



中国知识产权裁判文书网

China IPR Judgments & Decisions

IPR Division of Supreme People's Court, PRC & ChinaCourt.org

最高人民法院知识产权庭与中国法院网联合主办

现在位置: 本网首页 (返回) >> 著作权和邻接权 浏览文书

Perfetti Van Melle S.P.A不凡帝范梅勒股份有限公司、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司与福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司、上海市普陀区土特产商店、萧山商业城永金糖果食品批发部商标侵权、仿冒知名商品特有装潢纠纷一案

提交日期: 2007-07-02 15:24:23

上海高院知识产权庭维护

中华人民共和国上海市第二中级人民法院

民事判决书

(2003)沪二中民五(知)初字第80号

原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)。

法定代表人TRALDI UBALDO 董事。

委托代理人邵鸣, 上海市锦天城律师事务所律师。

委托代理人叶京生, 上海市锦天城律师事务所律师。

原告不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司。

法定代表人柯满, 董事长。

委托代理人邵鸣, 上海市锦天城律师事务所律师。

委托代理人黄知斌, 上海市锦天城律师事务所律师。

被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司。

法定代表人许今岑, 董事长。

委托代理人赵金铃, 福建天胜联盟律师事务所律师。

被告上海市普陀区土特产商店。

经营者柳邦生。

被告萧山商业城永金糖果食品批发部。

负责人林秀娟、林云岳。

原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司、以下简称不凡帝意大利公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司(以下简称不凡帝中国公司)与福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司(以下简称许福记公司)、上海市普陀区土特产商店(以下简称土特产商店)、萧山商业城永金糖果食品批发部(以下简称永金批发部)商标侵权、仿冒知名商品特有装潢纠纷一案, 本院于2003年4月14日立案受理。同年12月17日, 本院依法公开进行审理。原告不凡帝意大利公司、不凡帝中国公司委托代理人邵鸣、被告许福记公司委托代理人赵金铃到庭参加诉讼。被告土特产商店、永金批发部经传唤未到庭参加诉讼。本案现已审理终结。

原告不凡帝意大利公司、不凡帝中国公司诉称: 不凡帝意大利公司是3项“阿尔卑斯Alpenliebe”文字、图案注册商标和知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖(包括高级牛奶糖和草莓牛奶糖)特有装潢专用权人。不凡帝中国公司自1996年起独占许可使用上述注册商标和知名商品特有装潢, 在中国生产、销售“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖(包括高级牛奶糖和草莓牛奶糖)。被告许福记公司因在其生产、销售的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖和草莓牛奶糖上

擅自使用与原告“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标及“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖和草莓牛奶糖特有装潢相近似的标识和商品装潢造成购买者误认，受到福建省晋江市工商行政管理局(以下简称晋江市工商局)的处罚。但被告许福记公司在晋江市工商局处罚后，继续生产、销售使用侵权标识和侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖和草莓牛奶糖。被告土特产商店、永金批发部销售了上述侵权商品。

两原告认为：被告许福记公司在晋江市工商局处罚后继续生产、销售使用侵权标识和侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的行为，构成对两原告的商标侵权和仿冒知名商品特有装潢的不正当竞争行为。被告土特产商店、永金批发部销售侵权产品，也应承担侵权责任。历年来，不凡帝中国公司就“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖支付不凡帝意大利公司注册商标和商品装潢许可使用费共计人民币1,511,600元，被告对此应予赔偿。此外，两原告已就三被告生产、销售使用侵权标识和侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖的行为同时另案提起诉讼。本案中，两原告请求法院判令：(1)被告许福记公司停止使用与原告3项注册商标相近似的标识及与原告知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢相近似的装潢；被告土特产商店、永金批发部停止销售侵权产品。(2)被告许福记公司在《中国食品报》、《解放日报》和《新民晚报》上公开向原告赔礼道歉。(3)认定“阿尔卑斯”系列注册商标为驰名商标。(4)被告许福记公司赔偿两原告经济损失人民币1,461,600元。(5)被告许福记公司赔偿两原告合理的调查费用人民币34,900元。(6)被告永金批发部赔偿两原告经济损失人民币50,000元；(7)被告许福记公司、永金批发部共同承担本案诉讼费用。

