

上海卡斯特酒业有限公司与法国卡斯特兄弟简化股份公司（CASTEL FRERES SAS）等因不正当竞争纠纷一案

提交日期：2013-11-20 16:14:50

## 北京市高级人民法院

### 民事判决书

（2013）高民终字第258号

上诉人（原审原告）上海卡斯特酒业有限公司，住所地中华人民共和国上海市黄浦区绍兴路17弄3-4号015室。

法定代表人李道之，总经理。

委托代理人王国强，北京市京泽律师事务所律师。

委托代理人李震宇，北京市雨仁律师事务所律师。

被上诉人（原审被告）法国卡斯特兄弟简化股份公司（CASTEL FRERES SAS），住所地法兰西共和国布朗克福市乔治·古内梅街24号。

法定代表人阿兰·卡斯特，董事总经理。

委托代理人马赛，上海汉商律师事务所律师。

委托代理人吴向东，上海汉商律师事务所律师。

被上诉人（原审被告）北京沃尔玛百货有限公司知春路分店，住所地中华人民共和国北京市海淀区知春路甲48号4号楼地下一层、地上一层、地上二层。

负责人赵倩，总经理。

委托代理人范宏丽，女，汉族，1971年10月1日出生，北京沃尔玛百货有限公司职员，住中华人民共和国北京市朝阳区望京西园三区330楼2608号。

被上诉人（原审被告）北京沃尔玛百货有限公司，住所地中华人民共和国北京市石景山区阜石路158号。

法定代表人高福澜，董事长。

委托代理人范宏丽，女，汉族，1971年10月1日出生，北京沃尔玛百货有限公司职员，住中华人民共和国北京市朝阳区望京西园三区330楼2608号。

上诉人上海卡斯特酒业有限公司（简称上海卡斯特公司）因不正当竞争纠纷一案，不服中华人民共和国北京市第一中级人民法院（简称北京市第一中级人民法院）（2011）一中民初字第10292号民事判决，向本院提起上诉。本院于2013年1月14日受理本案后，依法组成合议庭进行了审理。上诉人上海卡斯特公司的委托代理人王国强、李震宇，被上诉人法国卡斯特兄弟简化股份公司（简称法国卡斯特公司）的委托代理人马赛、吴向东，被上诉人北京沃尔玛百货有限公司知春路分店（简称沃尔玛公司知春路分店）和北京沃尔玛百货有限公司（简称沃尔玛公司）共同的委托代理人范宏丽于2013年5月13日来院接受了询问。本案现已审理终结。

上海卡斯特公司向北京市第一中级人民法院提起诉讼称：上海卡斯特公司是“卡斯特”文字商标的独占许可人。上海卡斯特公司在沃尔玛公司知春路分店购买的法国卡斯特公司在中国销售的葡萄酒上，在制造商一项中标为“法国卡斯特兄弟股份有限公司”，并且在商品名称“玛茜·美露红葡萄酒”下面标注“法国卡斯特兄弟股份有限公司荣誉出品”字样。法国卡斯特公司的企业字号“CASTEL”应译成“卡斯代尔”，但在实际使用的过程中却将其翻译成与上海卡斯特公司注册商标相同的名称，显然是企图使用或者变相使用“卡斯特”商标的不正当竞争行为。综上，请求法院依法判令：1、禁止法国卡斯特公司在酒类商品上将“卡斯特”作为翻译的企业名称的字号使用；2、禁止沃尔玛公司知春路分店、沃尔玛公司销售翻译的企业名称中含有“卡斯特”字样的酒类产品；3、法国卡斯特公司、沃尔玛公司知春路分店、沃尔玛公司赔偿上海卡斯特公司为制止侵权行为支付的证据保全费用人民币2678元。

