

## 关于深圳宝业恒与上海谱尔有关商标侵权纠纷一案说明

- 一、本次诉讼与“西玛克”商标无关。（第 12 页）
- 二、本次诉讼与美国 C-MARK 商标无关。（第 14 页）
- 三、本次诉讼不针对深圳宝业恒长期不正当竞争（将另案处理）。（第 12 页）

### 一审明确：

- 一、上海谱尔与龚立本人不需要就侵权行为赔礼道歉（第 8 页）
- 二、C-MARK.com 域名不侵权，也不存在不正当竞争（第 8 页）

### 二审明确：

- 一、上海谱尔对外宣称的“美国 C-MARK 公司”真实存在并非虚构。（第 12 页）
- 二、美国 Paul Audio Inc. 在中国、美国都合法拥有“西玛克”注册商标。（第 12 页）
- 三、“C-MARK Light & Sound Inc.（美国 C-MARK 公司）”在 1996/7/1 将商誉、公司商业用名转让给美国 Paul Audio Inc. 真实。（第 12 页）
- 四、深圳宝业恒将 94 春晚列为中国 C-MARK 品牌的成功案例进行不实宣传被证实。（第 12 页）

### 本案最终明确：

- 一、上海谱尔销售“西玛克”产品被确认拥有中国合法商标，与深圳宝业恒指控的侵权、不正当竞争行为无关（第 12 页）
- 二、使用“美国 C-MARK 公司”进行宣传不存在侵权行为。（第 14 页）
- 三、C-MARK.com 域名不存在侵权，也不存在不正当竞争。（第 8 页、12 页、附后广告封面内容）
- 四、“美国 C-MARK 公司”并非虚构，真实存在。（第 12 页）
- 五、美国 Paul Audio Inc. 拥有 C-MARK 商业用名，在美国 Paul Audio Inc. 公司也叫美国 C-MARK 公司。（第 12 页）
- 六、上海市高院判决明确深圳宝业恒不得就 94 春晚赞助商一事在做虚假宣传。（第 13 页）
- 七、上海谱尔销售的是“美国 C-MARK 公司”生产的“西玛克”产品，深圳宝业恒销售的是中国生产的 C-MARK 品牌的音响产品，为了使二者明确区分，避免一个美国 C-MARK 公司产品与一个中国 C-MARK 音响产品混淆，上海谱尔将刊登声明，去除该混淆，避免消费者产生困惑。（第 14 页）

### 关于本案后续有关情况说明：

无论案件结果如何，一件事情是改变不了的：深圳宝业恒长期对外宣称他们销售的所谓 C-MARK 是美国制造、美国品牌、国际品牌均为虚假宣传！用他们自己的话说就是：“都是在中国制造”

早在有关中国 C-MARK 商标侵权案开始前，美国 Paul Audio Inc. 就在美国正式起诉深圳宝业恒法人代表周宝宁，目前周宝宁自称拥有的美国 C-MARK 商标已经被美国上诉法庭判定“自始无效”（详见美国政府网站 <http://ttabvue.uspto.gov/ttabvue/v?pno=92049924&pty=CAN&eno=58>）

本轮庭审记录显示，深圳宝业恒大量不实的、虚假宣传材料已经被揭露，从 1999 年开始的美国制造、美国品牌、国际品牌等等，该公司自己承认：他们所销售的 C-MARK 产品从来就不是美国生产，从来就是深圳制造。

美国 Paul Audio Inc.（C-MARK 公司）目前已经在中国成立美商独资音响销售企业“西玛克（上海）音响有限公司”，相关美国公司不会坐视不理，深圳宝业恒会因为长期搭洋品牌的便车，侵犯中国消费者知情权，最终一定会受到法律制裁。