两原告为证明其主张的事实，向本院递交了以下证据：(1)证明原告在先获得“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖特有装潢专用权和注册商标专用权的证据：即两原告于1994年签订的许可使用“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖外观设计专利的《外观设计使用许可合同》；不凡帝中国公司与案外人于1996年签订的加工定作“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的包装纸和包装袋的《加工定作合同》；不凡帝意大利公司自1999年1月起先后获得的3份《商标注册证》；两原告于2000年签订的许可使用2项注册商标的2份《商标使用许可合同》及商标使用许可合同备案通知书；《上海精品》1999年刊登的“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖产品的广告宣传和不凡帝中国公司的简介；国家统计局贸易外经统计司的《统计信息证明》及“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的获奖证书；不凡帝中国公司历年广告费用的统计及相关的合同；不凡帝意大利公司网站的宣传资料及公证书；被告许福记公司法定代表人许今岑于2000年10月向中国专利局申请“珠穆郎玛Zomliamma”糖果包装纸外观设计专利的《外观设计专利公告》；中国知识产权局专利复审委员会(以下简称专利复审委员会)于2002年10月28日作出的宣告名称为“珠穆郎玛糖果包装纸”外观设计专利无效的《无效宣告请求审查决定》。(2)证明三被告实施侵权行为的证据：即晋江市工商局于2000年6月5日对被告许福记公司作出的《行政处罚决定书》；上海市公证处对原告于2003年2月20日在被告土特产商店购买“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的购物过程进行保全证据的公证后出具的《公证书》及所附的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖实物、《收款收据》；上海市公证处对原告委托代理人于2003年2月28日询问杨荣时制作《询问笔录》过程进行保全证据的公证后出具的《公证书》及所附的《询问笔录》、《河南省郑州市商业发票发票联》、《郑州市飞龙副食品贸易商行产品销售清单》、《天天快递运单》；上海市公证处对原告于2003年3月21日在浙江省杭州市萧山区商城中路华东副食品市场“西区1-015号”商铺购买“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的购物过程进行保全证据的公证后出具的《公证书》及所附的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖实物、《收款收据》；原告委托代理人询问被告永金批发部负责人林云岳时制作的《谈话笔录》；上海市公证处于2003年9月23日、9月26日、11月27日对原告委托代理人在上海市公证处使用该处计算机进入互联网查询并下载被告许福记公司在互联网上展示、销售“珠穆郎玛”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的信息的过程进行保全证据的公证后制作的3份《公证书》及所附的下载文件；两原告还要求将本院于2003年6月26日在被告许福记公司进行证据保全时发现和扣押的标注生产时间为2002年4月18日的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装纸和标注“珠穆郎玛”注册商标和注册商标标记的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸，以及被告许福记公司递交的其于2001年4月14日获得的“珠穆郎玛”《注册商标证》作为证明原告主张的证据。(3)证明两原告经济损失和调查费用的证据：即不凡帝中国公司2001年度、2002年度联合年检报告书；两原告之间签订的《外观设计使用许可合同》和《商标使用许可合同》及支付许可使用费的凭证；两原告因本案诉讼支出的费用的清单及发票、单据等。

被告许福记公司辩称：(1)被告许福记公司在晋江市工商局作出处罚决定后，没有再生产、销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖。法院证据保全时在被告处发现的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装纸和“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸，是晋江市工商局处罚之前已经生产、销售的产品的包装纸和包装纸，因经销商退货，该包装纸和包装纸存留被告处。在互联网上展示、销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的行为并非被告所为。(2)被告许福记已依法获得“珠穆郎玛”文字注册商标，被告生产、销售的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的商品装潢与原告生产、销售的“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的商品装潢不相似，不会造成购买者的误认。(3)“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标没有达到驰名商标的程度，不能认定为

驰名商标。据此请求法院驳回两原告的诉讼请求。

被告许福记公司为证明其主张的事实，向本院递交了以下证据：被告许福记公司于2001年4月14日获得的使用在第30类糖果商品的“珠穆郎玛”《注册商标证》；被告许福记公司的营业执照(复印件)；(中华资源)中国工商杂志社泉州通联站与被告许福记公司于2001年12月27日签订的《委托域名注册协议书》；福建省厦门市鹭江公证处对被告许福记公司委托代理人于2003年12月20日在该公证处使用该处计算机进入互联网查询并下载许福记公司域名过程进行保全证据的公证后制作的3份《公证书》和所附的下载文件。

被告土特产商店、永金批发部未向本院递交书面答辩状，也未到庭陈述答辩意见及递交证据。

经审理查明：

一，不凡帝意大利公司是一家在意大利注册成立的公司。

不凡帝意大利公司经中国商标局核准注册，先后于1999年1月、2000年2月、2002年4月依法获得3项注册商标专用权，即“阿尔卑斯Alpenliebe”中文和外文组合的文字注册商标、由阿尔卑斯山脉为背景的蓝天、覆盖着白雪的山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落组成的图形注册商标、由“Alpenliebe”外文文字与阿尔卑斯山脉为背景的蓝天、覆盖着白雪的山脉、绿色草地、红顶村落、浇铸的草莓牛奶糖组成的文字与图案组成的组合注册商标，商标注册证号分别为第1243222号、第1368895号、第1758448号，均核准使用在第30类糖果等商品。

不凡帝意大利公司生产、销售的“Alpenliebe”系列奶糖(包括高级牛奶糖和草莓牛奶糖)具有相当高的知名度，该系列奶糖的商品装潢由其自行设计，该商品装潢并非为相关产品所通用，并具有显著的区别性特征。

不凡帝意大利公司于1994年投资成立不凡帝中国公司。不凡帝意大利公司在“Alpenliebe”系列奶糖商品装潢基础上自行设计了“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的商品装潢。同年，两原告签订许可使用“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖商品装潢的《外观设计使用许可合同》，合同约定，不凡帝意大利公司许可不凡帝中国公司在大陆、香港、台湾独占使用“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的装潢(即外观设计专利)，许可使用费为产品净销售额的0.3%。

