

国家知识产权局

关于第8223462号“童年时光”商标 无效宣告请求裁定书

商评字[2023]第0000068004号

申请人：默里·西·克拉克

委托代理人：贝克麦坚时知识产权代理（北京）有限公司

被申请人：南京[]生物技术有限公司

委托代理人：北京市海问律师事务所

申请人于2021年03月24日对第8223462号“童年时光”商标（以下称争议商标）提出无效宣告请求，我局予以受理，现已审理终结。

申请人的主要理由：一、申请人“CHILDLIFE”、“童年时光”/“红心图形”商标/品牌/美术作品经过申请人长期使用、宣传和推广，早在争议商标申请日之前就已经具有较高的知名度和影响力。“CHILDLIFE”、“童年时光”/“红心图形”商标通常一同使用，已在消费者中形成一一对应关系。二、争议商标是对申请人在先使用并有一定影响的“童年时光”商标的恶意抢注，损害申请人的在先权利。三、早在争议商标申请日以前，被申请人公司的董事、副总裁[]同申请人就存在业务往来而明知申请人商标存在。之后，被申请人成为申请人“CHILDLIFE”品牌商品在中国大陆部分地区的二级经销商以及代理商，与被申请人之间存在委托代理关系，且被申请人完全能接触到申请人的“CHILDLIFE”系列商标。被申请人经授权销售

“CHILDLIFE”系列儿童营养补充剂产品，并同时使用“CHILDLIFE”和“童年时光”指代申请人儿童营养补充剂产品，而其未经授权便以自己名义在相同或类似商品上申请注册与申请人近似的商标，已违反《商标法》第十五条第一款的规定。四、作为申请人的代理商，被申请人未经申请人授权“大规模”抢注申请人“CHILDLIFE”/“童年时光”/“红心图形”商标/美术作品、抢注申请人“CHILDLIFE”域名。除本案争议商标外，被申请人还明显抄袭他人营养补充剂品牌，其恶意显著，且有在先案例认定被申请人的行为已构成《商标法》第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”之规定。五、被申请人在“明知”的情形下申请注册与“CHILDLIFE”商标含义完全相同、指向同一事物的争议商标，在主观上存在“搭便车”的恶意，意图搭借申请人的良好声誉谋求不正当利益。争议商标带有欺骗性，容易使公众对商品来源、质量等特点或者产地发生混淆误认，有违诚实信用原则。综上，依据《商标法》第七条、第十条第一款第（七）项、第十五条第一款、第三十条、第三十二条、第四十四条第一款、第四十五条第一款等规定，申请人请求对争议商标予以无效宣告。

申请人提交了以下主要证据（光盘及复印件）：1、“CHILDLIFE”品牌商品获得奖项、认证的情况；2、申请人携 Childlife 公司在中国大陆及香港特别行政区参加展会的照片；3、申请人商标注册信息；4、申请人 childlife.net 域名的WHOIS 信息查询页；5、申请人在美国的知识产权权属证明；6、作品登记证书；7、国家图书馆出具的“CHILDLIFE”相关检索报告；8、有关“CHILDLIFE”系列商标及字号报道、介绍及推广的公证书；9、有关天猫国际“童年时光海外旗舰店”和京东国际“童年时光京东自营海外旗舰店”的公证书；10、各大互联网平台、微博、微信公众号对“CHILDLIFE”品牌商品宣传销售的公证书；11、[REDACTED]于2009年8月25

日、2011年8月28日向ChildLife公司发送的电子邮件打印件及翻译；12、被申请人国家企业信用信息公示报告；13、江苏巨和实业有限公司于2011年8月15日出具的证明复印件，证明被申请人为申请人“CHILDLIFE”系列营养产品在江浙沪皖地区的代理；14、ChildLife公司与被申请人于2013年和2018年签订的经销协议复印件及翻译件；15、ChildLife公司于2021年3月23日发送的《关于：终止<经销协议>的通知书》打印件；16、有关被申请人恶意宣传“童年时光”/“CHILDLIFE”品牌商品导致消费者误认的公证书；17、被申请人商标列表；18、相关裁定书、判决书；19、其他相关证据。

