

片面引用尚未生效判决书贬低竞争对手

法院:传播误导性信息 构成商业诋毁 判赔200万元

□ 记者 陈颖婷

“希爱力”“伟哥”都是治疗男性勃起功能障碍的有效药物，但两款药品商标所属的企业却因为有一方在社交媒体上将尚未生效的民事判决书、行政起诉状“断章取义”，对竞争者进行贬低诋毁而对簿公堂。昨天，浦东新区人民法院公布了这起涉及知名药企商业诋毁纠纷案。“伟哥”商标在中国的权利人因为故意传播误导性信息，构成商业诋毁，被判赔 200 万元。

三篇微信文章引发两大药品的名誉之争

原告是某医药企业的上海子公司，负责管理“希爱力”品牌及药物在中国的运营。被告是一家传媒公司，2012 年从案外人处受让取得“伟哥”商标，2015 年将商标授权他人在“白云山金戈”药物上使用，授权期至 2022 年，授权费 1198 万元 / 年。2015 年，原被告双方就侵害商标及不正当竞争纠纷在广州某法院诉讼。

2019 年 11 月至 12 月间，被告在其微信公众号上发布《礼来侵权“伟哥”商标，已被立案！》《被判多次败诉被处罚，恼羞成怒状告国家市场监督管理总局知识局》《依法维护伟哥中国知识产权，国家知识产权局依法明确回应礼来公司不当诉求》3 篇文章，将尚未生效的一审民事判决书和国家知识产权局商标撤销复审决定书，行政起诉状和答辩状，以及与被告无关的行政处罚决定书的部分内容截图附在微信文章中，并使用了“严重违法”“以身犯险、无视我国相关法律”“仍不悔改，藐视中国法律及政府”“恼羞成怒”“把中国老百姓的生命健康当儿戏”“误导老百姓生命健康，涉嫌谋财害命”“无法无天”等言语。

原告认为，被告的上述行为损害了公司的商业信誉和商品声誉，有悖诚实守信的商业道德，已经构成商业诋毁的不正当竞争行为。故该公司诉讼请求判令被告停止实施商业诋毁行为、赔礼道歉、消除影响，并赔偿商誉损失、经济损失及合理开支共计 500 万元。

【案件意义】

本案是一起在微信公众号发布涉及司法未决内容的文章导致纠纷的典型案件。在市场竞争中，具备商业竞争关系的公司之间围绕商标及不正当竞争行为发生争议后，进行诉讼维权或行政投诉的情况并不鲜见，在司法裁决或行政决定未生效时，一方当事人即行披露及评论，或者对生效文书进行片面引用及评论，可能夹杂事实上虚假的信息，也可

法院:故意编造、传播误导性信息,构成商业诋毁

浦东法院经审理认为，“白云山金戈”商品及“希爱力”商品均为抗 ED 药物，围绕商标侵权及不正当竞争行为，原被告曾发生诸多争议，说明两者存在商业竞争关系。根据法律规定，被控编造虚假信息或误导性信息的一方有义务证明其所述内容的真实，而司法未决事实属于真伪不明事实。

本案中，在司法机关、行政机关对原告是否侵害被告注册商标专用权、实施虚假宣传行为作出最终认定前，被告即在涉案文章中宣称原告严重违法，并直接节选民事判决书、行政起诉状等的部分内容，将尚未定论事实描述为确定事实并予以传播，属于传播误导性信息。

同时，被告在文章中大量使用贬低性、侮辱性言语对原告进行否定性评价，已超出客观、合理、正当的商业评价范畴，属于诋毁行为。

法院据此认定被告实施了故意编造、传播误导性信息的行为，且涉案文章措辞恶劣，给原告造成了严重的不良影响。被告在诉讼期间仍未停止涉案行为，侵权主观恶意明显，侵权行为造成的损害后果持续时间长，严重损害了原告的商业信誉和利益，构成商业诋毁。

最终，法院判令被告停止实施商业诋毁行为，刊登声明消除影响，并赔偿原告经济损失及维权合理费用合计 200 万元。

一审判决后，被告提出上诉，二审维持原判，判决现已生效。

能包含虽未经证明真伪但能够产生误导效果的信息，如何划定言论自由的边界及认定是否构成编造或误导性信息是审理此类案件的关键所在。

本案判决厘清了发布和评论司法未决事项的内容边界，辨明了发布非完全编造的误导性信息亦构成诋毁，划定了客观、合理、正当的商业评价范畴，对同类案件审理具有较高参考价值。

