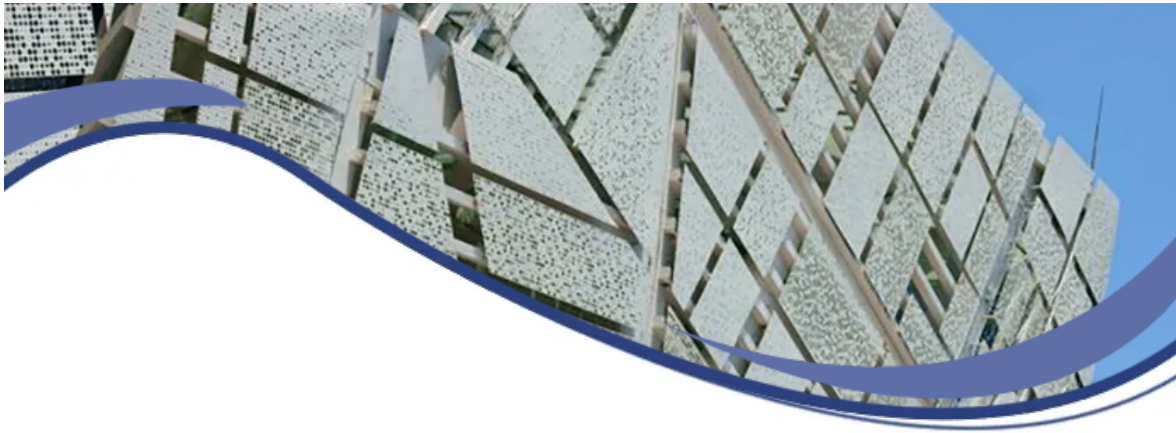


案例分享 | 蓝某（中国）有限公司诉北京普惠某有限公司、刘某林等不正当竞争纠纷案

赢在IP 2026年7月16日 08:00 上海



蓝某（中国）有限公司诉北京普惠某有限公司、刘某林等不正当竞争纠纷案

(2 0 2 3) 京 7 3 民 终 3 8 3 5 号



上诉人（原审被告）：北京普惠某公司、刘某林
被上诉人（原审原告）：蓝某（中国）有限公司



原告蓝某（中国）有限公司（以下简称蓝某公司）诉称：其生产的某品牌洗衣液于2010年投入市场，销售范围遍及全国各省市，经过多年持续使用和宣传推广，洗衣液及其包装、装潢已在相关公众中产生一定影响。该包装装潢可以识别商品来源，属于有一定影响的商品包装、装潢。北京普惠某有限公司（以下简称北京普惠某公司）在其经营的拼多多店铺销售的咪咪馨瓶装及袋装洗衣液（以下统称被诉侵权商品）擅自使用了与某品牌洗衣液包装、装潢近似的包装、装潢。被诉侵权商品使用了天津某日用品店享有商标权的“咪咪馨”商标，且咪咪馨瓶装洗衣液外包装上标注了天津市某生物科技有限公司（以下简称天津某科技公司）和北京普惠某公司的企业信息，咪咪馨袋装洗衣液外包装上标注了北京普惠某公司的企业信息，北京普惠某公司、天津某科技公司、天津某

日用品店在明知某品牌洗衣液具有极高知名度的情况下，共同实施了生产被诉侵权产品的行为，主观恶意明显，属于擅自使用与知名商品的包装、装潢近似的标识的不正当竞争行为，给蓝某公司造成巨大损失。刘某林、田某分别作为自然人独资的有限责任公司北京普惠某公司、天津某科技公司的唯一股东，不能证明公司财产独立于股东自己的财产，应当对公司债务承担连带责任。李某作为个体工商户天津某日用品店的经营者，应当与天津某日用品店承担连带赔偿责任。

被告北京普惠某公司和刘某林共同辩称：不同意蓝某公司的诉讼请求。1.案涉袋装洗衣液的外包装，系北京普惠某公司于2021年9月22日从案外人处采购进行灌装封口，案涉瓶装洗衣液的外包装，包括瓶、瓶盖、瓶贴均是天津某科技公司提供的，后北京普惠某公司用生产的洗衣液进行灌装封口。实际销售的只有蓝某公司取证购买的，其余均是进行刷单使用或免费赠送亲友使用。蓝某公司第一项诉讼请求已经实现。2.蓝某公司主张的侵权获利计算方式错误。案涉拼多多店铺后台显示销量为30721，其中3万的销量是第三方运营修改出来的，剩余销量721是第三方运营刷单691、亲友帮忙刷单29和蓝某公司下单1件。北京普惠某公司实际经营亏损，没有获利，故不同意赔偿。3.北京普惠某公司与天津某科技公司、天津某日用品店不存在共同生产、销售行为。北京普惠某公司系从天津某科技公司购买洗衣液的生产设备和瓶装洗衣液的外包装，北京普惠某公司自己灌装生产并自行销售。北京普惠某公司与天津某日用品店没有直接往来，购买设备的合同系与天津某科技公司签订，品牌授权书系天津某科技公司向北京普惠某公司提供的。瓶贴系天津某科技公司提供模板，北京普惠某公司在背面瓶贴下方增加北京普惠某公司名称、厂区名称、地址、邮编，并在正面瓶贴修改咪咪馨商标的位置。