不凡帝意大利公司许可不凡帝中国公司使用的“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的商品装潢由正反两面组成，正面的装潢是：上方为较大的咖啡色“阿尔卑斯”中文文字，“卑”字上的一点变形为红色的桃心，“阿尔卑斯”文字上方是附加白色边框的两行较小的中文文字，一行是蓝底白字的“浓浓”，第二行是白底蓝字的“奶香情”，“阿尔卑斯”文字的下方是一行较小的蓝色中文文字“特制纯真高级牛奶糖”和较大的深咖啡色“正宗”中文文字，中间是由蓝天下覆盖着白雪的阿尔卑斯山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落和一把咖啡色的倾倒糖汁的糖勺组成的图案，糖勺中倾倒的糖汁连接到下方的咖啡色奶糖，咖啡色奶糖右下方有蓝底白字“PERFETTI”和蓝色的“不凡帝”文字。该装潢的反面除了将“阿尔卑斯”由中文变为外文“Alpenliebe”，其他部分不变，“Alpenliebe”文字中的“i”上的一点也变形为红色的桃心，另增加了介绍奶糖名称、配料、产品标准号、储存方法、生产时间、厂商名称、地址的白色透明中文小字。正反面装潢的底色均为黄色。

该商品装潢中的由蓝天下覆盖着白雪的阿尔卑斯山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落的图案，与不凡帝意大利公司获得的第1368895号、第1758448号注册商标中的图案基本相同。该部分图案在整个商品装潢中具有显著的标识性作用。

上述商品装潢使用在“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖的包装袋上。“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖的包装纸使用基本相同的装潢，只是省略了部分文字和倾倒糖汁的糖勺。“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖的包装纸的装潢除了将文字和奶糖的色彩及整个图案的底色改为红白色之外，装潢中的图案、文字及其排列组合不变。

2000年6月，两原告签订2份《商标使用许可合同》，合同约定，不凡帝意大利公司许可不凡帝中国公司使用(第1243222号)“阿尔卑斯Alpenliebe”文字注册商标及(第1368895号)由阿尔卑斯山脉为背景的山脉、草地、村落组成的图形注册商标，许可使用费为产品净销售额的1%。2份商标使用许可合同已经国家工商行政管理局商标局备案。

2001年至2002年，不凡帝中国公司向不凡帝意大利公司支付“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖商品装潢和2项“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标的许可使用费共计人民币1,511,600元。

1996年10月起，不凡帝中国公司使用上述注册商标和商品装潢生产、销售“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖，包括“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖和草莓牛奶糖。1999年，《上海精品》刊登了“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的广告和不凡帝中国公司的简介。1998年至2002年，不凡帝中国公司用于宣传“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的广告费分别为791.5万元、832万元、1,814.2万元、1,900万元、2,900万元，合计8,300余万元。“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的广告在中央电视台、浙江省电视台、上海电视台等电视台播放。不凡帝意大利公司的网站已与世界知识产权组织网站链接，宣传“Alpenliebe”系列奶糖。根据国家统计局贸易外经统计司于1999年3月公布的《统计信息证明》，“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖在全国的糖果类商品品牌销售量中占第7位；根据上海商情(信息中心)统计，“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖在1999年度、2000年度上海同类食品市场占有率第一名；根据中国行业企业信息发布中心

《统计信息认证证明》，“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖荣列2001年度全国市场同类产品五大销售品牌；浙江日报社、浙江省消费者协会评选“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖为2000年浙江市场百家最受欢迎的外省著名品牌。2000年6月5日，晋江市工商局在对被告许福记公司作出的《行政处罚决定书》中认定：不凡帝中国公司生产的“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖早于1996年包装定型并在全中国上市，销售量连年递增，已为众多消费者所知晓，成为奶糖市场的知名品牌。

二，被告许福记公司成立于1996年10月。1999年10月，被告许福记公司法定代表人许今岑向中国专利局申请2项“珠穆郎玛Zomliamma”糖果包装纸的外观设计专利。2000年9月获得外观设计专利权。经不凡帝意大利公司申请，专利复审委员会于2002年10月作出《无效宣告请求审查决定》，认定名称为“糖果包装袋(珠穆郎玛)”、申请号为99314739.9的外观设计与“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的装潢相近似，决定宣告该项外观设计专利权无效。该《无效宣告请求审查决定》已经生效。

2001年4月14日，被告许福记公司经中国商标局核准注册，获得使用在第30类糖果等商品的“珠穆郎玛”文字注册商标。

被告许福记公司自1999年11月起生产、销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖和草莓牛奶糖。被告许福记公司在其商品装潢上使用的企业名称为“福建许福记(兄弟)食品有限公司”。

经比对，“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖包装袋装潢的区别仅在于“珠穆郎玛Zomliamma”、“XUFUJI许福记”等文字与“阿尔卑斯Alpenliebe”、“PERFETTI不凡帝”等文字不同，两者在整体的图案、色彩、字体设计及其排列组合和整体印象方面相近，且“珠穆郎玛Zomliamma”中的“郎”字和“i”字上的一点与“阿尔卑斯Alpenliebe”中的“卑”字和“i”字上的一点一样，均变形为红色的桃心，使两者的整体风格相近，一般购买者施以普通注意力会发生误认。

经比对，“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋装潢中具有显著的标识性作用的蓝天下覆盖着白雪的山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落的图案部分，与不凡帝意大利公司获得的第1368895号、第1758448号注册商标中的由阿尔卑斯山脉为背景的蓝天、覆盖着白雪的山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落组成的图案，在图形的构图、色彩及其组合的整体结构上相似，易使相关公众对两种商品的来源产生误认。