被申请人答辩的主要理由：一、争议商标申请日前，“CHILDLIFE”/“童年时光”/“红心图形”商标并不具有任何对应关系，“赛儿乐”系“CHILDLIFE”产品的中文商标。二、在争议商标申请日前，“童年时光”并非申请人所谓的、归其所有的“在先使用并有一定影响的商标”。同时，申请人诉请的五年除斥期间已过，该无效理由依法应予以驳回。三、申请人对争议商标的注册已出具书面文件表示认可，被申请人注册争议商标不构成“代理人抢注”。四、被申请人申请注册争议商标不构成“以不正当手段取得注册”。五、争议商标本身不具有任何欺骗性，其注册申请亦不违反诚实信用原则。六、若干法院已在判决中认可争议商标的有效性与被申请人的商标权利人的地位。七、申请人知晓被申请人创立及使用“童年时光”品牌和“童年时光”、“红心图形”等系列商标的情况，以实际行动表达默示认可，更以书面表达认可。申请人系恶意提起无效宣告申请。综上，被申请人请求对争议商标予以维持。

被申请人提交了以下主要证据（光盘）：1、申请人于2017年5月2日出具的书面确认声明；2、相关判决书、调解书；3、申请人团队熟知中文的相关证据；4、申请人向江苏巨和公司发送的中止协议通知；5、申请人“赛儿

乐”相关使用证据、媒体报道、网络文章；6、申请人与[]之间的邮件往来；7、2012年9月28日申请人声明文件；8、2016年3月12日Expo West年展会申请人口述“童年时光”的视频；9、2019年12月9日申请人前往被申请人南京办公室录制的英文宣传视频；10、申请人签字的2020年2月澳门市场“童年时光”中文标签文件；11、被申请人与申请人针对产品问题的往来邮件；12、2021年6月22日申请人律师函；13、其他相关证据。

针对被申请人的答辩意见，申请人在坚持前述无效宣告理由的基础上，认为被申请人的答辩理由均不能成立，其提交的证据亦不能佐证其主张。

申请人在质证程序中向我局提交了以下主要证据（复印件，顺序接申请人在申请书中提交的证据）：20、被申请人的关联公司提交的关系图；21、[]发送的邮件及附件；22、申请人维权资料；23、《2017年声明函》及其翻译。

申请人逾期向我局提交了以下主要证据（复印件/光盘，顺序接申请人在质证意见中提交的证据）：24、[]于2011年8月28日向CHILDLIFE公司发送的电子邮件及其翻译；25、在先行政决定书；26、被申请人抄袭申请人商标信息；27、美国地区法院加利福尼亚中区批准申请人临时禁令申请的命令打印件以及相关翻译；28、互联网档案馆网站存档的childlife.cn 2012-2019年期间网站内容；29、2021年3月24日取证的childlife.cn网站内容(2021)京方圆内经证字第04707号公证书；30、(2021)浙杭东证字第12599号公证书-微信小程序“童年时光官方”+“绿野仙踪官方旗舰店”取证；31、(2021)浙杭东证字第12598号公证书-微信公众号“童年时光”取证；32、(2021)浙杭东证字第12600号公证书-微信公众号“绿野仙踪护全家健康”取证；33、(2021)浙杭东证字第12601号新浪微博“童年时光”取证；34、(2021)浙杭东证字第14850号公证书-天猫供销平台自然故事公司取证；35、（2021）苏宁

钟山证字第17725号至17740号共16份公证书-百度贴吧、百度知道、今日头条、新浪博客等网络有关“童年时光”保全证据；36、香港高等法院禁令理由书及翻译件；37、2009年8月25日到2012年10月15日[]与GDS集团（CHILDLIFE公司的全球总代理）往来邮件及相应公证书；38、2017年2月28日到2017年5月9日陆启东与GDS集团（CHILDLIFE公司的全球总代理）往来邮件及相应公证书；39、关于美国Childlife公司《证明》的英文版本及其汉译问题的证言、余素青对《证明》英文版本做的专家汉译版本、以及参考附件；40、中国政法大学张法连教授出具的《关于“童年时光”和“ChildLife”之对应关系及2017年《证明Certification》解读的专家意见；41、Jarrow Formulas. Inc.因被申请人实际控制人严重违反经销协议向其致函及相应公证购买公证件；42、2021年8月20日取证的南京[]运营的childlife.cn网站内容电子存证；43、2021年10月20日取证的南京[]运营的www.inne.com.cn网站内容及域名注册人查询信息电子存证；44、2021年11月03日取证的南京[]运营的www.inne.com.cn网站Whois信息查询电子存证；45、2021年8月10日“CHILDLIFE童年时光”店铺销售界面电子存证（考拉海购）；46、2021年8月7日童年时光海外旗舰店销售界面电子存证（京东国际）；47、童年时光海外旗舰店取证（天猫国际）【(2021)浙杭东证字第9824 9825号公证书】；48、童年时光海外旗舰店取证（天猫国际）【(2021)浙杭东证字第11447 11448号】；49、2021年9月16日天猫供销平台nature's story company limited的店铺电子存证；50、绿野仙踪海外旗舰店取证（原店名：童年时光海外旗舰店）（京东国际）【(2021)浙杭东证字第14588 14592号公证书】；51、2021年10月15日童年时光海外旗舰店网页电子存证（京东国际）；52、消费者混淆相关证据（小红书）【(2021)苏宁钟山证字第 17830 号】；53、消费者混淆相关证据（微博）【(2021)苏宁钟山证

