

学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

广告用了敦煌“守宝龙”，是商标侵权还是公共资源？

□ 本报记者 安海涛 本报通讯员 王思思 杜凡 许于静



商标侵权？

公共资源？

非遗守宝龙女装。

守宝龙。

漫画：蔺颖

“守宝龙”引纠纷，谁在状告斐乐？

“守宝龙”是敦煌壁画中的四大瑞兽之一，来自敦煌榆林窟第25窟，绘于唐朝。壁画中，左右对称的守宝龙守护着库藏珍宝，其坐于彩云之上，造型阳刚，寓意着守护和赐福。在敦煌壁画中，飞舞的龙比较常见，而这种静态的坐龙则比较少见。

原告敦煌某会展公司是“守宝龙”商标的权利人，该商标分别在2022年和

2023年被核准注册在第25类服装等商品及第35类广告服务等。

原告以斐乐公司在其服装的商品链接和广告宣传中使用“守宝龙”文字构成商标侵权为由，起诉要求斐乐公司等被告停止侵权、消除影响及赔偿损失。

敦煌某会展公司公证取证显示，斐乐公司在某电商平台售卖两款服装，链接名称分别为“【非遗守宝龙】男装运动裤……”“【明星同款两件套】非遗守宝龙女装……”链接图片左上角均突出公司标识FILA商标，商品详情页中领标及合

格证、吊牌均体现FILA标识，商品本身无侵权标识。

斐乐公司辩称，使用“守宝龙”属正当描述

斐乐公司辩称，“守宝龙”形象及称呼属于公共文化资源，并非原告的臆造词汇，作为商标其显著性极弱，其保护范围应受严格限制；斐乐公司未突出使用“守宝龙”名称，不具有攀附涉案商标知名度的意图，相较涉案商标而言，斐乐公司的FILA品牌更有知名度；斐乐公司在商品链接及广告宣传上使用“守宝龙”名称系对设计灵感及设计元素的正当描述，“非遗守宝龙”系列服装系斐乐公司与非遗苏绣传承人进行合作，灵感来源于敦煌壁画“守宝龙”与非遗苏绣工艺相结合的设计理念。

斐乐公司举证了其与非遗苏绣艺术家的合作合同，载明以敦煌“守宝龙”为原型交付设计图稿。斐乐公司的广告宣传语有“接收#FILA 守宝龙 祥瑞讯号，传统非遗苏绣工艺自带满分质感，释放新春福韵，定格聚会高光时刻”等。

敦煌某会展公司认为，该宣传语中使用“守宝龙”名称亦构成商标侵权。

法院：斐乐公司不构成商标侵权

思明区法院一审认为，“守宝龙”为敦煌壁画中坐姿龙的描述性称谓之一，斐乐公司的举证能够证明被诉商品存在的设计背景，敦煌某会展公司亦未就其商

标知名度进行举证，不能认定斐乐公司存在攀附的恶意；被诉侵权链接、图片及商品本身明确标注有“FILA”商标，客观上不会导致相关公众误认；斐乐公司未突出使用“守宝龙”，在宣传文案中亦是渲染设计背景的描述性表达，故被诉侵权行为不能认定为对“守宝龙”的商标性使用，斐乐公司等被告不构成侵权，遂判决驳回原告的全部诉讼请求。

敦煌某会展公司对一审判决不服提起上诉，坚持认为被诉侵权行为是对“守宝龙”的商标性使用而非描述性使用，构

成商标侵权。

厦门中院二审中进一步指出，“守宝龙”一词已被有关媒体公开报道，用来指称来自敦煌榆林窟第25窟的坐姿龙，此为“守宝龙”一词本身自有的含义，该描述性含义或称“第一含义”应属于公共资源，商标权人无权禁止他人在“第一含义”层面进行正当使用。

