

中华人民共和国
浙江省杭州市中级人民法院
民事判决书

(2021)浙01民初2987号

原告：默里·西·克拉克 (CLARKE, MURRAY COLIN)，新西兰籍，护照号码LT504420，住美利坚合众国加利福尼亚州90290托潘加市卡伦大道20485号。

委托诉讼代理人：尹腊梅，上海市协力律师事务所律师。

委托诉讼代理人：周整，北京市奋迅律师事务所律师。

原告：拜欧泽尔有限公司 (BIOZEAL, LLC)，住所地美利坚合众国加利福尼亚州卡尔弗城海登广场8690号。

法定代表人：默里·西·克拉克 (CLARKE, MURRAY COLIN)，总经理。

委托诉讼代理人：潘婷婷，浙江浙元律师事务所律师。

委托诉讼代理人：陈允，北京奋迅(上海)律师事务所律师。

原告：微米电子商务(上海)有限公司，住所地中华人民共和国上海市普陀区梅川路1247号4幢5层501室-156。

法定代表人：吴一鸣，执行董事。

委托诉讼代理人：罗瓦特，上海协力(杭州)律师事务所律师。

委托诉讼代理人：郑悦，上海市协力律师事务所律师。

被告：陆启东，男，[REDACTED]，汉族，公民身份号码

[REDACTED]
[REDACTED]。

委托诉讼代理人：李占科、穆颖，北京环球律师事务所律师。

被告：南京童年时光生物技术有限公司，住所地中华人民共和国江苏省南京市栖霞区燕子矶街道和燕路408号3栋2403室。

法定代表人：郭桂林，执行董事兼总经理。

委托诉讼代理人：李占科、穆颖，北京环球律师事务所律师。

被告：浙江集享电子商务有限公司，住所地中华人民共和国浙江省杭州市萧山区经济技术开发区明星路371号1幢1501室。

法定代表人：王华。


委托诉讼代理人：蔡志达、花蓉蓉，浙江启金律师事务所律师。





原告默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）（以下简称克拉克）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）（以下简称拜欧泽尔公司）、微米电子商务（上海）有限公司（以下简称微米公司）与被告陆启东、南京童年时光生物技术有限公司（以下简称童年时光公司）、浙江集享电子商务有限公司（以下简称集享公司）侵害商标权及不正当竞争纠纷一案，本院于2021年12月20日立案后，依法组成合议庭。被告陆启东、童年时光公司在提交答辩状期间向本院提出管辖权异议，本院于2022年4月10日裁定驳回其异议，后其不服裁定提起上诉，浙江省高级人民法院于2022年5月30日驳回其上诉，维持原裁定。本院于2022年6月22日召开庭前会议，2022年7月22日公开开庭进行了审理。原告克拉克委托诉讼代理人尹腊梅、周整，拜欧泽尔公司委托诉讼代理人潘婷婷、陈允，微米公司委托

诉讼代理人罗瓦特、郑悦，被告陆启东委托诉讼代理人王登远、戴越，童年时光公司委托诉讼代理人周凡、马强，集享公司委托诉讼代理人蔡志达、花蓉蓉到庭参加诉讼。庭审后，被告陆启东、童年时光公司分别解除对王登远、戴越，周凡、马强的委托并委托李占科、穆颖为诉讼代理人，李占科、穆颖提交了书面代理意见。本案现已审理终结。

原告克拉克、拜欧泽尔公司、微米公司向本院提出诉讼请求：

1. 陆启东和童年时光公司立即停止不正当竞争行为，包括停止恶意的商业混淆、套链接、虚假宣传以及恶意投诉等；
2. 陆启东和童年时光公司立即停止侵犯原告“CHILDLIFE”注册商标专用权行为；
3. 集享公司立即停止帮助陆启东、童年时光公司侵权行为；
4. 陆启东和童年时光公司在《中国知识产权报》上刊登声明，消除影响，声明内容须经法院和原告审核同意；
5. 陆启东和童年时光公司连带赔偿原告实际损失含合理维权费用人民币5000万元（以下币种均为人民币）；
6. 集享公司连带赔偿原告实际损失20万元。审理过程中，原告撤回第6项诉讼请求。

事实与理由：（一）原告以及“CHILDLIFE”品牌的基本情况。拜欧泽尔公司由美国加利福尼亚州著名儿科医生克拉克于1997年创办，经营婴儿和儿童营养补充剂产品，并在商业经营活动中使用“CHILDLIFE Essentials”作为商号，克拉克为其股东，并一直担任公司主席。拜欧泽尔公司成立后，克拉克即将其享有的“”著作权及CHILDLIFE商标授权给拜欧泽尔公司进行CHILDLIFE产品研发、生产和销售。CHILDLIFE儿童营养剂产品于1998年首次在美国市场推出，2003年进入亚洲市场，2004年进入欧洲市场，2005年进

入中国市场，2006年克拉克携品牌到中国参加第六届中国国际保健品博览会。经近25年发展，CHILDLIFE品牌产品在全球经销区域已涵盖29个国家和地区，连续超过10年成为淘宝/天猫儿童营养品牌最畅销品牌之一。在此过程中，拜欧泽尔公司一直将“”及“CHILDLIFE”商标作为产品包装装潢中的标志性图案以及商标应用，且产品整体包装装潢在配色、构图上稳定统一。克拉克分别于2006年、2016年就CHILDLIFE商标向中国申请注册第5类商标，并于2016年9月13日核准在中国境内注册，商标注册号为G1322202，核定使用的商品为“营养补充剂”等，至今有效。在中国大陆地区，“童年时光”“”标识已与原告及原告的“CHILDLIFE”注册商标建立唯一对应关系，婴幼儿食品和保健品等商品上的“童年时光”“”标识所指向的来源均为原告，“童年时光”“”是原告有一定影响的商业标识。自2021年3月，微米公司成为克拉克、拜欧泽尔公司在中国境内“CHILDLIFE”产品经销商益天（中国）有限公司（案外人，以下简称益天公司）在大陆的代运营服务商，负责品牌规划、运营等事务，就“CHILDLIFE”产品与克拉克、拜欧泽尔公司共享竞争利益。


（二）原告享有的权益。原告享有的权利基础包括：第G1322202号、第22114129号CHILDLIFE注册商标；有一定影响的包装装潢；有一定影响的“童年时光”商业标识权利。其中，原告享有“童年时光”标识权利原因有三：第一，依据拜欧泽尔公司与童年时光公司于2013年、2018年签订的经销协议第I、V、VIII条约定“童年时光”知识产权归属于拜欧泽尔公司；第二，拜欧泽尔公司始终将“童年时光”标识作为“CHILDLIFE”商标的对应中文翻译标识性使用，

形成稳定的消费认知，承载特定的品质和声誉。因此，依据“童年时光”标识及所载利益的分析，其已经与CHILDLIFE形成对应关系，可以起到识别商品来源的作用，属于拜欧泽尔公司有一定影响的未注册商标；第三，根据《中华人民共和国商标法》第十五条第一款、《商标审查及审理标准》第4.1条规定，“童年时光”的知识产权应归属于拜欧泽尔公司。

（三）陆启东和童年时光公司共同实施了系列侵权行为。2009年，陆启东（当时为案外人江苏巨和实业有限公司员工，以下简称巨和公司）通过邮件与CHILDLIFE品牌全球总代理商GDS集团就希望成为CHILDLIFE品牌经销商进行磋商。陆启东与其妻子郭智娟、兄弟陆启峰于2010年3月26日注册成立童年时光公司，郭智娟担任法定代表人、执行董事。2010年4月1日起，巨和公司先后成为拜欧泽尔公司在中国大陆地区及港澳地区的独家代理经销商，童年时光公司于2011年左右成为巨和公司下属的二级经销商，有权在江苏、上海、浙江、安徽、淘宝网范围独家经销“CHILDLIFE”产品。因陆启东传达负面信息，拜欧泽尔公司于2012年6月1日解除与巨和公司经销关系，童年时光公司从而成为CHILDLIFE品牌中国地区总经销商。经营期间，童年时光公司通过其关联公司分别在天猫国际、京东国际等平台开设CHILDLIFE海外旗舰店经销，并通过网站、微信、微博等自媒体宣传“CHILDLIFE童年时光”产品。由于陆启东、童年时光公司存在私自改变产品包装及恶意抢注“童年时光”和“☪”商标等违约行为，拜欧泽尔公司于2021年3月23日发送律师函解除与童年时光公司的经销关系。据不完全统计，2010年4月20日，童年时光公司注册第8223462号、第8223466号“童年时光”，第8223476

号“CHILDLIFE”商标，此后十余年间又在多类产品上注册“童年时光”商标。2012年1月4日，童年时光公司申请注册第10378186号“☪”商标，并于2013年7月7日核准注册。此后，童年时光公司和陆启东通过受其控制平台和媒体实施一系列侵权及不正当竞争行为。包括：1. 与拜欧泽尔公司终止经销关系后，童年时光公司未经许可，在其他品牌产品上使用“童年时光”“☪”标识，导致相关公众产生严重的混淆误认。2. 童年时光公司未经许可在其经销的“Inne品牌”商品上使用原告有一定影响的包装装潢，加剧混淆效果。3. 童年时光公司为了进一步加剧混淆效果，大量虚假宣传，包括擅自将其原本用于经销CHILDLIFE产品的网店，违背淘宝官方关于禁止更换产品的规则，用于销售其“INNE”品牌的产品等。4. 童年时光公司多次向各大电商平台，对CHILDLIFE产品进行恶意投诉。5. 童年时光公司未经许可，在其他品牌的产品上使用原告CHILDLIFE注册商标，并通过其早年恶意抢注的含有该标识的域名，从事相关电子商务行为，销售相同类别的商品，导致相关公众混淆误认。上述事实说明：1. CHILDLIFE品牌成立时间长、知名度高、获得消费者普遍认可，有极高商誉；2. CHILDLIFE产品包装装潢具有一定的影响，带有“☪”的产品标识、“Great Taste”徽章图形，配以淡黄色的底色背景等色彩、图案及其排列组合等组成部分在内的整体视觉效果具有较高的识别性，且自1998年沿用至今；3. 童年时光公司从2009年与CHILDLIFE品牌磋商，其经销代理关系就已经开始；4. 陆启东及童年时光公司自2021年3月23日与拜欧泽尔公司解除CHILDLIFE品牌经销关系后，实施的数种不正当竞争及商标侵权行为相互作用、影响，整体对克拉克和拜欧泽尔公司产生恶劣影

响。此外，被告实施的侵权行为可以分为混淆初期、混淆过渡期、混淆收尾期三个阶段。其中，在混淆初期阶段，被告修改店铺名称并在CHILDLIFE产品上标注“inne”商标和“德国”品牌标识；在混淆过渡期阶段，被告通过套链接、在相同商品上使用相似商标、在inne产品上使用CHILDILIFE商标的方式使消费者混淆CHILDLIFE产品与inne产品的关系；在混淆收尾期阶段，由于香港禁令的生效，童年时光公司替换侵权产品图片，却依然销售侵权产品，同时在销售数据及获奖信息中使用虚假信息宣传，对拜欧泽尔公司提起恶意诉讼。

（四）各被告之间的关系及其责任承担。陆启东是涉案不正当竞争和商标侵权的实际主体，策划并操作了所有被诉侵权行为；童年时光公司是涉案不正当竞争行为的形式主体，系被诉侵权产品进口商和“童年时光”“”等商标的抢注主体，并独立或者授权各案外人、经销商具体实施了被诉侵权行为；集享公司为陆启东、童年时光公司的虚假宣传和市场混淆等侵权和不正当竞争行为提供便利条件，应当承担停止侵害的民事责任，并应就其共同侵权在其平台内所销售的被诉侵权产品金额范围内与陆启东、童年时光公司的行为承担连带责任。据此，原告提出如上诉请。

审理中，克拉克、拜欧泽尔公司明确其指控的商标侵权行为表现形式为：1. 陆启东和童年时光公司在销售inne品牌的婴幼儿营养品时使用“CHILDLIFE”字样，构成《中华人民共和国商标法》第五十七条第（一）项规定的“在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标”；2. 陆启东和童年时光公司销售CHILDLIFE产品时使用“inne”商标进行标注，构成《中华人民共和国商标法》第五十七

条第（五）项规定反向假冒行为以及第（七）项规定的其给他人的注册商标专用权造成其他损害的行为。

克拉克、拜欧泽尔公司明确其指控的不正当竞争行为表现形式为：1. 陆启东和童年时光公司生产并销售了与原告有一定影响的CHILDLIFE产品包装装潢近似的inne品牌的侵权产品，并在侵权产品包装以及在宣传推广同种产品时使用属于原告有一定影响的“童年时光”标识，构成商业混淆的不正当竞争行为；2. 陆启东和童年时光公司使用原销售CHILDLIFE产品的链接销售其他品牌产品进行商业混淆；3. 陆启东和童年时光公司在非CHILDLIFE产品的销售、宣传中，使用CHILDLIFE创始人、荣誉奖项、品牌信息，宣称inne产品是对CHILDLIFE品牌的升级，为美国产品，同时使用明显超出inne销售时间、范围的宣传用语，构成虚假宣传的不正当竞争；4. 被解除经销权后，陆启东和童年时光公司利用其抢注的“☪”及“童年时光”商标，在各大电商平台及其他第三方、合作方不断发起关于经原告合法授权的CHILDLIFE产品的投诉，导致产品直播中断、产品下架，影响大量商业活动的正常开展，构成恶意投诉的不正当竞争；5. 陆启东和童年时光公司在天猫国际电商平台购买CHILDLIFE关键词，使消费者在平台内搜索“childlife”时，被置顶出现童年时光侵权店铺及侵权链接；导致原本想购买“Childlife”产品的消费者被错误地引流至侵权店铺，足以引人误认为是拜欧泽尔公司的商品或与拜欧泽尔公司有特定联系，构成不正当竞争。

被告陆启东辩称：1. 拜欧泽尔公司不遗余力编织一张网，意图将陆启东作为整个侵权网络的一部分，但存在事实错误。第一，指



控童年时光公司于2010年初成立时，巨和公司为总代理，童年时光公司为二级代理商。根据原告证据27，童年时光公司2011年之后才开始经销拜欧泽尔公司产品。第二，拜欧泽尔公司认为陆启东在2009年开始挑拨离间拜欧泽尔公司与巨和公司的关系，但根据原告证据23，邮件发送时间是2012年4月10日。第三，指控陆启东在2009年代表童年时光公司发送多封邮件，包括提供营销计划、订购、试销订单等。但这些邮件的落款是江苏汇鸿集团或巨和公司而非童年时光公司。

2. 常识错误。第一，拜欧泽尔公司始终站在现在的角度而不是2010年的角度看问题，比如关于拜欧泽尔公司知名度。第二，即便现在郭桂林在香港诉讼中认为陆启东系童年时光公司实际控制人，也无法证明陆启东在2010年时是实际控制人。第三，陆启东担任巨和公司营销经理以及后续在童年时光公司任职时向拜欧泽尔公司发送的邮件是正常的商业沟通、合作，但被指控为陆启东中伤或者诋毁巨和公司。第四，过分高估陆启东的地位。虽然陆启东当时是巨和公司营销经理，但其无法决定是否与拜欧泽尔公司合作，是否能使童年时光公司成为分销商，更不用说陆启东筹划将童年时光公司作为侵权的一部分。





3. 法律错误。第一，原告仅依据揣测而没有证据证明陆启东实施侵权行为。第二，陆启东作为巨和公司副总裁，童年时光公司副总裁，并不能天然成为共同侵权人。即使陆启东在香港相关诉讼中被郭桂林认为是实际控制人，也不能因此成为共同侵权被告。


4. 赔偿责任。原告按照被告获利计算的损害赔偿中有三个侵权行为，每个行为获利超过2亿元。但这些链接包括店铺存在重复计算。关于包装装潢部分，不应将他人已有注册商标包含在包装装潢整体图案中。本案中，童年时光公司成立于2010

年，此时尚未与拜欧泽尔公司达成正式合作，成为其总经销商。在此情况下，童年时光商标当然是童年时光公司合法拥有的注册商标。

被告童年时光公司辩称：（一）关于程序部分。1. 微米公司作为本案原告诉讼主体不适格。本案中，原告未提供益天公司作为全国总代理以及其授权微米公司代运营的证据，上述证据都是微米公司作为本案原告参与诉讼的必要文件。陆启东作为被告主体不适格。2. 基于CHILDLIFE商标对童年时光注册商标提起商标侵权指控，根据权利冲突的司法解释，须先由商标行政机关处理，如不立即驳回该诉讼请求，则应中止审理，等待商标行政程序结束后再继续审理。关于“”的指控，原告在南京中院针对被告提起的著作权侵权案件已开庭审理，根据相关司法解释，应优先处理著作权侵权案件，在著作权侵权有结果后，才能继续本案的审理。因此，应中止本案审理，等待著作权案件审理结果。（二）关于实体部分。1. 指控的商标侵权不应得到支持。第一，童年时光公司是第8223462、8223466号“童年时光”注册商标权人；童年时光公司基于实施以商标为核心之一的市场营销策略，维护自身经销体系及打击侵权仿冒需要，注册第10378186号“”商标。对于上述商标不具有抢注等主观恶意，系善意取得、依法注册。第二，拜欧泽尔公司在此期间明知童年时光公司合法持有该等商标，五年异议期满未提出异议，且双方在合作过程中就商标的持有情况达成共识。因此，不符合《中华人民共和国商标法》第四十四条规定，不可规避五年期限的限制而宣告其无效，童年时光公司取得上述权利的时间早于CHILDLIFE商标的驰名时间。第三，被诉侵权的Childlife产品系合

作期间拜欧泽尔公司供货。纠纷发生后，童年时光公司销售尾货存在标注混乱，平台数据延迟，现后台数据已更改。小红书平台的情况是，拜欧泽尔公司向平台投诉，平台马上将童年时光公司链接下架并将投诉转给童年时光公司，童年时光公司才知道该销售构成侵权，而且这只是临时性的短暂错用。第四，经销协议没有知识产权权属条款，没有限制经销商可以拥有并使用自己的商标。童年时光公司作为经销商，有权在经销过程中创建和拥有知识产权。从“童年时光”到“☺”标识，从“三驾马车”“甜橙王子”到“葡萄大侠”等等，都是经销商童年时光公司的正当权利，拜欧泽尔公司无权剥夺。巨和公司与拜欧泽尔公司签订的经销协议中知识产权条款与童年时光公司无关。任何一瓶已售产品上都展示童年时光商标，且防伪二维码也展现童年时光公司作为经销商的信息。童年时光公司作为经销商不遗余力地推广产品取得了巨大成功。经销协议终结后，消费者必将在CHILDLIFE和童年时光建立不同的认知。2. 本案不构成不正当竞争。（1）关于有一定影响的童年时光标识指控。第一，童年时光公司于2010年3月26日成立后，即注册“童年时光”商标并长期使用，在近十年的合作过程中，拜欧泽尔公司及其全球经销机构 GDS公司对于童年时光中文含义清楚和明知。第二，童年时光公司将“童年时光”用于销售拜欧泽尔公司供应的产品是对自身商标的使用，拜欧泽尔公司对该种使用行为明示或默示许可。且在与拜欧泽尔公司正式建立合作关系前，童年时光公司已将“童年时光”广泛用于拟进口和合作的产品上，始终作为经销品牌或者双品牌使用。该商标并非恶意攀附CHILDLIFE知名度，而故意选择CHILDLIFE的中文名称，申请注册“童年时光”商标和CHILDLIFE不