法国卡斯特公司辩称：法国卡斯特公司将字号中的“CASTEL”翻译成“卡斯特”并无不当，“CASTEL”翻译成“卡斯特”具有历史渊源，1999年就使用该中文译名进入中国。“卡斯特”为消费者所知亦是因法国卡斯特公司的行为所致，法国卡斯特公司没有利用和损害上海卡斯特公司的商誉，并已在不同场合澄清和上海卡斯特公司的关系。市场上有假冒法国卡斯特公司的产品，也有假冒上海卡斯特公司的产品。上海卡斯特公司在2011年才请求保护，时间过晚。综上，请求法院驳回上海卡斯特公司的诉讼请求。

沃尔玛公司知春路分店、沃尔玛公司共同辩称：沃尔玛公司知春路分店、沃尔玛公司和上海卡斯特公司不具备竞争关系，请求法院驳回上海卡斯特公司的诉讼请求。

北京市第一中级人民法院认定：

#### 一、关于上海卡斯特公司起诉之权利基础的事实

1998年9月7日，第1372099号“卡斯特”商标（简称卡斯特商标）由温州五金交电化工（集团）公司酒类分公司申请注册，并于2000年3月7日被核准注册，核定使用在第33类“葡萄酒”等商品上。2002年4月25日，该商标经核准转让给李道之。经续展，其商标专用权期限止于2020年3月6日。

2008年12月12日，上海卡斯特公司成立，其经营范围为食品销售管理（非实物方式），酒类（不含散装酒）的批发，从事货物及技术的进出口业务，商务咨询，法定代表人为李道之。

2009年6月12日，中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局（简称商标局）对李道之许可上海卡斯特公司使用卡斯特商标的使用许可合同予以备案，其许可方式为普通许可，许可期限自2008年12月1日至2010年3月6日。

2010年7月8日，商标局对李道之许可上海卡斯特公司使用卡斯特商标的使用许可合同予以备案，其许可方式为普通许可，许可期限自2010年3月7日至2020年3月6日。

2011年5月1日，李道之与上海卡斯特公司签署《注册商标独占使用许可合同》，约定李道之将卡斯特商标以独占使用方式许可给上海卡斯特公司使用。

#### 二、关于“卡斯特”商标之知名度的事实

自2009年10月起至2011年12月，上海卡斯特公司先后和五家广告公司签约，在多地发布涉及“卡斯特”商标的户外广告。

自2008年10月起至2010年12月，上海卡斯特公司先后在《京江晚报》、《辽沈晚报》、《扬子晚报》、《齐鲁晚报》、《青年报》、《新食品杂志》、《糖烟酒周刊》等多家平面媒体上发布过广告或进行过其他宣传。

2010年11月19日，中华人民共和国上海市东方公证处出具（2010）沪东证字第23099号公证书，证明在“中国红酒网”上发出的文章中，记载有“卡斯特”葡萄酒于2010年1月在进口葡萄酒的“品牌指数”中排名第二，于2010年2月-10月在进口葡萄酒的“品牌指数”中排名第一。

#### 三、关于上海卡斯特公司起诉之不正当竞争行为的事实

2011年6月9日，中华人民共和国北京市方圆公证处出具（2011）京方圆内民证字第04926号公证书，证明沃尔玛公司知春路分店于2011年5月31日出售了一瓶标称为“玛茜·美露红葡萄酒”的葡萄酒。该葡萄酒外包装呈圆筒形，其上以较大字体印有“CASTEL”字样，并以较小字体印有“玛茜·R”、“美露红葡萄酒”、“法国卡斯特兄弟股份有限公司荣誉出品”、“制造商：法国卡斯特兄弟股

份有限公司”等字样。该葡萄酒瓶身上共贴有两张瓶贴，一张为外文瓶贴，另一张为中文瓶贴；在该中文瓶贴上，以较大字体印有“CASTEL”、“玛茜·美露红葡萄酒”字样，其下以较小字体印有“法国卡斯特兄弟股份有限公司灌装”等字样。