本案中，被诉侵权链接标题并未突出使用“守宝龙”，且在链接图片及图片中的商品本身均明确标注更为显著的“FILA”标识，被诉侵权宣传语亦未将“守

宝龙”突出使用，且将更为显著的“FILA”置于前方，从语境看该广告语亦是在宣传服装设计的祥瑞元素和工艺质感，并非为区分商品来源。涉案标识的使用形式，充分说明斐乐公司使用“守宝龙”系用于描述被诉侵权产品的设计灵感及设计元素，属于在“第一含义”上使用该标识，而非攀附“守宝龙”商标的商誉，其使用方式正当且善意，属于描述性使用而非商标性使用，不构成商标侵权。厦门中院据此维持了一审驳回原告全部诉讼请求的判决。

【案后余思】

在商标权保护与文化遗产之间寻找平衡

随着经济的持续发展和人民生活水平的提高，传统文化以及与之相伴的IP产业成为社会和经济生活中的重要组成部分。而商标是IP产业品牌化建设的核心要素。有些注册商标本身包含了历史文化元素，这种商标既具有商业价值，又承载着历史和文化的意义，本案中的“守宝龙”商标即属这种类型的商标。

如何在商标保护与历史文化传承之间找到合理的界限，既保障商标权利的合法性，又不损害历史文化的发扬光大，是司法实践的重要课题。

商标权是商标法赋予商标持有人的排他性权利，但在涉及历史文化等

公共资源时，商标权的行使要受到一定的法律约束，尤其是涉及商标合理使用规则。商标法第五十九条第一款规定，注册商标中含有的本商品的通用名称、图形、型号，或者直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，或者含有的地名，注册商标专用权人无权禁止他人正当使用。

该条款是在保障商标专用权人利益的基础上，允许他人根据公共利益或者历史文化背景作出适当使用。将历史文化元素作为服装设计的创意来源在服装行业较为普遍，也有利于传统文化的发扬光大。如该种使用行为

涉及与在先商标权的冲突，是否认定构成商标侵权不可一概而论。

实践中可从以下几个方面来判断是否属于正当合理使用：一是使用者应具备善意的使用意图，即使用标识应系出于客观描述商品特点的目的，而不能出于攀附他人商标知名度的目的；二是使用行为客观上是描述商品或服务的特征；三是使用的程度是必要、正当且合理的，如未单独、突出使用，使用时突出标注自身商标等；四是使用行为不会对权利人造成不合理损害等。若满足以上条件，通常宜认定为合理使用，不构成商标侵权。

案里说民生

“全新原装”变“拆包重装”，是否构成根本违约？

法院：跨境电子元器件交易瑕疵“零容忍”

□ 王子悦



漫画：蔺颖

说好“全新原装、原包原标、未拆未开”，结果收到的芯片产品外包装被拆开并重新封口，这种情况是否构成根本违约？近日，江苏省苏州市中级人民法院审结了一起买卖合同纠纷案，中国香港某电子公司因江苏某公司交付的芯片产品不符合合同约定的包装要求，诉请解除合同、

退货退款。法院审理后认为，在精密电子元器件跨境贸易中，“全新原装”不仅是品质的保证，更是市场的定价基础，本案供应商擅自拆解原包装并重新封装的行为，即便未损及芯片本身，也构成根本违约，依法判决支持原告诉求。

2024年7月，中国香港某电子公司通过

邮件向江苏某公司发出采购订单，求购特定型号芯片。在订单及后续沟通中，前者反复强调，货物必须符合“全新原装正品”“原包原标未拆未开”“不漏气”等要求，并指出“如非全新原装全数退货”。江苏某公司接受对方全额预付的货款，并依约发出了货物。然而，货物运抵中国香港仓库后，经查验发现所有芯片的外包装均被拆开并重新封口，部分芯片存在漏气现象。购买方提出异议，多次沟通未果后诉至法院。审理过程中，被告公司辩称拆包检查并重新真空封装是出于确保产品质量的善意，符合行业操作惯例，且其提供的检测报告也可证明重新封装未影响芯片本身质量。

法院审理后认为，江苏某公司以供货行为对订单予以确认，可认定双方就购买芯片达成一致的意思表示。采购订单显示，供应商必须保证芯片为全新原装正品，货物无翻新、拆机、划痕、破损、变形、氧化等情况。双方工作人员在付款前后也多次沟通确认，要求产品原包原标未拆未开、不漏气。再结合双方在购买散包芯片时的沟通记录，足以证明在案涉芯片产品买卖中，是否有原包原标、是否是全新未开包是影响产品价格和后续出售的重