# 上海市高级人民法院 民事判决书

(2011)沪高民三(知)终字第76号

上诉人(原审被告)上海谱尔音响设备有限公司,住所地上海市松江区中山街道茸梅路139号A区。

法定代表人龚应成,公司总经理。

上诉人龚立(原审被告),男,汉族,1964年12月19日生,住广东省深圳市福田区下梅林金梅花园7栋A座406。

两上诉人共同委托代理人周学瑜,上海众华律师事务所律师。

被上诉人(原审原告)深圳市宝业恒实业发展有限公司,住所地深圳市福田区莲花北村吉莲大厦三层JL4-301号。

法定代表人周宝宁,公司董事长兼总经理。

委托代理人伊彦,上海市君成律师事务所律师。

委托代理人周其麟,公司副总经理。

上诉人上海谱尔音响设备有限公司(以下简称“上海谱尔公司”)、上诉人龚立因侵害商标专用权及不正当竞争纠纷一案,不服上海市第一中级人民法院(2010)沪一中民五(知)初字第114号民事判决,向本院提起上诉。本院于2011年7月27日受理后,依法组成合议庭,于2011年9月5日公开开庭进行了审理。上诉人龚立、上诉人上海谱尔公司和上诉人龚立的共同委托代理人周学瑜、被上诉人深圳市宝业恒实业发展有限公司法定代表人周宝宁、被上诉人深圳市宝业恒实业发展有限公司的委托代理人伊彦、周其麟到庭参加了诉讼。本案现已审理终结。

原审法院经审理查明:“C-MARK”商标经深圳环球琴行申请,

1995年6月28日被核准注册，商标注册证号为第752764号，核定使用商品为第9类音响。1998年，深圳市中级人民法院出具民事裁定书，裁定深圳环球琴行所持有的“C-MARK”商标归深圳市宏大发展公司所有，以人民币（以下币种同）4万元抵偿其所欠的部分债务。2000年8月28日，中华人民共和国国家工商行政管理局商标局出具的《核准转让注册商标通知单》载明：核准第752764号商标转让注册，受让人名义为原告深圳市宝业恒实业发展有限公司。经续展注册，该商标有效期至2015年6月27日。

2007至2009年期间原告深圳市宝业恒实业发展有限公司对于“C-MARK”品牌的音响作了系列、广泛的广告宣传，并投入了数百万元费用。原告在中央电视台CCTV-3、CCTV-7频道发布广告，与北京中视枫叶广告有限公司签订广告合同；原告在《慧聪商情》、《音响技术》、《演艺设备与科技》、《思奇商情》、《亚洲音响》等杂志发布广告，与深圳市京慧聪广告有限公司等单位签订数十份广告合同并支付广告费；原告与北京演艺展业广告有限公司签订数份协议，在第14-19届北京国际专业音响展览会上发布户外广告或提供主场音响设备或参展；原告在2007-2009上海音响展览会等展览会上参展。2008年，原告的“C-MARK”牌AT3703型音箱获中国演艺设备技术协会及其演出场馆设备专业委员会颁发《2008年度演艺设备行业优质产品证书》；“C-MARK”品牌被慧聪网音响灯光行业频道评为2008年度专业音响十大竞争力品牌和2009年度音响灯光行业十大海外品牌。

被告上海谱尔公司于2005年10月26日成立，注册资本50万元，其经营范围是：舞台灯光、音响设备的设计、安装及维修；灯具、音响设备的批发零售等。《思奇商情》2010年第77、78、

79 期刊登的广告页面的左上角标示了“西玛克”、“100%原装进口”、“MADE IN USA”等字样；在广告宣传中具有以下内容：“王者强势回归、美国 C-MARK 公司”；“1993 年，美国 C-MARK 公司首次进入中国，其产品就以优秀的品质被消费者认可……1994 年，美国 C-MARK 公司成功支持中央电视台的春节联欢晚会的专业音响系统……1999 年初，美国 C-MARK 公司的产品几乎占领 80% 国内专业音响市场……美国 C-MARK 公司经过 10 多年的等待，今天终于强势回归！美国 C-MARK 公司的西玛克将再造辉煌！……”。广告中还标明：“美国 C-MARK 公司亚太地区总代理：上海谱尔音响设备有限公司……官方网站：<http://www.c-mark.com>”以及上海谱尔公司的电话、地址、邮箱和中国各地区的联系人、联系电话。音响网（[www.Audio160.com](http://www.Audio160.com)）的采购小黄页上及其宣传册上均载有上述类似内容。