经比对，“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装纸装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”高级牛奶糖包装纸装潢的区别在于“珠穆郎玛”文字与“阿尔卑斯”文字不同，厂商名称不同及被控侵权装潢中的红顶房屋上设有风车且图案中增加了一把倾倒糖汁的糖勺，两者在整体的图案、色彩、字体设计及其排列组合和整体印象相近，且“珠穆郎玛”中的“郎”字上的一点与“阿尔卑斯”中的“卑”字上的一点一样，均变形为红色的桃心，使两者的整体风格相近，一般购买者施以普通注意力会发生误认。

经比对，被控侵权的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖包装纸装潢的区别在于“珠穆郎玛Zomliamma”文字与“阿尔卑斯Alpenliebe”文字不同、厂商名称不同及红顶房屋上设有风车，两者在整体的图案、色彩、字体设计及其排列组合和整体印象相近，且“珠穆郎玛Zomliamma”中的“郎”字、“i”字上的一点与“阿尔卑斯Alpenliebe”中的“卑”字、“i”字上的一点一样，均变形为桃心，使两者的整体风格相近，一般购买者施以普通注意力会发生误认。

经比对，“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装袋装潢中具有显著的标识性作用的蓝天下覆盖着白雪的山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落、风车的图案部分，与不凡帝意大利公司获得的第1368895号、第1758448号注册商标中的由阿尔卑斯山脉为背景的蓝天、覆盖着白雪的山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落组成的图案，在图形的构图、色彩及其组合的整体结构上相似，易使相关公众对两种商品的来源产生误认。

2000年6月5日，晋江市工商局作出《行政处罚决定书》，认定许福记公司在“珠穆郎玛Zomliamma”系列奶糖包装袋和包装纸上使用的装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖包装袋和包装纸上的装潢在图案、色彩搭配、字体设计等外观整体上近似，足以造成购买者误认；许福记公司的商品使用与知名商品近似的装潢，造成与他人知名商品相混淆，违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条第(二)项的规定，构成不正当竞争行为。该局依法对许福记公司作出责令立即停止侵权行为、收缴并销毁尚未使用的6.8万只包装纸、包装袋、责令并监督消除现存730件奶糖上的侵权包装物、处以罚款15,890元的决定。该《行政处罚决定书》已经生效。

2003年5月2日，晋江市工商局作出《行政处罚决定书》，认定许福记公司擅自在商品包装上使用“福建许福记兄弟食品有限公司”企业名称，构成擅自改变企业名称行为，决定处以罚款5100元等。该《行政处罚决定书》已经生效

三，2003年2月20日，2月28日、3月21日，原告从被告土特产商店及郑州市飞龙副食品贸易商行、浙江省杭州市萧山区商城中路华东副食品市场“西区1-015号”商铺等处购得“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖和草莓牛奶糖。被告永金批发部也销售了上述产品。有关经销人员杨荣和永金批发部负责人林云岳表示，其销售的“珠穆郎玛Zomliamma”

高级牛奶糖、草莓牛奶糖由被告许福记公司提供。原告购得的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖上注明的保质期为2年，未发现该部分奶糖有超过保质期的迹象。

经两原告申请，本院执行证据保全措施的法官于2003年6月26日在被告许福记公司进行证据保全时，发现并扣押了标注生产日期为2002年4月18日的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋1只和标注“珠穆郎玛”文字注册商标及注册商标标记的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸21卷。

经比对，本案中原告购买的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的包装纸及本院在对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋、草莓牛奶糖包装纸与晋江市工商局处罚的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖的包装袋、包装纸和“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的包装纸完全相同。

2003年9月15日下午，原告委托代理人来本院阅卷时申请复印本院对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的标注生产时间为2002年4月18日的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋。此时，本院扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋上用油墨打印的生产日期“2002.04.18”清晰可见，如不用力擦拭，该部分字样不会消失。本院工作人员在本院阅卷室使用本院复印机复印后，该包装袋和包装袋复印件上的生产日期“2002.04.18”均清晰可见。2天后(即同月17日)，被告许福记公司法定代表人、委托代理人来本院阅卷时在本院阅卷室阅看过该包装袋。次日(即同月18日)，本院组织原、被告交换证据时，被告许福记公司法定代表人先否认本院对其公司证据保全时发现并扣押了“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋，经主审法官出示本院证据保全时制作并有被告许福记公司法定代表人签名的《审理笔录》、《查封、扣押财产清单》、《送达回证》，被告许福记公司法定代表人才予认可。主审法官随即组织原、被告交换证据。此时发现，本院证据保全时扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋上用油墨打印的生产日期“2002.04.18”已不复存在，只可勉强辨认出“2”、“18”字样和打印机留下的“2002.04.18”的印痕。主审法官当即出示2003年9月15日下午本院复印该包装袋的复印件并组织原、被告到本院阅卷室向本院工作人员核实被告法定代表人、委托代理人阅卷的经过，被告委托代理人表示：“经了解，(当时)我在复印机边上复印，法定代表人只是在我边上帮我(整理)东西，他表示并没有刻意抹去时间”；被告委托代理人同时认可，该包装袋上确有生产时间“2002.04.18”。