#### 四、关于法国卡斯特公司的公司变动、企业名称变化及其在华销售产品的事实

1959年11月14日，CASTEL FRERES SA（译为法国卡斯特兄弟股份有限公司）在法国成立，其注册号为459202875。

2005年5月19日，CONFRERIE DES RECOLTANTS在法国成立，其注册号为482283694。

2006年9月14日，根据股东大会批准的资产入股合同，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）将其葡萄酒和烈酒业务、包括其旗下的商标等，转移到注册号为651621013的SOCIETE DES VINS DE FRANCE。同日，SOCIETE DES VINS DE FRANCE又将上述权利和义务转移给CONFRERIE DES RECOLTANTS。

2006年12月18日，根据股东大会决定，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在与注册号为402468763的AQUITAINE合并后进行清算并解散。同日，CONFRERIE DES RECOLTANTS根据股东大会的决议，改名为CASTEL FRERES SAS，即本案当事人法国卡斯特公司。

上述事实，为中华人民共和国最高人民法院（2010）知行字第55号行政裁定书（简称第55号裁定）等生效裁判所确认。

CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在进入中国市场后，在商业活动及日常事务中，曾先后将其外文企业名称翻译为不同的中文名称。其中：

2002年8月2日，在申请注册“CASTEL”商标的相关文件中，该公司将其企业名称翻译为卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司。

2003年4月21日，在《外国（地区）企业常驻代表机构登记证》中，该公司将其上海代表处的企业名称翻译为“法国卡斯特兄弟股份有限公司”，该代表处的业务范围为从事该公司生产葡萄酒产品的业务联系。

2005年7月8日，在该公司申请撤销“卡斯特”商标的文件中，该公司又将其企业名称翻译为卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司。

CASTEL FRERES SAS（即本案的法国卡斯特公司）在中国的商业活动及日常事务中，也曾先后将其外文企业名称翻译为不同的中文名称。其中：

2009年11月和12月，在该公司委托案外人在《新食品》杂志上刊登的“律师声明”中，该公司将其企业名称翻译为法国卡斯特兄弟股份有限公司。

2011年6月15日，在该公司向中华人民共和国上海市工商行政管理局申请“外国（地区）企业常驻代表机构”变更登记申请书中，又将其“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称变更为“法国卡斯特兄弟简化股份公司上海代表处”。

本案中，在该公司提交的主体身份公证认证材料中，仍将其企业名称翻译为法国卡斯特兄弟股份有限公司。

在案证据可以证明，“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称，自从2003年4月21日由CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在上海开始使用；在2006年12月18日CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）清算解散、同日CONFRERIE DES RECOLTANTS改名为CASTEL FRERES SAS（即本案的法国卡斯特公司）后，该名称又一直由CASTEL FRERES SAS（即本案的法国卡斯特公司）在上海继续使用，直到2011年6月15日CASTEL FRERES SAS申请将该名称变更为“法国卡斯特兄弟简化股份公司上海代表处”并获核准为止。

2007年5月，英国《off licence news》将法国卡斯特公司生产的“Castel”霞多丽葡萄酒评为“最优等级”葡萄酒；2009年，法国政府将法国卡斯特公司销往中国的六款葡萄酒认证为优质葡萄酒；2010年3月，中国副食流通协会、全国糖酒商品交易会办公室、中国商报社向其颁布的荣誉证书称，该公司CASTEL系列荣获“2009年度中国糖酒食品畅销品牌”称号。2010年6月，全国糖酒商品交易会办公室向其颁布的荣誉证书称，该公司相关展台荣获“2010年春季全国糖酒商品交易会最佳展台评选活动一等奖”。法国卡斯特公司在中国对其产品还通过《中国商报》、《华夏酒报》等媒体进行了报道和推广。

此外，法国卡斯特公司及其委托人曾先后多次在各种媒体上刊登《律师声明》等，上述声明的内容多以提示相关公众区分标注“卡斯特”字号的葡萄酒和标注卡斯特商标的葡萄酒为主。