逛商场像听流行乐演唱会 购物“BGM”有没有可能侵权了？

□ 记者 夏天 通讯员 金滢 卢思元

经营者们随意在商场、餐厅、超市等经营场所，播放自己购买的光碟中的音乐或音乐播放软件中的音乐，是否构成侵权？近日，杨浦区人民法院审理了这样一起侵害作品表演权纠纷案件。

案情回放

歌曲《伤心的人别听慢歌》收录在五月天发行的《步步》音乐专辑中，该专辑封面载有“MAYDAY 五月天”，专辑内的歌词单上载明《伤心的人别听慢歌》的“词 / 曲：阿信”。原告中国音乐著作权协会经过陈信宏（阿信）授权，有权以自己的名义就侵害歌曲《伤心的人别听慢歌》表演权的涉案行为提起诉讼。

原告通过公证取证发现，被告 W 商业管理有限公司（以下简称 W 公司）为某大型综合购物广场经营者，广场内循环播放了一众流行背景音乐，便对该处播放的背景音乐进行了录音。回到公证处后，原告代理人根据录音内容制作录音曲目单，其中包括《伤心的人别听慢歌》。

原告中国音乐著作权协会认为：被告在未征得权利人和原告许可，未交纳著作权使用费的情况下，在其经营场所内公开表演使用原告管理的涉案音乐作品，侵害了原告权利，给原告造成了损失。原告为维护著作权人的合法权益，故诉至人民法院，请求判令被告赔偿原告相应经济损失。

法院裁判

杨浦法院审理后认为，歌曲属于音乐作品，受《中华人民共和国著作权法》保护。原告是经国家有关部门批准成立的我国音乐著作权集体管理组织，依法有权对著作权实施集体管理。根据相关合同约定，原告有权对社团法人中华音乐著作权协会（中国台湾地区的音乐集体管理协会）管理的音乐作品，在中国大陆地区的管辖地域行使著作权权利，且原告有权以自己的名义提起诉讼。据此，原告有权就侵害歌曲《伤心的人别听慢歌》表演权的涉案行为提起诉讼。

表演权，即公开表演作品，以及用各种手段公开播送作品的表演的权利。被告未经原告或者著作权人的许可，在其经营场所将涉案歌曲作为背景音乐进行播放，侵害了涉案歌曲的表演权，应承担相应侵权责任。

综合考虑涉案作品的类型、知名度、被告经营场所的规模、侵权情节等因素，人民法院判决被告赔偿原告经济损失及合理开支共计 7000 元。

一审判决后，双方均未提出上诉，本案现已审理终结。

【法官说法】

选取适当的背景音乐往往能够营造购物氛围、刺激顾客情感、提升购物体验，因此在超市卖场、游乐场等场合播放背景音乐的情景已司空见惯。然而，近年来因背景音乐侵权引发的诉讼纠纷不在少数。为保护广大音乐著作权人的合法权益，提高公众对于音乐版权的保护意识，人民法院应积极表明保护版权、促进业态健康发展的司法态度。本案中的被告未经授权在经营场所公开播放背景音乐，其行为侵害了原告就涉案作品享有的表演权。表演包括现场表演和机械表演两种。前者是演出者运用演技，向现场观众表现作品行为，如演奏乐曲、上演剧本、朗诵诗歌等；后者是指运用产品、光盘等物质载体形式，向公众传播被记录下来的表演的行

为。本案纠纷的情形属于后者。

在营业场所播放背景音乐虽非直接利用背景音乐获利，但该背景音乐能够营造氛围，提高消费者在消费过程中的愉悦程度，进而对其商业行为起到促进作用。故经营者理应向权利人支付合理的使用费。

需要明确的是，即使购买了正版 CD 或者利用第三方音乐会员账号欣赏音乐作品，也仅限于自我欣赏范围内的反复收听和播放，并不意味着获得了表演权在内的其他著作权权利。

法官在此提醒，经营者应充分重视版权保护，避免引发侵权风险，如需在经营场所播放背景音乐，可以使用已经进入公共领域（版权开放）的音乐，也可提前向相关音乐集体管理协会或者版权人获取授权。