2010 年 3 月 24 日，原告申请证据保全公证，其代理人黄晶在公证员现场监督下利用公证处计算机浏览 [c-mark.com](http://www.c-mark.com) 网站，对相关网页进行截屏打印，广东省深圳市深圳公证处为此出具（2010）深证字第 41473 号公证书。该公证书所附的上述网站网页显示了前述广告宣传的内容。同时还显示以下内容：“1999 年 3 月，C-MARK 商标被国内公司‘幽默’的注册了，哈哈，国际笑话！后来的一切完全变质，大量自称美国 C-MARK 的山寨产品横行国内……”；在“关于 94 春晚”页面显示：“商标要与产品放在一起才有它的价值，就像 C-MARK 商标，只有与美国 C-MARK 产品一起出现才有她绝对的市场震慑力”等内容；网站上附有被告龚立作为美国 C-MARK 公司创始人的相关照片；在“联系我们”页面显示：美国总部：美国 C-MARK 音响公司，5157

Cliffwood Dr., Montclair, CA91763, <http://www.c-mark.com>, 亚太地区总代理: 上海谱尔音响设备有限公司, 上海曹安公路 1855 号曹安国际 10 楼 1026。网页底部显示: “Copyright 1992-2010, 美国 C-MARK 音响公司, 5157Cliffwood Dr., Montclair, CA91763 info@c-mark.com”。

2010 年 6 月 9 日, 原告代理人黄晶再次在公证员现场监督下登录 [www.c-mark.com](http://www.c-mark.com) 网站, 对相关网页进行截屏打印, 广东省深圳市深圳公证处为此出具 (2010) 深证字第 89645 号公证书。网站上显示了美国 C-MARK 公司于 2010 年 5 月 7 日在上海延安饭店主办“王者强势回归”新闻发布会的相关内容, 其中的现场记者问答部分有关于原告公司及其法定代表人周宝宁的相关内容, 律师在回答记者问题时称龚立是美国 C-MARK 公司的创始人。

2010 年 6 月 9 日, 原告代理人黄晶还在公证员现场监督下登录音响网 [www.audio160.com](http://www.audio160.com) 网站, 对相关网页进行截屏打印, 广东省深圳市深圳公证处为此出具 (2010) 深证字第 89646 号公证书。该网站“企业访谈”栏目下刊载题为“2010 西玛克, 王者强势回归 - 专访美国西玛克亚太总代理龚总”的访谈文章, 主要内容是关于美国 C-MARK 公司的回归及 C-MARK 产品宣传。

2010 年 3、4 月间, 原告与合肥百事达电子有限公司、西安三友数码有限公司、郑州市创科工贸有限公司、上海力卉音视频器材公司签订五份关于 C-MARK 音响的购销合同, 合同金额分别为 530,598 元、573,954 元、505,210 元、343,286 元、166,624 元。上述四家公司分别向原告发函称, 其因接到上海谱尔公司的业务人员电话称“C-MARK”是他们的品牌, 故而在事情未查清前取消或暂停进货。

原告主张为本案诉讼支付律师代理费 5.5 万元, 公证费 2,780 元, 工商查档费 162.6 元以及差旅费 5,970 元。

原审另查明一, 被告龚立曾是“C-MARK”商标原始所有人深圳环球琴行的法定代表人。被告上海谱尔公司的原始股东是龚立和关瑜, 2007 年 1 月 19 日, 因股权转让, 龚立成为该公司的唯一股东。现在该公司的股东是其法定代表人龚应成。

原审另查明二, 2011 年 3 月 4 日, 原告向上海市徐汇公证处申请证据保全公证, 原告代理人伊彦登录网址为 [www.sos.ca.gov](http://www.sos.ca.gov) 网站, 出现名为加利福尼亚州州务卿德布拉鲍温的网站 (California Secretary of State Debra Bowen), 在该网站上查询相关网页显示: 名为“C-MARK LIGHT&SOUND, INC”的公司已解散, 地址为加利福尼亚工业城 SAMUELSON 街 1150 号, 邮编 91748, 法律文书送达代理为龚立。原告提供的前述 [www.c-mark.com](http://www.c-mark.com) 网站相关宣传内容网页中随附 1994 年中央电视台出具的确认书, 内容为 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 赞助音响设备 4 套, 用于 94 中央电视台春节晚会现场。被告龚立在该公司栏签名。