字第 17741号】；54、杭州互联网公证处电子存证-天猫国际-童年时光海外旗舰店-inne红心包装商品、inne小金条钙镁锌上架网页截屏；55、南京绿野仙踪生物科技有限公司工商登记信息。

被申请人逾期向我局提交了以下答辩理由：一、“CHILDLIFE”和“童年时光”不存在任何固有翻译对应关系。申请人有关“CHILDLIFE”/“童年时光”/“红心图形”通常一同使用，已在消费者中形成一一对应关系的主张无法律和事实依据。二、争议商标注册和使用自始至终善意、合法。三、已有在先裁定认定“儿童时光”与“CHILDLIFE”不构成近似，因此争议商标与申请人“CHILDLIFE”商标并存使用不会造成相关公众的混淆误认。四、基于案情复杂疑难、证据繁多、关联诉讼程序多件等情况，被申请人请求口头审理本案。

被申请人逾期向我局提交了以下主要证据（复印件/光盘，顺序接被申请人在答辩书中提交的证据）：14、陈国华教授《关于CHILDLIFE公司证明函英文版本的含义及“童年时光”和“Childlife”之间是否存在翻译对应关系的证言》；15、吴汉东等教授《关于“童年时光”和“红心图形”商标纠纷的专家论证意见》；16、在先行政决定书；17、申请人国际注册880154“CHILDLIFE”商标的商标档案可信时间戳文件；18、被申请人与申请人关于第30类“CHILDLIFE”商标的沟通邮件的时间戳取证及翻译件；19、江苏巨和注册的“赛儿乐”商标的可信时间戳文件；20、被申请人与美国公司FOOD SCIENCE CORPORATION洽谈合作事宜的邮件的时间戳取证及翻译件；21、被申请人益生菌产品实物照片、佛蒙特州达芬奇实验室开具的发票、MAGNOLIA贸易有限责任公司运单及翻译件；22、2011至2019年被申请人参与展会的邀请函以及与参展商沟通合作的邮件的时间戳取证及翻译件；23、被申请人与美国品牌Nature’s Way洽谈合作事宜的邮件及PPT的时

间戳取证及翻译件；24、被申请人与Pure Baby等品牌洽谈合作事宜的邮件的时间戳取证及翻译件；25、童年时光向NEC公司订购活性酶产品的订单、付款记录、运单及翻译件；26、童年时光天猫Carlson、Erbavita店铺历史订单及交易记录的时间戳取证文件；27、2012年3月1日起施行的《进出口食品安全管理办法》的可信时间戳取证；28、2013年被申请人与BIOZEAL,LLC（Childlife公司）签订的经销协议及翻译件；29、2017年2月28日被申请人与GDS集团（CHILDLIFE公司的全球总代理）沟通邮件（含附件）及对应翻译；30、2017年5月1日-2017年5月9日被申请人与申请人及GDS集团（CHILDLIFE公司的全球总代理）之间的多份沟通邮件及对应翻译；31、陈国华教授关于余素青教授证言所涉问题的进一步证言；32、2018年被申请人与BIOZEAL,LLC（Childlife公司）签订的经销协议及翻译件；33、童年时光品牌获奖情况及相关奖牌图片；34、2017-2020年童年时光品牌天猫站内推广活动（聚划算、钻展、天猫互动活动、品销宝等）相关发票文件的可信时间戳文件；35、童年时光品牌参加的2015-2019天猫平台宣传推广活动（双12大促、618大促、年终盛典、新年礼活动、狂暑季等）；36、童年时光品牌在天猫平台2018-2020年品牌排行页面的可信时间戳文件；37、童年时光品牌部分宣传推广合同及发票的可信时间戳文件；38、发票的税务局官网验证信息；39、南京绿野仙踪生物科技有限公司工商信息及可信时间戳文件；40、OEM协议及翻译件；41、2021年3月23日BIOZEAL,LLC（Childlife公司）委托律师向被申请人发送的终止经销协议通知书；42、被申请人委托律师向BIOZEAL,LLC（Childlife公司）发送的回函；43、申请人在中国大陆申请商标情况列表；44、被申请人注册商标无效宣告和异议答辩通知书；45、申请人在其他国家和地区申请注册“童年时光”商标的可信时间戳文件及翻译件；46、（2021）京长安内经证字第31514号公证书-益天中国网站的保全