2003年9月23日，原告委托代理人在上海市公证处，使用该处计算机登陆互联网搜寻许福记公司，在“韦兄弟”(“<http://www.weixiangdi.com>”)网站，通过“产品展示”、“中国糖果”页面，在“中国糖果精选系列”页面，发现并下载了展示“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的实物图片及规格简介的信息。

同月26日，原告委托代理人在上海市公证处，使用该处计算机登陆互联网，在“Baidu百度”(“<http://www.baidu.com>”)网站搜寻许福记公司，在“许福记食品有限公司”页面上，有如下文字记载：“2000年10月，公司策划生产的“珠穆郎玛”系列糖果包装，经香港中华专利技术博览会组委会审定，荣获“首届香港中华专利技术博览会金奖”。公司已连续四年被福建省乡镇企业局评为‘质量稳定企业’”；在“许福记食品有限公司—企业网页”、“第二届中国企业产品网上博览会”页面，均有相同的内容；在“产品展示”页面中，有“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的糖果实物图、价格、规格、包装、执行标准介绍等信息，在“年生产能力”中注明：“可来函索要”，该网络信息的发布时间是2003年9月17日。

同年11月27日，原告委托代理人在上海市公证处，使用该处计算机登陆互联网搜寻许福记公司，在“Baidu百度”(“<http://www.baidu.com>”)网站，通过“泉州万家企业上网工程欢迎您”页面，搜索到网址为<http://www.adfood.cnqz.com>的“许福记食品有限公司”网站，主页上有与“百度”网记载的如上所述的相同文字，在“产品展示”页面中有“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖价格、产品简述、包装规格、执行标准、年生产能力等信息；再经“English”页面，在“Products”页面中，有“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的价格、产品简述、包装规格、执行标准、年生产能力等信息。

2003年12月17日，本院开庭审理时，原告委托代理人当庭演示从互联网搜寻被告许福记公司在网上展示销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖的过程，在网址为<http://www.adfood.cnqz.com>的网站上，主页注明该网站为“许福记食品有限公司”所有，该网站展示的内容均为被告许福记公司的公司简介和产品简介，包括了“韦兄弟”(“<http://www.weixiangdi.com>”)网站，“Baidu百度”(“<http://www.baidu.com>”)网站上所展示的被告许福记公司的公司简介和产品简介、“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的实物图片等信息。

在“韦兄弟”(“<http://www.weixiangdi.com>”)网站、“Baidu百度”(“<http://www.baidu.com>”)网站、“许福记食品有限公司”(“<http://www.adfood.cnqz.com>”)网站页面中展示的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖实物图片的包装纸的装潢，与被控侵权的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖包装纸的装潢完全相同

被告委托代理人在庭审中表示对上述情况不清楚，在合议庭准许其与许福记公司法定代表人当庭通过电话了解情况后，被告委托代理人当庭使用移动电话与许福记公司法定代表人联系，随后当庭表示：许福记公司与

http://www.adfood.cnqz.com网站的托管关系已经结束，该网站应当关闭，但相关企业注册时没有关闭该网站，故该网站上的内容不是许福记公司要求的行为，为证明许福记公司的上述辩解属实，被告要求合议庭给予补充收集证据时间。

被告许福记公司在举证期限届满后，向本院递交了(中华资源)中国工商杂志社泉州通联站与许福记公司于2001年12月27日签订的《委托域名注册协议书》；福建省厦门市鹭江公证处对被告许福记公司委托代理人于2003年12月20日在该公证处使用该处计算机进入互联网查询并下载许福记公司域名过程进行保全证据公证后制作的3份《公证书》。

两原告已就其指控三被告生产、销售使用侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的行为，同时向本院另案提起诉讼，本院已同时另行立案受理，案号为(2003)沪二中民五(知)初字第79号。

四，两原告在审理中递交了其在本案及相关的(2003)沪二中民五(知)初字第79号案件中支出的律师费、公证费等调查费用合计69800余元的发票、单据，以及2001年至2002年，不凡帝中国公司向不凡帝意大利公司支付“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖装潢和2项“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标的许可使用费共计人民币1,511,600元的凭证。

上述事实，由两原告递交的证据予以证明。

本院认为：本案的争议焦点是：“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标是否构成驰名商标；“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的商品装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖的商品装潢是否近似并造成购买者误认；被告许福记公司在2000年6月5日工商行政管理局作出行政处罚决定后是否继续生产、销售使用被控侵权标识和被控侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖；三被告是否应当承担民事责任。

针对上述争议焦点，本院认为：

一，“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标尚未达到驰名商标的程度。

原告为证明其获得的“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标已经达到驰名商标的程度而向本院递交的其历年的广告费用、获奖证书、相关部门的统计信息等证据，与本案争议的事实具有关联性，原告收集证据的方法符合法律规定，且证据的内容是客观的，本院对上述证据予以采信。

上述证据证明，“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标已经具有较高的知名度。但是，驰名商标是指在中国为相关公众广为知晓并享有较高声誉的商标。人民法院在民事审判中认定驰名商标的依据，是2001年10月27日修正的《中华人民共和国商标法》(以下简称《商标法》)第十四条所规定的五项标准，即相关公众对该商标的知晓程度；该商标使用的持续时间；该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；该商标作为驰名商标受保护的记录；该商标驰名的其他因素。根据《商标法》第十四条的规定，比照人民法院在民事审判中以判决形式认定的驰名商标的知晓度和声誉度，本院尚不能认定“阿尔卑斯Alpenliebe”系列注册商标已经达到驰名商标的程度。