存在翻译上对应关系。CHILDLIFE商标注册后，童年时光商标在2010年注册说明二者之间不存在固有的对应关系，不构成近似商标。拜欧泽尔公司并未举证证明在童年时光公司申请注册“童年时光”商标前，其已通过使用，将二者建立固有对应关系。第三，拜欧泽尔公司需证明童年时光公司于2010年3月26日创立童年时光品牌前，该童年时光标识已成为拜欧泽尔公司有一定影响的商业标识。双方合作期间合作产品所积累的商誉与童年时光公司宣传推广和营销努力分不开，因而该商誉不应全部归于拜欧泽尔公司，童年时光公司合理利用自己的商标权，建立自己的知名度，并未将权利让渡给拜欧泽尔公司，遑论对其商业标识进行混淆。同时，混淆结果的判断，应基于双方没有合作或者合作影响消除后进行。经销关系结束后，童年时光公司在其他商品上使用有一定影响的童年时光标识不会导致相关公众混淆误认，不构成不正当竞争。（2）关于有一定影响的商品包装装潢指控。第一，“”不能置于整体的包装装潢权益进行审理。浅黄色底色和黑色字体是公共领域的元素，二者的组合也是本领域常见组合方式，不能识别商品来源，不具有显著性。第二，拜欧泽尔公司未提供证据证明童年时光公司申请注册“”商标前，其对于“”商业标识在中国大陆进行了长期持续稳定和大规模的使用，及具有较高知名度，已经与拜欧泽尔公司建立关联，形成有一定影响的包装装潢权益。第三，包装装潢即使通过使用产生装潢权益，也与童年时光公司经营行为有关，因而不应当然属于拜欧泽尔公司。第四，拜欧泽尔公司不享有对“童年时光”和“”商标的在先权利，童年时光公司使用自己享有商标权的商标、黄色底图、good taste等公共领域的图案和描述，且系在临时过渡期仅

短暂使用二个月左右，也不构成与“他人有一定影响的包装、装潢”相似的标识。因此，拜欧泽尔公司强调的混淆不具备事实依据，不能成立。（3）关于虚假宣传指控。第一，童年时光公司基于自身的“童年时光”注册商标开设、运营被诉侵权店铺，销售不同供应商的相同商品，使用由其营销宣传推广等经营所产生的产品销售记录增长和良好评价等数据资产及其凝结的良好商誉，该等数据资产归属于童年时光公司，且该等经营行为并未违反京东、天猫平台的相关规则，不构成套链接的虚假宣传不正当竞争行为。第二，童年时光公司在商品详情中使用克拉克肖像，并将其宣传为童年时光创始人是双方合作期间为营销产品做的安排。“21年不忘初心”的表述看不出仅指向拜欧泽尔公司或者与其存在关系；“十八年不忘初心”是对童年时光公司创立过程的表述，并非单纯就童年时光公司历史的表述，不构成针对公司历史的虚假宣传。童年时光公司销售原先由拜欧泽尔公司供应的产品的同时，又销售其他供应商供应的源于德国的产品。“三驾马车”套装中有两款产品是拜欧泽尔公司供应的库存产品，一款产品是源于德国的产品，根据天猫、京东规则只能标注一个产地，因此有些确实标注产品来自于德国，但这种标注仅在过渡期间内短暂使用。部分产品链接中使用CHILDLIFE，是因为平台数据更新延迟。更换供应商后，童年时光公司对原产品在瓶身质地、颜色、包装、规格等方面进行改进，系对以往所经销产品升级的客观描述，不构成针对产地、升级款的虚假宣传。（4）关于恶意投诉指控。公司童年时光公司对“童年时光”和“”注册商标正当行使权利的行为不存在恶意，不构成恶意投诉不正当竞争行为。（5）关于搜索关键词指控。童年时光公司合法注册童年

时光商标，有权将其作为关键词进行搜索，以方便消费者查找，不存在不正当竞争行为。综上，请求法院驳回拜欧泽尔公司的全部诉讼请求。



集享公司辩称，集享公司未对侵权行为提供帮助。第一，指控的商标侵权事实未发生在集享公司开发的APP上，本案与集享公司有关的事实与注册商标专用权无关；第二，集享公司未实施指控的不正当竞争的帮助行为，指控的检索关键词行为不属于《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条规定的行为，且该关键词检索结果非集享公司设置形成；第三，集享公司为被诉侵权商品提供包装及物流服务等行为，并非对虚假宣传及不正当竞争行为的帮助；第四，消费者对云集APP平台为商品提供包装并在外包装上加“云集”字样的行为有清晰认识，不会引起误解、混淆。因此，集享公司无过错行为，不应就指控的侵权行为与其他被告承担连带责任。在庭审过程中，经原告确认云集APP被诉侵权商品已经下架，原告撤回要求被告集享公司赔偿的诉讼请求。因此，请求依法驳回对集享公司的诉讼请求。

当事人围绕诉讼请求依法提交了证据，本院组织当事人进行了证据交换和质证。根据当事人陈述和经审查认定的证据，本院认定如下事实：


一、克拉克、拜欧泽尔公司基本情况


默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）拥有美国及新西兰双重国籍，作为拜欧泽尔公司的股东和创始人，担任公司总裁兼首席执行官。

中华人民共和国国家版权局于2021年7月26日颁发的《作品登

记证书》载明：登记号国作登字-2021-F-00169697，作品名称CHILDLIFE心形图画，作品类别美术作品，作者武井孝二（TAKEI, KOJI），著作权人默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN），创作完成日期1996年3月20日，首次发表日期1999年10月31日。武井孝二于1996年3月20日签署的著作权转让协议载明：由克拉克取得作品及其在美国和外国被授予的任何著作权的全部权利、所有权和权益。武井孝二就转移含有“”在内的CHILDLIFE包装设计的酬金给克拉克开具的发票显示，日期为1996年3月20日，应付合计金额为5441.03美金。武井孝二还为克拉克设计ChilLife带有“”标识的宣传册并于1997年12月20日为克拉克开具应付合计金额为1398.59美元的发票。

2021年8月31日，许可方克拉克以个人的名义与被许可方拜欧泽尔公司签订《知识产权许可协议》约定：“该协议对拜欧泽尔公司成立以来双方的口头协议予以书面确认，所有条款自1997年拜欧泽尔公司成立始对双方具有约束力。协议于签订之日起至协议终止时永久生效”。其中关于知识产权许可的约定载明：“2.1在协议的有效期内，许可方授予被许可方及其关联方在全球范围内唯一、专有其所有IP及其相关，包括任何Childlife产品/服务以及以任何形式或媒体的促销和营销。2.2许可方衍生作品和其他许可IP更新，许可方应（a）将许可方或代表其创作的任何衍生作品和任何新许可IP告知被许可方，（b）尽商业上合理的努力，提供许可方衍生作品或许可方拥有或控制的任何其他被许可IP的实施方案”。协议中关于赔偿、责任的约定载明：“9.1由任何第三方提起的诉讼、起诉、索赔、要求、调查或正式或非正式的询问（无论是否归结为

判决)或任何和解(统称为‘责任’),其产生于或基于任何第三方声明的使用等任何方式利用任何知识产权或其他权利……在每种情况下,许可方应与被许可方合理合作,以减轻此类责任。9.2 被许可方应在首次收到此类通知后三十天内通知许可方,通过自己选择的律师对任何此类索赔进行辩护(费用由被许可方自行承担),许可方有权参与辩护,并自费聘请与被许可方聘请的律师不同的律师……未经许可方事先书面同意,被许可方应有权同意解决、妥协或解除针对许可方的此类第三方索赔,包括任何自愿同意判决”。上述协议附件中版权和注册商标包括在中国注册的第G1322202、22114129号注册商标和登记号国作登字-2021-F-00169697 “” 美术作品。

2021年9月8日,克拉克的委托代理人向杭州市杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全,并将所得的电子数据提交公证处服务器保管,杭州互联网公证处据此出具电子数据保管单。保管单项下的截图载明:CHILDLIFE产品包括“ChilLife复合维生素与矿物质”“ChilLife钙/镁营养液”“ChilLife童年时光Essentials液体钙加镁16液体盎司”“ChilLife Essentials液体维生素C免疫支持,适用于婴儿、儿童……”“ChilLife纯DHA膳食补充剂90粒软胶囊(两瓶装)”“ChilLife童年时光维生素D3”分别于2003年12月7日、2004年1月8日、2006年10月19日、2007年5月1日、2008年8月8日、2009年6月10日上架亚马逊平台(网站为简体中文版,显示配送至中国大陆)。相关产品瓶身正面标贴显示“”标识,标贴为淡黄色背景图。CHILDLIFE产品现已进入欧洲、韩国、新加坡、日本、中国等众多市场。2013年至2021年,CHILDLIFE品牌在

国内分别于育儿网、网易、新浪微博、母婴行业观察网、搜狐网等网站的报道排行中，被评价为值得信赖的母婴品牌前十名；2020至2021年，CHILDLIFE品牌在国外分别于butter nutrition、tasteforlife等网站的报道中，获得2018年最佳补充剂奖、2019年免疫必备产品奖、2020年最佳儿童健康补充剂、父母测试精选奖等。

二、原告主张的权益基础


（一）“CHILDLIFE”注册商标事实

克拉克于1996年1月30日在美国申请注册“CHILDLIFE”商标，1999年12月7日获准注册，美国商标注册证号为第2299035号，核定使用在国际分类第5类商品上，核定使用商品包括“维生素、矿物质类的营养补充剂、植物和顺势疗法”。“CHILDLIFE”商标首次使用日期为1997年12月1日，商业使用日期为1998年3月16日。经续展，专用权期限自2019年6月19日至2029年6月19日。克拉克于2006年在第5类商品上，就该商标向中国申请领土延伸，取得第G880154号商标，有效日期自2006年2月6日至2016年2月6日。G880154号商标自2016年2月6日到期被注销后，2016年12月2日，克拉克重新在第5类商品上申请第22114129号“CHILDLIFE”商标，2017年10月20日初审公告，2018年1月21日注册公告，核定使用商品/服务项目为国际分类第5类“维生素制剂；复合维生素制剂；膳食纤维；鱼肝油；药物饮料”等商品，有效期至2028年1月20日。


2016年12月8日，克拉克向国家知识产权局申请注册“CHILDLIFE”商标，注册号G1322202，核定使用商品/服务项目为国际分类第5类“营养补充剂，即维生素、矿物质、草药和顺势疗法用药物”等商品，专用权期限2016年9月13日至2026年9月13日（目



前状态为撤销，撤销理由为连续三年不使用）。


（二）有一定影响的商品包装装潢事实

2021年7月19日，克拉克的委托代理人向杭州市东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“童年时光海外旗舰店”销售的、由拜欧泽尔公司生产的CHILDLIFE | 童年时光[®]多维锌·香橙芒果味、CHILDLIFE | 童年时光[®]小金豆[®]DHA·草莓味和CHILDLIFE | 童年时光[®]钙镁锌营养液·香橙味三款CHILDLIFE产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。庭审中原告向法庭展示了上述三款包装，其均使用“以包装正面中间的‘’及左侧竖排绿色字体‘CHILDLIFE’、右侧金色圆形及外侧锯齿放射状图案内存有‘Great Taste’或‘AWARD WINNING supplements’字体的徽章图形、配以淡黄色的底色背景等色彩、图案及其排列组合等组成部分为整体视觉效果”的包装装潢。扫描瓶身背面的二维码，显示原产地、原海外销售国为美国，进入童年时光官方防伪查询系统，显示“童年时光官方防伪查询官@绿野仙踪”。东方公证处出具（2021）浙杭东证字第9824号公证书。

（三）有一定影响商业标识“童年时光”事实

2022年3月4日，克拉克委托代理人向南京市钟山公证处申请证据保全。在工作人员监督下打开谷歌浏览器，搜索“childlife.cn”网站并通过互联网档案馆抓取到的2012年至2019年的网站页面，可见该段时间内官网所有产品包装均为淡黄色底色，上面均印有“”及竖向“CHILDLIFE”（绿色字体）标识，网页信息内容包含“CHILDLIFE童年时光荣获2016天猫母婴全球商家大会最佳人气奖”“CHILDLIFE童年时光——助力宝宝健康成长”等表达。其中，

www.childlife.cn网站2012年2月5日网页下方显示，版权所有：南京童年时光生物技术有限公司。该网页2013年5月30日网页左上方显示一横置长方形图案，该图案左侧为“”，右侧上部为“童年时光”，右侧下部为“CHILDLIFE”，网页右上方显示400-100-8916，“16年来，陪伴350万美国宝宝健康成长！”该网页品牌介绍一栏显示，关于CHILDLIFE童年时光，童年时光是由美国著名儿科医DR. MURRZY CLARKE博士创立，（克拉克简介略）……为了让自己的研究成果帮助到更多的孩子，Clarke博士总结了儿科营养学近三十年研究成果和自己二十多年的临床经验，创办了童年时光品牌。童年时光已得到美国儿科医师的广泛认可和推荐。十几年来，童年时光已陪伴三百万美国宝宝健康成长，并在欧洲、韩国、新加坡、日本、中国台湾等地广泛地赢得了妈妈的信赖和宝宝的喜爱！童年时光已成为全球领先的儿童营养品牌！现在，童年时光正式进入中国，为中国宝宝带来健康快乐的童年时光，并打下一生健康的基础！2016年9月29日网页的宣传中显示“”“CHILDLIFE™”“童年时光®”。公证处据此于2022年3月8日出具（2022）苏宁钟山证字第2180号公证书。

2022年3月4日，克拉克委托代理人向南京市钟山公证处申请证据保全。在工作人员监督下打开谷歌浏览器，搜索“childlife.net”网站并通过互联网档案馆抓取到1998年至2013年的网站页面可见，网页中已出现包装上印有“”的CHILDLIFE产品，最早时间为2000年。相关页面显示，在1998年12月12日至2021年12月19日期间互联网档案馆抓取（保存）childlife.net网站网页457次。其中，2000年4月7日的网页显示页面为淡黄色，正中上部为“CHILDLIFE™”，

“CHILDLIFE™”下方为“☪”；产品包装在2008年以前的底色为乳白色，之后均为淡黄色；2009年1月15日的网页“关于儿童生活（谷歌浏览器翻译）”栏显示，……这些产品在美国各地的天然商店、健康食品商店和药店均有销售。在国际上，它们分布在新加坡、中国、菲律宾、印度尼西亚、泰国、爱尔兰、克罗地亚、波兰、罗马尼亚和新西兰；2012年12月30日的网页显示，中国独家代理商，南京童年时光生物技术有限公司400-100-8916。公证处据此于2022年3月8日出具（2022）苏宁钟山证字第2181号公证书。

根据南京市中山公证处苏宁钟山证字第1948、1949、2088、2090、17725-17740、17860共21份公证书所载内容，百度知道、百度贴吧、新浪博客、育儿网、搜狐、母婴行业观察、网易、微博、排行榜、今日头条、央广网、中国商业网、中国婴童在线、中国婴童网、中婴网、媒体等平台，以及众多消费者的宣传文章及产品信息对于“CHILDLIFE”与“童年时光”对应关系的表达如下：1. 百度知道：“童年时光是美国childlife的翻译”（2015年9月2日，获得超过2472个赞）；“童年时光英文名称Childlife”（2016年11月26日，获得超过178个赞）。2. 新浪博客：童年时光的博客，“童年时光是美国Childlife的中文译名”（2016年10月27日，阅读4735）。3. 新浪博客：（1）childlife童年时光的博客2011年全部博文12篇，其中标题为“childlife童年时光……”发表于2011年6月14日；标题为“南京童年时光生物技术有限公司”发表于2011年3月9日，内容为“南京童年时光生物技术有限公司是美国Childlife童年时光品牌系列婴幼儿保健食品国内代理商。主营产品：童年时光Childlife+……（命名方式为童年时光Childlife+产

品具体类别)等11种产品”。(2) baby91net的博客2011年1月至9月全部博文7篇,标题为“childlife童年时光钙镁锌……”(2011年1月6日)4. 腾讯视频:童年时光创始人访谈(莫里克拉克,2018年12月17日发布)。5. www.chunyuyisheng.com网站2013年8月15日患者咨询“补钙的外国牌子childlife童年时光好吗”,2013年9月10日患者咨询“有必要在家中备童年时光的三家马车吗”,2013年10月28日咨询“美国童年时光钙镁锌口服液怎么样”,2016年11月20日咨询“美国童年时光钙镁锌孩子补钙吃好吗”,此外还有“美国童年时光CHILDLIFE有机维生素D3滴剂能喝吗”。6. 其他媒体等文章于2012年8月16日至2022年的表述为:“美国童年时光Childlife+商品名称”“童年时光CHILDLIFE简介”“品牌:childlife 中文名:童年时光钙镁锌”“美国童年时光品牌:childlife”“英文名称:ChildLifeLiquidVitaminC,中文名称:童年时光维C活力营养液”“Childlife/童年时光”“童年时光(Childlife)”“usChildlife童年时光”“童年时光Childlife致力于通过营养、草药、顺势疗法等天然方式为孩子带来健康……”“常用名:CHILDLIFE;官方微博:童年时光”“CHILDLIFE童年时光产品配方”等。

三、被诉侵权的相关事实

(一) 童年时光公司与拜欧泽尔公司合作历史的相关事实

2009年8月25日,陆启东以江苏汇鸿国际集团市场部经理的身份,在发送给CHILDLIFE品牌的邮件中载明:“本人是江苏汇鸿国际集团的陆启东,我司是中国领先的进出口公司,2008年的营业额为15亿美元。我司业务范围涵盖制药、食品、LED和银行业。我司

从澳大利亚和美国挑选并进口领先的儿童产品，包括欧米茄-3、咀嚼复合维生素片然后将其分销至连锁药店、超市等。之前，我司产品主要针对4-12岁的儿童，现在，为了完善我司产品系列，以满足1-3岁儿童的需求，我司对贵司的Childlife产品（包括多种维生素、钙镁锌、维生素C等）十分感兴趣。请告知贵司在中国的销售计划和政策，以及向中国供应的可能性。感谢您的合作，并期待尽快收到您的回复”。

2021年11月5日，杭州市东方公证处出具（2021）浙杭东证字第14978号公证书载明：自2009年8月25日的邮件沟通后，直至2010年1月期间，陆启东以CHILDLIFE项目召集人身份与GDS集团运营经理案外人林惠文（音）对于其公司引入CHILDLIFE项目的具体方案进行多次邮件沟通，双方将在2010年6月第一份正式订单发出前，用500瓶液体钙镁锌、500瓶复合维生素和矿物质进行检验、检疫、注册，此后于2010年6月左右发出第一份正式订单。陆启东还对2011至2013年进口CHILDLIFE产品数量进行了规划。其中，陆启东在2010年1月29日的邮件中向林惠文表明，汇鸿国际集团子公司江苏巨和化工实业有限公司将通过其现有的儿童药物和补充剂渠道运营该项目，并就CHILDLIFE项目组建一支5人团队，3名营销经理负责超市渠道、药店和婴儿用品店渠道以及互联网零售渠道，注册部经理及陆启东负责整个项目和品牌宣传。