证据；47、（2021）京长安内经证字第31516号公证书-微信“寰域卓越”公众号保全证据；48、益天官方网站的ICP备案查询结果的可信时间戳认证；49、益天官网的微信公众号页面时间戳认证证书；50、BIOZEAL,LLC（Childlife公司）与益天（中国）有限公司签订的经销协议；51、益天（中国）有限公司与微米电子商务（上海）有限公司签订的电商平台及分销渠道代运营服务协议；52、申请人向香港高等法院起诉被申请人的诉状及翻译件；53、相关诉讼受理通知书、诉讼须知、传票等；54、相关行政决定书；55、吴汉东等教授《关于“童年时光”和“红心图形”商标纠纷的专家论证意见》；56、王利明等教授《关于南京市童年时光生物技术有限公司与Childlife公司间相关合同法律问题的专家论证意见》。

我局将申请人提交的上述质证证据材料及逾期提交的证据材料向被申请人发送证据再交换通知书，被申请人在规定期限内提交的意见为：被申请人对申请人部分证据的真实性、合法性不予认可，对其全部证据的关联性及其证明目的不予认可。被申请人其他意见与答辩理由基本一致。

我局将被申请人逾期提交的证据材料向申请人发送证据交换通知书，申请人在规定期限内提交的意见为：申请人对被申请人部分证据的真实性、合法性不予认可，对其全部证据的关联性及其证明目的不予认可。申请人其他意见与无效宣告申请书理由、质证意见基本一致。

申请人于2022年11月7日向我局提交了以下证据（复印件）：关于第10378186号图形(指定颜色)商标无效宣告请求裁定书。申请人向我局提交的补充意见与其无效宣告申请书理由、质证意见基本一致，在此不予赘述。

本案及第42161234号“童年时光”商标、第8223466号“童年时光”商标、第14981534号“童年时光”商标、第13766858号“童年时光”商标、第14015252号“儿童时光”商标、第14015237号“儿童时光”商标、第

8223476号“CHILDLIFE”商标无效宣告案件双方当事人相同、案情及证据基本相同，我局对上述案件合并审理。为了进一步查明相关案件事实，我局依据《中华人民共和国商标法实施条例》第六十条、《商标评审案件口头审理办法》第二条的规定，于2023年1月10日对上述案件合并进行了口头审理。申请人和被申请人均到场参加了口头审理。

口审后，被申请人提出书面申请，恳请我局向江苏巨和公司核实下述邮件的真实性，查明██████在最早于2009年联系申请人磋商合作系其正常职务行为等相关事实。被申请人补充提交了以下证据（复印件）：2010年1月巨和公司与申请人全球总经销GDS集团（CHILDLIFE公司的全球总代理）约见会面的邮件、2010年-2011年巨和公司有关CHILDLIFE业务的内部邮件。

口审后，申请人逾期提交了以下主要证据（光盘，顺序接申请人之前提交的证据）：56、中国澳门特别行政区政府经济及科技发展局针对被申请人N/185281至N/185289号“宜童乐”、“宜童年”、“宜童时光”商标《核准商标注册申请（声明异议理由不成立）》以及针对被申请人N/185816至N/185821号“童年时代”、“童年时光”商标的《商标注册申请之申明异议理由成立》的批示打印件以及相关中英文翻译；57、余素青教授的证人证言（申请人已于2022年9月26日提交）和朗文当代高级英语词典对于“LIFE”一词释义页面打印件。