原审诉讼中，上海卡斯特公司明确表示，其在本案中所主张的权利基础为第1372099号“卡斯特”商标的注册商标专用权，其获得该商标权的独占许可的时间为2011年5月1日；其在本案中所指控的不正当竞争行为的事实基础，是法国卡斯特公司将其企业名称中的“CASTEL”翻译为“卡斯特”，并在其“玛茜·美露红葡萄酒”的中文瓶贴和筒形外包装上使用，从而造成与标注“卡斯特”商标的上海卡斯特公司之葡萄酒的混淆误认；其在本案中所主张的法律依据是《中华人民共和国反不正当竞争法》（简称《反不正当竞争法》）第二条、《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件若干问题的规定》（简称《在先权利冲突规定》）第四条之规定。上海卡斯特公司还自认其经营葡萄酒的模式是“将法国某些酒进口到中国，贴上卡斯特的商标进行销售”。此外，上海卡斯特公司强调，其一，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）的对应中文企业名称应为“卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司”，而非“法国卡斯特兄弟股份有限公司”；其二，“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”是CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）于2003年在上海设立的代表处，而非CASTEL FRERES SAS（即本案的法国卡斯特公司）的代表处，因此，法国卡斯特公司无权把CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的代表处当成自己的代表处使用，更无权使用“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称。

法国卡斯特公司表示，“玛茜·美露红葡萄酒”的中文瓶贴和筒形外包装均非其制作，其筒形外包装可能是由销售“玛茜·美露红葡萄酒”的中国经销商制作的，其中文瓶贴可能是保税区贴上的。对其上述主张，法国卡斯特公司并未提交相关证据予以佐证；且法国卡斯特公司亦表示，在中国大陆地区，将其企业名称中的“CASTEL”翻译为“卡斯特”，并将“卡斯特”作为其中文企业名称中的字号，是其真实意思表示。此外，法国卡斯特公司强调，该公司（即CASTEL FRERES SAS）是CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）的继承者，当然有权继承CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在上海设立的代表处，也有权继续使用“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称。

北京市第一中级人民法院认为：上海卡斯特公司所主张的权利基础为其基于对“卡斯特”商标的注册商标专用权的独占性使用所产生的权益；所指控的不正当竞争行为的事实基础，是法国卡斯特公司将其企业名称中的“CASTEL”翻译为“卡斯特”，并在其“玛茜·美露红葡萄酒”的中文瓶贴和筒形外包装上使用，从而造成与标注“卡斯特”商标的上海卡斯特公司之葡萄酒的混淆误认；所主张的法律依据是《反不正当竞争法》第二条、《在先权利冲突规定》第四条之规定。在上海卡斯特公司已经明确指出本案的诉争焦点及法律依据的情况下，法院即对此进行审理。

《反不正当竞争法》是规范市场竞争的法律，其第二条是对市场交易的基本原则和基本规律的抽象和概括，是所有市场交易活动必须遵循的根本准则。其立法目的在于维护良性的市场竞争环境，对于违反诚实信用原则，有损良好市场竞争秩序的行为予以制止。不正当竞争在本质上是出于过错而造成他人损害的侵权行为，因此，在需要适用前述之原则条款判断一行为是否构成不正当竞争时，应当首先考察该种行为是否确属违反诚实信用原则和公认的商业道德而具有不正当性或可责性。然而，在对此进行评述之前，还需要确定上海卡斯特公司所能主张的权益范围，以及法国卡斯特公司是否实施了相关行为。

“卡斯特”商标于2000年3月7日被核准注册在第33类“葡萄酒”等商品上，其注册商标专用权应受法律保护。2002年4月25日，该商标经核准转让给李道之，后者于2011年5月1日将卡斯特商标以独占使用方式许可给上海卡斯特公司使用。由此可知，自2011年5月1日起，上海卡斯特公司对“卡斯特”商标的注册商标专用权方享有独占使用、并向法院独立提起有关该商标权益的不正当竞

争诉讼的权利。独占使用与提起诉讼，其本质目的都是为了保护该商标基于独占使用许可而产生收益。而在上海卡斯特公司获得独占使用许可之前所发生的事件，上海卡斯特公司均无权主张权益。