要标准。而被告公司在交付案涉芯片前对全部芯片进行拆包再重新封装，该行为违反了采购订单中有关货物为全新原装正品、必须为原厂标准包装的要求，原告公司根据采购订单的约定有权要求解除合同并全数退货退款，约是依法判决双方解除合同，被告退款、原告退货。

【法官说法】

本案作为一起典型的跨境货物买卖合同纠纷，凸显了在商事活动中严格遵守合同约定、秉持诚信原则的重要性。尤其是在跨境电子商务交易中，履行合同的核心是确保货物“符合约定”而非仅仅“质量合格”，任何与合同约定的细节不符的交付（例如拆包重包），都可能被视为履行主要义务存在重大瑕疵，买方有权拒收货物并要求退还货款，由此产生的跨境物流、仓储等损失也需由违约方承担。本案判决依法维护了中国香港企业的合法权益，体现了内地司法机关平等保护各类市场主体、营造法治化国际化营商环境的司法理念，同时清晰界定了行业交易准则，对维护公平诚信的市场环境、规范电子元器件等精密产品贸易秩序具有积极的示范意义。

涉车辆虽登记在被告王某名下，但王某并非案涉机动车的实际所有人或者使用人，其对车辆无法控制，也无法从中受益，且在事故中无责，故其在本案中不应承担民事赔偿责任。

最终，综合考量“好意同乘”的初衷与驾驶员的过错程度，为平衡保护搭乘人权益与鼓励社会友善行为，根据机动车的运行支配规则，原告李某所受损失在由相关保险公司承担赔偿责任后，法院酌定被告王某承担30%的民事赔偿责任，原告自行承担30%的民事责任。

【法官提示】

善意搭载值得倡导，但安全驾驶是首要责任。“好意同乘”是人与人之间互帮互助、建立和谐人际关系的表现，司机允许他人搭乘的情谊行为就负有保证搭乘者人身和财产安全的注意义务。每一次手握方向盘，都承载着对生命的敬畏；每一次善意邀约，都伴随着一份沉甸甸的守护之责。愿我们都能以此为鉴，在互助出行的路上，让紧绷的安全弦与温暖的互助心并肩前行，让出行既充满人情味又安全可靠。

搭车途中出事故，车主如何担责？

滕志军

一次为分摊成本而结缘的同行，一场突如其来的交通事故，不仅打破了旅途的平静，更引发了一场关于善意、责任与赔偿的深刻思考。当互助的暖意遭遇现实的碰撞，法律如何权衡情与理，既抚慰伤痕又守护那份邻里亲朋之间的淳朴善意？近日，湖北省利川市人民法院审结的一起案件给出了一个充满智慧与温度的答案。

纠纷始于一个普通的出行计划。2025年初，李某与其女友王某计划驾车（车辆登记在王某名下，由李某实际驾驶）从利川前往深圳，为减轻旅途成本，他们在网络平台发布了“车找人”的信息，期盼能找到同路人分担油费。信息一经发出，便吸引了同样计划南下的李某及其妻子。一番沟通后，4人约定同行，李某夫妇每人支付300元，用于分摊此行产生的油费

等出行成本。

行驶途中，因驾驶员李某占道行驶，车辆不幸与他车发生碰撞。剧烈的撞击不仅中断了旅程，更导致车内乘客李某夫妇受伤。交警部门认定被告李某负全责。旅途的欢愉瞬间被伤痛与后续繁杂的赔偿协商所取代。因沟通未果，李某将李某、王某一并诉至法院，要求其赔偿医疗费、误工费等各项损失。

利川法院审理后认为，本案的核心争议在于原、被告之间法律关系的定性。二被告发布“车找人”信息，其目的在于分摊出行成本，而非以营利为目的进行非法营运。一般情况下，原告不论采取哪种交通方式自行前往深圳，所需要的交通差旅费用均明显高于300元。因此原告支付的300元费用，性质上属于对出行成本的补偿，而非支付对价以获得运输服务。好意同乘是指驾驶人基于

