

□ 通讯员 阙颖 姜叶萌
记 者 徐荔

作为宝宝的亲密伙伴，奶瓶、奶嘴的安全性极为重要。为了宝宝的健康，很多宝妈宝爸都会选择贝亲、赫根等知名品牌的产品。

然而，有利欲熏心者竟将罪恶之手伸向了奶瓶、奶嘴，假冒品牌产品牟利。近日，上海市虹口区人民法院公开开庭审理了一起销售假冒奶瓶、奶嘴等婴幼儿用品的案件。

案件回顾>>>

何某某原在一家主营母婴用品的电商公司做运营工作。客户在该公司电商店铺下单后，何某某就去寻找货源，接着下单发货给客户，店铺则从中赚取高额差价。然而，何某某往往以极低的价格购进货源，他也明知这些货物不可能是正品。不到半年，店铺就被电商平台全部关闭，何某某也被公司辞退。

有了这些电商运营经验，何某某如法炮制，自立门户，一连开设了几家母婴用品店。最初，何某某还是从以前的渠道进货，经营时间久了，他也有了自己的上家（另案处理）。

2023 年 1 月，有人联系何某某，让他帮忙销售奶瓶奶嘴等商品。双方一个制假，一个售假，为了金钱利益，一拍即合。自此，何某某和上家达成共谋，形成了固定的产销模式：上家生产假冒“pigeon（贝亲）”“hegen（赫根）”等商标的奶瓶奶嘴等商品，何某某将商品放在自己开设的网店里，加价对外出售，客户下单后，由上家代为发货。由于销售价格明显低于市场价格，吸引了不少消费者购买，短短几个月的时间，就卖出了 31 万余元的假货，非法获利 5 万余元。

虹口法院经审理后认为，何某某违反国家商标管理法规，销售明知是假冒注册商标的商品，有其他特别严重情节，其行为已构成销售假冒注册商标的商品罪。审理中，辩护人提出适用缓刑的辩护意见，法院认为何某某销售的是假冒注册商标的婴幼儿用品，根据产品性质、用途，结合犯罪金额，并不属于犯罪情节较轻的犯罪，不符合适用缓刑的法律规定。

最终，虹口法院判决何某某犯销售假冒注册商标的商品罪，判处有期徒刑 1 年 6 个月，并处罚金 6 万元。

说法>>>

●以主观明知、客观销假的事实为依据

行为人明知是假冒注册商标的商品，仍然实施销售行为，可以构成主观方面的明知要件。结合本案，何某某明知从上家处购进的是假冒知名注册商标的婴幼儿用品，而继续实施销售行为，从中牟取非法利益。而且何某某以明显低于市场价格进货，为了获利加价销售，销售价格仍然低于品牌市场价。另外，何某某知道销售的是假冒注册

明知是假冒『贝亲』奶瓶 还在网店大肆销售

商标的产品后，仍然持续稳定地从上家处进货，综合案件事实，何某某构成了主观方面的故意。

行为人在主观明知的前提下，实施了客观的销假行为，完成了犯罪的闭环。

本案中，何某某购进假冒知名品牌的婴幼儿用品，虽不是由自己直接发货，却是以自己店铺的名义对外销售。更何况，“销售”的内涵不只有自销，还包括了批发、零售、代售、贩卖等内容。

综合全案，何某某既具备了主观方面的明知，也实施了客观方面的销假行为，完成了认定销售假冒注册商标的商品罪的全部事实行为。

●以犯罪情节、社会危害的权衡处以刑罚

案件裁判中，要根据行为人的犯罪情节进行量刑裁判。该案区别于其他销假案件的重要特点就是销售的是假冒奶瓶、奶嘴等，这类婴幼儿用品直接关系到婴幼儿的健康成长。奶瓶、奶嘴的质量不过关，潜在危害性极大。不能因为目前无反馈损害结果，就忽略其社会危害性。所以，综合何某某的犯罪情节，销假的产品性质、用途以及社会危害性，对其适用实刑。

在此，法官也提醒广大宝妈宝爸，一定要从正规渠道购买母婴产品，购买时看清销售资质。多数大牌厂家为防止消费者购买到假冒伪劣，会在包装上标上官方防伪码或物流码标签，产品到手务必查询真伪。黑心商家常常会利用人们低价买正品的“捡漏”心理，如果价格比官方售价低不少，就要提高警惕了，切莫贪便宜。