二，“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的商品装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖的商品装潢相近似并足以造成购买者的误认。

原告为证明该节事实而向本院递交的专利复审委员会于2002年10月28日作出的宣告名称为“珠穆郎玛糖果包装袋”外观设计专利无效的《无效宣告请求审查决定》、晋江市工商局对被告许福记公司作出的《行政处罚决定书》、原、被告商品的实物等证据，与本案争议的事实具有关联性，原告收集证据的方法符合法律规定，且证据的内容是客观的，本院对上述证据予以采信。

上述证据证明，“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸的装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖包装纸的装潢在整体的图案、色彩、字体设计及其排列组合和整体印象非常相近，其相近似程度之严重足以造成混淆，使购买者产生误认。

需要指出的是，“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的商品装潢与“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖的商品装潢相近似并足以造成购买者误认的事实非常清楚，以致在专利复审委员会、晋江市工商局作出行政决定后，被告许福记公司没有提出异议或向人民法院起诉，且在本案诉讼中被告许福记公司一再声称其在晋江市工商局作出行政处罚后未再生产、销售“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖。该节事实原本不应成为本案的争议焦点。鉴于被告许福记公司在本案中坚持两种装潢不相近似的辩解，本院将该节事实作为本案的争议焦点之一。但被告许福记公司坚持不顾客观事实、强词夺理的辩解，除了增加本案诉讼成本和民事判决书的篇幅，是毫无意义的。

三，被告许福记公司在2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定后继续生产、销售使用被控侵权标识和被控侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖。

原告为证明该节事实而向本院递交的晋江市工商局作出的《行政处罚决定书》、原告购得的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖实物、相关证人、当事人的陈述笔录、上海市公证处的《公证书》、互联网上相关网站展示的信息等证据，与本案争议的事实具有关联性，原告收集证据的方法符合法律规定，且证据的内容是客观的，本院对上述证据予以采信。两原告要求将本院对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋和“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸，以及被告许福记公司递交的“珠穆郎玛”《注册商标

证》作为证明原告主张的证据，符合民事诉讼证据规则的规定，本院予以准许。需要说明的是，虽然本院已另案受理了两原告指控三被告生产、销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、构成商标侵权和仿冒知名商品特有装潢一案，但是，就认定本争议焦点中的事实而言，晋江市工商局查处“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖装潢、原告购得的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、本院证据保全时扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋的事实和证据，具有显而易见的证明作用。

根据上述证据，本院认为：

1，基于原告购买的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖上的包装纸及本院对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋、草莓牛奶糖包装纸、互联网上相关网站展示的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖上的包装纸与晋江市工商局处罚的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖上的包装袋、包装纸和“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖上的包装纸完全相同的事实，以及该事实与证人杨荣、当事人林云岳的陈述以及互联网上相关网站展示的信息相一致的事实，可以认定原告购买的使用被控侵权标识和被控侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖是被告许福记公司生产、销售的。

2，基于原告在2003年2月20日，2月28日、3月21日购买的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖并无超过保质期迹象的事实，本院对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋上清楚表明生产日期为2002年4月18日、“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸上使用该公司于2001年1月14日才获得的“珠穆郎玛”注册商标及注册商标标记的事实，以及互联网上相关网站、尤其是主页上表明是被告许福记公司的网站直至本案审理期间仍在展示、销售“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖的事实，可以认定2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定后，被告许福记公司仍继续生产、销售使用被控侵权标识和被控侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖。

3，两原告所递交的证据，以及本院证据保全时收集的证据，已经形成了完整的证据体系，上述证据具有很强的证明力，足以使本院确信两原告对该节事实的举证责任已经完成。

4，本院对被告许福记公司证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖包装袋上原本清晰存在的生产日期却在被告许福记公司法定代表人和委托代理人阅看后不复存在的事实，更使本院确信，该包装袋确实是被告许福记公司在2002年4月期间使用的，由此也使本院更为确信，本院作出上述1、2、3项认定，是正确的。

