

2026年人民法院反不正当竞争典型案例

典型案例

目 录

- 案例一 登记使用与他人已注册商标近似的字号误导公众构成不正当竞争——某营销公司与某珠宝公司、某商行等侵害商标权及不正当竞争纠纷案
- 案例二 利用他人技术秘密承揽工程项目获取的报酬视为侵权获利——某科技公司与某工程公司、某技术公司、某线材公司侵害技术秘密纠纷案
- 案例三 恶意“转码重构”构成妨碍、破坏他人网络产品正常运行的不正当竞争——某信息公司与某科技公司网络不正当竞争纠纷案
- 案例四 具备识别性的知名影视剧剧名构成“有一定影响的商业标识”——某科技公司与某管理公司、某酒业公司、某啤酒公司等不正当竞争纠纷案
- 案例五 提供抢单“物理外挂”破坏平台竞争秩序构成不正当竞争——某科技公司等与某电子商务平台不正当竞争纠纷案
- 案例六 利用AI虚构他人产品测评文章搭车引流构成不正当竞争——某科技公司与某软件公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案
- 案例七 篡改同行直播带货视频误导公众构成虚假宣传——某科技公司、某网络公司与某传媒公司等不正当竞争纠纷案
- 案例八 恶意剪辑他人产品测评视频贬损竞争对手构成商业诋毁——某公司、某电池公司与孙某、某新能源公司商业诋毁纠纷案
- 案例九 能够识别对商品来源的不实比较广告构成商业诋毁——某公司与某百货公司等商业诋毁纠纷案

案例一
登记使用与他人已注册商标近似的字号误导公众构成不正当竞争
——某营销公司与某珠宝公司、某商行等侵害商标权及不正当竞争纠纷案

【基本案情】
某营销公司系核定使用在装饰品（珠宝）等商品上的“六福”“六福珠宝”注册商标的被告可使用人，经授权可对侵害商标权等行为提起诉讼。“金六福尚美”商标系某珠宝公司自第三人处受让取得，后被宣告无效。某营销公司认为，某珠宝公司将“六福”“六福珠宝”商标近似的“金六福尚美”标识许可给某商行使用，以及某商行将该标识用在珠宝类商品上的行为侵害某营销公司的商标权，某珠宝公司将“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记使用构成不正当竞争，遂诉至法院。

【基本案情】
某营销公司系核定使用在装饰品（珠宝）等商品上的“六福”“六福珠宝”注册商标的被告可使用人，经授权可对侵害商标权等行为提起诉讼。“金六福尚美”商标系某珠宝公司自第三人处受让取得，后被宣告无效。某营销公司认为，某珠宝公司将“六福”“六福珠宝”商标近似的“金六福尚美”标识许可给某商行使用，以及某商行将该标识用在珠宝类商品上的行为侵害某营销公司的商标权，某珠宝公司将“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记使用构成不正当竞争，遂诉至法院。

【基本案情】
某营销公司系核定使用在装饰品（珠宝）等商品上的“六福”“六福珠宝”注册商标的被告可使用人，经授权可对侵害商标权等行为提起诉讼。“金六福尚美”商标系某珠宝公司自第三人处受让取得，后被宣告无效。某营销公司认为，某珠宝公司将“六福”“六福珠宝”商标近似的“金六福尚美”标识许可给某商行使用，以及某商行将该标识用在珠宝类商品上的行为侵害某营销公司的商标权，某珠宝公司将“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记使用构成不正当竞争，遂诉至法院。

【基本案情】
某营销公司系核定使用在装饰品（珠宝）等商品上的“六福”“六福珠宝”注册商标的被告可使用人，经授权可对侵害商标权等行为提起诉讼。“金六福尚美”商标系某珠宝公司自第三人处受让取得，后被宣告无效。某营销公司认为，某珠宝公司将“六福”“六福珠宝”商标近似的“金六福尚美”标识许可给某商行使用，以及某商行将该标识用在珠宝类商品上的行为侵害某营销公司的商标权，某珠宝公司将“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记使用构成不正当竞争，遂诉至法院。