经审理查明：

1、争议商标由本案被申请人于2010年4月20日在第5类维生素制剂等商品上提出注册申请，经核准，注册公告刊登于2011年4月28日的第1261期《商标公告》，经续展，争议商标的专用权止于2031年4月27日。

2、关于申请人对“（红心）图形”享有著作权的情况：申请人提交的证据5申请人在美国的知识产权权属证明，可以证明申请人于1996年3月20日

经受让取得由武井浩志创作的“（红心）图形”作品。口审中，申请人主张在南京中院侵害著作权一案中，被申请人对著作权转让合同、原始设计底稿已核实过原件，该诉讼案件尚处于一审程序中。被申请人对已核实过相关著作权证据原件的事宜未提出异议。

3、关于申请人“CHILDLIFE”和“（红心）图形”标识在先使用的情况：申请人提交的证据2申请人携 Childlife 公司在中国大陆及香港特别行政区参加展会的照片，可以证明申请人最早于2004年在中国香港参展，展示了标有“CHILDLIFE”和“（红心）图形”标识的产品。申请人提交的证据36香港高等法院禁令理由书及翻译件第65段表明，2005年，申请人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产品的营销中亦广泛使用了心形图案。申请人提交的证据2和证据7中的中国经营报报道的保健节的“洋品牌”商机，可以证明申请人于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”和“（红心）图形”标识的产品。

4、关于申请人“CHILDLIFE”商标申请注册的情况：申请人提交的证据5申请人在美国的知识产权权属证明，可以证明申请人于1999年12月7日在美国申请注册了第2299035号“CHILDLIFE”商标。申请人提交的证据3申请人商标注册信息，可以证明申请人在第5类商品上的国际注册第880154号“CHILDLIFE”商标于2006年2月6日在中国获得领土延伸保护。

5、关于被申请人的股东及变化情况：申请人提交的证据12被申请人国家企业信用信息公示报告，可以证明被申请人南京[]生物技术有限公司成立于2010年3月26日，现法定代表人为[]。2014年5月21日，股东[]退出，新增股东[]。现[]持股80%，[]持股20%。申请人提交的证据20被申请人的关联公司提交的关系图显示[]与[]系夫妻

关系，[]与[]系父女关系，[]与[]系兄弟关系。

6、关于双方当事人经销关系的磋商情况：申请人提交的证据11可证明，2009年8月25日，[]以汇鸿国际集团营销经理的身份向ChildLife公司发送的电子邮件打印件及翻译中明确提及“我们选择并且从澳大利亚和美国进口领先的儿童用品，然后分销给连锁药店、超市等。……我们对你们的Childlife产品感兴趣……请告知你们对于中国的营销计划和政策，以及向中国供货的可能性。”

申请人提交的证据37可证明，2010年1-4月，[]及江苏巨和与申请人展开多轮沟通，并于2010年2月敲定经销事宜。

申请人提交的证据37可证明，2010年7月30日，从[]准备的授权书可以看出，至迟至2010年7月30日，被申请人已经成为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。

申请人提交的证据11可证明，2011年8月28日，[]向Childlife公司发送的电子邮件打印件及翻译中提及“从9月份开始，我将离开江苏巨和实业有限公司，到南京[]生物技术有限公司工作。南京[]生物技术有限公司是ChildLife的主要经销商。……2009年，这个团队希望成为Childlife的中国经销商，因为我的妻子是南京[]生物技术有限公司的一员。……现在来自GDS的99%的Childlife产品由南京[]生物技术有限公司分销。”

被申请人提交的证据4可证明，2012年6月1日，江苏巨和与GDS（ChildLife公司的全球总代理）的《独家经销协议》终止。

申请人提交的证据37可证明，2012年被申请人与GDS（ChildLife公司的全球总代理）签订了经销协议，成为了申请人中国大陆地区的独家经销商。

口审中，对于被申请人与申请人合作的原因，被申请人主张系江苏巨和

之前和美方合作有选择，与多个美国经销商磋商，无论是选择申请人还是其他美国生产商，都是因为在未来在中国有发展前景，是商业远见。所谓远见的依据系在美国有产品销售，质量还可以。