鉴于“玛茜·美露红葡萄酒”本身的瓶贴及其外包装上都将法国卡斯特公司标注为生产商，且法国卡斯特公司亦认可该“玛茜·美露红葡萄酒”确为其生产，因此除非法国卡斯特公司举证证明有案外人参与了该酒的瓶贴或外包装的生产加工，且在该酒的酒瓶上添加中文瓶贴和外包装的添附行为亦违背法国卡斯特公司之本意，否则，在法国卡斯特公司作为该葡萄酒唯一对外具名生产商的情况下，应当将“玛茜·美露红葡萄酒”的中文瓶贴和筒形外包装上的有关使用均视为法国卡斯特公司所为。鉴于法国卡斯特公司对其上述主张并未提交相关证据予以佐证，且其亦表示在中国大陆地区将“CASTEL”翻译为“卡斯特”、并将“卡斯特”作为其中文企业名称中的字号是其真实意思表示，故对法国卡斯特公司有关其并非被控侵权行为实施者的抗辩不予支持。

本案中，上海卡斯特公司主张，其一，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）的对应中文企业名称应为“卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司”，而非“法国卡斯特兄弟股份有限公司”；其二，法国卡斯特公司无权把CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的代表处当成自己的代表处使用，更无权使用“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称。

首先，根据翻译工作的常识可知，外译汉的结果具有多样性，实践中难以遇到同一外文表达形式与不同译者在翻译后形成的中文译文——对应的情况。因此，对于同一外文表达形式进行翻译后得到的不同中文译文，除非有充分证据证明广大相关公众均将其中某一种中文译文接受为该外文表达形式的唯一翻译结果，否则很难认定哪一个中文译文版本更为规范或妥当。因此，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在设立上海代表处时将其外文企业名称对应翻译并登记为“法国卡斯特兄弟股份有限公司”，并无不妥。虽然此后的确存在CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在某些活动中又将其企业名称翻译为“卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司”的情况，但该情形应属于其对中文企业名称的非规范性使用。至于该非规范性使用行为是否应受相关行政法规制裁，并非本案审理范围，且该非规范性使用行为亦不会对其已经依法登记的企业名称产生影响。

其次，自从“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”于2003年在上海经相关工商行政管理部门核准而设立以来，至今已逾9年之久，而没有任何在案证据可以证明曾有任何人以任何名义对该代表处所登记之名称向有关行政管理部门提出异议，也没有任何在案证据可以证明曾有行政管理部门认为该登记之名称存在不当而予以处理或处罚。因此，在无相反证据的情况下，应认定CASTEL FRERES SAS（即本案的法国卡斯特公司）在其设立上海代表处时，将其企业名称对应翻译为“法国卡斯特兄弟股份有限公司”并予以登记，不违反其登记时的有关法律规定。

最后，法国卡斯特公司作为CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）葡萄酒和烈酒业务、包括其旗下的商标等相关权利和义务的继承人，自然有权继续使用以“从事该公司生产葡萄酒产品的业务联系”为业务范围的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”，也当然有权继续使用“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”之名称，且其对“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”名称之享有，亦应追溯至该代表处2003年设立时止。由此可知，至少就法国卡斯特公司将“卡斯特”作为其中文企业字号本身而言，其行为并不存在不正当性。

由此可知，虽然上海卡斯特公司对“卡斯特”商标的注册商标专用权享有独占性使用的权利，但是法国卡斯特公司对“卡斯特”亦合法享有企业名称中的字号权益。

法国卡斯特公司将其外文企业名称翻译并登记为“法国卡斯特兄弟股份有限公司”的行为本身并无任何不当之处，且其注册使用“卡斯特”字号既具有合理来源，又具有合理解释。衡量上述行为是否违反《反不正当竞争法》意义上之诚实信用原则和公认商业道德，应从三个角度予以考察。其一，鉴于卡斯特商标注册时间先于法国卡斯特公司在华使用“卡斯特”作为其企业字号的时间，故需要考察法国卡斯特公司在将“卡斯特”作为其企业字号之初，是否存在其攀附卡斯特商标所承载之商誉的主观可能。其二，鉴于卡斯特商标注册在葡萄酒类商品上，故需要考察法国卡斯特公司在将“卡斯特”作为企业字号而在葡萄酒上标注含有该字号的企业名称之时，就相关公众中可能发生的对于该葡萄酒与标注卡斯特商标的葡萄酒的商品提供者产生混淆误认的这一可能性而言，其是否存在故意促成上述混淆发生或者明知其混淆而刻意放任该混淆结果的主观可能。其三，从客观常识与合理性的角度上讲，法国卡斯特公司是否可以不在葡萄酒上标注包含“卡斯特”字号的企业名称。