【裁判结果】
一审法院认定，某珠宝公司的行为构成侵害商标权及不正当竞争，并判令某珠宝公司赔偿某营销公司10万元等。某珠宝公司不服，提起上诉。二审法院维持一审判决关于侵害商标权部分的认定，但认为某珠宝公司登记使用企业名称的行为不构成不正当竞争，遂对一审判决作出部分改判。某营销公司不服，向最高人民法院申请再审。最高人民法院提审本案后改判撤销二审判决，维持一审判决。

最高人民法院再审认为，“六福”商标经过其注册人某集团及某营销公司的持续推广、使用，已具有较高市场知名度。某珠宝公司作为同业经营者，在后登记企业名称时，对在先注册且已经具有较高知名度的“六福”商标应当知晓，但仍将完整包含“六福”字样的近似标识“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记并使用，主观上攀附“六福”商标商誉的故意明显，客观上容易导致相关公众误认为其提供的商品来源于某集团或其企业本身与某集团存在特定联系，构成不正当竞争。二审判决在已经认定“金六福尚美”与“六福”构成近似，并据此认定某珠宝公司侵害商标权的情况下，仅以某珠宝公司系规范使用企业全称为由，即认定其将“金六福尚美”作为企业名称中的字号登记使用的行为不构成不正当竞争，结论不当，应予纠正。

【典型意义】
本案是规范登记使用企业名称实施仿冒混淆行为的典型案例。判决明确，将与他人注册商标相近似的商业标识作为企业名称中的字号登记使用，即使规范使用企业名称仍不足以避免混淆的，应认定构成不正当竞争。本案对统一商业标识类知识产权侵权案件的裁判标准、有效制止“傍名牌”“搭便车”行为具有积极意义。

【案号】
再审：最高人民法院（2026）最高法民再51号

案例二
利用他人技术秘密承揽工程项目获取的报酬视为侵权获利
——某科技公司与某工程公司、某技术公司、某线材公司侵害技术秘密纠纷案

【基本案情】
某科技公司自主研发了高炉煤气前端干法精脱硫技术并作为技术秘密保护。2020年7月，某工程公司在与某科技公司合作中接触到了上述涉案技术秘密。某科技公司认为，某工程公司违反了双方签订的保密协议，擅自将涉案技术秘密披露给某技术公司和某线材公司，并在某线材公司高炉煤气精脱硫项目（以下简称被诉侵权项目）中使用涉案技术秘密，构成侵权，遂诉至法院。

【裁判结果】
一审法院认为，涉案证据不足以证明某工程公司侵害了涉案技术秘密，判决驳回某科技公司的诉讼请求。某科技公司不服，提起上诉。最高人民法院二审认为，某工程公司违反与某科技公司约定的保密义务，在被诉侵权项目中披露、使用并允许他人使用涉案技术秘密，构成侵权。某工程公司系被告诉侵权项目的技术提供方，技术秘密侵权直接决定了被诉侵权项目的商业机会，某工程公司在项目中的取酬数额即为涉案技术秘密商业价值的反映，故可直接将其取酬数额全额认定为侵权获利，某工程公司应当承担的侵权损害补偿性赔偿金为4458.49万元。因某工程公司对自身的侵权行为主观上明知、客观上严重违约，侵权恶意明显，侵权情节严重，故以上述补偿性赔偿为基础适用2倍惩罚性赔偿确定其应当承担的侵权损害赔偿数额。因该赔偿数额已超出某科技公司的诉讼请求金额，最高人民法院遂于2025年12月25日作出判决，撤销一审判决，全额支持某科技公司向某工程公司主张的损害赔偿数额。某技术公司、某线材公司在其获利范围内承担连带赔偿责任。

【典型意义】
本案是有效惩治以侵害技术秘密为手段获取商业机会的不正当竞争行为的典型案例。判决明确，因利用他人技术秘密才获取商业机会承揽工程项目时，技术提供方在项目中的取酬数额一般可视为技术秘密商业价值的反映，可将该取酬数额认定为技术秘密侵权获利，并以此为基础计算损害赔偿。本案对加大高新技术企业技术秘密保护，维护市场公平竞争具有积极意义。