7、关于双方当事人经销协议中涉及知识产权、协议效力等的约定：申请人提交的证据14ChildLife公司与被申请人于2013年和2018年签订的经销协议复印件及翻译件，可以证明BIOZEAL,LLC（经营商号Childlife）分别于2013年2月1日和2018年1月1日与被申请人签订经销协议，上述协议中均提及“知识产权应当包括但不限于用于以及涉及产品广告、宣传、销售和分销的公司所有商标、商号、文字、设计、著作权、标记、标志、口号和图例说明，以及其各种申请和注册，包括英文版本和其任何翻译、或者前述各项的采用英语之外语言的其他版本。”“本协议期限届满或终止后，经销商应当将这样取得的所有该等许可和注册的一切权利和所有权转让给CHILDLIFE（或其指定的人）。进行这种转让之后，经销商将不再对该等许可和注册享有权利或利益，CHILDLIFE将成为该等许可和注册的排他所有者，经销商对该等许可和注册不享有任何及所有请求权”。关于协议条款的约定和变更：第VIII(A)条中明确约定，本协议取代所有先前和同期达成的与本协议所包含的任何和所有事项相关的口头、书面或其它形式的协议和沟通，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的任何条款。本协议仅可通过明确为此目的的书面说明并由本协议各方签署的方式进行修改或补充。此外，2018年经销协议进一步约定，未经申请人同意，被申请人不得注册任何商标标识：第V.(c)“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。”

8、口审中，申请人主张“童年时光”商标长期以来仅使用在ChildLife

品牌产品上，均是被申请人在代理其ChildLife品牌产品（包括2010年7月左右开始作为二级经销商）期间，对产品的销售、推广过程中的使用。被申请人作为ChildLife品牌代理人的使用行为可以视为申请人的使用行为。

9、关于“CHILDLIFE”、“童年时光”标识共同使用的情况：由申请人提交的在案证据7-10可知，自2006年起申请人的“CHILDLIFE”商标在中国大陆地区经报刊、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。申请人通过《新快报》、《中国新闻社》、《信息时报》、《武汉晨报》等报刊，百度百科、360百科、新浪博客、中国婴童网等各大互联网网站，天猫国际“童年时光海外旗舰店”、京东国际“童年时光京东自营海外旗舰店”、考拉海购童年时光海外旗舰店等网购平台以及被申请人官方微博、微信公众号等途径进行宣传推广，市场销售中多将“CHILDLIFE”、“童年时光”、与“红心图形”一并使用，上述商标已形成对应关系。此外，申请人提交的证据16显示，被申请人明确介绍“2000年，童年时光在美国洛杉矶成立”、“2002-2009年美国童年时光与美国高端大型商超开展合作”、“童年时光创始人：莫里·克拉克”。申请人提交的证据33显示，被申请人在官方微博中多次明确对消费者解释其身份“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”。被申请人在口审中对此表示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，被申请人必须将童年时光和CHILDLIFE一起使用，但这种经营行为属于市场故事，是对产品物理来源的说明，让消费者认为产品是好的，是美国生产的进口产品，模糊指向生产商和渠道商，不是虚假宣传，不存在故意欺骗消费者。同时，被申请人认为“童年时光”与“CHILDLIFE”基于合作存在对应关系，但未形成一一对应关系。双方商标是合用关系，产生的商誉有弱联结，但仍然可分。

10、由申请人提交的证据31、42-54可以证明被申请人与申请人在2021年3月23日终止<经销协议>后，被申请人通过童年时光产品升级声明，将童年时光、inne和（红心）图形一起使用等方式宣传推广，导致消费者产生混淆误认。

11、被申请人主张“申请人知晓被申请人创立及使用“童年时光”品牌和“童年时光”、“红心图形”等系列商标的情况，以实际行动表达默示认可，更以书面表达认可”，并且被申请人提交了证据1申请人于2017年5月2日出具的书面确认声明和证据10申请人签字的2020年2月澳门市场“童年时光”中文标签文件，但被申请人提交的在案证据仅能证明申请人授权被申请人进行打击侵权仿冒活动以及在CHILDLIFE产品上加贴“童年时光”中文标签，不能证明申请人授权被申请人申请注册“CHILDLIFE”、“童年时光”、“红心图形”系列商标。

被申请人主张的申请人“ChildLife”英文商标和被申请人“童年时光”中文商标双品牌使用，申请人认为所谓双品牌使用应需经申请人同意，否则属于侵权行为，且若商标权是被申请人的，则不需申请人授权。

被申请人主张若干法院已在判决中认可争议商标的有效性及其被申请人的商标权利人的地位，但其提交的证据2相关判决书、调解书仅能证明被申请人对其已注册的商标进行维权，不能证明“CHILDLIFE”、“童年时光”/“红心图形”商标系由被申请人独创，其产品源自被申请人。