善意互助或者友情帮助而允许他人无偿搭乘的民事行为，譬如顺路指带朋友、同事，应陌生人请求搭载等。因此，李某及其妻子搭乘车辆的行为符合“好意同乘”的特征，即基于善意施惠、互助理念的无偿搭乘。

法律鼓励善行，但绝不豁免责任。法院指出，“好意同乘”这一善举值得提倡，但驾驶人保障同乘者安全的法定义务不容丝毫减损。依据民法典第一千二百一十七条规定，非营运机动车发生交通事故造成无偿搭乘人损害，属于该机动车一方责任的，应当减轻其赔偿责任，但是机动车使用人有故意或者重大过失的除外。本案中，驾驶员李某持有合法的机动车驾驶证，事故的发生系其在国道行驶时不慎占道而引起，其自身也因事故受伤，故不存在故意或重大过失，应当减轻李某的赔偿责任。案

观察与思考

涉企司法公开信息作为企业信用评价体系的重要组成部分，正日益成为市场主体开展信贷评级和风险监测时的关键参考依据，由此也催生了大量提供信用信息的企业征信机构。然而，当前部分征信机构在披露涉企司法信息过程中，存在不真实、不完整、不准确等问题，对部分涉诉企业的信贷融资和正常经营活动造成了一定的负面影响。

一是市场化导向下的信息披露失衡。部分征信机构为推广付费业务，刻意隐瞒涉诉关键信息，如案由、主要案情、案件进展等，用户仅能查询到“存在诉讼风险”等模糊提示，需额外付费才能获取完整信息。此外，一些平台的查询界面设计存在问题，如将已结案案件纳入风险提示、同一案件在不同板块重复展示、信息选择性披露等，进一步降低了涉诉信息展示的准确性与完整性。

二是信息采集与处理环节存在质量缺陷。部分征信机构的风险标注不够审慎，例如未经过多渠道核实便标注企业“存在法律风险”，或未经严格核对即标注为“失信被执行人”，严重影响信息的真实性。同时，机构依赖大数据技术从裁判文书网、企业信用信息公示系统等官方平台抓取数据，并通过算法模型进行关联匹配与分类标注，但由于算法设计缺陷、程序漏洞或数据清洗错误，常导致信息错误关联，进而影响公众对企业客观评价。

三是异议处理与反馈机制不健全。作为涉诉信息的发布方，征信机构本应对信息主体提出的异议及时核实并妥善处理。然而实践中，部分机构怠于履行该义务，消极应对甚至回避责任，不仅损害企业合法权益，也增加了其维权成本，反映出内部纠错与用户沟通机制存在明显短板。

针对上述问题，笔者建议采取如下对策：

一是健全信息质量管控机制，提升数据准确性。推动制定涉企司法信息采集、处理、披露与异议处置的全流程行业标准，引导征信机构设立内部数据审核岗位，对关键风险标签实行双重复核，切实提高信息可信度。进一步优化信息展示逻辑，鼓励以“基础信息免费、深度服务增值”为原则的服务模式，在确保案由、案件状态、关键案情摘要等基本信息完整披露的基础上，开展合规商业创新。

二是强化异议处理与用户权益保障。督促征信机构建立高效、透明的异议受理与反馈流程，明确核实处理时限并向社会公开。探索建立以人民法院为主导的企业涉诉信息澄清说明机制，允许企业通过官方渠道对不实、过时或误导性的涉诉记录申请修正或标注说明，并将该澄清信息同步至征信平台，形成“企业申诉—司法回应—征信同步”的闭环纠错体系。

三是构建跨部门协同治理与全链条监管体系。建立由市场监管、金融管理、司法、网信等多部门参与的协同治理与监管机制，推动形成“数据来源可追溯、处理过程可查询、披露结果可监督”的全链条监管体系。将征信机构信息质量纳入企业信用评价体系，实施守信激励与失信惩戒，推动行业自律与规范发展。此外，可建立行业数据质量共治平台，推动司法、行政与市场信息的有序共享、合规使用。

（作者单位：浙江省慈溪市人民法院）

警惕涉企司法公开信息的不当披露

□ 李业彬 陈露佳