2021年11月5日，杭州市东方公证处出具（2021）浙杭东证字第14953、14959——14962号公证书载明：2010年2月，陆启东在给林惠文的邮件中对CHILDLIFE项目中国市场的开拓、销售方式和计划、销售渠道、品牌宣传和订货数量作出说明；同年5月，陆启东

以汇鸿国际集团巨和公司营销经理身份向林惠文发送采购单，对采购产品的类型、规格和数量、付款方式等进行说明；同年9月29日，陆启东要求默里医生出具Childlife商标授权，即便该商标已在中国注册，理由是其不想向他人出具其与拜欧泽尔公司的协议。2011年4月，陆启东还以打击走私为由，要求获得港澳地区独家经销商地位。

2021年11月5日，杭州市东方公证处出具（2021）浙杭东证字第14963—14975号公证书载明：2011年5月10日陆启东发给林惠文的邮件附件中包含要求克拉克签发的证书和授权书，其中《证明》载明：“南京童年时光生物技术有限公司是CHIDLIFE系列营养产品在江浙沪皖地区的代理。美国CHIDLIFE授权我司（江苏巨和化工实业有限公司Asambly Chemicals Co.Ltd）作为CHIILD LIFE的中国代理。特此证明”。上述证明落款时间为2011年4月27日。2011年5月10日，陆启东向林惠文发送的邮件载明：如果南京童年时光生物技术有限公司欲剔除非法卖家，江苏聚合化工实业有限公司还需向其提供很多文件和证书，包括默里医生允许巨和使用其知识产权的证明，和货物从GDS至巨和再到童年时光公司的证明，以及巨和证明童年时光公司为其法定（的）代理人的证明，GDS向巨和开具的发票，巨和向童年时光公司开具的发票等。只是授权书需要由商标持有人直接签署。附件中《授权书》载明，兹同意南京童年时光生物技术有限公司在淘宝商城（www.taobao.com）使用“childlife旗舰店”作为店铺名称开设旗舰店。授权期间为2010年8月1日至2013年4月1日。本公司承诺在上述期间内不在淘宝商城开设“childlife”品牌的旗舰店，亦不再授权其他公司或个人在淘宝

网上使用“childlife旗舰店”作为店铺名称开设网店。落款为授权公司、授权代表人（签章），时间为2010年7月30日。

2011年5月10日，陆启东向林惠文发送的邮件载明：请对方确认发货时间，并要求对方当日出具《授权书》并扫描发给陆启东，然后原件以及GDS与Childlife关系证明书一并邮寄过来。2011年5月11日，陆启东向林惠文发送的邮件载明：我司在淘宝网发现假冒或走私childlife产品的人大部分位于上海和浙江，严重扰乱我司在江浙沪独家代理商童年时光公司的市场。2010年底，童年时光公司在淘宝网开设“Childlife旗舰店”，假冒或走私将使Childlife的声誉置于危险中。为清理假冒或走私产品，淘宝网要求童年时光公司提供childlife商标所有人默里医生的授权书，即仅授权童年时光公司在淘宝网上开设“childlife旗舰店”。这样巨和公司可以避免更多人在淘宝网开设“childlife旗舰店”，亦可以通过一些互联网渠道禁止假冒和走私产品。本人已附上一份我司证书，证明童年时光公司是我司在江浙沪的代理，请查看。本人亦附上默里医生签发的两份授权书中英模板，用于仅授权童年时光公司在淘宝网开设“childlife旗舰店”。并称，童年时光公司将于明日携带该文件访问淘宝网，因此请求尽快让默里医生签署授权书。

2011年6月17日，巨和公司cheng sam发给GDS集团Christof，抄送陆启东的邮件载明：巨和公司拟用中文商标“赛尔乐”，希望克拉克医生能接受。巨和公司决定立即申请注册。根据巨和公司与拜欧泽尔公司的协议，与Childlife有关的所有知识产权属于拜欧泽尔公司。巨和公司可以在现在或合作结束时将其转交给克拉克医生。请Christof与克拉克医生讨论这个问题并尽快告知本人结果。

2011年8月28日，陆启东发给GDS集团Christof，抄送林惠文的邮件载明：本人（陆启东）将自9月份开始离开巨和公司，到童年时光公司工作，童年时光公司是Childlife产品的主要经销商。童年时光公司有强大的管理者、资本和专业营销团队。营销团队人员均具有多年婴儿食品、进口药品和营养品的销售经验。2009年，该团队想成为Childlife产品的中国经销商，因为本人妻子是童年时光公司的成员，所以本人告诉该团队本人想负责其进口流程，巨和主营进口，童年时光公司专注于在中国进行分销。后来Sam想自己在中国进行分销，最终童年时光公司得以独家在四个省份分销Childlife产品，巨和在其他28个省份分销，这就是整个过程。……现在GDS99%的Childlife产品由童年时光公司分销，其对市场的了解更深入，本人在专业公司工作会更好，可以在该公司更好地开拓Childlife市场。清理淘宝网上的假货和走私者需要贵司的合作与大力支持……本人已附上童年时光公司是Childlife产品在四个省份和淘宝网独家经销商证明，请查收。落款为童年时光公司副董事长陆启东。《证明》内容为：兹证明童年时光公司是CHILDLIFE美国原装进口儿童营养品，在江苏、上海、浙江、安徽及淘宝网全国范围的独家代理，童年时光公司有权使用CHILDLIFE商标及相关知识产权。落款处为巨和公司，2011年8月15日。

2011年9月9日，陆启东发给GDS集团Christof的邮件载明：走私者线上线下的售卖行为导致Childlife产品市场价格混乱，这将导致Childlife品牌在中国的生命短暂，以及我公司不敢在品牌上投入更多资源。因此建议清理网店以提高产品零售价，需要默里医生提供一下文件，1. 默里医生签字的Childlife商标注册证书；2.

授权书：商标持有者默里医生授权童年时光公司（淘宝网和天猫网独家经销商）处理淘宝网和天猫网有关Childlife商标侵权的所有事务；3. 致淘宝网的律师信，如有必要，我司可提供律师信的详细信息，只要贵司声称走私者的产品是假冒产品。2011年9月21日，陆启东发给GDS集团Christof的邮件再次重申童年时光公司清理走私者需要经默里医生签字的Childlife商标注册证书和授权书。落款处为童年时光公司副总裁陆启东。

2012年1月17日，陆启东发给GDS集团Christof的邮件称，据说瓶盖上的塑料封条将印有中文商标，该想法将打击消费者信心，也会对我司市场计划产生重大影响。

2012年4月10日，陆启东发给GDS集团Christof的邮件称，中国第一高端营养品牌金奇仕因质量问题导致消费者不再信任他们，童年时光公司认为这是从金奇仕手里占领市场的绝佳机会，但巨和公司对此似乎并不感兴趣，遗憾错过了本次战略机遇。

2012年6月1日，GDS集团Christof发给巨和公司cheng sam的邮件称，根据我们电话沟通内容，随函附上一份简短的正式确认书，已确认根据Childlife在中国的相关情况及其对我们合同的影响，决定终止我们之间当前业务关系。《GDS终止经销协议》内容为，巨和公司（经销商）已通知GDS，其将无法履行2010年4月1日签订的《经销协议》中规定的2012年采购量承诺。本文件于2012年6月1日签发，用于确认终止GDS与巨和公司于2010年4月1日签订的经销协议及其任何后续修订协议。

2012年6月1日，GDS集团Christof发送陆启东的邮件内容为：……今晚（中国时间星期五上午）本人将和巨和进行电话会议，

所以将在会议结束后通知您最新情况。此后，双方于6月2日起进行合同草案的磋商与审核，并对合同签订的期限、授权销售地区、预计年供货量及产品远期增长目标等进行磋商，并于2012年6月14日签订最终版本的经销协议。





2012年10月15日，陆启东发送给Christof的邮件内容为：我司已开设新的网站：www.childlife.cn，系基于childlife的创意和精神，根据中国人的审美观，请求将该网页添加到childlife.net网站上，并称此举能显著推动销售。

根据中国互联网络信息中心查询，童年时光公司已于2011年8月31日注册childlife.cn，childlife.com.cn域名。


2010年3月26日，南京童年时光生物技术有限公司成立，注册资本50万元，股东为陆启峰、郭智娟，2014年5月21日变更为郭桂林、陆启峰，法定代表人郭桂林同时任公司执行董事兼总经理。经营范围为生物技术的研发、技术转让及咨询服务；食品技术的研发；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口商品和技术除外）预包装食品批发与零售等。


童年时光公司于2010年4月20日在第5类商品上（包括维生素制剂、鱼肝油、药制糖果、婴儿食品等）申请注册第8223462号、第30类商品上（包括巧克力饮料、天然增甜剂、非医用营养液、非医用营养胶囊等）申请注册第8223466号“童年时光”、第30类商品上（包括巧克力饮料、软糖（糖果））申请注册第8223476号“CHILDLIFE”商标，“童年时光”商标于2011年4月28日核准注册，“CHILDLIFE”商标于2011年5月14日核准注册。

2023年3月10日，国家知识产权局商评字[2023]第0000068004

号《关于第8223462号“童年时光”商标无效宣告请求裁定书》宣告该商标无效，目前上述商标处于行政诉讼状态。其中，该裁定认定：2005年，克拉克之前的经销商广东绿色世纪健康产业连锁经营管理公司在ChildLife产品经销中亦广泛使用心形图案。《中国经营报》报道，克拉克于2006年6月在广州举办的第六届中国国际保健博览会上展示了标有“CHILDLIFE”“”标识的产品。宣告该商标无效，主要理由为克拉克于1996年3月20日经受让取得“”作品，于1999年12月7日在美国申请注册了“CHILDLIFE”商标，并最早于2004年在中国香港参展，展示了标有“CHILDLIFE”和“”标识的产品，之后于2006年举办的第六届中国国际保健博览会上展示了标有“CHILDLIFE”和“”标识的产品。克拉克的国际注册第880154号“CHILDLIFE”商标于2006年2月6日在中国获得领土延伸保护。陆启东于2009年8月已知晓克拉克“CHILDLIFE”品牌产品，童年时光公司成立于2010年3月26日，其现任或前任股东分别是陆启东的妻子、岳父或兄弟。至迟至2010年7月30日，童年时光公司已经成为ChildLife产品的网络和江苏、上海、浙江、安徽地区经销商，并在淘宝商城开设旗舰店，并于2012年与GDS（ChildLife公司的全球总代理）签订了经销协议，成为了克拉克中国大陆地区的独家经销商。最迟自2013年起，童年时光公司与克拉克就“CHILDLIFE”商标的婴幼儿营养补充等商品正式存在代理经销关系。在签订代理经销协议前，磋商期间，陆启东一边以职务身份代表江苏巨和公司与克拉克联系，一边以家族身份代表童年时光公司与克拉克联系，以江苏巨和公司名义进口克拉克“CHILDLIFE”产品，先后以童年时光公司为二级经销商、独家经销商等名义经销克拉克

“CHILDLIFE”产品，并于2010年4月20日以童年时光公司义同日申请注册了第8223476号“CHILDLIFE”商标（第30类）、第8223462号“童年时光”商标（第5类）和第8223466号“童年时光”商标（第30类），又于2012年1月4日申请注册了第10378186号克拉克享有著作权的“☪”商标（第5类），因此，童年时光公司关于其公司的命名和设立与经销克拉克产品无关的答辩理由难以令人信服，其商标注册行为难谓巧合。自2006年起克拉克的“CHILDLIFE”商标经报刊、网络等途径长期进行宣传使用，在行业内已具有一定知名度。在宣传推广、市场销售中，“童年时光”与“CHILDLIFE”、“☪”在实际使用中一并使用，上述商标已形成对应关系，指向克拉克产品。童年时光公司明知克拉克已具有一定知名度的“CHILDLIFE”系列品牌产品，不仅未尽合理避让的义务，反而未经克拉克授权以自己名义申请注册与克拉克已具有一定知名度的“CHILDLIFE”商标相同的“CHILDLIFE”商标，并在第1类、5类、30类、32类、35类等商品及服务上反复申请注册多件对应中文“童年时光”商标及“☪”商标，如于2013年12月19日申请注册了第13766858号“童年时光”商标（第35类），于2014年2月12日同时申请注册了其所主张系对“童年时光”商标防御性注册的第14015237号“儿童时光”商标（第5类）、第14015252号“儿童时光”商标（第35类），并于2014年6月24日申请注册了第14981534号“童年时光”商标（第5类），于2019年11月7日申请注册了第42161234号“童年时光”商标（第5类）等，其主观目的难谓正当。同时，童年时光公司在第5类商品上还申请注册了与同行业他人产品具有较强独创性和显著性的商标，其中部分商标如“NordicNaturals”、“完美孕宝


PerfectPrenatal” “NaturesPlus” 等商标因与他在先商标近似违反《商标法》第三十条已被我局予以驳回，部分商标如“Boericke&Tafel”、“PurAbsorb”、“Zicam”、“PureEssence”已由童年时光公司申请注销，部分商标如“NewChapter”及其对应中文“新章”、“PerfectPrenatal”、“Wholemega”商标等因构成《商标法》第三十二条“以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”和第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”所指情形、或因构成《商标法》第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”所指情形已被我局宣告无效，其中童年时光公司的第11389086号“NewChapter”商标及对应中文第13638616号“新章”商标等亦属于童年时光公司与新篇章公司谈判期间童年时光公司擅自申请的其所谓防御性注册商标，被新篇章公司提起无效宣告申请后而被宣告无效。本案中，由克拉克提交的在案证据及查明事实可知，在双方当事人合作期间，童年时光公司实际使用中多将“童年时光”与“CHILDLIFE” “”一并使用，且童年时光公司明确介绍“2000年，童年时光在美国洛杉矶成立”“童年时光创始人：莫里·克拉克（即本案克拉克）”“2002-2009年美国童年时光与美国高端大型商超开展合作”，并在官方微博中以“我们是童年时光在国内独家代理”“童年时光我们是中国总代理哦”对消费者解释其身份。童年时光公司虽主张其上述表述及经营行为系中国市场需求、跨境电商经营的需要，童年时光公司必须将童年时光和CHILDLIFE一起使用属于市场故事，并非故意欺骗消费者。克拉克“CHILDLIFE”英文商标、童年时光公司“童年时光”中文商标是双品牌使用，但童年时光公司提交的证据不仅不能证明“童年时






光”商标与克拉克“CHILDLIFE”商标经过使用已形成明显区分，更加印证了其在使用中因其自己的广告宣传等行为已足以导致相关公众认为“童年时光”商标是表示克拉克商品与他人商品相区别的标志，从而更加大了“童年时光”商标与克拉克“CHILDLIFE”商标混淆的可能性。童年时光公司虽主张“童年时光”与“CHILDLIFE”并非固有对应翻译，但我局认为，中国普通消费者是否易混淆两商标，无须精专的外语知识，而更易受使用中形成的对应关系的影响。同时，由克拉克、童年时光公司提交的证据及查明事实可知，童年时光公司“童年时光”所获荣誉多是基于“CHILDLIFE”品牌的商誉，且童年时光公司与克拉克在2021年3月23日终止《经销协议》后，童年时光公司亦通过童年时光产品升级声明，将童年时光、inne和“”一起使用等方式宣传推广，转嫁“CHILDLIFE”品牌的商誉，在实际宣传使用中已导致消费者产生混淆误认。童年时光公司还主张其宣传推广“童年时光”品牌的营销费用超过6亿元人民币，但其亦自述每年销售金额高达数亿元人民币，因此，我局认为，童年时光公司宣传推广费用是基于代理经销关系并获得巨大收益应付出的必要对价，而不应成为其主张权利的分配基础。综上，童年时光公司证据与陈述屡屡反言，前后不一，其商标注册行为对被代理人未尽诚信义务，其商标使用行为对消费者亦有失诚信。同时，由查明事实可知，在童年时光公司商标注册行为中，其不止一次将合作对象的商标以自己的名义申请注册英文商标及对应中文商标；童年时光公司将合作对象在先使用并享有著作权的标识以自己的名义作为商标申请注册并视之为理所当然。此外，童年时光公司对其注册多件与他人产品相关商标的行为并未作

出合理解释，童年时光公司的商标注册行为具有借助他人商誉谋取不正当利益的意图，有违诚实信用原则，扰乱了公平有序的市场竞争秩序和正常的商标注册管理秩序。因此，争议商标的注册已构成2001年《商标法》第四十一条第一款“以其他不正当手段取得注册”所指情形。目前上述商标处于行政诉讼状态。


2023年3月10日，经国家知识产权局商评字[2023]第0000068008号《关于第8223466号“童年时光”商标无效宣告请求裁定书》宣告该商标无效，无效理由与前述裁定书基本一致。目前上述商标处于行政诉讼状态。

2023年3月10日，经国家知识产权局商评字[2023]第0000068005号《关于第8223476号“CHILDLIFE”商标无效宣告请求裁定书》宣告该商标无效，无效理由与前述裁定书基本一致。目前上述商标处于行政诉讼状态。

童年时光公司于2012年1月4日申请，并于2013年7月7日注册第10378186号“”商标，核定使用在第5类（包括维生素制剂、鱼肝油、药制糖果、婴儿食品等）商品上，注册有效期至2023年7月6日。

2022年9月23日，经国家知识产权局商评字[2022]第0000305472号《关于第10378186号“图形（指定颜色）”商标无效宣告请求裁定书》宣告该商标无效。主要理由为：克拉克于1996年3月20日经受让取得“”作品，其最早于2004年在中国香港参展的展会中展示了标有“”标识的产品。在2006年举办的第六届中国国际保健博览会上展示有“”标识，争议商标与申请克拉克享有著作权的“”构成实质性近似，童年时光公司未经克拉克授权以自己名义将“”申请注册为争议商标，难谓正当；结合童年时光

公司申请注册200余件商标，其中包括“新章”等商标，且部分商标已被该局予以驳回或被宣告无效；童年时光公司未对申请注册上述商标的行为作出合理解释，亦未提交使用或意欲使用上述商标的证据。该局认为，童年时光公司的行为具有借助他人商誉谋取不正当利益的意图，有违诚实信用原则，扰乱了正常的商标注册管理秩序和公平有序的市场竞争秩序。争议商标的注册已构成2001年《商标法》第四十一条第一款所禁止的“以其他不正当手段取得注册”之情形。故该局作出如上裁定。

童年时光公司还于2011年1月至2021年11月期间申请注册多达200余个商标，其中包含49个“童年时光”商标，3个“”商标，3个“儿童时光”商标，以及在第5类商品上注册国外保健品品牌NewChapter（新章）等多个品牌的商标，并被国家知识产权局商标局裁定予以无效宣告。

拜欧泽尔公司（协议中简称CHILDLIFE）与童年时光公司（协议中简称经销商）分别于2013年2月1日和2018年1月1日签订两份经销协议，约定双方的合作关系为独家经销关系，其内容基本一致。其中2018年1月1日签订的经销协议主要内容为：协议 I（c）中约定知识产权应包括但不限于用于任何目的（包括但不限于）涉及产品广告、宣传、销售和分销的所有CHILDLIFE专利、商标、商号、文字、设计、地理标志、版权、标记、标志、口号、图例和商业秘密，及其各类申请和注册，包括英文版和其任何翻译或者前述各项采用英语以外的其它语言版本。II委任经销商条款约定，在协议有效期限内CHILDLIFE任命经销商在区域内作为其产品的独家经销商，并不得为区域指定其他经销商，亦不得接受区域内任何人的任