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【基本案情】
某信息公司是原创文学网站“某网”及“某读书”APP的运营商，拥有大量原创文学作品的著作权。某科技公司是“某安全浏览器”的运营主体。用户通过“某安全浏览器”访问“某网”时，某科技公司实施了如下行为：一是设置“阅读模式”。该模式通过转码技术对“某网”页面进行重构，并删除网站原有的用户登录、充值、打赏、订阅等功能。同时，某科技公司在重构后的页面中嵌入“AI阅读助手”以及朗读、全屏等自身功能，并设置会员专属标识，引导用户付费开通某科技公司重点推广的“AI大会员”。二是插入“浮窗链接”。某科技公司在“某网”页面底部自动插入若干浮动链接，链接中预设的搜索关键词包含“作品名称+免费阅读全文”等与盗版网站密切相关的词汇。用户点击任一浮窗链接，即被引导至某搜索的结果页面，该页面前列多行为标注“广告”的商业推广链接，以及未取得ICP备案的盗版小说阅读网站链接。用户进入相关盗版网站后可免费阅读“某网”全部付费章节内容，且该盗版网站页面会主动适用“阅读模式”，进一步方便用户持续免费阅读。某信息公司认为，某科技公司的上述行为构成不正当竞争，遂诉至法院。

【裁判结果】
北京市朝阳区人民法院一审认为，某科技公司浏览器的“阅读模式”

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

案例三
恶意“转码重构”构成妨碍、破坏他人网络产品正常运行的不正当竞争
——某信息公司与某科技公司网络不正当竞争纠纷案

【基本案情】
某信息公司是原创文学网站“某网”及“某读书”APP的运营商，拥有大量原创文学作品的著作权。某科技公司是“某安全浏览器”的运营主体。用户通过“某安全浏览器”访问“某网”时，某科技公司实施了如下行为：一是设置“阅读模式”。该模式通过转码技术对“某网”页面进行重构，并删除网站原有的用户登录、充值、打赏、订阅等功能。同时，某科技公司在重构后的页面中嵌入“AI阅读助手”以及朗读、全屏等自身功能，并设置会员专属标识，引导用户付费开通某科技公司重点推广的“AI大会员”。二是插入“浮窗链接”。某科技公司在“某网”页面底部自动插入若干浮动链接，链接中预设的搜索关键词包含“作品名称+免费阅读全文”等与盗版网站密切相关的词汇。用户点击任一浮窗链接，即被引导至某搜索的结果页面，该页面前列多行为标注“广告”的商业推广链接，以及未取得ICP备案的盗版小说阅读网站链接。用户进入相关盗版网站后可免费阅读“某网”全部付费章节内容，且该盗版网站页面会主动适用“阅读模式”，进一步方便用户持续免费阅读。某信息公司认为，某科技公司的上述行为构成不正当竞争，遂诉至法院。

【裁判结果】
北京市朝阳区人民法院一审认为，某科技公司浏览器的“阅读模式”

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【案号】
二审：最高人民法院（2023）最高法知民终2880号

【典型意义】
本案是保护“有一定影响的商业标识”的典型案例。判决明确，影视剧剧名经使用具备一定知名度、显著识别性及稳定对应关系，能够发挥识别商品来源功能的，属于反不正当竞争法禁止混淆行为条款保护的商业标识。本案对有效规制新型仿冒混淆行为、完善不正当竞争领域裁判规则、守护文化创新活力具有积极意义。

【案号】
一审：上海市普陀区人民法院（2023）沪0107民初14392号
二审：上海知识产权法院（2025）沪73民终120号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

