



# 信阳市人民政府打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品领导小组办公室文件

信打假办〔2022〕9号

---

## 关于发布海外知识产权维权案例和海外 知识产权预警信息的通知

各县（区）打击侵权假冒工作领导小组办公室：

根据信阳市海外知识产权维权工作需要，现将海外知识产权维权案例和海外知识产权预警信息转发你们，请通知辖区涉外企业参考学习，加强自我保护。

- 附件：1. 亚马逊存储由第三方提供并销售的商品，承担  
商标侵权责任案例
2. 韩国知识产权局发布虚拟商品商标审查指南
3. 欧盟知识产权局发布虚拟商品和 NFTs 分类方法



## 亚马逊存储由第三方提供并销售的商品， 不承担商标侵权责任案

2017 年 12 月，欧洲法院（Court of Justice）裁定，从竞争法角度分析，Coty 德国公司有权禁止其分销网成员在亚马逊电子商务平台销售其生产的奢侈品香水。

今年 4 月 2 日，欧洲法院作出第 C-567/18 号裁定，争议涉及在亚马逊电商平台销售 Coty 公司香水商品。但是，本案中，Coty 公司直接将矛头对准亚马逊，但裁定结果却并非如其所愿。

Coty 德国公司向德国法院起诉亚马逊，诉称其对于 Davidoff 牌香水的商标权并未用尽，因此亚马逊存储该香水商品的行为侵犯其商标权。案件争议的存储行为，是亚马逊为使用亚马逊德国网站的“亚马逊市场”板块销售商品的第三方销售商提供的一项服务。

一审判决驳回起诉。Coty 公司不服一审判决，就判决中的法律问题向德国联邦司法法院（Bundesgerichtshof）上诉。上诉法院请求欧洲法院作出初步裁定，澄清本案争议的存储行为是否构成《欧盟商标条例》第 9 条规定的商标性使用行为。具体而言，上诉法院不确定，本案争议行为是否构成《欧盟商标条例（第 2017/1001 号）》第 9（3）（b）条

列举的商标性使用行为，即禁止第三方“许诺销售、投放市场、或者为此目的而存储”贴附他人商标的商品。

欧洲法院在本案裁定中，首先重申其在此前判例（2011年7月12日 L' Oreal 案第 C-324/09 号判决）中的结论：在电子商务平台上使用他人商标的行为人是相关商品的销售商，而非该平台的运营商。

至于亚马逊向在其平台销售商品的第三方提供存储服务，欧洲法院认为，基于上诉法院提供的信息，争议商品并非由亚马逊自己、而是由第三方进行销售或者投放市场。欧洲法院进一步指出，由此可见，亚马逊并未在其自身商业活动中使用争议商标。因此，亚马逊的上述行为不构成《欧盟商标条例》第9条规范的情形。

最后，欧洲法院指出，以上结论并不排除，从其他法律规范角度审查平台运营商在涉及第三方商标权的行为合法性的可能，特别是《欧洲议会和理事会关于规范（欧盟）内部市场信息社会服务，特别是电子商务特定法律问题的指令（第2000/31/EC号）》第14（1）条，或者《欧洲议会与欧盟委员会关于知识产权执行的指令（第2004/48/EC号）》第11条等。但是，尽管Coty公司在上诉中提出了上述问题，但鉴于上诉法院并未请求欧洲法院对此问题作出裁定，因此，欧洲法院在此不对该问题进行审查。

综上所述，不论是否对争议商品提供了存储服务，欧洲法院裁定对于销售商使用亚马逊网络销售平台过程中侵犯他人商标权的行为，亚马逊不承担直接侵权责任。但是，欧

洲法院并未排除被侵犯商标权人可以依据前述欧盟指令相关条款寻求亚马逊的责任。就这一点而言，需要注意上文提及的 2011 年 7 月 12 日欧洲法院对 L' Oreal 案作出第 C-324/09 号判决，其中针对 eBay 平台的相同问题作出了详细分析。

文章来源：智南针网

## 韩国知识产权局发布虚拟商品 商标审查指南

鉴于人们对元宇宙及其对品牌所有者影响的认识快速提升，韩国知识产权局（KIPO）发现涵盖虚拟商品的商标申请数量急剧增长，从 2020 年的 6 个增加到 2021 年的 17 个，而仅 2022 年 1 月至 5 月期间 KIPO 就受理了 717 个虚拟商品的商标申请。针对这一趋势，KIPO 发布了新的涵盖虚拟商品商标申请的审查指南，以防止申请人产生混淆并提高审查的一致性。该指南已于 2022 年 7 月 14 日生效。