5，被告许福记公司一再否认该节事实，但分析被告许福记公司所递交证据，本院无法采信其辩解。(1)被告许福记公司不能说明其递交的公司营业执照(复印件)与其主张的事实存在何种关联；(2)针对<http://www.adfood.cnqz.com>网站首页公开表明该网站系被告许福记公司网站以及该网站在本院庭审期间仍展示、销售使用被控侵权标识和被控侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖、草莓牛奶糖事实，被告许福记公司在庭审中陈述，其与<http://www.adfood.cnqz.com>网站的托管关系已经结束，故对该网站发布的信息不负责任，并为此要求本院准许其补充证据以证明其陈述属实。但被告许福记公司所补充递交的是案外人与其于2001年12月27日签订的《委托域名注册协议书》以及福建省厦门市鹭江公证处制作的三份《公证书》和所附的下载文本。如果这些证据的内容真实，至多只能证明被告许福记公司曾委托案外人注册<http://www.Adfood.com>域名。但被告许福记公司在庭审中的辩解并未得到证明。被告许福记公司又辩称，庭审时，其法定代表人误认为<http://www.adfood.cnqz.com>网站就是<http://www.Adfood.com>网站而作了错误陈述。但被告许福记公司并未根据民事诉讼中的证据规则对此辩解予以证明。其对同一事实出尔反尔的辩解，令人难以信服；(3)被告许福记公司递交的“珠穆郎玛”《注册商标证》不仅不能证明其主张的事实，反而印证了两原告的主张，即本院在证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸上使用了被告许福记公司于2001年4月14日才获得的“珠穆郎玛”注册商标并标注了注册商标标记，合理的解释是，本院证据保全时发现并扣押的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸是在2001年4月14日之后印制并使用的。被告许福记公司对此辩解为因其缺乏法律意识而在2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定之前就违法使用注册商标标记。但是，被告许福记公司对该辩解同样并无证据予以佐证。因此，除了“珠穆郎玛”《注册商标证》，被告许福记公司所递交的证据均与其主张的事实无关，本院不予采信。至于被告许福记公司所递交的“珠穆郎玛”《注册商标证》，本院基于该证据有利于两原告且两原告要求将其作为本案证据的缘故而予以采信。当然，本院采信该份证据所认定的事实是两原告所主张的事实，并非被告许福记公司所主张的事实。

四，三被告应当承担民事责任。

两原告递交的《商标注册证》、《商标使用许可合同》及备案通知书、《外观设计使用许可合同》、《加工定作合同》、《上海精品》、《统计信息证明》、“阿尔卑斯Alpenliebe”系列奶糖的获奖证书、不凡帝中国公司历年广告费用的统计及相关的合同、不凡帝意大利公司网站的宣传资料及公证书、晋江市工商局作出的《行政处罚决定书》等证据与本案争议的事实具有关联性，原告收集证据的方法符合法律规定，且证据的内容是客观的，本院对上述证据予以采

信。

上述证据证明，原告不凡帝意大利公司是3项“阿尔卑斯Alpenliebe”商标注册人和知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢的所有人，原告不凡帝中国公司是2项“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标和知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢的独占许可使用被许可人。两原告分别享有“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标、知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢的专用权和独占许可使用权。对发生在中国的侵犯“阿尔卑斯Alpenliebe”注册商标和知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢的行为，两原告有权共同提起诉讼。

《商标法》第五十二条规定，未经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的行为，以及销售侵犯注册商标专用权的商品的行为，均属侵犯注册商标专用权的行为。“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸装潢中的蓝天下覆盖着白雪的阿尔卑斯山脉、绿色草地、白底红心小花、红顶村落的图案部分，与原告不凡帝意大利公司获得的第1368895号、第1758448号图形注册商标的图案近似，且该部分图案在“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸装潢中具有显著的标识性作用。因此，被告许福记公司于2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定后继续使用该产品装潢的行为，构成《商标法》第五十二条所规定的商标侵权行为，该行为分别侵犯了原告不凡帝意大利公司享有的第1368895号、第1758448号注册商标专用权和原告不凡帝中国公司对第1368895号注册商标享有的独占许可使用权。被告许福记公司应当承担停止侵权、消除影响、赔偿损失的民事责任。

《中华人民共和国反不正当竞争法》（以下简称《反不正当竞争法》）第五条第（二）项规定，擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢，或者使用与知名商品近似的名称、包装、装潢，造成和他人的知名商品相混淆，使购买者误认为是该知名商品的行为，构成不正当竞争行为。“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖包装纸的装潢与知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖包装纸的特有装潢近似，足以造成混淆，使购买者产生误认。因此，被告许福记公司于2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定后继续使用该产品装潢的行为，构成《反不正当竞争法》第五条第（二）项所规定的不正当竞争行为，该行为分别侵犯了原告不凡帝意大利公司享有的知名商品特有装潢专用权和原告不凡帝中国公司享有的知名商品特有装潢独占许可使用权。被告许福记公司应当承担停止侵权、赔礼道歉、赔偿损失的民事责任。

两原告递交的上海市公证处《公证书》及所附的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖实物、《收款收据》、原告委托代理人询问永金批发部负责人林云岳时制作的《谈话笔录》等证据与本案争议的事实具有关联性，原告收集证据的方法符合法律规定，且证据的内容是客观的，本院对上述证据予以采信。

上述证据证明，被告土特产商店、永金批发部销售使用侵犯两原告注册商标权和知名商品特有装潢权的标识和装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖，两被告依法应当承担停止侵权的民事责任。两被告经本院传唤不到庭参加诉讼，不举证证明其销售的商品是自己合法取得的，应当承担赔偿两原告损失的民事责任。两原告放弃要求被告土特产商店赔偿损失的诉讼请求，是两原告对其民事权利的处分，法律并不禁止，本院予以准许。