如欲认定法国卡斯特公司在将“卡斯特”作为其企业字号之初就存在攀附卡斯特商标所承载之商誉的主观恶意，则必须以卡斯特商标在当时就具有一定的知名度为前提。在案证据可以证明截至本案审理时，卡斯特商标基于其诸多广告宣传等活动，已经在中国大陆地区形成了一定的知名度。但是在案证据无法证明，在法国卡斯特公司将“卡斯特”登记为其企业字号的2003年，卡斯特商标即已在中国已具有了上述知名度。据此推定，法国卡斯特公司在将“卡斯特”作为其企业字号之初，不存在其攀附卡斯特商标所承载之商誉的主观动机。

鉴于法国卡斯特公司及其委托人先后多次在各种媒体上刊登《律师声明》等旨在帮助相关公众区分标注“卡斯特”字号的葡萄酒和标注卡斯特商标的葡萄酒的商品提供者，由此可以推定法国卡斯特公司对相关公众中可能发生的有关混淆误认结果是反对与排斥的。因此，法国卡斯特公司亦不存在故意促成上述混淆发生或者明知其混淆而刻意放任该混淆结果的主观可能。

企业名称等信息资料，是产品制造商在产品上公布的最基本的内容，也是国家相关行政主管部门对进入市场的产品必须示明内容的强制性要求。因此，在“法国卡斯特兄弟股份有限公司”的企业名称已经被依法登记的情况下，法国卡斯特公司在其出产的相关商品上，亦不存在回避该企业名称的可能。即使在市场上出现了相关公众对于标注“卡斯特”字号的葡萄酒和标注卡斯特商标的葡萄酒的商品提供者的混淆误认的情形，该情形也不可归咎于法国卡斯特公司所实施的相关行为。但亦需指出，市场竞争者负有规范自己竞争行为的社会责任，因此，在从事市场经营活动的过程中，有关市场主体均应规范使用其企业名称，从而保护社会公众的利益和维护公平竞争的市场秩序。

综上，法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号并在葡萄酒类商品上标注含有该字号的企业名称的行为不违反《反不正当竞争法》意义上之诚实信用原则和公认商业道德，其行为不具有不正当竞争的主观恶意，不具有不正当性。沃尔玛公司知春路分店、沃尔玛公司亦不因沃尔玛公司知春路分店的合法销售行为而承担责任。因此，上海卡斯特公司之全部诉讼请求和请求，均缺乏事实和法律依据，对此均不予支持。

北京市第一中级人民法院依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条，《中华人民共和国商标法》第四十条第一款，《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》第三条第一款、第四条第二款、《最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲突的民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第四条之规定，判决：驳回上海卡斯特公司的诉讼请求。上海卡斯特公司不服原审判决，向本院提起上诉，请求撤销原审判决，改判支持其原审全部诉讼请求。其上诉理由是：一、法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号具有不正当性，原审法院将法国卡斯特公司对代表处名称之享有、持续使用追溯至2003年属于认定事实错误。1、2003年CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在上海设立“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”，相关登记证已于2006年废止。自2003年设立之日起至2007年CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）注销期间，该上海代表处在国际、中国境内既没有对登记名称以及CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）企业名称进行任何的商业使用，也没有对“卡斯特”字号进行任何的商业使用。2、法国卡斯特公司与CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）并非主体继承关系，也不存在企业名称等相关权益转移的事实。3、法国卡斯特公司于2008年11月12日申请在上海设立代表处，后又将其注销，在CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的代表处基础上进行延期、变更首席代表，而事实上CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）已经注销，代表处处于无效状态，法国卡斯特公司对CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）代表处的延续是非法的、无效的。二、法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号在商品上使用的行为不具有正当性，原审法院认定其行为具有正当性是在未结合本案具体情况下得出的错误判断。1、卡斯特商标在法国卡斯特公司2008年11月12日申请设立代表处时已经是驰名商标，具备法国卡斯特公司攀附卡斯特商标所承载商誉的前提。2、法国卡斯特公司曾在中国申请注册“卡斯特”商标，并两次申请撤销本案卡斯特商标，同时以不同方式使用“卡斯特”，主观恶意明显。

