KRATINGDAENG”(即泰语“红牛”的英文写法)；4.

“PRODUCT OF THAILAND”(意为“泰国产品”)。红牛公司无法否认其申请的

外观设计专利中含有天丝医药公司泰国红牛产品装潢中的较多元素的事实。而从天丝医药公司提交的证据可以看出，涉案装潢与天丝医药公司在新加坡等地使用的红牛饮料的装潢相比，红牛公司的涉案装潢只是将天丝医药公司在新加坡等地使用的红牛饮料的装潢中的商标换成了天丝医药公司许可其使用的第 878072 号商标以及将下部的生产厂家换成了红牛公司外，其他基本相同。涉案装潢选用的是金色主色调，位于罐体正面、背面居中显著部位并与底色形成强烈视觉对比效果的第 878072 号商标图样，应当是装潢中最为引人注目的设计要素，而第 878072 号商标的权利人是天丝医药公司，现红牛公司已无权使用第 878072 号商标。涉案装潢剔除了第 878072 号商标的图样后，就只剩下了罐体通身为金黄、罐体下部配有蓝底白字文字这些元素，而现有证据证明这些元素在红牛公司使用前天丝医药公司就已经实际使用。且红牛公司并未举证证明，其在对涉案装潢进行宣传、使用的过程中，虽然突出使用了第 878072 号商标图样，但曾采取措施，刻意阻断了装潢本身与第 878072 号商标之间的联系，以及第 878072 号商标所可能发挥的来源指向作用。另，早在 2011 年 8 月 28 日，天丝医药公司已经将红牛金罐装潢注册为第 5035426 号及第 5035427 号平面装潢商标，2014 年 5 月 7 日也将红牛金罐装潢注册为第 11460102 号立体商标，上述商标均在商标保护期内。综上，虽然红牛公司作为涉案金罐红牛饮料产品的实际经营主体，通过多年持续、大规模的宣传和使用行为，显著地提升了金罐红牛产品的市场知名度，对涉案装潢权益的形成作出了重要贡献，但不可否认，红牛公司在其持续十多年的经营中也获得了很大的收益。因此，在红牛系列商标许可使用合同中并未对涉案装潢的权益归属作出约定的情况下，涉案装潢的权益应归属于天丝医药公司。一审法院认为涉案装潢权益应由红牛公司享有的认定，缺乏事实与法律依据，本院予以纠正。

鉴于红牛公司对涉案包装、装潢并不拥有权益，本案是否应追加浓一点公司

参加诉讼、涉案侵权产品是否万佳来鹤公司委托天菊公司生产及一审判赔金额及责任性质的认定是否合理等问题已没有审理的必要，本院不予审理。

综上所述，基于新证据，红牛公司的上诉请求不能成立，不予支持；万佳来鹤公司、天菊公司的上诉请求成立，予以支持；一审判决认定事实有误，应予改判。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百四十四条、第一百七十条第一款第二项的规定，判决如下：

一、撤销重庆市第五中级人民法院(2018)渝05民初4029号民事判决；

二、驳回红牛维他命饮料有限公司的全部诉讼请求。

一审案件受理费82400元，二审案件受理费81800元，共计164200元由红牛维他命饮料有限公司负担。

本判决为终审判决。

审 判 长 喻志强

审 判 员 周 敏

审 判 员 付 莎

二〇二一年九月十四日

书 记 员 吴晓未

附图

附图1 红牛维生素功能饮料附图2 公证实物

附图3 第5035426号注册商标

附图4 第5035427号注册商标

附图5 第11460102号注册商标

附图 6 第 878072 号注册商标

附图 7 第 1289559 号注册商标

附图 8 新加坡 T9710870A 号注册商标

附图 9 新加坡 T9604459I 号注册商标

-1-

©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/pfn1/c05aeed05a57db0a78595f5422e193946dc3ba3d12f53402bdfb.html>