何订单。经销商只能将包装好的产品分销或者销售给区域内有意在区域内分销、销售或使用产品的个人和实体。V经销商的义务条款中约定，（a）尽力推销和产品区域渗透。经销商接受此任命，并同意始终尽最大努力在区域内营销、推广、销售和分销产品，有效渗透特定区域。（b）不变更产品。未经CHILDLIFE事先书面同意，就根据本协议供应给经销商的任何产品，经销商不得对其进行修改、打开或重新包装，亦不得允许任何其他方修改、打开或重新包装产品。（c）知识产权许可使用。经销商仅可在与产品的广告、促销、销售和分销相关的情况下展示和/或使用知识产权。经销商使用知识产权时必须严格遵守所有适用的法律法规，且使用范围仅限于产品类别。未经CHILDLIFE事先书面批准，经销商和/或其关联公司不得在任何类别内注册或申请注册产品的任何标志或标语。

（d）经销商必须自费获得保持，维持所有必要的相关政府许可、执照和注册，以在区域内进口和转售产品。本协议到期或终止后，经销商应向CHILDLIFE或其指定人转让获得的所有此类许可、执照和注册的所有权利和所有权。转让后，经销商将对此类许可证、执照和注册不再享有任何权利或权益，且CHILDLIFE将成为此类许可和注册的排他所有者，经销商对此不再享有任何及所有请求权。VIII

（a）条约定“本协议取代所有先前和同时就本协议中的任何和所有事项达成的口头、书面或其他形式的协议和通信。双方的贸易惯例、交易过程或履行过程不得用于修改、补充或解释本协议中使用的任何条款。本协议仅可通过明确为此目的书面说明并由本协议各方签署的方式进行修改或补充”。其中，2018年经销协议对V（c）条进行修改、补充，进一步约定“未经CHILDLIFE事先书面批准，

经销商和/或其关联公司不得在任何类别内注册或申请注册产品的任何标志或标语”。

拜欧泽尔公司及克拉克于2013年1月30日《ChildLife Essentials儿童营养剂证明》载明，我方特此证明南京童年时光生物技术有限公司是ChildLife旗下补充剂在中国的独家经销商，主要负责ChildLife旗下产品在中国的官方活动。所有在中华人民共和国境内销售的ChildLife旗下产品仅可以由南京童年时光生物技术有限公司合法进口。

2021年3月23日，拜欧泽尔公司委托贝克·麦坚时律师事务所律师向童年时光公司发送《关于终止经销协议的通知（中国大陆地区）》《关于终止经销协议的通知（香港和澳门地区）》，内容基本一致，均载明：鉴于童年时光公司有违反《经销协议》V(c)、V(b)条款及抢注涉案侵权商标等行为，拜欧泽尔公司有充分且正当理由终止本《经销协议》，不会容忍针对其商标及CHILDLIFE系列权利等的公然侵权行为，并保留采取任何必要行动的权利。根据《经销协议》第VII(b)(i)条约定，一旦发生任何严重违约或违反协议第V(c)条关于知识产权许可使用的约定情况，非违约方有权向违约方发出书面通知，立即终止本《经销协议》。因此，向童年时光公司发送此正式通知，本《经销协议》自2021年3月23日起终止，根据《经销协议》授予童年时光公司的所有权利于上述日期起自动终止。根据上述终止通知，要求童年时光公司采取包括但不限于以下行动：1. 立即停止在童年时光公司及其关联方（包括但不限于腾胜益康公司以及自经销商Pharma Group）的商业活动中使用（无论是整体或部分）包含、摹仿或翻译自CHILDLIFE系列权利的

任何标识、名称、设计、域名或任何其他材料；2. 立即停止宣传、推广、销售CHILDLIFE产品，包括但不限于立即将童年时光公司及其关联方经营的天猫童年时光海外旗舰店、京东童年时光海外旗舰店及其他在线或实体店铺转让给拜欧泽尔公司；3. 立即将童年时光公司及其关联方（包括但不限于腾胜益康公司）名下所有（无论整体或部分）包含、摹仿或翻译自CHILDLIFE系列权力的任何标识、名称、设计、社交媒体账号、域名（包括但不限于www.childlife.cn）或任何其他材料无偿转让给拜欧泽尔公司；4. 立即将童年时光公司及关联方在任何有权机关获得的关涉CHILDLIFE的任何及所有注册和许可转让给拜欧泽尔公司；5. 承诺将来不再申请或许可童年时光公司关联方申请任何CHILDLIFE系列权利；6. 配合拜欧泽尔公司对童年时光公司现存且在有效期内的相关产品库存进行回购。拜欧泽尔公司保留要求赔偿全部经济损失的权利。童年时光公司于2021年3月24日收到前述通知。

2021年11月5日，杭州市东方公证处出具（2021）浙杭东证字第14952号公证书载明：在拜欧泽尔公司向童年时光公司发送前述终止经销协议通知书后，陆启东与克拉克于2021年3月29日至5月7日期间的10余次邮件往来。陆启东在邮件中称：童年时光公司尊重和保护CHILDLIFE知识产权，体现在应对社交媒体攻击和假货清理上；其否认抢注CHILDLIFE公司商标及侵害其知识产权的行为并表示“童年时光”商标等权利属于童年时光公司，因为“童年时光”在CHILDLIFE进入中国之前已由童年时光公司注册和使用，童年时光公司保留“童年时光”商标的目的是双方协议终止后，童年时光公司仍可以在其他儿童产品上使用“童年时光”；其称，为避免


CHILDLIFE在中国的市场份额被竞争对手占领，进而失去中国的业务而导致两败俱伤，童年时光公司在拜欧泽尔公司满足童年时光公司“立即恢复童年时光公司在大陆及港澳地区独家分销协议并再延长5年”的条件基础上，愿意以一定价格将“童年时光”相关权利转让给拜欧泽尔公司。




克拉克称：CHILDLIFE是其心血，对陆启东作为经销商未经其许可而欺诈性在世界各地注册CHILDLIFE知识产权表示震惊和失望；其坚信根据中美两国法律，童年时光属于其与CHILDLIFE，也永远不会同意另一家公司的知识产权可以用来识别Childlife产品。双方恢复合作的前提是陆启东和童年时光公司承认并同意由其或关联公司在中国、美国或欧盟等地申请或注册的“童年时光”“TongNianShiGuang”“儿童时光”“ErTongShiGuang”“CHILDLIFE”“PRO CHILDLIFE”“”以及域名和网站childlife.cn、childlife.com.cn、童年时光.cn的所有权利和权益的所有权由拜欧泽尔公司和克拉克拥有。

（二）被诉侵权产品的销售事实





2021年7月20日，克拉克的委托代理人向杭州市东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，登录天猫国际“童年时光海外旗舰店”，查看所有订单页面显示：商品名称为“童年时光多维锌儿童复合维生素23种 多种维生素 婴幼儿宝宝补锌”产品，销售金额为228元，实际购买1件商品付款金额为171元；商品名称为“童年时光小金豆DHA婴儿宝宝鱼油儿童食用非藻油婴幼儿营养品*两瓶”产品，销售金额为322元，实际购买1件商品付款金额为241元；商品名称为“童年时光钙镁锌婴儿液体钙 儿童钙铁锌婴幼儿成长



乳钙宝宝补锌”产品，销售金额为228元，实际购买1件商品付款金额为182.4元；赠品产品名称为“WildForest森林皇后维生素C口服液10ml*20支”。除赠品外，店铺额外优惠17.1元，上述3款商品共计消费金额577.3元。订单状态显示已签收（详见前述（2021）浙杭东证字第9824号公证书）。点击前述商品的销售页面，“童年时光多维锌儿童复合维生素23种 多种维生素 婴幼儿宝宝补锌”产品id为45013920220，宣传配图为CHILDLIFE产品，价格显示228元，促销价182.4元，月销量6000+，累计评价27095，产地显示为美国，商品详情页面有“21年不忘初心”字样。“童年时光小金豆DHA婴幼儿宝宝鱼油儿童食用非藻油婴幼儿营养品*两瓶”产品id为3221014457022，宣传配图为CHILDLIFE产品DHA，价格显示322元，促销价257.6元，月销量5000+，累计评价50570，产地显示为美国，商品详情页面有“21年不忘初心”字样。“童年时光钙镁锌婴儿液体钙 儿童钙铁锌婴幼儿成长乳钙宝宝补锌”产品id为44995929235，宣传配图为CHILDLIFE产品，价格显示228元，促销价182.4元，月销量10000+，总销量1752118，累计评价117529，产地显示为美国洛杉矶，商品详情页面有“21年不忘初心”字样。“童年时光维生素C甜橙王子婴幼儿维C宝宝VC三驾马车营养液”产品id为45013908545，宣传配图为CHILDLIFE产品，价格显示158元，促销价126.4元，月销量5000+，累计评价42644，产地显示为美国洛杉矶，商品评价页面评论为“回购童年时光”“喝了一年半”“期待效果”等。销售页面列表显示总销量698622，评价42625。“童年时光有机d3滴剂婴幼儿baby维生素d儿童新生儿vd3宝宝助长vd”产品id为43882535606，宣传配图为CHILDLIFE产品，价格显示158




元，促销价126.4元，月销量3000+，产地显示为美国洛杉矶，商品评价页面评论为“回购童年时光”“宝宝出生到现在都在食用”“多次回购”“喝了快半个月”等。销售页面列表显示总销量447973，评价33018。前述5款产品链接上方标注“德国品牌，菜鸟宁波保税1号仓发货”。此外，在售商品列表页面中6个链接标题分别标有“童年时光新品、童年时光升级版……”等字样的“inne”品牌产品的销量分别为1208、762、392、194、90、29，单价分别为205、205、205、462、507、292元，销售页面均带有“童年时光”“”标识。据此，东方公证处出具（2021）浙杭东证字第9825号公证书。

2021年8月5日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管，杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下截图载明：在天猫国际平台“童年时光海外旗舰店”，其中销售页面显示完整的7款产品链接均有“童年时光新品、升级……”字样，宣传配图均为inne图样及“童年时光”“”标识。“童年时光小金条钙镁锌婴儿液体钙儿童钙铁锌婴幼儿乳钙宝宝补锌”产品id为44995929235，宣传配图为inne产品并配有“”标识，升级款、不加糖，童年时光 产品升级等字样，图片中产品包装正面突出显示“”，占据约1/2篇幅。价格显示260元，促销价208元，月销量10000+，累计评价115932，总销量显示1758524，商品评价页面有“一直吃童年时光产品”等评论，以及评论中有CHILDLIFE产品图。

2021年10月16日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处

服务器保管。杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下视频数据及截图载明：在天猫国际平台上以“童年时光海外旗舰店”，其中销售页面显示的产品宣传图左上角均标有inne字样，其中有17款产品宣传图显示为CHILDLIFE产品。“童年时光小金条钙镁锌婴儿液体钙儿童钙铁锌婴幼儿乳钙宝宝补锌”产品id为44995929235，宣传配图为inne产品，价格显示260元，促销价208元，月销量30000+，商品详情页面有“18年不忘初心”“升级款不加糖”“童年时光产品升级”字样；销售页面列表显示总销量100万+，评价111256。“童年时光小金条钙镁锌液体钙儿童钙铁锌婴幼儿乳钙*3”产品id为522585016005，宣传配图为标有inne字样、印“”商标的产品，价格显示780元，月销量8。“童年时光甜橙王子维C婴幼儿童VC婴儿宝宝补充营养*3”产品id为521904528126，宣传配图为标有inne字样、印“”商标的产品，价格显示558元，月销量19。“童年时光小金条钙镁锌儿童补钙铁锌+小钢铁侠补铁剂”产品id为608769215717，宣传配图为标有inne字样、印“”商标的产品和inne不规则卡通图案新包装的组合，价格显示458元，月销量70。“童年时光专利叶黄素婴幼儿护眼软糖近视散光蓝光*3盒”产品id为652250488580，宣传配图为标有inne字样、印“”商标的产品，价格显示819元，促销价显示为657元，月销量100+。此外，产品id为45013908545、45017004321的链接与（2021）浙杭东证字第9825号公证书项下销售CHILDLIFE产品id的链接相同。经统计，该项证据下销售inne产品的链接为30余个，销售总额达12亿余元，除亦曾销售CHILDLIFE产品的链接外，销售inne产品的链接销售总额达2.0047亿余元。

2021年10月15日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“童年时光海外旗舰店”销售的产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。公证处据此出具的（2021）浙杭东证字第14215号公证书载明，天猫国际平台上童年时光海外旗舰店购买的带有“inne”“”的4件购买实物（钙镁锌、DHA、VC、护眼叶黄素4款）包装、防伪标签、防伪验证页面均使用“童年时光”“”，支付宝蚂蚁链溯源显示，“企业名童年时光，企业所在地德国，贸易商Nature's Story Company Limited”手机微信通过“童年时光官方防伪查询官@绿野仙踪”防伪扫描验证显示，“南京童年时光生物技术有限公司进口的童年时光营养品，为品牌正品”。

2021年10月25日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“童年时光海外旗舰店”销售的产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。公证处据此出具的（2021）浙杭东证字第14593号公证书载明，对天猫国际平台童年时光海外旗舰店2021年10月14日的购买带有“inne”“”实物在购买时相关inne产品及页面使用“童年时光”“”；inne产品买家秀展示图显示8月初以前均为Childlife品牌相应产品，此后至10月25日买家秀展示均为带有“”包装的inne产品；部分inne产品页面盗用Childlife产品宣传图文并带有“18年不忘初心”字样，因包装近似实际导致消费者混淆误购。

2021年11月5日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“inne母婴海外旗舰店”销售的产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。

公证处据此出具的（2021）浙杭东证字第15262号公证书载明，天猫国际平台上inne母婴海外旗舰店购买的带有“inne”“笑脸及镂空的心形图案”的3件购实物进行防伪验证，验证结果为“南京童年时光生物技术有限公司进口的童年时光营养品，为品牌正品”。



2021年11月9日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“inne母婴海外旗舰店”销售的产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。公证处据此出具的（2021）浙杭东证字第15461号公证书载明，天猫国际平台上inne母婴海外旗舰店购买的带有“inne”“笑脸及镂空的心形图案”的3件购实收货及相关网页进行截屏，众多网友在购买后评论称发生混淆误认而购买了“升级”款产品。此外，inne母婴海外旗舰店首页显示开店时长为天猫7年店，公司名为Nature's Story Company Limited。

2021年8月9日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对天猫国际“童年时光海外旗舰店”销售的产品的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照、封存快递件。庭审中原告向法庭展示了上述产品包装，其圆柱形包装正面最中间为“☺”，其右下角包含“Great Taste”金色徽章图形、配以淡黄色底色背景；圆柱形包装顶部印有inne字样，上贴带有“☺”及“童年时光”图案的防伪标识。上述特征构成整体包装装潢。扫描中文标签上所贴附的防伪码后，扫描两产品防伪码显示企业微信为：“童年时光inne官方防伪查询官@绿野仙踪”，扫描结果显示“南京童年时光生物技术有限公司进口”字样，该团队相关小程序显示为“绿野仙踪官方旗舰店”“童年时光官方”。检查后由公证人员进行封

存。进入天猫国际“童年时光海外旗舰店”内，以“童年时光”为关键词进行搜索，显示宣传图样为CHILDLIFE产品、销售链接宣传字样为“童年时光”的商品，宣传页面有“儿童补钙销量TOP1”“畅销全球36国”“每10秒卖出1瓶”“2020年儿童必备营养金奖”“2018年营养补充金奖”“21年不忘初心”“父母测试精选奖”“连续四年天猫国际最受妈妈欢迎奖”字样。东方公证处于2021年8月26日出具（2021）浙杭东证字第11447号公证书。

2021年8月30日、9月15日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，打开童年时光公司官方公众号、官方微博、绿野仙踪官方公众号，该公证书项下网页截图载明：童年时光公司在官方平台的宣传推送等页面中标注“产品升级声明”“四款新品上新”“全面升级”等字样，并使用“18年来，童年时光不忘初心”“21年不忘初心”“历经30年发展”“30个国家”“上千万宝宝”“dha销量排名第一”“供应商全新升级”等用语进行宣传。扫描防伪查询系统的二维码，扫描结果显示“童年时光官方防伪查询官@绿野仙踪”，企业信息显示为南京绿野仙踪生物科技有限公司，童年时光官方店铺内商品包装上有“inne”商标及“inne”字样，商品名称为“小钢铁侠宝宝补铁剂”、钙镁锌、“葡萄大侠”等商品宣传图显示的包装上有“inne”商标及“竖版CHILDLIFE”商标。打开童年时光海外旗舰店小红书销售平台，该公证书项下网页截图载明：在销售图样为inne产品下的描述文字中标注CHILDLIFE产品；在销售图样为CHILDLIFE产品下的描述文字中标注inne产品。东方公证处出具（2021）浙杭东证字第12596、12598-12601共5份公证书。经统计，童年时光海外旗舰店小红书销

售平台，销售链接共49个。



2021年10月15日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对京东物流派送的包裹进行了查看、拆封、清点、拍照，其圆柱形包装正面最中间为“”，图形的右下角包含“Great Taste”金色徽章图形、配以淡黄色底色背景；圆柱形包装顶部印有inne字样，上贴带有“”及“童年时光”图案的防伪标识，上述特征构成整体包装装潢。扫描中文标签上所贴附的防伪码后，扫描两产品防伪码显示企业微信为：“童年时光inne官方防伪查询官@绿野仙踪”，扫描结果显示“南京童年时光生物技术有限公司进口”字样，该相关小程序显示为“绿野仙踪官方旗舰店”“童年时光官方”。检查后由公证人员进行封存。东方公证处于2021年10月26日出具（2021）浙杭东证字第14588号公证书。

2021年10月15日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，登陆京东国际，查询“我的订单”，显示店铺为“绿野仙踪海外旗舰店”（原名童年时光海外旗舰店），订单总金额763.16元，订单状态显示已完成。查看其中商品名称为“[两盒装]婴幼儿甜橙王子条包液体维C*2宝宝儿童维C 三驾马车280ml/盒”的产品，商品产地显示为德国，全部评价2000+；商品名称为“婴幼儿宝宝叶黄素软糖 儿童叶黄素蓝光 玉米黄质 30粒/灌 1岁以上”产品，商品产地显示为德国，商品评价1000+；商品名称为“婴幼儿小金条钙镁锌 婴儿液体钙 儿童钙铁锌婴幼儿0糖乳钙30条/盒 6个月以上”，商品产地显示为德国，商品评价2000+。东方公证处于2021年10月26日出具（2021）浙杭东证字第14592号公证书。


2021年10月16日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管。杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下视频数据及截图载明：京东国际童年时光海外旗舰店销售带有“童年时光”“inne”的inne产品数十种，相关页面宣传展示“十八年不忘初心”“升级款不加糖”“童年时光爆款升级”；在销售CHILDLIFE产品时宣传图上有inne商标；店内产品品牌授权中显示“童年时光品牌特此授权京东国际（www.jd.hk）作为本公司核心合作平台，童年时光海外自营官方旗舰店所售的童年时光产品均为原装进口正品。授权方签章为Nature's Story Company Limited”；京东国际童年时光海外旗舰店经营者信息为Pelican Hills Company Limited，法定代表人郭智娟。经统计，该店内被诉侵权产品销售金额为2336万余元（累计评价数*单价）。