### 商品说明

虚拟商品现在可以在第 9 类下以简单的形式“虚拟 XXX（商品名称）”进行指定，例如“虚拟服装”或“虚拟鞋子”。这意味着不再需要依赖以前可以接受的例如“包含虚拟服装（虚拟商品）的计算机程序”或“可下载的图像文件（虚拟服装）”等冗长的描述。

无论如何，指定虚拟商品的类型是必要的，因为诸如“虚拟商品”之类的模糊描述由于过于宽泛而无法被接受。

### 虚拟商品之间的关系

以前，无论属于哪个类型，所有虚拟商品都会被认为是相似的。从理论上来说，这意味着“虚拟鞋子”将与“虚拟汽车”等多种商品发生形式上的冲突。这必然有可能导致在

完全不同的领域运营的品牌所有者之间发生纠纷。

根据新的指南，虚拟商品将根据其类型进行分类和比较，就像其实体商品一样。因此，正如在第 25 类中分别涵盖“服装”和“鞋类”的两项相似商标申请在韩国的审查实践中不会被视为冲突一样，涵盖“虚拟服装”和“虚拟鞋子”的两项申请也是如此。然而，分别涵盖“虚拟裤子”和“虚拟服装”的申请之间则会存在冲突，因为这两种商品在形式上是类似的。

#### 实体商品和虚拟商品之间的关系

新的指南还规定，出于审查的目的，通常默认实体和虚拟商品不会被视为冲突。举例来说，一个涵盖了第 9 类中的“虚拟服装”的新申请不会被涵盖第 25 类中的“服装”的商标所影响。

然而，如果涉及虚拟商品的申请是针对与已确定的驰名 / 著名商标相似的商标提出的，那么关于实体和虚拟商品的审查也将考虑随后提交的申请与驰名商标之间是否会存在消费者混淆的可能性。

#### 建议

虽然有些人此前可能对虚拟商品知识产权保护持观望态度，但现在 KIPO 已经澄清了其在实体和虚拟商品相似性问题上的立场，如果品牌所有者希望确保其实体商品的虚拟表示得到保护，那么他们现在必须在第 9 类下提交申请。由于韩国是适用首次申请原则 (first-to-file) 的司法管辖区，所以建议相关方尽快提出此类申请。新的申请必须单独、

具体指定所有感兴趣的虚拟商品，简单的指定“虚拟商品”是不够的。

除此之外，申请人还应确保为重要的或感兴趣的商标设置的任何商标服务都包括第 9 类，特别是考虑到虚拟商品的申请活动迅速发展的情况。

文章来源：智南针网



## 附件 3

# 欧盟知识产权局发布虚拟商品和 NFTs 分类方法

2022 年 8 月 19 日，欧盟知识产权局（EUIPO）发布指南草案（2023 年版），对虚拟商品和 NFTs 进行分类，并对 NFTs 有关的术语进行了规范化。

根据 EUIPO 的规定，所有可下载的材料都适合纳入第 9 类。“虚拟物品”是指在网上社区或网络游戏中购买和使用的非实物物品。因此，所有虚拟商品都属于第 9 类，它们被视为数字内容或图像。

其次，在分类程序中必须注意正确的描述。例如，术语“可下载商品”和“虚拟商品”缺乏清晰和精确性，必须具体说明与虚拟商品有关的内容，比如“可下载虚拟商品”，即“数字艺术”。

尼斯分类法第 12 版包括“由 NFT 认证的可下载数字文件”。在此情况下，NFTs 被定义为在区块链中注册的唯一数字证书，并被用作记录数字艺术品或收藏品等物品的所有权的一种手段。

EUIPO 认为由于该术语并不意味着数字物品本身，而是指一种认证手段，不能用于分类。例如，“由 NFT 认证的、可下载的数字艺术”。

此外，与虚拟商品和 NFTs 有关的服务将按照既定的服

务分类原则进行分类。例如，第 35 类（广告、商业管理、组织和管理、办公室功能）中的“经 NFT 认证的可下载数字艺术图像的在线市场”。

文章来源：智南针网