原审另查明三, 2011 年 3 月 15 日, 原告上海市徐汇公证处申请证据保全公证, 原告代理人伊彦登录中国万网查询 [www.c-mark.com](http://www.c-mark.com), 相关网页显示: 该域名于 1997 年 3 月 11 日注册, 注册人为 audio, paul, 管理人为 Gong, Paul (即被告龚立)。

原审另查明四, 谱尔音响有限公司 (Paul Audio, Inc.) 成立于 1996 年 6 月 17 日, 注册文件中反映出有一个其他商业用名为“C-MARK”, 但不清楚是否以及何时开始使用。谱尔音响有限公司于 2010 年 2 月 12 日出具《授权委托书》一份, 主要内容为: 该公司授权被告上海谱尔公司为中国唯一美国“西玛克”产品的代

理公司。全权代理该产品在中国市场的开发、推广，委托上海谱尔公司代表该公司与中国有关音响杂志、刊物签订有关合作协议，所刊载内容由该公司提供，该公司对内容的真实性负责，并对此产生的纠纷承担法律责任。

2011年5月5日，本案一审第三次庭审中原告主张被控侵权行为同时构成不正当竞争，庭审后向原审法院提交变更诉讼请求申请书，对第一项诉讼请求“要求两被告停止商标侵权行为”变更为“要求两被告停止商标侵权行为和不正当竞争行为”，原审法院根据《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第35条规定，对本案重新指定举证期限，并于2011年6月2日开庭审理。

原审法院认为，原告深圳市宝业恒实业发展有限公司经依法转让获得第752764号注册商标“C-MARK”的专用权，其所享有的商标专用权受法律保护。本案的争议焦点是：**一、两被告是否实施使用“美国C-MARK公司”进行宣传的行为；二、原告指控的两被告在宣传中使用“美国C-MARK公司”的行为是否构成商标侵权及不正当竞争；三、原告指控域名c-mark.com注册构成商标侵权及不正当竞争是否成立；四、原告关于损害赔偿的诉请是否应得到支持。**

关于争议焦点一，被告上海谱尔公司辩称，《思奇商情》、宣传册以及音响网、域名为c-mark.com的网站上的被控信息是美国C-MARK公司发布的，不能证明是上海谱尔公司实施的行为。原审法院经查，首先，《思奇商情》杂志、音响网采购小黄页、c-mark.com网站上的被控宣传内容面向中国市场，其中均注明了“美国C-MARK公司”的地址、电话、“美国C-MARK公司亚太地区总代理：上海谱尔音响设备有限公司”以及上海谱尔公司的地址和电话、邮箱

等等,《思奇商情》杂志和 c-mark.com 网站上还注明了上海谱尔公司在中国各地区的联系人和电话。在案证据能够证明谱尔音响有限公司 (Paul Audio, Inc.) 登记了商业用名 C-MARK, 据此其商业用名应为 C-MARK Audio, Inc., 但并不能证明被控宣传内容中的美国 C-MARK 公司就是谱尔音响有限公司, 因此, 现无证据证明被告上海谱尔公司宣传中使用的“美国 C-MARK 公司”确实存在。其次, 在被控宣传内容中均由被告龚立代表“美国 C-MARK 公司”进行宣传, 同时宣传被告龚立是“美国 C-MARK 公司”的创始人, 因此, 被告龚立实际以“美国 C-MARK 公司”名义与被告上海谱尔公司共同使用“美国 C-MARK 公司”进行音响商品的宣传。两被告关于被控侵权行为均是美国 C-MARK 公司实施的, 其未实施被控侵权行为的抗辩理由不能成立, 原审法院不予采信。

关于争议焦点二, 原告指控两被告在宣传内容中使用“美国 C-MARK 公司”的行为侵犯其商标专用权并构成不正当竞争。原审法院认为, 原告的 C-MARK 注册商标核定使用的商品是音响, 被告上海谱尔公司的经营范围包括音响设备的批发零售, 故原告与被告上海谱尔公司属于同业竞争者。原告自 2000 年受让 C-MARK 注册商标以来, 通过十余年经营, 投入大量的广告宣传, 已获得一些荣誉, 在音响行业和消费者中具有一定的影响力。两被告在宣传中屡称美国 C-MARK 公司于 1993 年进入中国, 1994 年支持中央电视台春节联欢晚会等关于美国 C-MARK 公司的情况, 并宣称经过 10 多年的等待, 终于强势回归。其中所指称的“1993 年进入中国, 1994 年支持中央电视台春节联欢晚会”的实际是 C-MARK LIGHT&SOUND, INC, 所谓的“美国 C-MARK 公司”并未登记存在。虽然在案证据证明“C-MARK”是谱尔音响有限公司 (Paul