被申请人虽主张“赛儿乐”系“CHILDLIFE”产品的中文商标，但其提交的证据5“赛儿乐”相关使用证据、媒体报道、网络文章不能证明“赛儿乐”与“CHILDLIFE”经使用已形成对应关系。且在第5类商品上的第9578602号“赛儿乐”商标早在2011年12月就被驳回注册申请，加之，由被申请人提交的证据4可知，2012年6月江苏巨和与GDS（ChildLife公司的全球

总代理)的《独家经销协议》终止。该商标仅被江苏巨和短暂使用过,但时间和地域范围均非常有限。此外, █████ 2011年8月28日邮件自述99%的ChildLife产品由被申请人经销,在被申请人不使用“赛儿乐”的情况下,市场上其他主体对“赛儿乐”的使用不能证明“赛儿乐”与“CHILDLIFE”已形成对应关系。

12、被申请人最早于2010年4月20日在第30类商品上申请注册的第8223476号“CHILDLIFE”商标已被核准注销,针对该商标,被申请人人口审中主张其尊重申请人对“CHILDLIFE”商标的权利,系为防止他人抢注、打击走私以及假冒而申请注册,该商标系在先防御性善意注册。被申请人承认申请人没有明示允许被申请人申请注册“CHILDLIFE”商标,但“CHILDLIFE”商标注册后被申请人已于2012年1月明确告知申请人的代表,被申请人是善意注册。2021年3月中止协议以后,申请人和被申请人达成CHILDLIFE.COM.CN、CHILDLIFE.CN域名诉讼和解,转让了上述域名。被申请人主动提出将CHILDLIFE商标转让给申请人,但前提是申请人承认当时告知的邮件,并不能再用恶意指控被申请人。而申请人坚持被申请人恶意抢注,被申请人因申请人没有善意合作态度,故对CHILDLIFE商标进行了注销。

被申请人最早于2010年4月20日分别在第5类、第30类商品上申请注册了第8223462号、第8223466号“童年时光”商标,被申请人主张其创意来源系文学艺术领域在先作品名称、字典中的美好含义及其他新闻报道中所出现的“童年时光”。

被申请人最早于2014年2月12日在第5类商品、第35类服务上申请注册了第14015237号、第14015252号“儿童时光”商标,被申请人主张“儿童时光”商标是对在先“童年时光”商标的防御性注册。

被申请人最早于2012年1月4日在第5类商品上申请注册了第10378186号“（红心）图形”商标，被申请人主张该商标的申请注册是为了防止平行进口，假冒对经销造成危害，避免侵权风险。该商标已被我局于2022年9月23日作出的商评字[2022]第305472号无效宣告裁定书以构成“以其他不正当手段取得注册”违反2001年《商标法》第四十一条第一款予以宣告无效，该案目前处于一审诉讼程序中。被申请人主张红心图形商标在全球由被申请人首次申请注册及使用正当。此外，被申请人表示若申请人正常沟通，放弃对“童年时光”商标的不当诉求，则与申请人可就“（红心）图形”许可使用等事宜进行讨论，但双方未达成共识。

13、关于被申请人其他商标注册情况：至本案审理时，本案被申请人在第1类、5类、30类、32类、35类等商品及服务上共申请注册了286件商标，其中，被申请人于2010年4月20日同日申请注册了第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），于2012年1月4日申请注册了第10378186号申请人享有著作权的“（红心）图形”商标（第5类）。之后，被申请人又围绕与“CHILDLIFE”共同使用的“童年时光”标识多类别反复注册，如被申请人于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主张系“童年时光”的防御性注册商标即第14015237号、第14015252号“儿童时光”商标（分别为第5类、第35类），并分别于2014年6月24日、2019年11月7日申请注册了第14981534号、第42161234号“童年时光”商标（均为第5类）。

同时，被申请人在第5类商品上还申请注册了与他人产品相关的商标，如第11389086号“New Chapter”商标、第13638616号“新章”商标、第16356205号“完美孕宝 Perfect Prenatal”商标、第11418887号“Perfect

