

# 宋城演艺公司起诉商标侵权及不正当竞争案一审宣判 “小宋城”被判停止侵权,注销网站域名

《北京青年报》朱健勇 韩世容

认为“小宋城”侵害了自己公司的商标权,宋城演艺公司一纸诉状将东京艺术公司、一城宋韵公司、微梦创科公司告上了法院,要求三者停止商标侵权及不正当竞争行为。近日,北京市知识产权法院对该案作出一审判决,判令被告东京艺术公司自判决生效之日起停止侵害“宋城”注册商标专用权的行为;停止使用并注销涉案“xiaosongcheng.com”域名;并在《中国旅游报》上刊登声明,就此案商标侵权行为为宋城演艺公司消除影响。

## 原告 商标近似 要求停止侵权

宋城演艺称,其是“宋城千古情”大型歌舞的经营企业,公司以“演艺”为核心竞争力,成功打造了杭州、三亚、丽江、九寨、龙南山等十大旅游区、三大主题公园、上百台“千古情”及演艺秀,并拥有宋城六间房、宋城中国演艺谷等数十个文化娱乐项目,产业链覆盖旅游休闲、现场娱乐、互联网娱乐,是世界大型的线上和线下演艺企业。

宋城演艺拥有“宋城”注册商标专用权,核定使用在第41类演出服务等服务项目上,“宋城”已经具有很高知名度,在演出服务项目上已经构成驰名商标。

宋城演艺认为,开封市东京艺术中心有限公司和开封一城宋韵文化发展有限公司使用的“小宋城”是近似商标,至少从2013年11月18日至今,未经许可在其经营的“小宋城”文化旅游商区内部及周边,突出使用与宋城演艺商标相同或高度近似的标志在其景区各处,包括餐饮、演出、洗

浴、住宿、KTV、商业管理等服务的外景、大巴车、服务台、演出售票处、消费凭据等处,并在其官网、新浪微博公众号、微信公众账号等处突出使用。

宋城演艺请求法院认定其涉案商标为驰名商标,进而对被告在第35类和第42类商业管理、餐饮、洗浴、住宿等服务项目上的使用行为予以禁止,对其涉案商标权予以跨类保护;请求法院判令被告东京艺术公司、一城宋韵公司立即停止侵权、停止使用域名xiaosongcheng.com并连带赔偿其经济损失及合理开支800万元;判令微梦创科公司对微博网站上发布的侵犯涉案注册商标专用权的信息进行删除和屏蔽。

## 被告 “小宋城”属于善意使用

针对宋城演艺的诉称,东京艺术公司和一城宋韵公司共同辩称,东京艺术公司与一城宋韵公司是合作关系,东京艺术公司是“汴梁小宋城”的实际经营者,主要经

营餐饮。一城宋韵公司是“千回大宋”舞台剧的经营者,除该舞台剧之外的其他经营项目都属于东京艺术公司。

东京艺术公司经营的汴梁小宋城位于河南开封,且拥有“汴梁小宋城”注册商标专用权,该商标核定使用类别为第41类,东京艺术公司申请及使用的商标均为自己享有专用权的商标,该注册商标曾被宋城演艺公司向原国家工商行政管理总局商标评审委员会提起过无效申请,商标评审委员会经审查予以核准注册,宋城演艺公司不服裁定提起行政诉讼,一审判决维持商标评审委员会作出的裁定,后宋城演艺公司上诉至北京市高级人民法院。

东京艺术公司和一城宋韵公司认为,宋城演艺提交的证据均来自浙江省内,其所谓的宋城及其知名度只存在于浙江省杭州市。因开封古称汴梁,故东京艺术公司在开封经营的文化旅游商区有时也称开封“小宋城”,“宋城”在河南省开封市属于通用名称,广泛使用于行政机关、街道、商家等名称,东京艺术公司的经营地在开封,故其使用“小宋城”标识属于善意使用,一城宋韵公司在舞台剧演出上使用“千回大宋”,也并不侵害宋城演艺的注册商标专用权。

东京艺术公司和一城宋韵公司认为东京艺术公司实际使用的商标标识与宋城演艺公司主张权利的涉案商标区别明显,不会导致消费者的混淆误认。

## 宣判 “小宋城”确有侵权行为

北京知识产权法院经审理认为,一

城宋韵公司主要是经营“千回大宋”舞台剧,但在其经营或者宣传过程中并未存在单独或者突出使用“宋城”“小宋城”或者“开封小宋城”等字样。鉴于宋城演艺明确表示不对“千回大宋”标识或舞台剧主张侵权,因此法院认定一城宋韵公司并未实施侵害宋城演艺注册商标专用权的行为。