Audio, Inc. ) 其他商业用名, 但这并不能证明美国 C-MARK 公司就是谱尔音响有限公司, 况且, 谱尔音响有限公司成立于 1996 年。因此, 原审法院认为, 两被告明知原告持有具有一定市场影响的“C-MARK”注册商标, 却使用字号与原告注册商标完全相同的、虚构的“美国 C-MARK 公司”名称在媒体上大肆宣传该公司及音响商品, 其不仅在主观上具有误导消费者, 使消费者混淆市场主体和商品来源的恶意, 客观上两被告的行为亦足以使相关消费者误认为原告“C-MARK”注册商标的音响商品和上海谱尔公司代理的“美国 C-MARK 公司”之间存在一定的关联关系, 其行为违反了诚实信用原则和公认的商业道德, 侵犯了原告宝业恒公司的合法权益, 扰乱了市场竞争秩序, 已构成不正当竞争。基于前述理由, 被告龚立在音响网“2010 西玛克, 王者强势回归 - 专访美国西玛克亚太总代理龚总”的访谈文章中使用并宣传“美国 C-MARK 公司”的行为同样构成不正当竞争。同时, 两被告的行为还极易造成原告投入大量成本苦心经营的“C-MARK”注册商标的显著性弱化, 使“C-MARK”商标的功能减弱, 对原告的商标权构成侵害。因此, 两被告应当承担停止侵权、赔偿损失、消除影响的民事责任, 其中消除影响的范围应与两被告的侵权范围相适应。原告主张两被告承担赔礼道歉的民事责任, 因本案侵权行为并未给原告的人身权利造成损害, 其该项诉讼请求不予支持。

关于争议焦点三, 原告指控被告龚立注册 c-mark.com 网站域名经营相同商品的行为构成商标侵权及不正当竞争。原审法院认为, 在案证据证明 c-mark.com 域名于 1997 年即已由谱尔音响有限公司注册, 管理人是时任 C-MARK 商标权利人深圳环球琴行法定代表人即被告龚立, 该商标当时尚未转让至原告名下。因此, 现

有证据不能证明谱尔音响有限公司注册该域名具有攀附“C-MARK”商标商誉的恶意，原告的该项指控不能成立。

关于争议焦点四，原告在本案中主张损害赔偿额为经济损失190万元和合理费用10万元。鉴于原告未能举证证明其因侵权所遭受的损失或者两被告侵权行为所获得的利润，原审法院依据本案两被告实施侵权行为的主观过错程度、期间及性质、情节、原、被告之间的历史因素以及原告支出费用的合理性、必要性等，酌情确定本案两被告承担的赔偿数额为3万元、合理费用为3万。

综上，原审法院依照《中华人民共和国商标法》第五十二条第（五）项、第五十六条第一款、第二款、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条第一款、第二十条第一款、《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第十六条第一款、第二款、《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第十七条之规定，判决：一、被告上海谱尔音响设备有限公司、龚立立即停止使用含有“C-MARK”字号的企业名称；二、被告上海谱尔音响设备有限公司、龚立在本判决生效之日起10日内向原告深圳市宝业恒实业发展有限公司赔偿经济损失和合理费用共计人民币6万元；三、被告上海谱尔音响设备有限公司、龚立在本判决生效之日起30日内在《思奇商情》上刊登声明（内容须经原审法院审核），消除因其涉案侵权行为给原告深圳市宝业恒实业发展有限公司造成的不良影响，费用由两被告共同负担；四、驳回原告深圳市宝业恒实业发展有限公司的其余诉讼请求。一审案件受理费人民币22,800元，由原告深圳市宝业恒实业发展有限公司负担11,058元，被告上海谱尔音响设备有限公司、被告龚立各负担5,871元。