2021年10月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，在网页版京东网站的搜索平台输入“绿野仙踪海外旗舰店”关键词，截图载明：搜索结果包含宣传图为CHILDLIFE产品、图下描述为“小金豆DHA”“婴幼儿多维锌23种维生素”、图上标记有inne字样的商品；WildForest西班牙森林皇后山竹抗糖饮口服液；月神进口私护抑菌湿巾等。绿野仙踪海外旗舰店内销售商品包含：宣传图为CHILDLIFE产品的商品，笑脸爱心图样包装的inne产品，妈妈花园西梅汁，爱丽丝睡眠糖褪黑素等。店内小金豆DHA胶囊、多维锌、孕妇鱼油、三驾马车商品宣传界面及销售评价图片含有CHILDLIFE商品图片；店内将Childlife产品品牌产地标注为“德国”，销售Childlife产品页面展示“绿野仙踪”


“inne”的品牌授权信息；该店铺在京东国际公示的经营者信息显示为Pelican Hills Company Limited，法定代表人郭智娟。东方公证处于11月5日出具（2021）浙杭东证字第14849号公证书。





2021年9月16日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管，杭州互联网公证处据此出具电子数据保管单。保管单项下截图载明：在天猫供销平台搜索childlife，显示其中一个供应商为Nature's Story Company Limited，进入店铺首页，链接列表中链接名称为“童年时光……”的产品配图中产品图均带有“”标识，其中有Childlife产品和inne产品，供应商介绍为Childlife产品历史，招募书为“Childlife童年时光分销招募”；“童年时光小金条钙镁锌”链接页面配图为inne®，并在产品包装配有显著的“”标识（占1/2篇幅），宣传图标有“畅销全球36国，连续4年天猫国际最受妈妈欢迎奖……”；inne产品链接宣传页面显示“宝宝补钙首选童年时光 连续7年荣获最佳销售补充奖”“原产地美国”“引领行业享誉全球 荣获多项国际大奖”“美国消费者满意度NO.1”“全美保健食品VITYAWARD大奖”等。经统计，天猫供销平台供应商为Nature's Story Company Limited的inne产品链接共计20余个，销售金额合计579万余元。




2021年10月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，在天猫网天猫供销平台的搜索平台输入“childlife”“童年时光”关键词，产品排行左侧的供应商档案均标有“Nature's Story Company Limited”字样；在招聘分销商页面《招聘书》显示“childlife童年时光分销商招募，并


附有childlife品牌详细介绍”；部分inne产品页面宣传或采用childlife产品图片或采用“”；部分产品销售链接名称带有“美国童年时光”“童年时光新品”。东方公证处于11月5日出具(2021)浙杭东证字第14850号公证书。



2021年10月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，在网页版京东网站的搜索平台以“童年时光”为关键词进行搜索，截图载明：搜索结果包含宣传图为CHILDLIFE产品的商品；店铺首页宣传页面展示的产品中心位置标有inne商标、“”，页面正中含有“升级款”“不含糖”“5倍含量”“3重防蓝光”字样。店内销售商品整体包装装潢显示为：“其圆柱形包装正面最中间为“”，“”的右下角包含“Great Taste”金色徽章图形、配以淡黄色底色背景；圆柱形包装顶部印有inne字样。此外，京东国际童年时光海外京东自营旗舰店销售带有“童年时光”和“”包装的inne产品，在网页宣传中使用“童年时光”和“”；店铺品牌授权书显示：“童年时光品牌特此授权京东国际（www.jd.hk）作为本公司核心合作平台，童年时光海外自营官方旗舰店所售的童年时光产品均为原装进口正品。授权方签章为南京童年时光生物技术有限公司”。东方公证于11月5日处出具(2021)浙杭东证字第14852号公证书。经统计，店内销售带有“童年时光”“”的inne产品销售金额为5803万余元。






2021年11月29日，克拉克的委托代理人上海市协力（南京）律师事务所向南京市钟山公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，打开“童年时光海外京东自营旗舰店”，该店铺的销售页面所显示的商品包含：藻油DHA产品包装盒正面印有“”及“童年时光”

字样，内部分包装中间标有inne字样，旁边印醒目“”。打开“京东国际自营旗舰店”，在“我的订单”中查看“已完成”订单的商品信息：销售页面的宣传图中显示已购买的商品为：藻油DHA胶囊、宝宝叶黄素软糖。对在该店铺中购买的上述包裹进行检查、拆封、清点、拍照、封存快递件。叶黄素软糖产品包装盒正面印有“童年时光”字样和“”，内部分包装上印inne标识及“”；DHA产品包装盒正面印有上述线条心形-微笑图案，背后印有inne标识，侧面印有醒目的“”。扫描两产品防伪码显示企业微信为：“童年时光inne官方防伪查询官@绿野仙踪”，扫描结果显示“南京童年时光生物技术有限公司进口”。钟山公证处于12月2日出具（2021）苏宁钟山证字第17404号公证书。

2021年11月29日，克拉克的委托代理人上海市协力（南京）律师事务所向南京市钟山公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，打开“京东国际自营旗舰店”，在“我的订单”中查看“已完成”订单的商品信息：销售页面的宣传图中显示的小金条钙镁锌产品、藻油DHA产品、液体VC、叶黄素护眼软糖包装装潢为：整体圆柱形包装，正面最中间图形为线条心形-微笑图案，图形的正下方或左侧包含‘Great Taste’深色字样配以黑色底色的徽章图形、包装整体的底色背景为淡黄色。商品宣传页面用“新包装”字样描绘上述包装装潢。对在该店铺中购买的上述包裹进行检查、拆封、清点、拍照、封存快递件。DHA产品包装盒正面印有上述线条心形-微笑图案，背后印有inne标识，侧面印有醒目的“”。小金条钙镁锌产品包装外观呈圆柱形，打开后圆柱形侧壁印“”及“inne”字样，包装盒中条形小包装的顶端印有“”，圆柱型产品顶端的



防伪标志标有“童年时光”和“”，扫描防伪码显示企业微信为：“童年时光inne官方防伪查询官@绿野仙踪”，扫描结果显示“南京童年时光生物技术有限公司进口”。钟山公证处于12月2日出具（2021）苏宁钟山证字第17405号公证书。







2021年11月22日，原告代理人向南京市钟山公证处提出公证申请证据保全，在公证人员的监督下，在“云集APP”上以“childlife”为关键词搜索，置顶产品为“inne”产品，且商品标题处显示“新升级”“升级款”“童年时光”字样；所购买到的涉案实物包装上，最外层的包裹包装有“云集”字样，产品包装上突出印有“inne”“”标识，产品包装背面防伪标签上亦明确突出显示“”“童年时光”标识；扫描“inne”实物背面防伪码，显示“南京童年时光生物技术有限公司进口的童年时光系列营养品”字样。钟山公证处于12月2日出具（2021）苏宁钟山证字第17406号公证书。

2021年8月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全。公证处人员于9月16日接收中通快递包裹一个并于10月14日从证据保管室取出。在公证员现场监督下，代理人拆开包裹取出商品，并使用公证处手机对于其于对在天猫国际平台上购买的、由“阿里健康大药房海外店”销售的包裹进行检查、拆封、清点、拍照、封存快递件。共计1件产品名为“童年时光钙镁锌（条包）”，产品包装盒为圆柱形，呈淡黄色底色，包装盒正面上端印有inne商标标识中心有醒目“”，其右侧有太阳形状图案（内部有Great Taste），背面中部有“童年时光®”，顶部有进口商品防伪溯源码和产品防伪码（上部印有“童年时光”）；产品为塑料扁条状，正面左侧有，背面有inne®。通过微信扫描溯源码查询显示，进




口代理商宁波保税区正正电子商务股份有限公司，原产地德国，到港日期2021年8月26日；扫描产品防伪码，显示企业微信为：童年时光官方防伪查询系统，添加企业官方微信“童年时光官方防伪查询官@绿野仙踪”（企业名称南京绿野仙踪生物科技有限公司）。防伪查询显示“南京童年时光生物技术有限公司进口的童年时光营养品，为品牌正品”。2021年8月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全。公证处人员于9月29日接现场监督代理人使用公证处电脑对登录拼多多平台浏览网页进行了截屏保存。截屏显示，前述网购产品于9月12日网购自童年时光海外旗舰店，实付179元；链接宣传页面显示为美国品牌，有产品包装图及“升级款不加糖”字样，页面正上方有“童年时光®”。授权书显示，“Nature's Story Company Limited授权拼多多作为本公司核心合作平台，童年时光海外旗舰店为平台内唯一获得授权店铺，所售商品均为正品”。拼多多网店经营者证照信息显示经营者为“Nature's Story Company Limited”。公证处于9月30日出具（2021）浙杭东证字第13645/13648号公证书。经统计，该平台22款带有“童年时光”inne产品销量共计27万余元（已拼*销售价）。

2021年10月23日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管。杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下视频数据及截图载明：在拼多多平台中以“童年时光海外旗舰店”为关键词进行搜索，点击搜索结果中标有“童年时光海外旗舰店官方”标识的店铺，商品的销售页面显示的宣传图包装为：正面最中间的“童年时光”，“童年时光”右侧印有“Great Taste”徽章图形、左侧由

竖向印刷“CHILDLIFE”字样的CHILDLIFE产品，图下描述为“童年时光钙镁锌”。产品的评价页面的图片载明的消费者收货包装为：正面最中间为“”，“”右侧印有“Great Taste”徽章图形、左侧由竖向印刷“CHILDLIFE”字样。网店展示的网店经营者证照信息标有“Nature’s Story Company Limited”字样。






2021年10月28日，克拉克的委托代理人向东方公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，在网页版淘宝网站的搜索平台输入“阿里健康大药房”关键词，截图载明：搜索结果包含宣传图为CHILDLIFE产品、图下描述为“童年时光小金豆DHA”的商品；宣传图为inne产品、图下描述为“童年时光小金条钙镁锌”“维生素C甜橙王子”“藻油DHA”的商品等。阿里健康大药房店铺内销售的“童年时光小金条钙镁锌”宣传页面展示的产品中心位置标有inne商标、“”，页面正中含有“升级款”“不加糖”“独立条包装”字样，商品整体包装装潢为圆柱形包装正面最中间为“”，上印有inne字样，“”右下角包含“Great Taste”金色徽章图形、配以淡黄色底色背景。产品的评价页面的图片载明的消费者收货包装为：正面最中间的“”，“”右侧印有“Great Taste”徽章图形、左侧由竖向印刷“CHILDLIFE”字样，包装整体配以淡黄色的底色背景。东方公证处于11月5日出具（2021）浙杭东证字第14848号公证书。经统计，店内销售带有“童年时光”和“”的inne产品销售金额为1166万余元。

2021年11月22日，克拉克的委托代理人上海市协力（南京）律师事务所向南京市钟山公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，对在天猫国际平台上购买的、由“阿里健康大药房海外店”销

售的包裹进行检查、拆封、清点、拍照、封存快递件。共计四件产品，其中三件产品包装盒正面印有线条心形-微笑图案，上端印有inne标识；一件产品中心有醒目“”，上端“inne”字样。扫描产品防伪码，均显示企业微信为：“童年时光inne官方防伪查询官@绿野仙踪”。手机微信通过“童年时光官方防伪查询官@绿野仙踪”防伪扫描验证显示，“南京童年时光生物技术有限公司进口的童年时光营养品，为品牌正品”。在淘宝平台中以“童年时光”为关键词进行搜索，结果页面载明：宣传图为inne产品，图下店铺名称分别显示为inne母婴海外旗舰店、阿里健康大药房海外店、环球e站海外专营店。查看阿里健康大药房海外店店铺内部信息，销售页面共16款商品，宣传图中显示的商品包含三种：inne字样“”、线条心形-微笑图案inne商品、不规则卡通图形inne商品。“inne童年时光钙镁锌小金条 不含糖婴幼儿童宝宝补锌补钙液体乳钙”产品id为572327297399，宣传配图为inne线条心形-微笑图案产品，价格显示260元，促销价179元，月销量1000+，总销量60000+，评价数显示为5857，厂名：Mom's Garden Company Limited。宣传页面在“”包装inne产品下标注“老包装”字样，在线条心形-微笑图案inne产品下标注“新包装”字样。评价页面显示评价用语有“一直回购”“宝宝不太爱”“这一次换童年时光使用”“跟以前买的不太一样”。“inne童年时光钙镁锌小金条2盒 不含糖婴幼儿童宝宝补锌补钙液体乳钙[升级包装]不含糖+酸奶质地+条装便携”产品id为656424160138，宣传图标志“阿里健康×童年时光；授权期限为2021年10月1日至2023年12月31日，并盖有南京童年时光生物技术有限公司公章”，价格显示520元，促销价358元，月销

量1000+, 累计评价622。宣传页面在“☑”包装inne产品下标注“老包装”字样, 在线条心形-微笑图案inne产品下标注“新包装”字样。“inne童年时光维生素C甜橙王子 婴幼儿儿童维C宝宝VC营养液补vc”产品id为655965296017, 宣传配图为inne线条心形-微笑图案产品, 价格显示186元, 促销价128元, 月销量1000+, 累计评价123, 宣传图标志“阿里健康×童年时光; 授权期限为2021年10月1日至2023年12月31日, 并盖有南京童年时光生物技术有限公司公章”。宣传页面在“☑”包装inne产品下标注“老包装”字样, 在线条心形-微笑图案inne产品下标注“新包装”字样。“inne童年时光专利叶黄素护眼软糖玉米黄质婴幼儿儿童防近视弱视抗蓝光”产品id为655284919033, 宣传配图为inne线条心形-微笑图案产品, 价格显示273元, 促销价188元, 月销量800+, 累计评价69, 宣传图标志“阿里健康×童年时光; 授权期限为2021年10月1日至2023年12月31日, 并盖有南京童年时光生物技术有限公司公章”。宣传页面在“☑”包装inne产品下标注“老包装”字样, 在线条心形-微笑图案inne产品下标注“新包装”字样。“童年时光藻油爆浆dha40粒/盒 婴儿宝宝小金豆dha儿童婴幼儿营养品”产品id为652730496482, 宣传配图为inne、“☑”产品, 价格显示248元, 促销价171元, 月销量600+, 累计评价66, 宣传图标志“阿里健康×童年时光; 授权期限为2021年10月1日至2023年12月31日, 并盖有南京童年时光生物技术有限公司公章”。产地: 德国。钟山公证处于12月7日出具(2021)苏宁钟山证字第17667号公证书。

2021年8月26日, 克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全, 并将所得的电子数据提交公证处

服务器保管。杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下视频数据及截图载明：在考拉海购平台中以“童年时光海外旗舰店”为关键词进行搜索，搜索结果及商品的销售页面显示的宣传图包装，一类为正面最中间“”，“”右侧印有“Great Taste”徽章图形、左侧由竖向印刷“CHILDLIFE”字样的CHILDLIFE产品，图下描述为“童年时光多维锌、敏护营养液、钙镁锌”等商品，在CHILDLIFE产品销售页面插入inne品牌产品信息并标注升级款，网店宣传页面包含“升级款”“不加糖”“全球800万妈妈口碑见证”“产品升级声明”“18年来，童年时光不忘初心”等描述用语。另一类为inne包装产品，商品主要位置标有不规则卡通图案，宝贝描述上方标有“美国 CHILDLIFE”字样，inne产品右侧有CHILDLIFE产品图片。产品的评价页面的图片载明的消费者收货包装为：正面最中间的“”，右侧印有“Great Taste”徽章图形、左侧由竖向印刷“CHILDLIFE”字样，包装整体配以淡黄色的底色背景。网店展示的考拉网店经营者证照公示信息显示：Nature's Story Company Limited。产品详情页中展示的《童年时光授权书》为“TNSG HEALTH CO., LTD授权Nature's Story Company Limited供应童年时光品牌产品给考拉海购平台”。经统计，该店销售inne产品销售金额为210万余元（评论数*单价）。

2022年6月2日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管，杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下截图载明：在淘宝网首页搜索栏搜索“童年时光”，显示置顶店铺为inne母婴海外旗舰店（品牌搜索广告位），前十位排名产品

除第五位为childlife产品。第十位为NaturesWay产品外，其余均为inne产品；搜索“childlife”，显示置顶店铺为inne母婴海外旗舰店（品牌搜索广告位，店铺首页显示“inne®为宝宝打下一生健康的基础”）。

2022年6月8日，克拉克的委托代理人向杭州互联网公证处网络取证的简证平台申请证据保全，并将所得的电子数据提交公证处服务器保管，杭州互联网公证处据此出具了电子数据保管单。保管单项下截图载明：购买关键词服务需提供注册商标及注册人主体资质证明文件等材料。

2021年11月22日，克拉克的委托代理人向南京市钟山公证处申请证据保全，在公证处人员的监督下，委托代理人使用公证员手机及公证员微信账号登录微信，搜索“南京童年时光官方旗舰店”（账号主体为南京童年时光生物技术有限公司，头像为上部“☑”，下部“童年时光”结合）并浏览该公众号文章，其中，发表于2021年8月12日《童年时光产品升级声明》载明，为给宝宝提供更好的营养品，童年时光对产品进行全面升级，重磅推出“有效、安全、0糖、好吃”的inne升级款新品。……同时，童年时光供应商全新升级……18年来，童年时光不忘初心……文章底部配图为带有“☑”的inne产品包装图。其中，发表于2021年11月30日《童年时光品牌声明》载明，近日，我司发现原美国供应商childlife在部分媒体恶意散布不实言论，导致消费者对“童年时光”品牌声誉产生误解……声明如下：1. 童年时光不等于childlife。从2010年成立至今，童年时光始终秉持“为宝宝打下一生健康的基础”初心，在全球范围内选择优质供应商，以消费者需求为核心，不断进行产品创

新升级……2013年，童年时光和childlife 正式开始合作，在Childlife公司供货的“childlife”产品上使用“童年时光”商标。

“童年时光”和“childlife”分属于两个公司，为完全独立的品牌，鉴于当前双方合作关系已经结束，我司在此澄清，“童年时光”和“childlife”彼此独立，随着合作关系的终止两者已不存在任何关系。……2. inne和童年时光是什么关系？我司近期推出“inne”品牌……“inne”品牌系我司“童年时光”品牌旗下授权产品，与Childlife公司产品没有任何关联。……童年时光inne产品上市后，备受消费者认可，2021年8-10月，“inne”销量位居天猫平台婴幼儿营养品类TOP1。……3. “童年时光海外旗舰店”为什么找不到了？童年时光海外旗舰店现已更名为inne母婴海外旗舰店……“inne”才是“童年时光”品牌唯一授权正品。……购买童年时光正品，请认准童年时光品牌官方渠道“天猫inne母婴海外旗舰店、京东童年时光海外京东自营旗舰店”及其他官方授权渠道。钟山公证处据此于2021年12月10日出具（2021）苏宁钟山证字第17858、17859号公证书。