法国卡斯特公司、沃尔玛公司知春路分店和沃尔玛公司均服从原审判决。

经审理查明：原审法院查明的事实基本清楚，并有上海卡斯特公司提交的（2010）沪东证字第14146号公证书、注册商标独占使用许可合同、温州五金交电化工（集团）公司酒类分公司企业信息、深圳市班提贸易有限公司企业档案信息、深圳班提贸易有限公司进口卫检证书（NO.361224）、（2009）浙温华证内字第021923号公证书、201003385号商标使用许可合同备案通知书、200902213号商标使用许可合同备案通知书、200901644号商标使用许可合同备案通知书、（2010）沪东证字第14145号公证书、第3262418号“CASTEL及图”商标转让档案及商标详细信息、法国卡斯特公司商业登记材料及商业登记材料事件记录、卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司商业登记材料、法国卡斯特公司在其他案件中提交给法院的关于其与卡斯代尔·弗雷尔股份有限公司关联的证据、就法国卡斯特兄弟股份有限公司有关中国市场情况的律师声明、就有关法国卡斯特兄弟股份有限公司产品识别的声明、关于CASTEL注册商标的律师声明、（2010）沪东证字第23099号公证书、“沪华炬专审字〔2010〕1201号”广告费专项审计报告、“卡斯特”商标户外广告、“卡斯特”商标平面媒体广告、“卡斯特”酒经销商证明、上海卡斯特公司获得的荣誉、第5284291号等90件商标详细信息、（2011）京方圆内民证字第04926号公证书、商标局公告；法国卡斯特公司提交的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”登记证及工商变更登记文件、荣誉证书、中国商标、华夏酒报、温州商报、第55号裁定；沃尔玛公司知春路分店和沃尔玛公司提交的增值税发票及其所对应的销货清单、北京市朝批双隆酒业销售有限责任公司的企业信息及当事人陈述等证据在案佐证，证据充分且采信得当，故本院对原审法院查明的事实予以确认。

本院诉讼中，上海卡斯特公司补充提交了下列证据：

- 1、1999-2003年度部分销售“卡斯特”酒的发票，证明“卡斯特”商标在1999年-2003年被持续使用，具有较高知名度；
- 2、法国卡斯特集团商业信息，证明卡斯特集团于2008年1月11日设立，在廊坊、烟台投资的VASF公司与卡斯特集团无关；
- 3、CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）驻上海代表处设立登记档案，证明CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）在2003年4月设立，有效期3年，即使延期也应随CASTEL FRERES SA在2007年3月注销而消亡；
- 4、法国卡斯特公司驻上海代表处设立登记档案，证明法国卡斯特公司在2008年12月设立该代表处，其知晓与CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）是两个不同主体；
- 5、CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）驻上海代表处设立登记档案，证明2009年法国卡斯特公司将CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）上海代表处非法变更到自身名下；
- 6、法国卡斯特公司变更声明，声明法国卡斯特公司启用“卡思黛乐”中文识别体系，证明法国卡斯特公司对“CASTEL”翻译的无序和混乱。

法国卡斯特公司以上述证据不属于新证据，且提交时间超过举证期限为由，请求法院对上述证据不予采信。同时提出证据1不足以证明卡斯特商标的使用状况和知名度，证据2、3、4、5与本案无关，证据6恰好证明法国卡斯特公司为防止出现混淆所做的努力。