判决后，上海谱尔公司、龚立不服，向本院提起上诉，上诉请求为：撤销一审判决，依法改判两上诉人不构成商标侵权和不正当竞争，驳回被上诉人的所有一审诉请，上诉费由被上诉人承担。其主要上诉理由为：一、原审法院认定事实错误，对本案关键事实认定不清。原审认可谱尔音响有限公司是合法成立的，且认可谱尔音响有限公司有商业用名 C-MARK，但是原审又否认了美国 C-MARK 公司的存在，这是前后矛盾的。二、被上诉人产品系在深圳生产，上诉人方产品全部美国原产。上诉人并无意与被上诉人商标混淆，其另行注册了西马克中文商标以示与被上诉人划清界限。三、原审程序存在疑问。本案一审第一次庭审法庭辩论结束后，原告提出变更诉请的要求，增加要求判令上诉人构成不正当竞争，原审法院予以准许，与《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第三十五条规定之原意相悖。相反，上诉人已在美国提出对美国注册商标“C-MARK”的无效请求，在中国对注册商标“C-MARK”的异议也已被商评委受理，上诉人以此为由请求中止本案审理，而原审法院并未理睬。

被上诉人答辩称：原判认定事实清楚，适用法律得当，应予维持，上诉人的上诉请求不能成立。被上诉人宝业恒公司享有 C-MARK 商标的全部权益。谱尔音响有限公系上诉人龚立和其夫人成立的，其 C-MARK 商业用名并没有启用。被上诉人深圳市宝业恒实业发展有限公司的商标在音响行业具有较好的知名度，依法应当得到保护，对方申请中止本案审理意在拖延诉讼，一审不予中止是正确的。两上诉人在商业宣传中使用与被上诉人深圳市宝业恒实业发展有限公司商标完全相同的“C-MARK”文字的行为，侵害被上诉人商标权同时构成不正当竞争，原审法院同意被上诉人

变更诉讼请求符合法律规定。

二审中，上诉人向本院提交五份新的证据材料：一、（2010）沪嘉证经字第 942 号公证书，系对被上诉人网站网页相关内容所作公证，证明被上诉人在网站上虚假宣传 1994 年春晚音响是被上诉人的成功案例。二、（2011）沪嘉证经字第 1067 号公证书，系对在美国“www.sbcountry.gov/arc/index2.html”等网页搜索“C-MARK”过程与结果所作公证，证明“C-MARK”是谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）的商业用名，“美国 C-MARK 公司”并非虚构而是真实存在；上海无凡翻译有限公司就前述相关网页所出具翻译件，证明相同内容。三、商誉转让协议及公证、认证文件，证明 1996 年 7 月 1 日美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 公司与谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）签订协议，前者将其拥有商誉及商业名称转让给后者，谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）由此获得“C-MARK”这一商业用名。四、第 8088050 号商标注册证，证明谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）为和被上诉人中国“C-MARK”商标有严格区别而在中国注册“西玛克”中文商标。五、第 1435443 号商标注册证、美国第 3947123 号注册证，证明谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）在中国已取得“C 西玛克 C”中英文商标，在美国注册“西玛克”中文商标，目的都是和被上诉人商标区分开来。

对于上诉人上述证据，被上诉人认为证据一与本案无关，倘上诉人认为被上诉人虚假宣传可另行起诉；证据二不真实，与原审证据矛盾；证据三不真实，该证据系在美国形成，未在美国公证；证据四、证据五与本案无关，所涉“西玛克”中文商标及“C 西玛克 C”中英文商标持有人为谱尔音响有限公司（PAUL