2021年11月17日，克拉克的委托代理人向杭州市东方公证处申请证据保全，在公证处人员监督下，委托代理人使用公证处手机下载安装并打开“抖音”，使用手机号码登录后，通过搜索栏进入“Childlife官方”抖音账号（账号头像为“☑”），点击“进入店铺”，浏览店铺商家资质信息并对上述过程进行相应截屏，并对整个操作过程进行手机屏幕录像。手机截屏显示，系统通知中，“Childlife官方”抖音账号于2021年9月13日收到一条侵权投诉，投诉状态为支持投诉处理；“Childlife官方”于2021年9月24日成

功提交不侵权声明，并附随作品登记证书、商标授权证明等证据材料，状态为处理中。被投诉详情为，投诉人为南**，被投诉人为Childlife官方，投诉内容为个人资料，处理措施为限制编辑资料三天/资料重置，侵权类型为商标权，投诉描述为，我司拥有童年时光“☪”商标证，并合法享有该商标的独有权，以下商家并非我司官方旗舰店，却使用我司商标，请平台严肃处理。投诉声明为投诉人诚意保证其为投诉内容的合法权利人或代理人，提交的侵权投诉材料真实、合法、有效。2021年10月7日，不侵权声明处理进度有更显，状态为投诉内容的处理措施已终止。东方公证处于11月20日出具（2021）浙杭东证字第15972号公证书。

2021年11月2日，克拉克的委托代理人向杭州市东方公证处申请证据保全，并于11月16日在公证处人员的监督下，委托代理人使用公证处电脑打开浏览器搜索“微信公众平台”，并点击搜索结果页面中“微信公众平台官方”，使用手机微信扫描二维码成功登陆，并打开相应页面进行截屏操作。手机截屏显示，名称为“Childlife官方”微信公众号（账号头像为“☪”），微信号为“Childlife-Official”，介绍为“Childlife是Dr,Murray Clake于1997年在美国创立的婴幼儿营养补充剂品牌，20多年Childlife一直致力于守护宝宝们的健康成长”，认证情况为“微信认证”，主体信息为“微米电子商务（上海）有限公司”，通知中心显示，2021年6月23日，该账号收到一条侵权投诉，投诉分类为头像侵权。投诉状态为，侵权投诉审核中，平台会在7个工作日内审核处理，请耐心等待审核结果。当日，又收到一条“关于账号违规处理的通知中”，内容为，“您好，经用户投诉，发现此公众号的头像涉嫌

侵犯他人合法权益，违反《微信公众平台运营规范》，违规资料已清空处理，可重新进行设置，请遵守法规，让我们共创健康绿色的运营环境”。当日，又收到一条通知信息为“侵权投诉审核通过”，内容为“经用户投诉并经平台审核，你的账号涉嫌头像侵权，违规内容已清空处理，可重新进行设置但请遵守规范。如果再有类似违规情况，将加重处罚甚至永久性屏蔽所有功能。违反规范：《微信公众平台运营规范》4.1.1条规定”。本次投诉的权利人为童年时光公司，投诉描述为该账号头像使用了我司注册商标，构成对我司的商标侵权；根据该账号简介，其经营“儿童营养品”，属于婴儿健康品牌，落入我方第5类注册商标保护范围，请平台协助处理。证明资料为注册商标证。

2021年6月24日，又收到一条侵权投诉，投诉分类为其他——自定义菜单侵权。投诉状态为“侵权投诉审核中，平台会在7个工作日内审核处理，请耐心等待审核结果”。当日，又收到一条通知信息为“侵权投诉审核通过”，内容为“经用户投诉并经平台审核，你的账号自定义菜单涉嫌侵犯他人合法权益，违规内容已清空处理，可重新进行设置但请遵守规范。如果再有类似违规情况，将加重处罚甚至永久性屏蔽所有功能。违反规范：《微信公众平台运营规范》4.1.条规定”。本次投诉的权利人为童年时光公司，投诉描述为通过该公众号自定义菜单“有口碑——防伪查询”跳转页面中，使用了我方注册商标作为logo，并展示带有我方商标的产品，该等产品非我司生产，并未得到我司授权，是对我司商标的侵权性使用；根据页面介绍，该等产品为婴儿营养产品，落入我方注册商标保护范围，请平台协助处理。证明资料为商标注册书，其他。

2021年6月24日，又收到一条侵权投诉，投诉分类为其他——自动回复侵权。投诉状态为“侵权投诉审核中，平台会在7个工作日内审核处理，请耐心等待审核结果”。当日，又收到一条通知信息为“侵权投诉审核通过”，内容为“经用户投诉并经平台审核，你的账号自动回复内容涉嫌侵犯他人合法权益，违规内容已清空处理，可重新进行设置但请遵守规范。如果再有类似违规情况，将加重处罚甚至永久性屏蔽所有功能。违反规范：《微信公众平台运营规范》4.1.1条规定”。本次投诉的权利人为童年时光公司，投诉描述为自动回复包含跳转链接，使用了我方注册商标作为logo，并展示带有我方商标的产品，该等产品非我司生产，亦未得到我司授权，是对我司商标的侵权性使用；我方要求删除该自动回复，并删除跳转链接的页面内容，请平台协助处理。证明资料为商标注册书，其他。

2021年7月16日，又收到一条侵权投诉，投诉分类为其他——自定义菜单侵权。投诉状态为“侵权投诉审核中，平台会在7个工作日内审核处理，请耐心等待审核结果”。当日，又收到一条通知信息为“侵权投诉审核不通过”，内容为“经平台审核，根据本次投诉未能核实判断被投诉内容侵权，对本次投诉暂不予支持”。2021年7月19日又收到两条投诉，分别为“头像侵权，其他——自定义菜单侵权”，次日，收到通知为“侵权投诉审核不通过，根据本次投诉未能核实判断被投诉内容侵权，对本次投诉暂不予支持”。2021年8月3日、10月1日又分别收到一条投诉，分别为“头像侵权，内容侵犯名誉/商誉/隐私/肖像”，后收到通知为“侵权投诉审核不通过，根据本次投诉未能核实判断被投诉内容侵权，对本次投诉暂

不予支持”。以上7月16日至8月3日期间的投诉权利人均为童年时光公司，证明资料均为商标注册证等；10月1日投诉权利人为童年时光公司，投诉描述为发表诋毁言论；童年时光公司抢注Childlife中文标识“童年时光”，构成侵权行为。“童年时光”核准注册已有十余年，2021年8月31日北京高院（2021）京民再80号终审判决已支持我方童年时光“☺”商标权。证明资料为其他。东方公证处于11月20日出具（2021）浙杭东证字第15463号公证书。




此外，童年时光公司还以第10378186号“☺”、第8223462号“童年时光”商标文字为权利基础，于2021年9月至2022年1月期间对胡可、李响在淘宝平台直播间，罗永浩、周洲在抖音平台直播间，安九在快手平台直播间进行投诉，认为直播销售带有“☺”商标的Childlife产品侵犯童年时光公司注册商标专用权，并要求下架相关产品并向其发送律师函。相关投诉行为导致Childlife产品直播下架。

四、被告抗辩的相关事实

2017年5月5日经加利福尼亚州政府公证、中华人民共和国驻洛杉矶总领事馆认证、由克拉克签字的证明所载内容显示：“双方合作具体指童年时光公司在中国经销由拜欧泽尔公司专门供货并在中文标签和防伪标签上贴附‘童年时光’‘☺’商标的CHILDLIFE产品”“经公司确认，基于双方长久的商业合作，在中国范围内经销‘CHILDLIFE’产品均是以‘童年时光’品牌呈现”。

在陆启东于2011年8月至2012年9月发给拜欧泽尔公司的邮件中载明在此阶段童年时光公司有打击侵权仿冒活动的需要，邮件中表述如下：“清理淘宝网上的假冒伪劣产品和定私者，童年时光生



物技术有限公司目前是淘宝网上的独家经销商。近三个月来，童年时光生物技术有限公司已清理了淘宝网上60多家销售假冒伪劣产品的店铺。现在我司尝试在淘宝网上清理走私者，如果成功，零售价格将恢复正常，我司零售店的销量将增加30%-40%，但清理走私者比清理假冒产品更难，我需要贵司的合作和大力支持。”“上次成功清理假冒产品，是我司更有信心清理该等走私者。”“如果我司无法清理该等走私者，CHILDLIFE品牌在中国的生命将非常短暂，我司将不敢在该品牌商投入更多资源。”“我司将尽快向您发送详细信息，以帮助我们控制走私。”“我司不知为何该等走私者可以出示假发票，他们可以立即向商务局的工作人员出示假发票，就像是提前准备好的一样，您能帮忙寄给我司一份Childlife Essentials的真实发票副本，以便我司能轻易辨别真假发票吗”。

2017年5月5日由克拉克签字的声明函公证认证文件的翻译件（中文版《证明》）载明：“Childlife Essentials于2010年与南京童年时光生物技术有限公司开始商业合作。该项商业合作具体是指，童年时光公司在中国经销由我公司专门供货并在中文标签和防伪标签上贴附‘童年时光’‘’商标的childlife产品。该产品系由我公司在美国生产并由童年时光公司所进口销售，其产品原标贴附有CHILDLIFE商标。同时，在中国范围内销售的所有Childlife产品均应标注有包含‘’的中文标识。我公司确认，基于双方长久的商业合作，在中国范围内经销的“CHILDLIFE”产品均是以“童年时光”品牌呈现，基于在中国的商标权及我公司的授权，童年时光公司有权禁止任何第三方以任何方式使用“”“童年时光”“CHILDLIFE”商标，包括有权禁止任何第三方进口，以

在线方式或通过实体店经销和推广我公司在美国生产的“CHILDLIFE”产品。自2010年我公司与童年时光公司合作以来，该公司对于产品的研发、优化以及品牌推广提出了众多积极意见。我公司认可由童年时光公司全权负责“CHILDLIFE”产品在中國大陸地区的宣传推广官方活动。童年时光公司是经由我公司认可的，在中國大陸及港澳范围内可以以“☺”“CHILDLIFE”品牌经销我公司生产的“CHILDLIFE”产品的唯一的、合法的、官方的机构。据我们所了解，基于童年时光公司的卓越经营贡献，中国广大消费者已经将“童年时光”“☺”“CHILDLIFE”品牌商品与童年时光公司紧密联系在一起，相关品牌已经在中国市场具有极高的商誉，这主要来自童年时光公司巨大的营销努力和贡献。我公司支持童年时光公司打击侵权仿冒活动的举措，以维护诚实信用、公平竞争的基本商业精神”。该《证明》系2017年2月28日，陆启东向Christof发送的邮件附件，邮件正文主要内容为：根据会面讨论内容，本人随附了证书，该证书需要由默里签署才能打败走私犯胜诉。控制走私对我们来说非常重要。对于该翻译，克拉克、拜欧泽尔公司提出异议并提交其他翻译版本。









2020年2月24日经克拉克签字的澳门市场产品销售授权文件翻译件中载明：“为了更好地保护澳门华人消费者的权益，本人授权香港经销商PHARMA GROUP LIMITED 在CHILDLIFE产品上加贴中文标签。这些中文标签的组成和内容与英文标签相同。CHILDLIFE有中文标签的产品全部由CHILDLIFE USA供应。”其中，产品表后标明中文版商标标有“童年时光”中文标识。

五、其他事实

2021年9月30日，香港高等法院原讼法庭知识产权法律程序2021年第34号原告BIOZEAL, LLC(第一原告)、CLARKE, MURRAY COLIN(第二原告)与被告NATURE' S STORY COMPANY LIMITED(第一被告)、PELICAN HILLS COMPANY LIMITED(第二被告)《在高等法院陆法官席前命令》载明，兹命令(1)两被告及其中每一方，无论以其自身、董事、高级职员、雇员、代理人、支援、代表、附属公司或关联公司或其中任何一人，或无论如何，指导本案作出判决或者本法院颁布进一步命令前，不论在香港或中国大陆都不得进行以下行为：(a)在天猫国际和京东国际组线上购物平台上运营、继续运营或向任何第三方转让任何带有或引用“CHILDLIFE”“童年时光”和/或“”商标的旗舰店；(b)使用或引用“CHILDLIFE”“童年时光”和“”商标或其中任何一个商标；或引用与Childlife产品相关的任何销售历史、文字资料和/或评论，和/或引用Childlife产品所获得的奖项以营销、推广、销售、分销及供应或展售任何非来自原告的产品；(c)复制(无论印本或电子版)在附件中的任何材料，尤其包括在任何的被告的线上商店(包括“被告方旗舰店”)；(d)作出任何陈述或暗示两被告或其中每一方(i)是两原告以涉案商标推销的产品的授权经销商；(ii)经两原告授权在任何线上购物平台上运营任何带有或引用涉案商标的旗舰店及(iii)被授权使用涉案商标或其中任何一枚商标；及(e)授权、协助、怂使、鼓动、煽动、促致、帮助、指示、导致、许可或教唆其他方作出任何上述行为。(2)在不影响上述第(1)(a)段的前提下，在本命令送达之日起七(7)天内，两被告及其中每一方需要，或促致任何必要的第三方，删除“被告方旗舰店”或将

“被告方旗舰店”改为不违反任何上文第（1）段禁令的店铺。

在上述案香港诉讼中，郭桂林向香港高等法院提供的证词所附《关系图》表明，郭桂林与郭智娟为父女关系，郭智娟与陆启东为夫妻关系，陆启东与陆启峰为兄弟关系。郭桂林、陆启峰分别持有南京童年时光生物技术有限公司80%、20%股权，郭桂林任该公司执行董事，陆启峰任该公监事，陆启东任该公司总经理、实际控制人（未备案），郭智娟任该公司实际控制人（未备案）。郭智娟拥有Nature's Story Company Limited（注册地塞舌尔共和国）、Pelican Holding Company Limited（注册地塞舌尔共和国）100%股份，Pelican Holding Company Limited 拥有Pelican Hills Company Limited（注册地香港特别行政区）100%股份，郭智娟系前述三家公司独立董事。该证词主要内容为郭桂林是南京童年时光生物技术有限公司董事，该公司为本诉讼中第一被告和第二被告（作为其关联公司）的间接控制公司。本人经被告（香港诉讼）正式授权，做出本证词（节录）：1. 大约在2013年，童年时光公司申请在淘宝网和天猫网创建自己的旗舰店同时销售“童年时光”和Childlife产品。由于童年时光公司在线销售的部分产品是Childlife产品，且童年时光公司是其中国的独家经销商，应淘宝网和天猫网的要求，童年时光公司请请求拜欧泽尔公司出具授权书以确认其经销商身份。2. 2017年左右，童年时光公司为吸引更多国际买家购买“童年时光”和Childlife产品，于是建立一家关联公司（即第一被告），根据与淘宝网和天猫网签订的相同协议，经营香港天猫和香港京东，即“童年时光”和Childlife产品将在香港天猫和香港京东上同时供应。因此，天猫和京东的旗舰店均使用“童年时光”名称销


售“童年时光”产品和Childlife产品。尽管该等产品均在童年时光公司旗舰店销售（与其它产品一起），但“童年时光”产品和Childlife产品不是同一种产品。3. 童年时光公司认为心型图案（HeartDevice）可用以区分正品和假冒品，遂于2012年在中国（大陆）注册了“”来打击假冒品。4. 原告一直知悉，童年时光公司在2013年注册了“”。为支持童年时光公司案件，第二原告于2017年5月5日前后发表声明，其中提到了“”的商标标识。原告从未在中国注册过“心型图案”或任何“”标志。因此，所提及的“”标志肯定是指童年时光公司拥有的心型图案。原告从未就童年时光公司注册“”提起任何诉讼，甚至在完全了解童年时光公司对“”商标的所有权的情况下，原告亦延长了童年时光公司的独家管理者，并签署了《2018年管理者协议》。5. 《2018年经销协议》完全未涵盖与该“童年时光”商标相关的内容。童年时光公司申请注册“童年时光”商标并归其所有，不构成对《2018年经销协议》的违约。童年时光公司早在2011年已注册“童年时光”商标。自2013年左右开始合作，原告充分知悉童年时光公司对“童年时光”商标的所有权。第二原告亦在2017年5月5日的声明中提及“童年时光”商标。因此，原告认为“”商标和/或“童年时光”商标违反《2018年经销协议》是错误的。且即使注册上述商标可能构成违约（被告不同意），第一原告已明确放弃任何此类违约和/或被禁止就此提出索赔（特别是鉴于原告长时间一直完全知情/默许该商标的存在）。

腾胜益康有限公司（TNSG HEALTH CO., LTD）于2019年1月23日申请注册第36120191号（国际分类第5类，核定使用商品为矿物质

食品补充剂、人用药、维生素制剂、医用营养食物、医用营养饮料、医用营养品、营养补充剂、酶膳食补充剂、蛋白质膳食补充剂等)

“Inne” 商标，公告日期为2019年12月28日，专用权期限2019年12月28日至2029年12月27日。2022年6月13日《商标使用许可备案公告》显示，前述“Inne” 商标许可南京童年时光生物技术有限公司使用，许可使用期限2022年3月1日至2029年12月2日。


拜欧泽尔公司为本案维权支付公证等取证费用共计212068.35元，包括对美国childlife公司《证明》英文版本的翻译等费用60000元；原告另支出翻译费用69576.3元；原告还为本案维权支出委托律师代理费。原告陈述，其提交的证据费用清单中包含与其他关联案件重合部分的公证等取证费用。

本案审理中，克拉克向本院出具《声明》内容为，为事业发展之需，我将由我享有的“” 著作权以及CHILDLIFE商标等知识产权授权给拜欧泽尔公司使用，以便由其进行“CHILDLIFE” 系列产品的研发、生产和销售。现相关事宜声明如下：我与拜欧泽尔公司共同作为原告在中国大陆提起的（2021）浙01民初2987号诉讼，拜欧泽尔公司有权独立收取基于上述维权所获取的赔偿金、补偿金或和解金等款项，至于该等款项的内部分配，由原告各方另行协商处理。

上述事实有当事人提交的商标注册档案、公证书、公证费发票、律师费发票、关于CHILDLIFE系列商品装潢的网页截图、图书馆检索报告、网络媒体宣传报道截图、专家意见以及双方当事人庭审中的陈述予以在案佐证。

本院认为，克拉克国籍地为美利坚合众国及新西兰，拜欧泽尔公司注册地为美利坚合众国，故本案为涉外知识产权民事纠纷案

件。依照《中华人民共和国涉外民事关系法律适用法》第五十条规定，知识产权的侵权责任，适用被请求保护地法律，当事人也可以在侵权行为发生后协议选择适用法院地法律。本案中被告侵权主体、侵权网店、侵权行为均在中华人民共和国境内，故被请求保护地为中华人民共和国境内，因此，本案适用中华人民共和国法律作为处理本案争议的准据法。

另外，关于克拉克、微米公司是否有原告资格问题，根据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百二十二条规定的起诉需满足的条件，要求“原告是与本案有直接利害关系的公民、法人和其他组织”。本案中克拉克系拜欧泽尔公司的法定代表人，按照其作为许可方其于2021年8月31日与被许可方拜欧泽尔公司签订知识产权许可协议中第2.1条、9.1条、9.2条约定，克拉克将自己所有的知识产权及其相关权益授权于拜欧泽尔公司独占许可，并保留了自己作为许可人委托律师、参与诉讼的权利，确定本协议中许可方与被许可方系合理合作关系。因此，克拉克对于其享有商标权的第22114129号“CHILDLIFE”商标及“”作品有直接利害关系，依法、依约享有作为原告并参与诉讼的权利，为本案适格原告；微米公司系拜欧泽尔公司的经销商，在本案中微米公司并未提供证据显示其享有独立的主张权利的资格，也无证据显示其对被告侵权产品的商标、包装、商誉等有直接利害关系，因此，根据本案在案证据，微米公司与本案权利基础不具有利害关系。综上，本院认为微米公司不是本案适格原告。