被告天津某科技公司和田某共同辩称：不同意蓝某公司的诉讼请求。1.天津某科技公司未参与被诉不正当竞争行为。天津某科技公司仅提供洗衣液生产设备、生产技术，并不提供其他服务或商品。天津某科技公司未参与案涉洗衣液的生产和销售，只是向北京普惠某公司销售洗衣液生产设备，并向北京普惠某公司提供了天津某日用品店出具的品牌授权书。2.天津某科技公司与天津某日用品店是合作关系，天津某日用品店系咪咪馨商标的专用权人，但将咪咪馨商标的使用权和对外授权的权利都给了天津某科技公司。3.天津某科技公司未向北京普惠某公司提供过案涉瓶装洗衣液的外包装，仅向北京普惠某公司提供了生产、销售案涉瓶装洗衣液的外包装的案外人的联系方式，具体外包装样式和瓶贴均是北京普惠某公司与案外人自行协商购买，款项也是直接向案外人支付的，并未经过天津某科技公司；案涉袋装洗衣液系北京普惠某公司自行联系购买的外包装，天津某科技公司不知情。

被告天津某日用品店和李某共同辩称：不同意蓝某公司的诉讼请求。天津某日用品店未参与被诉不正当竞争行为。咪咪馨商标是天津某日用品店的注册商标，但天津某日用品店在2020年就将该商标授权给天津某科技公司独占使用且天津某科技公司可以对外授权使用，天津某科技公司如何使用该商标或者授权给谁使用，天津某日用品店不参与也不知情。天津某日用品店的营业执照和店铺印章均交给天津某科技公司使用，天津某日用品店并未实际经营。

法院经审理查明：某品牌洗衣液市场占有率高，且其包装与市场上其他品牌洗衣液产品包装装潢存在明显区别。北京普惠某公司在其拼多多店铺销售了咪咪

馨品牌的案涉瓶装洗衣液和袋装洗衣液。案涉瓶装洗衣液与某品牌洗衣液的外包装瓶型、颜色几乎完全一致，瓶贴形状基本一致，正面瓶贴在居中大字下方均有粉色彩带样图案，背面瓶贴的内容模块及所在位置几乎完全一致；案涉袋装洗衣液与某品牌洗衣液外包装颜色、粉蓝白三色彩带样图案、背面文字内容模块及所在位置几乎完全一致。被诉侵权商品上使用的“啾啾馨”系天津某日用品店的注册商标，使用的条形码显示对应企业系天津某日用品店。天津某科技公司使用天津某日用品店的营业执照在1688开设店铺，销售洗衣液生产设备，宣传“厂家直销”“免费提供技术配方”“免费提供产品商标授权”“免费产品检测报告”“免费提供产品上市条形码”。天津某科技公司在淘宝开设店铺，销售洗衣液生产设备，宣传“配方、手续、上百种产品、一机多用”“免费使用啾啾馨注册商标、商号，享受公司品牌效应，提升产品知名度”“包装支持长期提供各系统产品包装”。网络店铺宣传图片中均显示与案涉啾啾馨瓶装洗衣液近似的商品包装。

北京市丰台区人民法院于2023年10月9日作出（2023）京0106民初333号民事判决：一、本判决生效之日起，北京普惠某公司、天津某科技公司、天津某日用品店立即停止涉案不正当竞争行为；二、本判决生效之日起十日内，北京普惠某公司赔偿蓝某公司经济损失30000元、合理支出6000元，共计36000元，刘某林、天津某科技公司、田某、天津某日用品店承担连带责任；三、驳回蓝某公司的其他诉讼请求。宣判后，北京普惠某公司、刘某林不服，提起上诉。北京知识产权法院于2024年2月26日作出（2023）京73民终3835号民事判决：驳回上诉，维持原判。