AUDIO, INC. ), 非本案当事人。

对于上诉人在本案二审中提供的证据, 本院审查认为: 证据一真实性可以确认, 但证据内容与本案无关, 上诉人若追究被上诉人虚假宣传责任可另行起诉; 证据二所反映内容系可以在美国政府网站公开获取, 其真实性亦可确认, 该证据证明谱尔音响有限公司(PAUL AUDIO, INC. )于2010年2月8日在美国获得“C-MARK”商业名称的最终登记; 证据三所涉商誉转让协议, 经翻译员 Chung M. LIN 翻译, 洛杉矶公证人 SOPHIA YANG 公证, 洛杉矶书记官 DEAN C. LOGAN 证明公证人身份和权力, 加利福尼亚州政府秘书长 DEBRA BOWEN 证明书记官 DEAN C. LOGAN 身份与权力以及公章真实性, 中华人民共和国驻洛杉矶总领事馆认证加利福尼亚州政府印章与秘书长 DEBRA BOWEN 签字真实性, 其公证认证手续基本连贯, 加之有证据三可资佐证, 本院确认其真实性, 该证据证明美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 公司与谱尔音响有限公司 (PAUL AUDIO, INC. ) 于1996年7月1日签订了商誉转让协议, 后者受让前者“C-MARK”商业名称; 证据四、证据五真实性均可确认, 但与本案被上诉人所指控上诉人侵权、不正当竞争行为无关。

DM 第 92  
期广告内  
容附后

被上诉人二审中向本院提交一份新的证据材料, 为《上海金思奇广告》(DM 第 92 期) 封面, 证明两上诉人存在侵权故意, 在一审结束后仍未停止侵权行为, 在该广告杂志上使用与被上诉人商标近似的商业标识, 将其产品与被上诉人产品混同。

上诉人认为, 该广告所使用“西玛克”中文商标及“C 西玛克 C”中英文商标都系合法授权, 该广告不能证明上诉人侵犯被上诉人权利。

对于被上诉人在二审中提交的证据, 本院确认其真实性, 但

该广告页面没有包含本案被上诉人所指控上诉人的侵权、不正当竞争行为，亦与本案无关。

经审理查明，原审法院查明的事实属实。本院还查明，谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）与美国 C-MARK 公司（C-MARK LIGHT&SOUND, INC）于 1996 年 7 月 1 日签订了商誉转让协议；协议中约定美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 将其拥有的商誉和公司名转让给谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.），其中包括商业名称 C-MARK；谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）于 2010 年 2 月 8 日在美国获得“C-MARK”商业名称最终登记。

本院认为，根据上诉人、被上诉人诉辩意见及庭审辩论，本案二审的争议焦点在于上诉人使用“美国 C-MARK 公司”进行宣传是否有合理依据，其行为是否构成商标侵权和不正当竞争？

对此，本院认为：第一，1994 年春晚赞助商既非被上诉人，也非谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.），而是美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 公司，即使美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 公司与谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）签订商誉转让协议，也不能改变这一事实，上诉人、被上诉人都不应就 1994 年春晚音响赞助商一事作虚假宣传。第二，谱尔音响有限公司（PAUL AUDIO, INC.）自美国 C-MARK LIGHT&SOUND, INC 公司受让“C-MARK”商业名称并在美国于 2010 年 2 月 8 日获得登记，仅表明自 2010 年 2 月 8 日起该公司在美国可以使用“C-MARK”作为其商业名称，但并不当然意味着“C-MARK”作为商业名称可以在中国境内使用。本案被上诉人深圳市宝业恒实业发展有限公司，早在 2000 年 8 月 28 日起就享有“C-MARK”注册商标的专用权，经续展，该商标有效期至 2015 年 6 月 27 日。上诉人在广告宣传其音响商品时使用

“美国 C-MARK 公司”名称，足以使相关消费者误认为被上诉人“C-MARK”注册商标的音响商品和上诉人上海谱尔公司代理的所谓“美国 C-MARK 公司”之间存在一定的关联关系，其行为不当利用了“C-MARK”注册商标所蕴涵的商誉，被上诉人可能由此而丧失交易机会，因此，上诉人的行为违反了诚实信用原则和公认的商业道德，原审判决认定两上诉人的行为构成不正当竞争，于法有据，并无不当。上诉人虽然另行注册了“西玛克”中文商标，但这并不能证明其使用“美国 C-MARK 公司”进行宣传的行为不会导致消费者的混淆，上诉人应停止这种宣传行为。至于原审判决中认定上诉人的行为同时构成侵犯商标专用权，本院认为，根据查明的案件事实，上诉人未在其产品上使用“C-MARK”标识，在广告宣传中使用“美国 C-MARK 公司”的方式也不构成商标法意义上的商标使用行为，根据有关法律规定，此行为尚不足以构成侵害被上诉人的“C-MARK”注册商标享有的专用权。