对于陆启东抗辩所称其并非本案适格被告，因原告立案时提交的初步证据已证明陆启东涉嫌实施原告指控的侵权行为，故陆启东

为本案适格被告，至于其是否在实体上承担侵权责任并非立案阶段所审查的范围，属于案件实体审理阶段所审理的内容。前述抗辩并无事实及法律依据，本院不予采纳。

此外，对于陆启东、童年时光公司提出的本案应中止审理的抗辩，因其主张的“童年时光”商标已被裁定宣告无效，且即便相关行政诉讼正在审理中，因本案不属于《中华人民共和国民事诉讼法》第一百五十三条第一款第五项规定的“本案必须以另一案的审理结果为依据，而另一案尚未审结的”情形，故本院仍有权依法对本案独立作出裁判，而无须中止本案诉讼，故该抗辩本院不予采纳。

根据本院查明的事实及双方的控辩意见，本案争议焦点为：一、被诉侵权行为是否构成对第22114129号“CHILDLIFE”注册商标专用权的侵害；二、被诉侵权行为是否构成商业标识混淆、套链接、虚假宣传、恶意投诉、使用搜索关键词等不正当竞争；三、童年时光公司、陆启东、集享公司的涉案行为是否构成侵权及共同侵权；四、如构成侵权，各被告应承担的法律责任。关于以上争议焦点，本院逐一分析如下：

一、被诉侵权行为是否构成对第22114129号“CHILDLIFE”商标专用权的侵害

克拉克于1996年1月30日在美国注册“CHILDLIFE”商标，其于2006年2月6日在第5类商品上，就该商标向中国申请领土延伸，取得第G880154号商标，该商标于2016年2月6日过保护期后，克拉克重新于2016年12月2日在第5类商品上申请第22114129号商标，2018年1月21日通过商标注册申请，该商标有效期至2028年1月20日。目前，该商标处于有效期内。克拉克以个人名义与拜欧泽尔公司签订

知识产权许可协议，将商标许可给拜欧泽尔公司独占使用，约定其享有独立主张商标权利的资格。并且，双方在协议中约定克拉克有权以合作方身份参与诉讼。因此，本案中克拉克、拜欧泽尔公司作为第22114129号“CHILDLIFE”注册商标权利人，享有对侵害其商标权利行为之诉权。

克拉克、拜欧泽尔公司在本案中主张被诉侵权行为有二：第一，销售inne产品时使用与原告注册商标相同的“CHILDLIFE”注册商标，构成《中华人民共和国商标法》第五十七条第一项、第三项规定的商标侵权行为；第二，销售CHILDLIFE产品时使用“inne”商标标注，构成《中华人民共和国商标法》第五十七条第五项规定的反向假冒行为以及第七项规定的“给他人的注册商标专用权造成其他损害的”行为。对此，根据《中华人民共和国商标法》第五十七条规定，有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：“（一）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的；……（三）销售侵犯注册商标专用权的商品的；……（五）未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；……（七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的”。

根据《中华人民共和国商标法》第四十八条规定，商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品或服务来源的行为。本案中，根据克拉克申请保全的证据载明的事实，童年时光海外旗舰店销售的inne产品使用CHILDLIFE作为商品名称等行为，及销售CHILDLIFE产品并使用inne字样放在其宣传图上的行为系将“CHILDLIFE”商标用于广告宣传、展览等商业活动，

根据使用的位置及使用后消费者的认知、评价反馈等事实来看，能够起到识别商品来源的作用，故认定上述对被诉侵权标识的使用系商标性使用。

本院认为，结合双方的诉辩意见，判断本案被诉侵权行为是否侵犯克拉克、拜欧泽尔公司“CHILDLIFE”商标权益，其关键点在于：1. 在inne产品上使用“CHILDLIFE”商标，是否构成在与原告商品相同的商品上使用相同商标的行为；2. 在CHILDLIFE产品上使用inne商标，是否为未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的行为。本院对原告主张的上述两种行为是否构成商标侵权，分析如下：

（一）直接商标侵权行为

首先，关于在销售inne产品时使用CHILDLIFE商标的行为，是否经拜欧泽尔公司许可。根据双方2013年、2018年经销协议约定，经销关系解除后，童年时光公司需将CHILDLIFE系列商标权归还拜欧泽尔公司，但拜欧泽尔公司于2021年3月23日发送经销协议解除函后，相关店铺中仍持续销售inne产品并有使用CHILDLIFE产品宣传图片等行为，而未经拜欧泽尔公司许可。童年时光公司并未举证证明相关店铺使用CHILDLIFE商标销售inne产品行为系经拜欧泽尔公司许可。陆启东、童年时光公司抗辩称克拉克、拜欧泽尔公司对被诉侵权店铺使用CHILDLIFE商标的行为应当知情，缺乏事实依据，况且，即使克拉克、拜欧泽尔公司知晓亦不能视为其同意被诉侵权店铺销售侵权产品时使用CHILDLIFE商标，故前述抗辩，本院不予采信。因此，本院认定被诉侵权店铺在inne产品中使用“CHILDLIFE”商标的行为未经克拉克、拜欧泽尔公司许可。

其次，关于被诉侵权产品与“CHILDLIFE”产品是否为相同或者类似商品。本案中，被诉侵权产品与“CHILDLIFE”产品均为儿童营养液产品，且同属于国际分类第5类中规定的医用营养品、婴儿食品、维生素制剂、鱼肝油、维生素补充片等；“CHILDLIFE”产品与被诉侵权商品的功能和用途均为促进儿童、婴幼儿大脑发育、骨骼生长、提高智力、保护视力等作用；销售对象均为婴幼儿、儿童及其家长；在生产部门、销售渠道等方面均相同。因此，本院认为被诉侵权产品与“CHILDLIFE”系列商品系相同商品。

最后，关于在inne商品使用的商标与“CHILDLIFE”商标是否相同。根据《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》第九条第一款、第十条的相关规定，以相关公众的一般注意力标准为判断视角，判断商标是否相同的方式是：“指被控侵权的商标与原告的注册商标相比较，二者在视觉上基本无差别”。本案中，被诉侵权产品inne商品宣传图、商品名称中使用的“CHILDLIFE”，从商标本身的形态、呼叫方式、含义和整体表现形式上来看，与拜欧泽尔公司对“CHILDLIFE”的使用相同。并且，考虑到“CHILDLIFE”商标本身具有较高的显著性，“CHILDLIFE”系列商品经长期使用获得了较高的知名度，在儿童营养产品市场中获得过较多荣誉并取得相关消费者的信任等因素，将“CHILDLIFE”商标使用在inne产品销售图的关键位置，更容易使相关公众产生混淆误认为，即对于非显著位置的inne商标予以忽视，认为店铺内销售的产品实质上就是“CHILDLIFE”系列产品。因此，在inne产品上使用的“CHILDLIFE”商标属于与克拉克、拜欧泽尔公司“CHILDLIFE”商标相同的商标。

综上，被诉侵权店铺在销售inne商品时，使用“CHILDLIFE”商标，系未经商标注册人许可，在相同商品上使用与其注册商标相同的商标，构成《中华人民共和国商标法》第五十七条第一项规定的商标侵权行为。

（二）反向假冒的商标侵权行为

基于前述分析，被诉侵权店铺在销售“CHILDLIFE”商品并在商品宣传图、商品名称等处使用“inne”商标的行为仍未经过克拉克、拜欧泽尔公司许可。商标的价值在于商标具有识别商品、保证商品质量以及广告宣传、促销等作用，而商标之所以能正常地发挥这些功能，是因为商标在企业的商品与消费者之间建立了一个信息传递的渠道，因此商标功能的发挥必须以商标与商品的完全结合为前提。而商标专用权赋予了商标注册人依法在其商品上使用其注册商标，并禁止他人假冒、撤换，其目的就在于保障商标与商品的结合。将他人商标取下而换上自己的商标的行为，都切断了商品与源商标的联系，切断了生产者与消费者之间的桥梁，妨碍了商标功能的正常发挥，侵犯了他人的商标专用权。本案中，被诉侵权店铺在销售inne商品时，使用“CHILDLIFE”商标，虽非物理意义上撤换他人商标，但在本质上与前述撤换他人商标所产生的作用和效果相同，同样也侵害“CHILDLIFE”商标的识别功能，割裂其与Childlife产品的联系，与未经“CHILDLIFE”商标的权利人同意，在销售“CHILDLIFE”产品时更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的行为性质相同，违反《中华人民共和国商标法》第五十七条第五项规定，构成反向假冒的商标侵权行为。



综合，本院认为，被诉侵权店铺的行为侵犯了克拉克、拜欧泽



尔公司的注册商标专用权。鉴于前述行为已构成侵害商标权，故对克拉克、拜欧泽尔公司指控被诉侵权店铺的行为还违反《中华人民共和国商标法》第五十七条第七项规定，本院不再另行评述。

二、被诉侵权行为是否构成针对克拉克、拜欧泽尔公司的不正当竞争

克拉克、拜欧泽尔公司主张的不正当竞争行为包含四种表现形式：第一，擅自使用与拜欧泽尔公司有一定影响的商品包装装潢相似的inne产品包装装潢行为；第二，擅自使用与拜欧泽尔公司有一定影响的“童年时光”商品名称相同或者近似标识的行为；第三，对商品的性能、销售状况、用户评价等作虚假或引人误解的商业宣传、误导消费者的行为；第四，对拜欧泽尔公司恶意投诉的行为。第五，购买CHILDLIFE关键词，使消费者在平台内搜索“childlife”时，被置顶出现童年时光侵权店铺及侵权链接，足以引人误认为其是拜欧泽尔公司的商品或与拜欧泽尔公司有特定联系的行为。本院逐一分析如下：

（一）“有一定影响的商品包装装潢”不正当竞争行为

克拉克、拜欧泽尔公司主张被诉侵权店铺在部分inne产品中使用与其有一定影响的包装装潢相同或者近似的包装装潢，构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一项规定的混淆行为。针对“包装装潢”，双方在本案中所主张的范围不同：克拉克、拜欧泽尔公司主张Childlife产品有一定影响的包装装潢是指“以包装正面最中间‘’ ‘Great Taste’ 徽章图形、配以淡黄色的底色背景等色彩、图案及其排列组合等组成部分在内的整体视觉效果”；陆启东、童年时光公司主张，要将“”商标独立出来，将“Great


Taste”徽章图形、淡黄底色背景视为公共领域的要素。对此，本院认为，商品的包装装潢指由商品包装的外形、图案、色彩、文字、商标品牌等各个要素构成的，可以起到一定识别商品来源作用的艺术整体，具有识别性和整体性。本案中的包装装潢具备多个元素，整体具有对商品来源的识别作用，在此情况下一个单独的“”可能构成商标，却不能构成整体的包装装潢，也不影响其作为包装装潢的组成部分或元素。因此，本院根据在案证据对本案商品包装装潢的范围认定为：由“”作为主要部分、左边标有竖向“CHILDLIFE”文字标识、右下角印有“Great Taste”金色徽章的整体淡黄色视觉效果。


根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第十条规定，在中国境内将有一定影响的标识用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条规定的“使用”。本案中，被诉侵权店铺销售被诉侵权商品时，将“CHILDLIFE”系列商品整体包装装潢用于商品的宣传、展览等商业活动中，用于识别商品来源的行为，构成反不正当竞争法第六条规定的“使用”。

根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一项，《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第十二条规定，与反不正当竞争法第六条规定的“有一定影响的”标识相同或者近似，可以参照商标相同或者近似的判断原则和方法；“引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系”，包括误认为与他人具有商业联合、许可使用、商业冠名、广告代言

等特定联系；在相同商品上使用相同或者视觉上基本无差别的商品名称、包装、装潢等标识，应当视为足以造成与他人有一定影响的标识相混淆。

本院认为，结合双方的诉辩意见，判断被诉侵权行为是否侵犯克拉克、拜欧泽尔公司有一定影响的包装装潢的权益，其关键点在于：1. Childlife系列产品的包装装潢是否有一定影响力；2. 涉案包装是否与原告享有权益的包装近似。具体分析如下：

第一，根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第六条，可以认定为反不正当竞争法第六条规定的“有一定影响的”标识需要具有一定的市场知名度并具有区别商品来源的显著特征的标识；人民法院认定反不正当竞争法第六条规定的标识是否具有一定的市场知名度，应当综合考虑中国境内相关公众的知悉程度，商品销售的时间、区域、数额和对象，宣传的持续时间、程度和地域范围，标识受保护的情况等因素。根据在案证据，Childlife系列商品自2006年进入中国境内，至2013年后在我国儿童营养液、母婴品牌市场上获得一定知名度、诸多好评和荣誉奖项，并且销售时间长、区域较广、销售额较大。在此过程中Childlife系列商品均使用由“”作为主要部分、左边标有竖向“CHILDLIFE”文字标识、右下角印有“Great Taste”金色徽章的整体淡黄色视觉效果。本院认为，经十余年销售至今，Childlife商品的包装装潢在儿童营养剂、母婴品牌等市场具有一定影响力，并可以区分商品的来源。

第二，根据在案证据，被诉侵权的inne产品包装装潢构成为：“圆柱形包装正面最中间为‘’，其右下角有包含‘Great Taste’

字样的徽章图形、配以淡黄色底色背景；包装顶部印有inne字样”。inne产品包装装潢与Childlife系列商品整体背景均为以相同或者相似的淡黄色为基础色，包装正中间显著位置均印有醒目的“☺”，图形的右下角均贴附有包含“Great Taste”字样的徽章图形。Childlife系列商品将“CHIDLIFE”商标竖向印刷于“☺”左侧；被诉侵权行为中“inne”产品将“inne”商标横向印刷于“☺”上端，二者字号、字体均不一致，然而，二者对于商标以及各个标志等元素的使用形式，从构成要素、颜色、布局角度来看差别不大，并且以整体视觉效果作为评价标准，整体的包装装潢的可识别性、可区分性主要在于包装显著位置的“☺”，淡黄底色背景、“Great Taste”徽章图形加强了其显著性，因此，虽然Childlife商品与涉案inne商品商标在整体包装装潢中的位置和使用方式有所区别，但因Childlife商品具有较高知名度，其包装装潢显著性较强，inne商品包装装潢极易引起相关公众混淆误认，本院综合认定inne商品包装装潢与Childlife商品包装装潢构成实质性相似。

综上，被诉侵权店铺销售inne产品时，使用与克拉克、拜欧泽尔公司有一定影响力的包装装潢相似的包装装潢，容易使消费者将inne产品误认为是Childlife商品，或者与该产品存在升级、新包装等特定联系的程度。本院认为，被诉侵权店铺销售带有前述包装装潢的inne产品构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一项规定的不正当竞争行为。

（二）“有一定影响的商品名称童年时光”不正当竞争行为

克拉克、拜欧泽尔公司主张部分inne产品中使用“童年时光”文字，构成擅自使用他人有一定影响的商品名称行为。根据《中华

《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一项、《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第十二条规定，擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，构成不正当竞争行为。

根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第十条规定，在中国境内将有一定影响的标识用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为，人民法院可以认定为反不正当竞争法第六条规定的“使用”。本案中，童年时光公司在销售涉案商品时，将“CHILDLIFE”“童年时光”系列商品有一定影响的整体包装装潢用于商品的宣传、展览等商业活动中，用于识别商品来源的行为，构成反不正当竞争法第六条规定的“使用”。

本院认为，结合双方的诉辩意见，判断被告是否侵犯克拉克、拜欧泽尔公司有一定影响的商品名称权益，其关键点在于：1. “童年时光”是否属于商品名称；2. “童年时光”是否有一定影响力。具体分析如下：

第一，关于“童年时光”商品名称的权益归属问题。首先，从商品名称指示功能的层面来讲，“童年时光”是为了区别于其他商品而使用的特定名称。而从本案查明的事实来看，该名称始终以“CHILDLIFE”的中文译文以及作为拜欧泽尔公司的商品名称对外进行宣传、展示。童年时光公司于2010年4月20日同时申请注册“童年时光”“CHILDLIFE”并非巧合。童年时光公司在合作之初将“童

年时光”作为“CHILDLIFE”的对应中文译文宣传和使用，知道也应知相应后果，理应承担相应法律后果。经近十年使用产生“童年时光”和CHILDLIFE商标的稳定对应关系，使大量消费者能通过对CHILDLIFE商标的识别联想到“童年时光”这一名称，反之，亦能从“童年时光”标识的识别联想到“CHILDLIFE”产品。事实上，童年时光公司未提供任何证据证明“童年时光”商标及其企业字号在其自身商品上单独使用过，并形成知名度和市场份额。由此可见，“童年时光”所标识的产品来源指向拥有“CHILDLIFE”商标的克拉克、拜欧泽尔公司，而非南京童年时光公司；其次，从商品名称价值指向的层面来讲，商品名称具有财产属性，其最核心的价值就在于其代表的特定的质量和信誉，进而影响消费者的选择，从而获得市场竞争优势以及利润。本案中，经过多年对CHILDLIFE产品的销售，使相关公众在看到“童年时光”等名称时，还会联想到“CHILDLIFE”“美国制造”的良好品质，故“童年时光”还承载了特定的品质和商誉，形成了附载在标识上的特有利益，因此“童年时光”商品名称代表的品质、声誉，应当归属于拥有“CHILDLIFE”商标及其产品的克拉克、拜欧泽尔公司；再次，从商品名称利益形成的层面来讲，消费者的认知是其价值实现的桥梁，消费者对商品的认可和评价影响了商品名称的商业价值，因此，判断商品名称经使用产生的利益归属，并非以考察商品名称本身由谁创造为侧重点，更要考量消费者将这一商品名称和何种商品相联系。本案相关消费者对“童年时光”的认知均与“CHILDLIFE”品牌及其产品相联系。因此，童年时光公司主张其是“童年时光”商标的注册权人，并以此否定“童年时光”不能作为有一定影响的商品名称保护的主

张，缺乏事实依据和法律依据，本院不予采纳。

第二，关于“童年时光”是否为有一定影响的商品名称。根据在案证据中商品的销售情况及消费者评论，可见童年时光公司自2013年成为拜欧泽尔公司在中国的总经销商以来，将“童年时光”标识贴附于“CHILDLIFE”商标旁边，用于防伪标志，以示明商品系官方的、正版的。经长期呼叫、多年使用并销售至今，有“童年时光”和“CHILDLIFE”防伪标志的商品获得了较大的知名度。本院认为，“童年时光”标识满足《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第六条规定的“有一定影响的”条件，应认定“童年时光”标识系拜欧泽尔公司有一定影响的商品名称。