□ 通讯员 杨秋月 陆楠 记者 徐荔

你有没有遇到过在搜索平台搜索某关键词，但出现的结果却不是自己想要的，反而链接到其他无关的网站？一般情况下，这是由于商家通过搜索平台将某些关键词和自身进行关联，以此获取更多搜索量、点击量。

要注意的是，如果将他人的商标设置为搜索关键词，引流到自己的网页上，就有可能构成商标侵权。

为自家招商『引流』？ 借用他人知名商标侵权！

案件回顾>>>

朋来公司是一家从事牛排制作销售的餐饮公司，拥有“朋来”商标，核定使用范围包括：肉、牛排、鱼制食品、水果蜜饯、速冻方便菜肴等。

2021 年 11 月的一天，朋来公司的工作人员在搜索平台搜索“朋来牛排加盟”时，发现搜索结果中有一条标题为“[总]-朋来牛排加盟主页，总店招商，堂吃+外卖双赢”的内容，但页面下方显示的是“倍贝餐饮公司”字样。点击上述链接后，页面跳转为倍贝餐饮公司的招商、加盟信息。

朋来公司认为，倍贝餐饮公司的行为构成商标侵权。倍贝餐饮公司未经许可，长期恶意使用“朋来”商标作为商业推广，目的就是利用“朋来”商标的知名度和影响力为自己引流，让消费者和加盟商混淆，这样会使得本可能属于朋来公司的商业机会转至倍贝餐饮公司。于是，朋来公司诉请判令倍贝餐饮公司赔偿经济损失及合理费用 5 万元。

倍贝餐饮公司辩称，公司主要从事牛排的加盟业务，和“朋来”商标的核准范围不一致，且公司仅在搜索平台上使用“朋来牛排加盟”作为关键词搜索，并非直接使用“朋

来”商标，不构成商标侵权。

松江法院经审理认为，倍贝餐饮公司在搜索平台中将“朋来牛排加盟”设置为关键词，使得搜索链接的标题中含有“朋来”字样，但搜索结果中显示的是倍贝餐饮公司的商业推广网页链接，可见倍贝餐饮公司将“朋来”用于广告宣传，起到了识别商品或服务来源的作用，属于商标性使用。上述链接指向倍贝餐饮公司的“某牛排”加盟招商广告，与原告的“朋来”商标核定使用的范围属于类似服务。经比对，被诉侵权标识与原告的“朋来”注册商标在整体上构成相同，容易导致相关公众对商品/服务的来源产生混淆。因此，被控侵权链接的标题部分使用“朋来”文字，构成对原告“朋来”注册商标专用权的侵害。

综合相关情况，松江法院判决倍贝餐饮公司赔偿朋来公司经济损失及合理开支 4000 元。

（文中涉案公司、商标均为化名）

说法>>>

经营者在网络推广过程中，通常会设置特定的搜索关键词，以提高商品或服务的曝光率。该类关键词的设定是否涉嫌侵犯他人的商标权，可以从以下几个方面判定：

1.判断是否属于商标性使用

通过关键词设定，使得网络用户在搜索引擎中输入关键词后，其他权利人的商标直接出现在搜索结果标题中，属于关键词的显性使用。如该关键词能够发挥区分商品或者服务来源的功能，公众可以基于该关键词直接识别商品或服务来源，则属于商标性使用，应当受到商标法的规制。

2.在关键词推广属于商标性使用的前提下，通过综合对比的方式，判断是否构成商标侵权

检视关键词是否和权利人的商标构成相同或近似及该关键词指向的商品/服务和商标核定使用的商品/服务的种类是否相同或类似。在关键词和商标相同的情况下，如关键词指向的商品/服务和商标的核定使用商品/服务相同，则构成商标侵权。如关键词和商标构成近似商标，即使在相同或类似的商品/服务上使用，也要结合商标的知名度、显著性，将该商标的字体、大小、颜色、图形、结构等因素，和关键词的组成进行综合比对判断，足以造成消费者混淆的，构成商标侵权。

3.市场竞争中的经营者应当遵循诚实信用原则和商业道德

对可能侵害他人合法权益的情形应谨慎审查并合理避让，不得正当地利用他人的商业成果谋取市场交易机会。

与此同时，搜索平台也应承担起社会责任，不能“挂羊头卖狗肉”。