沃尔玛公司知春路分店和沃尔玛公司同意法国卡斯特公司的质证意见。

上述事实，有上海卡斯特公司向本院补充提交的证据及当事人陈述在案佐证。

本院认为：本案查明的事实是，CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）根据其股东大会批准的资产入股合同，将其葡萄酒和烈酒业务、包括其旗下的商标等转移到SOCIETE DES VINS DE FRANCE，进而又转移给CONFRERIE DES RECOLTANTS，此后CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）根据股东大会决定与AQUITAINE合并后进行清算并解散，在解散的同日CONFRERIE DES RECOLTANTS更名为法国卡斯特公司。由此可知，法国卡斯特公司作为承继CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）葡萄酒和烈酒业务，包括其旗下的商标等相关权利和义务的主体，有权承继CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）与葡萄酒、烈酒业务相关的权益。CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）于2003年在上海设立的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”是从事该公司生产的葡萄酒产品的业务联系，该业务与法国卡斯特公司从CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）处承继的权利义务相关，故法国卡斯特公司有权承继CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的从事葡萄酒业务联系的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”的名称。而且，法国卡斯特公司的企业字号也包括“CASTEL”，在该词汇存在多种中文翻译的情况下，法国卡斯特公司选择其承继的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”所使用的翻译方式是正当合理的。因此，原审法院就此所作认定正确。

CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”是否进行商业行为，与判断法国卡斯特公司将其字号译为“卡斯特”是否具有正当性无关；法国卡斯特公司作为CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”相关权益的承继者，其使用“卡斯特”字号是否具有正当性与其上海代表处设立的行政程序亦无关。因此，上海卡斯特公司基于相关理由主张法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号不具有正当性缺乏事实和法律依据，本院不予支持。

CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）最早在中国将字号中的“CASTEL”翻译为“卡斯特”的时间至迟在2003年起设立上海代表处时，而法国卡斯特公司又是该上海代表处相关权益的承继者，因此判断法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号在商品上使用是否具有恶意应以2003年为时间节点。在案证据尚不足以证明卡斯特商标于2003年已在中國大陸地区具有一定的知名度，因此他人不存在攀附卡斯特商标所承载商誉之主观动机。同时如前所述，法国卡斯特公司将其字号中的“CASTEL”译为中文“卡斯特”是基于其承继了CASTEL FRERES SA（法国卡斯特兄弟股份有限公司）设立的“法国卡斯特兄弟股份有限公司上海代表处”相关权益，具有正当性。因此，上海卡斯特公司基于卡斯特商标2008年2月28日以前具有非常高的知名度，以及法国卡斯特公司曾经在中国申请注册“卡斯特”文字商标、申请撤销本案卡斯特商标而提出法国卡斯特公司将“卡斯特”作为企业字号在商品上使用具有恶意的主张不能成立。

综上，原审判决认定事实清楚，适用法律正确，审理程序合法，依法应予维持。依据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十条第一款第（一）项之规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

一、二审案件受理费各人民币五十元，均由上海卡斯特酒业有限公司负担（均已交纳）。

本判决为终审判决。

审判长 谢甄珂  
代理审判员 钟鸣  
代理审判员 亓蕾

二〇一三年七月一日  
本件与原本核对无异  
书 记 员 王颖慧

## 公告

- 一、本裁判文书库公布的裁判文书由相关法院录入和审核，并依据法律与审判公开的原则予以公开。若有关当事人对相关信息内容有异议的，可向公布法院书面申请更正或者下镜。
- 二、本裁判文书库提供的信息仅供查询人参考，内容以正式文本为准。非法使用裁判文书库信息给他人造成损害的，由非法使用人承担法律责任。
- 三、本裁判文书库信息查询免费，严禁任何单位和个人利用本裁判文书库信息牟取非法利益。
- 四、未经许可，任何商业性网站不得建立与裁判文书库及其内容的链接，不得建立本裁判文书库的镜像（包括全部和局部镜像），不得拷贝或传播本裁判文书库信息。

北京市高级人民法院网