案例四
具备识别性的知名影视剧剧名构成“有一定影响的商业标识”
——某科技公司与某管理公司、某酒业公司、某啤酒公司等不正当竞争纠纷案

【基本案情】
某科技公司系知名反黑题材影视剧《狂飙》的出品方之一，独家享有该剧在全球范围内的知识产权。某管理公司和某酒业公司系关联公司，均成立于影视剧《狂飙》热播期内。某管理公司、某酒业公司委托某啤酒公司生产多款“狂飙”品牌酒类商品，在瓶身、瓶贴、瓶盖、包装箱等位置突出使用“狂飙”变体文字，字形风格与《狂飙》片头所用“狂飙”字体高度近似。某科技公司认为，某管理公司、某酒业公司擅自使用《狂飙》影视剧剧名并用于酒类商品生产、销售及宣传，某啤酒公司作为专业酒类生产企业，未尽审慎审查义务，构成不正当竞争，遂诉至法院。

【裁判结果】
上海市普陀区人民法院一审认为，影视剧兼具文化传播与商业价值双重属性。“狂飙”一词虽为常见汉语词汇，但作为影视剧名称，随着影视剧的热播已与该剧形成稳定对应关系，能够发挥识别作用，构成“有一定影响的商业标识”。某管理公司和某酒业公司在多种酒类商品上突出使用“狂飙”变体文字，某酒业公司将“狂飙”作为企业字号登记使用，并在线上、线下的大规模宣传活动中，搭配使用影视剧《狂飙》的主人公名称等元素以及影视剧画面，主观上具

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：上海市普陀区人民法院（2023）沪0107民初14392号
二审：上海知识产权法院（2025）沪73民终120号

【案号】
一审：上海市普陀区人民法院（2023）沪0107民初14392号
二审：上海知识产权法院（2025）沪73民终120号

【案号】
一审：上海市普陀区人民法院（2023）沪0107民初14392号
二审：上海知识产权法院（2025）沪73民终120号

【案号】
一审：上海市普陀区人民法院（2023）沪0107民初14392号
二审：上海知识产权法院（2025）沪73民终120号

【基本案情】
某科技公司等三公司是某外卖平台及某众包平台的运营主体。自2024年起，三家公司陆续收到大量投诉，反映部分骑手使用外挂设备在某众包平台抢单，严重破坏了平台抢单的公平性。三公司经调查发现，某电子商务在某电商平台开设两家店铺，对外销售名为“点滑器”的产品，并发布该产品的使用教程视频。教程明确指导骑手将相关设备与该众包平台APP进行连接，通过设置指令，实现无需手动触碰手机屏幕即可快速刷新订单、自动抢单的功能，抢单速度远快于常规手动操作。据统计，该点滑器产品累计销售额度达数百万元。三家公司认为，某电子商务实施的前述行为构成不正当竞争，遂诉至法院。

【裁判结果】
广东省广州市黄埔区人民法院一审认为，首先，某电子商务的行为损害了某科技公司等平台经营者的合法权益。某电子商务生产、销售的涉案点滑器产品虽然未直接拦截、修改平台数据及程序，但其通过技术手段规避平台操作规则，直接冲击平台原有派单逻辑，干扰调度算法的正常运行，导致平台订单分配机制失灵，系统运行负荷大幅增加，构成对平台正常经营活动的实质性妨碍。其次，某电子商务的行为破坏了骑手群体公平竞争的从业环境。使用涉案点滑器产品的骑手，可以凭借技术手段优先抢占优质、高收益订单，打破了骑手之间公平竞争、按劳取酬的行业生态。该行为直接导致合规骑手获取订单的机会大幅减少，劳动收益受到不合理挤压，损害了广大合规骑手的合法权益及从业积极性。最后，某电子商务的行为还损害了消费者及平台入驻商家的合法权益。违规抢单后易出现订单取消、配送延误、配送路线不合理等问题，直

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

【案号】
一审：江苏省无锡市新吴区人民法院（2024）苏0214民初9489号

公告

人民法院报2026年9月10日(总第10210期)

内，向本判决递交上诉状。上诉人上海市第二中级人民法院，逾期本判决即发生法律效力。

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号

【案号】
一审：北京市朝阳区人民法院（2025）京0105民初48068号