关于赔偿数额，两原告认为，不凡帝中国公司为在“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖上使用2项注册商标和知名商品特有装潢，历年来支付不凡帝意大利公司注册商标和知名商品特有装潢许可使用费人民币1,511,600元。被告许福记公司如合法使用上述注册商标和知名商品特有装潢，本应向不凡帝意大利公司支付同样的许可使用费。同时，被告许福记公司、永金批发部的侵权行为抢占了不凡帝中国公司的市场份额。故不凡帝中国公司支付不凡帝意大利公司的许可使用费人民币1,511,600元可作为两原告的经济损失，其中被告许福记公司应承担主要赔偿责任，被告永金批发部应就其销售行为承担相应的赔偿责任。对此，本院认为，两原告的诉讼请求及理由虽情有可原，但无法无据。根据最高人民法院《关于审理专利纠纷案件适用法律问题的若干规定》、《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》和《反不正当竞争法》的规定，人民法院在审理专利侵权纠纷中，被侵权人的损失或者侵权人获得的利益难以确定，有专利许可使用费可以参照的，人民法院可以根据专利权的类别、侵权人侵权的性质和情节、专利使用许可费的性质、范围、时间等因素，参照该专利许可使用费的1至3倍合理确定赔偿数额。但是，人民法院在审理商标侵权纠纷中，不能直接参照商标许可使用费确定赔偿数额，只是在被侵权人的损失或者侵权人获得的利益难以确定、需适用法定赔偿确定赔偿数额时，可以考虑商标使用许可费的数额、商标使用许可的种类、时间、范围。同样，法律没有规定人民法院在审理仿冒知名商品特有装潢纠纷中，可以直接参照知名商品特有装潢许可使用费确定赔偿数额。本案中，两原告因被侵权所受到的损失或者被告许福记公司、永金批发部因侵权所获得的利益均难以确定，本院依职权适用法定赔偿确定赔偿数额。虽然被告许福记公司在本案中侵犯了两原告的2种权利（即商标权和知名商品特有装潢权），但依照法理，本院在本案中不能两次适用法定赔偿累积确定赔偿数额。本院在适用法定赔偿时，将考虑两被告侵权行为的性质、期间、后果、原告商标和知名商品特有装潢的声誉、商标和知名商品特有装潢使用许可费的数额、商标和知名商品特有装潢使用许可的种类、时间、范围及原告制止侵权行为的合理开支等因素综合确定，该赔偿数额中包括了原告为制止侵权行为的合理开支。

综上所述，被告许福记公司在2000年6月5日晋江市工商局作出行政处罚决定后继续生产、销售使用侵权标识和侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”草莓牛奶糖的行为，被告土特产商店、永金批发部销售该侵权商品的行为，共同侵犯了原告不凡帝意大利公司的2项注册商标专用权和1项知名商品特有装潢权，共同侵犯了原告不凡帝中国公司的1项注册商标独占许可使用权和1项知名商品特有装潢独占许可使用权，依照2001年10月27日修正的《中华人民共和国商标法》第十四条、第五十二条第(一)项、第(二)项、第五十六条、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》第九条、第十条、第十六条、第二十一条、《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、第五条第(二)项、第二十条、《中华人民共和国民事诉讼法通则》第一百一十八条、第一百三十四条第(一)、(七)、(九)、(十)项之规定，判决如下：

一，被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司停止侵犯原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)注册商标专用权、原告不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司注册商标独占许可使用权的行为，即被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司停止使用与第1368895号、第1758448号图形注册商标相近似标识、从市场上撤回使用侵权标识的商品包装、销毁库存的使用侵权标识的商品包装、销毁印制侵权标识的印刷制版。

二，被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司停止侵犯原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)知名商品特有装潢专用权、原告不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司知名商品特有装潢独占许可使用权的行为，即被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司停止使用与知名商品“阿尔卑斯Alpenliebe”草莓牛奶糖特有装潢相近似的装潢、从市场上撤回使用侵权装潢的商品包装、销毁库存的使用侵权装潢的商品包装、销毁印制侵权装潢的印刷制版。

三，被告上海市普陀区土特产商店、萧山商业城永金糖果食品批发部停止销售由被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司生产的使用侵权标识和侵权装潢的“珠穆郎玛Zomliamma”高级牛奶糖商品的行为。

四，被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司经济损失人民币490,000元。

五，被告萧山商业城永金糖果食品批发部于本判决生效之日起十日内赔偿原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司经济损失人民币10,000元。

六，被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司于本判决生效之日起三十日内在《中国食品报》、《解放日报》和《新民晚报》上刊登致歉声明，向原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司赔礼道歉、消除影响(内容须经本院审核)。

七，原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司的其他诉讼请求不予支持。

本案案件受理费人民币17,493元，由原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司共同负担人民币2,000元，被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司负担人民币14,000元，被告上海市普陀区土特产商店负担人民币493元、被告萧山商业城永金糖果食品批发部负担人民币1,000元。

如不服本判决，原告Perfetti Van Melle S.P.A(不凡帝范梅勒股份有限公司)可在判决书送达之日起三十日内、原告不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司、被告福建省晋江市永和许福记兄弟食品有限公司、被告上海市普陀区土特产商店、被告萧山商业城永金糖果食品批发部可在判决书送达之日起十五日内，向本院递交上诉状，并按对方当事人的人数提出副本，上诉于上海市高级人民法院。

审 判 长 谢 晨
代理审判员 王辰阳
代理审判员 周庆余

二〇〇四年三月二十五日

书 记 员 刘群燕

中国法院国际互联网站版权所有，未经协议授权，禁止下载使用或建立镜像

Copyright©2002-2008 by ChinaCourt.org All rights reserved.

Reproduction in whole or in part without permission is prohibited