东京艺术公司实际使用“小宋城”或者“开封小宋城”等字样的演出和KTV等服务,与宋城演艺的第939972号“宋城”商标使用在第41类的演出服务,二者在服务的目的、内容、方式、对象等方面较为接近。法院认定东京艺术公司在经营和宣传中单独或者突出实用“小宋城”“开封小宋城”等字样的行为侵犯了宋城演艺商标享有的专用权。

东京艺术公司官网域名的主体部分为“xiaosongcheng”,系小宋城文字的拼音,与宋城演艺商标在读音上相近,其经营的官网上多处有图关于“XIAO SONG CITY 小宋城”标识,有关于东京艺术公司经营的小宋城中的民俗餐饮、文化商业、住宿、洗浴等业务的介绍。东京艺术公司使用该域名行为构成侵权,应停止使用该域名。

此外,微梦创科公司在2018年2月8日收到相关起诉材料后,当日对“开封小宋城”的新浪微博头像和昵称进行了删除,微梦创科公司不构成帮助侵权。

除要求东京艺术公司停止侵害宋城演艺“宋城”商标专用权和注销相关域名外,法院判决东京艺术公司须在《中国旅游报》上刊登声明,就商标侵权行为为宋城演艺公司消除影响。法院驳回了宋城演艺公司的其他诉求。

# 公车为何同天重复加油? 里面暗藏猫腻

《中国纪检监察报》王庆 袁杨军

“2019年3月12日上午10时加油29.29升,半个小时后又加油33.93升。”

今年5月,台州市黄岩区屿头乡纪委在核查乡政府公务油卡加油记录时发现,一张尾号为3331的公务油卡2017年以来的加油记录中,同天重复加油情形多达14次。

早在2006年,黄岩区就建立了一车一卡制度,明确一张公务油卡只能固定为一辆公车加油。乡纪委初步了解到,该油卡绑定乡政府车号为浙J\*\*\*20的黑色大众小轿车,2017年1月以来,一直由驾驶员许某某驾驶。

以车辆百公里10升油耗测算,这辆公车要在半个小时内开300公里以上,才有可能消耗大部分燃油并再次加油。乡里严格执行一车一卡制度,这张油卡加油记录为何如此反常?

随即,乡纪委成立了核查组。“直接找当事人谈话,后续调查可能会陷入被动。”制定核查方案时,乡纪委书记杨挺决定,先从外围入手排摸情况。

核查组首先来到离乡政府最近、异常加油次数最多的宁溪加油站了解情况。

“公务油卡同天重复加油,该油卡有没有可能还为其他车辆加过油呢?”核查组发出疑问。

“我们加油站工作纪律严格,加油前都会核对车卡一致情况,不可能车卡不一致



就加油。”加油站负责人说。

“那有没有可能车主未经加油站工作人员核对,在自助加油机上自行加油呢?”

“那更不可能了。”加油站负责人介绍,“公务用车加油实行动态服务密码核验机制。驾驶员在输入公务油卡密码后,我们工作人员手上还有一道每日更新的动态服务密码,没有核验车卡一致,公务油卡是加不了油的。”

随后,核查组调看了异常加油记录对应时间点的加油监控视频。

4月17日14时51分,一辆黑色大众

小轿车进入了画面,这正是许某某负责驾驶的公车。在自助加油机前,许某某将油卡插入自助加油机并输入密码后,示意加油站工作人员过来输入服务密码,全程并未发现异常。

稍晚后的15时25分,一辆白色本田车进入加油站,停在了自助加油机前。经辨认,这正是许某某平时开的私家车。视频显示,许某某插油卡输入密码时间明显偏长,中间还有短暂的停顿。

对照加油记录,可以确定许某某当天用公车油卡给自己的私家车加了油。但他

是如何掌握动态服务密码的呢?核查组注意到,工作人员输入服务密码时,并没有刻意遮挡,而站在不远处的许某某,视线始终没有离开键盘区。

至此,许某某用公车油卡为自己私家车加油的事实基本能够认定。核查组决定找许某某谈谈。

“我们全区都在查私车公养问题,你保管的油卡加油是不是正常?”杨挺问。

许某某犹豫了片刻:“哦,油卡啊,我都是按规定加油的,加油站保管服务密码,我自己加不了油的。”

“那加油记录里,你保管的油卡为什么会同一天加油两次?”

“有吗?我记不清了。”许某某说。

“那说说4月17日,你在宁溪加油站都给什么车加油了?”

面对详实的证据,许某某自知无法隐瞒,交代了问题。

原来,2017年初的一次公车加油中,许某某无意间看到了加油站工作人员输入的油卡服务密码。正赶上私家车油箱见底,在贪便宜心理的驱使下,将公车开回单位后,许某某开着私家车再次来到加油站,用公务油卡和默记的服务密码给私家车加了油。此后的一年多时间里,他先后用公务油卡为私家车加油14次,累计金额3366.38元。

问题查清后,许某某主动退赔了违规油款。今年7月19日,屿头乡纪委给予许某某党内警告处分。