本院认为，被诉侵权产品使用“童年时光”标识的行为并非其商标性使用，其在销售inne产品的同时混有对CHILDLIFE产品的销售行为，并统一使用“童年时光”作为产品的介绍，容易加剧消费者对于二者的混淆，使消费者认为inne产品和CHILDLIFE产品是同一款商品，甚至在宣传中标注前者是后者的升级款。在相似包装的商品上使用“童年时光”标识的行为，实质上是利用CHILDLIFE产品商誉帮助销售自己的产品。这一行为若不加以否定，会导致相关公众对两者商品的继续混淆。综合上述分析，本院认为“童年时光”系拜欧泽尔公司有一定影响的商品名称，童年时光公司在与拜欧泽尔公司的经销关系解除后，未经许可使用拜欧泽尔公司有一定影响的商品名称行为，构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第一项规定的不正当竞争行为。

（三）虚假宣传不正当竞争行为

克拉克、拜欧泽尔公司主张被诉侵权店铺在销售inne产品时，有换链接、使用不实宣传用语的行为，构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款规定，对其所述两种行为表现形式，本院逐一分析如下：

第一，关于套链接的行为。根据在案证据，由被诉侵权店铺所销售的链接中，id为44995929235的产品最早的销售时间为7月20日，当日的月销量显示为10000+，总销量1758524，累计评价117574。销售页面显示的月销量为1万以上，按照月销量2万的数据推算，达到累计销量175万以上的销量至少需要87个月时间。然而7月20日取证时间距离童年时光公司与拜欧泽尔公司的经销关系解除仅4个月，若该链接系被诉侵权店铺为销售自己产品新设置的链接，销售页面中显示的175万+的总销量明显不符合实际情况。同时，且公证书中显示评论页面的评论日期最早可以追溯至2020年。本院根据上述证据及被告在庭审中的陈述，认定被诉侵权店铺在销售inne产品的链接时保留了原链接“CHILDLIFE产品”的好评及销量等对于inne产品的不客观、不真实的数据信息。


其次，童年时光公司在销售inne商品时使用“21年不忘初心”“十八年不忘初心”“惠及全球上千万的宝宝”“18年来，童年时光陪伴和见证了全球1200万宝宝的健康成长”“1年卖出200万瓶”“全球800万妈妈口碑鉴证”，以及宣称inne产品使CHILDLIFE的升级款等描述，不符合被告所称研发团队自2003年萌发初心的抗辩。童年时光公司自2010年成立，至2021年3月与拜欧泽尔公司解约之前，其公司存续时间为11年。并且被告作为原告公司的经销商销售CHILDLIFE商品，并无其他证据证明其自2003年萌发初心，本院认


为其宣传用语与其公司及实际销售状况不符。

综上，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款规定：“经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”。被诉侵权店铺在销售inne产品过程中，对商品的销售状况、用户评价等作虚假的商业宣传，并使用虚假或引人误解的广告词，足以达到欺骗、误导消费者的程度，构成《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条规定的不正当竞争行为。

（四）恶意投诉不正当竞争行为

原告在本案中主张被告通过社交平台多次、频繁恶意对原告进行投诉，对原告的销售行为造成干扰和实质性损失，对于投诉行为，童年时光公司认为其是正当行使其注册商标权利。

对此，本院认为，分别核定使用在第5类、第30类商品上的第8223462、8223466号“童年时光”文字商标于2023年3月10日被国家知识产权局裁定宣告无效，以及核定使用在第5类商品上的第10378186号“”商标于2022年9月23日被国家知识产权局裁定宣告无效，现目前均处于行政诉讼状态。而童年时光公司的投诉行为发生在2021年期间，此时的投诉行为是否构成恶意投诉，应从以下几个方面进行分析。

首先，童年时光公司的投诉行为主观上是否具有恶意和过错。虽然童年时光公司在投诉当时持有有效的注册商标，但如前文分析，拜欧泽尔公司享有在先使用的“”的著作权或商业标识权利以及有一定影响的童年时光商品名称权，系正当、合法使用，作为曾经的经销商与合作方，童年时光公司对此明知，原告在原有范围

内继续使用而不构成侵权，但仍执意进行投诉，在主观上存在恶意和过错。其次，童年时光公司实施的相关投诉行为干扰竞争对手的正常经营行为，具有不正当性，也违反了诚实信用原则和公认的商业道德。最后，从结果上看，童年时光公司的投诉行为已经干扰了原告抖音、微信、淘宝等直播平台的正常经营，实质上造成原告竞争性利益的损害。

据此，童年时光公司的涉案投诉行为违反《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条规定，构成恶意投诉不正当竞争行为。

（五）“使用CHILDLIFE关键词”不正当竞争。

原告在本案中主张，被告在天猫国际电商平台购买CHILDLIFE关键词，使消费者在平台内搜索“childlife”时，被置顶出现童年时光侵权店铺及侵权链接；导致原本想购买“Childlife”产品的消费者被错误地引流至侵权店铺，足以引人误认为是拜欧泽尔公司的商品或与拜欧泽尔公司有特定联系，构成不正当竞争。根据在案证据，原告代理人于2021年11月22日在“云集APP”上以“CHILDLIFE”为关键词搜索，置顶产品为“inne”产品；原告代理人于2022年6月2日在淘宝网首页搜索栏搜索“童年时光”，显示置顶店铺为inne母婴海外旗舰店（品牌搜索广告位），搜索“childlife”，显示置顶店铺为inne母婴海外旗舰店（品牌搜索广告位）。对此，本院认为，购买“childlife”“童年时光”购买推广服务的目的是将其作为广告宣传，增加网站点击率，吸引消费者，在本质上属于付费搜索广告。对该行为是否构成侵权，应当考虑以下四个因素，即关键词的使用是否为商标性使用以及作为有一定影响的商品名称使用，商标或商品名称与原告商标或商品名称

是否构成相同或近似，二者的商品/服务是否相同或类似，是否有可能导致消费者混淆。首先，被告购买关键词实际上是利用淘宝网、“云集APP”对其网站上的被告产品进行宣传和推广，其内容具有明显的商业广告性质。被告在上述内容中使用了“childlife”“童年时光”字样，易使相关网络用户将淘宝网站、“云集APP”上的“inne”产品与“childlife”“童年时光”建立特定的联系，认为被告的“inne”产品就是“childlife”“童年时光”，或与其存在某种关联。从以上关键词的实际使用方式和使用效果来看，其已经起到了标识服务来源的功能。因此，虽然未有直接证据显示被告在相关网站或实际服务中使用了“childlife”“童年时光”商标或有一定影响的商品名称，但其在商业广告宣传中使用“childlife”“童年时光”的行为属于我国商标法及反不正当竞争法意义上的商标使用及作为商品名称使用的行为。其次，被告使用的关键词“childlife”“童年时光”商标或商品名称与原告“childlife”商标及“童年时光”有一定影响的商品名称构成相同；被告使用在儿童营养品商品上使用也与原告“childlife”商标及“童年时光”有一定影响的商品名称使用的商品或服务类别相同。最后，鉴于原告“childlife”商标及“童年时光”有一定影响的商品名称在儿童营养品商品上的知名度较高，影响力较大，被告将其作为搜索关键词使用行为，可能导致相关消费者混淆或误认，损害原告商标权利或竞争性利益。因此，被告的上述行为违反《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、第六条第一项规定，构成针对原告的不正当竞争行为。

综上，本院认为，原告主张的被告使用与CHILDLIFE产品相似

包装装潢的行为、使用原告有一定影响的“童年时光”商品名称的行为，构成违反《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第（一）项所规定的商业混淆不正当竞争行为；原告主张的被告通过更换商品链接等方式嫁接CHILDLIFE产品商誉的行为，构成违反《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款规定的虚假宣传不正当竞争行为；对于原告主张的被告恶意投诉、使用CHILDLIFE关键词的行为，构成违反《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条第一款规定的诚实信用原则以及第六条第一项规定的不正当竞争行为。

三、童年时光公司、陆启东、集享公司是否构成侵权及共同侵权

（一）童年时光公司侵权的认定

本案中，虽然被诉侵权网店的直接经营者并非童年时光公司，但作为拜欧泽尔公司CHILDLIFE产品国内总经销商，大部分被诉侵权产品的销售渠道与童年时光公司经销CHILDLIFE产品的渠道相同；防伪扫描验证显示童年时光公司进口的童年时光营养品为品牌正品，童年时光公司授权电商平台销售童年时光产品；结合在香港的关联诉讼案件中，童年时光公司法定代表人郭桂林向香港高等法院披露的被诉侵权店铺经营公司的股东、独立董事和实际控制人均为郭智娟，郭桂林与郭智娟为父女关系，郭智娟与陆启东为夫妻关系，陆启东与陆启峰为兄弟关系，以及郭桂林、陆启峰分别持有南京童年时光生物技术有限公司80%、20%股权，郭桂林任该公司执行董事，陆启峰任该公监事，陆启东任该公司总经理、实际控制人，郭智娟任该公司实际控制人等事实，结合童年时光海外旗舰店（天猫国际）、童年时光海外京东自营旗舰店（京东国际）、绿野仙踪海外

旗舰店（京东国际）、童年时光海外旗舰店（考拉海购）等涉案店铺实际均与童年时光公司存在关联，本院综合认定童年时光公司实施本案原告指控的被诉侵权行为。

（二）陆启东是否构成共同侵权

虽然从童年时光公司与拜欧泽尔公司合作前及整个合作过程看，陆启东从最初童年时光公司尚未成为拜欧泽尔公司一级代理商时起就在巨和公司工作，直接与拜欧泽尔公司全球总代理商直接进行沟通，使巨和公司成为Childlife产品在中国的总经销商，甚至其还在巨和公司任职时就已担任童年时光公司副总经理，且存在其妻子郭智娟任童年时光公司股东等在案事实，但并无证据证明陆启东在童年时光公司与拜欧泽尔公司经销关系破裂后直接或其控制童年时光公司实施了被诉商标侵权及不正当竞争行为，且童年时光公司系具有民事责任能力、能依法独立承担民事责任的民事主体，本案现有证据尚不足以证明陆启东实施了共同侵权行为，不宜认定陆启东在本案侵权行为中与童年时光公司构成共同侵权，对此，克拉克、拜欧泽尔公司应承担举证不能的不利法律后果，故对克拉克、拜欧泽尔公司关于陆启东构成与童年时光公司共同侵权并要求其承担侵权责任的诉讼请求，本院不予支持。

（三）集享公司是否构成共同侵权

集享公司作为网络信息发布平台的服务提供方，其网站商品的相关信息均系会员自行发布，集享公司并未参与。原告证据仅能证明在集享公司运营的云集APP上搜索CHILDLIFE会出现inne、童年时光等字样的产品，并无证据证明此事实的出现系集享公司设置产生。并且，原告无其他证据证明集享公司对其损失的扩大存在其他

过错，根据《中华人民共和国民法典》第一千一百九十五条、第一千一百九十七条规定，原告关于要求集享公司承担连带责任的诉讼请求并无事实依据，本院不予支持。

四、民事责任的承担

童年时光公司侵犯克拉克、拜欧泽尔公司注册商标专用权并构成不正当竞争行为，应当承担停止侵权、赔偿损失等民事责任。同时，童年时光公司的商标侵权及不正当竞争行为客观上确对拜欧泽尔公司的商业信誉、商品声誉造成实质损害，故应承担消除影响的民事责任，故对原告要求童年时光公司在《中国知识产权报》上刊登声明、消除影响的诉讼请求，本院予以支持。鉴于集享公司已删除拜欧泽尔公司指控的涉诉产品销售链接，且克拉克、拜欧泽尔公司并无证据证明集享公司尚存其他帮助侵权行为，故对其克拉克、拜欧泽尔公司要求集享公司立即停止帮助侵权行为的诉讼请求，本院不予支持。同时，克拉克、拜欧泽尔公司已撤回要求集享公司承担共同赔偿责任的诉讼请求，因该项请求不违反法律规定，本院予以准许。

关于赔偿损失。《中华人民共和国商标法》第六十三条第一至第三款规定：“侵犯商标专用权的赔偿数额，按照权利人因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以确定的，可以按照侵权人因侵权所获得的利益确定；权利人的损失或者侵权人获得的利益难以确定的，参照该商标许可使用费的倍数合理确定。对恶意侵犯商标专用权，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。赔偿数额应当包括权利人为制止侵权行为所支付的合理开支。人民法院为确定赔偿数额，在权利人已经尽力举证，而与侵权行为相关的账簿、资料主要由侵权人掌握的情况下，

可以责令侵权人提供与侵权行为相关的账簿、资料；侵权人不提供或者提供虚假的账簿、资料的，人民法院可以参考权利人的主张和提供的证据判定赔偿数额。权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益、注册商标许可使用费难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予五百万元以下的赔偿”。《中华人民共和国反不正当竞争法》第十七条第一、三、四款规定：“经营者违反本法规定，给他人造成损害的，应当依法承担民事责任。因不正当竞争行为受到损害的经营者的赔偿数额，按照其因被侵权所受到的实际损失确定；实际损失难以计算的，按照侵权人因侵权所获得的利益确定。经营者恶意实施侵犯商业秘密行为，情节严重的，可以在按照上述方法确定数额的一倍以上五倍以下确定赔偿数额。赔偿数额还应当包括经营者为制止侵权行为所支付的合理开支。经营者违反本法第六条、第九条规定，权利人因被侵权所受到的实际损失、侵权人因侵权所获得的利益难以确定的，由人民法院根据侵权行为的情节判决给予权利人五百万元以下的赔偿”。

本案中，克拉克、拜欧泽尔公司主张适用惩罚性赔偿并在庭审中陈述，以童年时光公司作为原告在另案中主张按照41%利润率，计算童年时光公司在本案中的获利。

关于是否应当对童年时光公司适用惩罚性赔偿。本院认为，惩罚性赔偿的适用取决于被告童年时光公司在实施本案侵权行为时主观上是否具有故意及客观上是否属于情节严重。（1）关于主观故意的认定。《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事案件适用惩罚性赔偿的解释》第三条第一款规定，对于侵害知识产权的故意的认定，人民法院应当综合考虑被侵害知识产权客体类型、权利状

态和相关产品知名度、被告与原告或者利害关系人之间的关系等因素。本案中，根据原告“CHILDLIFE”商标及有一定影响的“童年时光”商品名称、带有“☪”的商品包装装潢知名度及美誉度高，结合被告童年时光公司作为拜欧泽尔公司曾经的国内总经销商，其明知原告享有以上权利，仍执意通过在“CHILDLIFE”商标及有一定影响的“童年时光”商品名称、带有“☪”的商品包装装潢中进行使用，并存在虚假宣传、恶意投诉及不当使用关键词等不正当竞争行为，攀附原告“CHILDLIFE”商标及有一定影响的“童年时光”商品名称、带有“☪”的商品包装装潢知名度及商誉，综合上述因素足以认定童年时光公司具有侵权故意。（2）关于情节严重的认定。本案中，首先，经统计，童年时光公司被诉侵权产品的销售金额达3亿余元（天猫国际“童年时光海外旗舰店”2.0047亿余元+京东国际“童年时光海外旗舰店”2336万余元+天猫供销579万余元+京东国际“童年时光海外京东自营旗舰店”5803万余元+拼多多“童年时光海外旗舰店”27万余元+天猫国际“阿里健康大药房”1166万余元+考拉海购“童年时光海外旗舰店”210万余元+小红书“童年时光海外旗舰店”销售金额未显示），可以认定为侵权销售金额巨大，获利巨大；其次，童年时光公司在2021年8月至至今通过网络销售侵权产品，其侵权行为所涉及的地域范围较广，持续时间较长，侵权表现方式较多；最后，童年时光公司在原告起诉后仍然继续实施侵权行为。因此，结合上述因素，童年时光公司实施的侵权行为构成情节严重。

关于对童年时光公司适用惩罚性赔偿倍数的确定。原告在庭审中主张被告销售金额达5.3亿余元并以其在另案中作为原告时主张

的利润率41%计算被告获利达2亿余元，适用惩罚性赔偿并最终确定金额为5000万元。对此，本院认为，综合考虑童年时光公司在本案中的主观过错程度和客观侵权情节，尤其是其侵权行为至今仍在持续，本院酌情确定对被告童年时光公司适用惩罚性赔偿的倍数为1倍，根据经统计被诉侵权产品销售金额3亿元，酌情确定被诉侵权产品利润率为20%，计算本案的惩罚性赔偿金额为3亿元*20%*(1+1)=1.2亿元。鉴于该金额已远高于原告诉讼请求主张的赔偿经济损失50000000元（含维权合理开支），同时考虑原告为本案已支付的维权合理开支，故全额支持原告关于赔偿经济损失50000000元（含维权合理开支800000元）的诉讼请求。对童年时光公司抗辩所称相关链接中亦存在销售“Childlife”产品销售金额，但因其未提供证据证明，故对该抗辩，本院不予采纳。

综上，依照《中华人民共和国民法典》第一百一十条第二款、第一百七十九条、第九百九十五条、第一千条，《中华人民共和国商标法》第三条第一款、第四十八条、第五十七条、第六十三条，《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、第六条、第八条，《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、第十七条，《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国反不正当竞争法〉若干问题的解释》第四条、第十条、第十二条、第十六条，《最高人民法院关于审理侵害知识产权民事案件适用惩罚性赔偿的解释》第一条、第三条、第四条、第六条第一款，《中华人民共和国民事诉讼法》第六十七条第一款和《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第九十条规定，判决如下：

一、南京童年时光生物技术有限公司立即停止侵害默里·西·克

拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）第22114129号“CHILDLIFE”注册商标专用权的行为；

二、南京童年时光生物技术有限公司立即停止针对默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）的不正当竞争行为；

三、南京童年时光生物技术有限公司于本判决生效之日起十日内在《中国知识产权报》非中缝位置刊登声明，就其侵权行为为默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）消除影响（声明内容需经本院审核，逾期未履行，本院将选择媒体择要刊登本判决内容，相应费用由南京童年时光生物技术有限公司承担）；

四、南京童年时光生物技术有限公司于本判决生效之日起十日内赔偿默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）经济损失人民币50000000元；

五、驳回默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）的其他诉讼请求。

六、驳回微米电子商务（上海）有限公司的全部诉讼请求。

如果未按本判决指定的期间履行给付金钱义务，应当依照《中华人民共和国民事诉讼法》第二百六十条之规定，加倍支付迟延履行期间的债务利息。

案件受理费人民币292800元，诉讼财产保全申请费人民币5000元，合计人民币297800元，由被告南京童年时光生物技术有限公司负担。

原告默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔

有限公司（BIOZEAL, LLC）于本判决书生效之日起三十日内向本院申请退费；微米电子商务（上海）有限公司于本判决书生效之日起十五日内向本院申请退费；被告南京童年时光生物技术有限公司于本判决书生效之日起七日内，向本院交纳应负担的案件受理费。

如不服本判决，原告默里·西·克拉克（CLARKE, MURRAY COLIN）、拜欧泽尔有限公司（BIOZEAL, LLC）可在判决书送达之日起三十日内，原告微米电子商务（上海）有限公司，被告陆启东、南京童年时光生物技术有限公司、浙江集享电子商务有限公司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，上诉于浙江省高级人民法院，并向浙江省高级人民法院指定账号预交上诉案件受理费。对财产案件提起上诉的，案件受理费按照不服一审判决部分的上诉请求预交。在收到《上诉费用交纳通知书》次日起七日内仍未交纳的，按自动撤回上诉处理。浙江省高级人民法院户名、开户行、指定账号详见《上诉费用交纳通知书》。

审 判 长 吕 后 旺
审 判 员 梁 琨
审 判 员 高 海 忠



本件与原本核对无异

书 记 员 唐 媛 媛