根据《中华人民共和国反不正当竞争法》的规定，经营者不得擅自使用他人有一定影响的商品包装、装潢等相同或者近似的标识，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。本案中，首先，某品牌洗衣液的包装装潢在其瓶装形状、瓶装上文字图案及整体颜色结构上设计独特，具有区别于其他商品标识的显著特征，且该装潢经蓝某公司长期使用并投入大量成本广泛宣传已在洗衣液市场上具有较高知名度，具有识别商品来源的功能，故构成具有一定影响的商品的包装装潢。北京普惠某公司生产销售的啾啾馨洗衣液正面瓶贴文字的字体、颜色及位置与某品牌洗衣液十分相似；其使用的包装的瓶型与某品牌洗衣液基本一致，瓶装颜色均为蓝色。虽北京普惠某公司主张瓶贴文字内容不一致，蓝色为通用颜色且瓶型为洗衣液通用样式，但对于包装、装潢的比对应注重整体比对，二者在整体包装、装潢的商品外观上相似度较高。在某品牌洗衣液已经具有一定知名度的情况下，北京普惠某公司生产的啾啾馨洗衣液使用其设计独特，用色鲜明的包装、装潢，容易造成混淆，使消费者误认其销售的商品系蓝某公司的商品，客观上实施了擅自使用他人具有一定影响的商品装潢的混淆行为。虽北京普惠某公司主张其瓶装包装由天津某科技公司提供，对该产品的侵权情况不知情，但结合蓝某公司在洗衣液市场的知名度，可以推定北京普惠某公司在使用与该洗衣液基本一致的装潢销售同类产品时具有攀附知名品牌的的主观恶意。综上，北京普惠某公司擅自生产、销售包装、装潢与某品牌洗衣液近似的侵权商品，存在减少蓝某公司交易机会的可能，构成不正当竞争，应当承担停止侵权、赔偿损失的法律責任。

根据在案证据，北京普惠某公司使用的瓶装啾啾馨洗衣液的外包装系天津某科技公司提供，商标和条形码系天津某日用品店授权天津某科技公司提供，袋装啾啾馨洗衣液的商标和条形码系天津某日用品店授权天津某科技公司提供，但

无证据证明天津某科技公司和天津某日用品店与北京普惠某公司共同生产销售被诉侵权商品，故天津某科技公司和天津某日用品店的行为构成帮助侵权，应与北京普惠某公司承担连带责任。

刘某林作为北京普惠某公司的唯一股东，田某作为天津某科技公司的唯一股东，二人均未提供任何证据证明公司财产独立于股东个人财产，故刘某林应对北京普惠某公司的债务承担连带责任，田某应对天津某科技公司的债务承担连带责任。个体工商户天津某日用品店和经营者李某在诉讼权利和法律地位上具有同一性和一致性，且李某作为天津某日用品店的经营者，以其个人财产或家庭财产承担天津某日用品店的债务，故不再判决李某单独承担法律责任。

在蓝某公司未提交明确证据证明其因侵权行为遭受的损失或北京普惠某公司的获利情况的情形下，综合考虑某品牌洗衣液的知名度、北京普惠某公司、天津某科技公司、天津某日用品店各自行为的性质、情节、主观过错程度酌情确定赔偿数额。

北京市丰台区人民法院于2023年10月9日作出（2023）京0106民初333号民事判决：一、本判决生效之日起，北京普惠某公司、天津某科技公司、天津某日用品店立即停止涉案不正当竞争行为；二、本判决生效之日起十日内，北京普惠某公司赔偿蓝某公司经济损失30000元、合理支出6000元，共计36000元，刘某林、天津某科技公司、田某、天津某日用品店承担连带责任；三、驳回蓝某公司的其他诉讼请求。宣判后，北京普惠某公司、刘某林不服，提起上诉。北京知识产权法院于2024年2月26日作出（2023）京73民终3835号民事判决：驳回上诉，维持原判。

在侵权商品因“擅自使用他人有一定影响的商品包装、装潢等相同或者近似的标识”而构成侵权的情况下，侵权商品上的商标、条形码和外包装的提供者因其提供行为对侵权商品的生产起到了帮助作用，构成帮助侵权，应当与侵权商品的实际生产者承担连带责任。

《中华人民共和国民法典》第56条、第1169条
《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019年修正）第6条、第17条
一审：北京市丰台区人民法院（2023）京0106民初333号民事判决（2023年10月9日）
二审：北京知识产权法院（2023）京73民终3835号民事判决（2024年2月26日）