至于上诉人认为原审法院允许被上诉人在一审辩论结束后变更诉讼请求，不符合《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第三十五条规定本意。本院认为《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第三十五条规定本意即在于准确确定当事人法律关系与诉讼争点、节约司法资源，本案原审法院根据本案审理需要，同意被上诉人变更诉讼请求符合上述规定。上诉人还认为，其已在美国提出对美国注册商标“C-MARK”的无效请求以及对对中国注册商标“C-MARK”的异议，原审法院应当中止审理，本院认为，美国注册商标“C-MARK”的无效与否与本案并无关联，由于上诉人提起对中国注册商标“C-MARK”的异议程序而要求中止本案审理，亦无法律依据。

综上所述，上诉人在广告宣传中使用“美国 C-MARK 公司”的行为，容易导致相关消费者误认为上诉人所代理的“美国 C-MARK 公司”与被上诉人 C-MARK 注册商标的商品之间存在关联，对消费者形成误导。原审法院判令上诉人停止使用含有“C-MARK”字号的企业名称、赔偿损失、刊登声明消除影响，并无不当。

综上，上诉人上海谱尔音响设备有限公司、龚立的上诉请求及理由，缺乏事实及法律依据，应予驳回。据此，依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百五十三条第一款第（一）项、第一百五十八条之规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

本案二审案件受理费人民币 1,300 元，由上诉人上海谱尔音响设备有限公司、龚立负担。

本判决为终审判决。

审 判 长 丁文联  
审 判 员 王 静  
代理审判员 马剑峰  
二〇一二年二月二十七日

本作与原本核对无异

书 记 员 董尔慧

附：相关法律条文

《中华人民共和国民事诉讼法》

第一百五十三条 第二审人民法院对上诉案件，经过审理，按照下列情形，分别处理：

（一）原判决认定事实清楚，适用法律正确的，判决驳回上诉，维持原判决；

.....

第一百五十八条 第二审人民法院的判决、裁定，是终审的判决、裁定。

突·破·地·域·局·限 ···· 传·递·商·机·无·限 ····

# 上海金思奇广告

## SHANGHAI JINSIQI ADVERTISING

DM  
第92期  
2011年7月

发布单位：上海金思奇广告有限公司 沪工商印广告登记证号：31020110005 广告热线：021-55951172

### 思奇专业音响灯光

专业音响 | 舞台灯光 | 广播器材  
会议系统 | KTV设备 | 投影设备

美国  
西玛克全新  
2012' 产品标志  
即将登陆



谱尔音响®  
专业音响先行者  
您事业成功的坚实后盾

100% 原装进口  
MADE IN USA.  
C-MARK.COM

### 王者归来 再造辉煌

#### 西玛克形象店招募中

- ☑ 产品多样化并全部配套是您加盟的原因
- ☑ 真正的专业技术支援是您加盟的原因
- ☑ 产品PK绝对真是您加盟的原因
- ☑ 悠久的历史与公司实力是您加盟的原因
- ☑ 保障名利双收是您加盟的原因
- ☑ 美式连锁市场管理模式是您加盟的原因
- ☑ 专属业务经理提供全方位VIP服务是您加盟的原因

美国西玛克  
94'央视CCTV  
春节联欢晚会  
现场使用音响设备

## 西玛克

热线：4008828277

谱尔官网：4008828277.com

万维网：C-MARK.COM

西玛克中国商标注册号：8088050 西玛克美国商标登记号：3947123 西玛克中国版权登记号：2011-F-041408

美国西玛克亚太地区总代理：上海谱尔音响设备有限公司

南部沿海：陈洪  
15021367928

东部沿海：文庆  
15021331927

东北地区：璐媛  
13788996932

西南地区：王尔珍  
13788996917

大西北地区：刘海笑  
13788996931

美国生产基地：5157 Cliffwood Dr., Montclair, CA 91763 Tel: 909 590-5258 Email: info@c-mark.com 官方网站: http://www.c-mark.com Member of Paul Audio Inc.  
亚太服务中心(上海谱尔音响设备有限公司)：上海普安公路1855号，普安国际1026 电话：021-335-18581 官方网站：http://www.4008828277.com