Prenatal” 商标、第11418866号 “Wholemega” 商标、第11210838号 “Nordic Naturals” 商标、第11533612号 “Boericke & Tafel” 商标、第11789398号 “PurAbsorb” 商标、第11688795号 “Herbalozenge” 商标、第11565897号 “Zicam” 商标、第11906240号 “Pure Essence” 商标、第16833834号 “NORDIC” 商标、第19084488号 “Nature's Plus” 商标等，上述部分商标如 “Nordic Naturals”、“完美孕宝 Perfect Prenatal”、“Nature's Plus” 商标等因与他人在先商标近似违反《商标法》第三十条已被我局予以驳回，部分商标如 “Boericke & Tafel”、“PurAbsorb”、“Zicam”、“Pure Essence” 已由被申请人申请注销，部分商标如 “New Chapter”、“新章”、“Perfect Prenatal”、“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。

口审中，针对新篇章公司对被申请人的第11389086号 “New Chapter” 商标及对应中文第13638616号 “新章” 商标等商标提起的无效宣告案件，被申请人主张其申请注册 “New Chapter” 及对应中文 “新章” 等商标系与新篇章公司谈判期间防御性安排，以避免商标被他人抢注，如合作成功则转回新篇章公司，如合作失败，请新篇章公司补偿注册成本后转回新篇章公司。但新篇章公司被宝洁收购，与被申请人商业策略不符，谈判终止。后续新篇章公司未联系被申请人提出转让要求，被申请人相关商标注册投入没有收回，新篇章公司直接提起无效宣告申请。至本案审理时，被申请人的第11389086号 “New Chapter” 商标及对应中文第13638616号 “新章” 商标因构成 “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” 违反《商标法》第三十二条、并因构成 “以其他不正当手段取得注册” 违反《商标

法》第四十四条第一款所指情形已被我局宣告无效，上述裁定已生效。

14、口审中，被申请人主张其提交的吴汉东等教授“关于‘童年时光’和‘红心图形’商标纠纷的专家意见”；王利明等教授“关于南京市[] [] 生物技术有限公司与Childlife 公司间相关合同法律问题的专家论证意见”是相关专家依据之前的行政和诉讼案件证据提出的意见，其实质性证据与本案证据相同，是对本案基于事实提出分析、观点，专家论证意见类比当事人的陈述或证言，是针对童年时光和红心图形注册是否正当、合同效益和履行情况等法律问题的见解，供合议组参考。

以上事实有商标档案、国家企业信用信息公示报告、双方当事人提交的证据、口审笔录及录音在案佐证。

本案中，争议商标的获准注册日期早于2014年5月1日，根据法不溯及既往的原则，本案有关实体问题应适用2001年《商标法》，相关程序问题应适用2019年《商标法》。2001年《商标法》第七条为总则性条款，其具体内容已体现在《商标法》的具体规定中，因此，根据当事人陈述的内容、提交的证据以及我局查明事实，我局对本案焦点问题归纳并审理如下：

一、2019年《商标法》第四十五条第一款规定：“已经注册的商标，违反本法第十三条第二款和第三款、第十五条、第十六条第一款、第三十条、第三十一条、第三十二条规定的，自商标注册之日起五年内，在先权利人或者利害关系人可以请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。对恶意注册的，驰名商标所有人不受五年的时间限制。”本案申请人于2021年3月24日提起无效宣告请求，距离争议商标2011年4月28日获准注册已超过五年。故申请人依据2001年《商标法》第十五条、第二十八条、第三十一条规定请求宣告争议商标无效，已经超过了法定申请期限，应予驳回。

二、2001年《商标法》第十条第一款第（七）项主要禁止的是故意夸大

商品或服务的功能、作用等，从而掩盖了商品或服务在质量、主要原料、功能、用途等方面的真相，欺骗消费者，容易使公众对商品或服务的质量等特点或产地产生误认的商标注册。本案中，申请人提交的证据尚不足以证明争议商标文字本身存在上述情形，争议商标的申请注册未构成2001年《商标法》第十条第一款第（七）项所指之规定。

三、争议商标的申请注册是否违反了2001年《商标法》第四十一条第一款的规定。由申请人提交的证据2、3、5及查明事实2、3、4可知，申请人于1996年3月20日经受让取得“（红心）图形”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“（红心）图形”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“（红心）图形”标识的产品。申请人的国际注册第880154号“CHILDLIFE”商标于2006年2月6日在中国获得领土延伸保护。由申请人提交的证据11、12、37及查明事实5、6可知，██████于2009年8月已知晓申请人“CHILDLIFE”品牌产品，被申请人南京██████生物技术有限公司成立于2010年3月26日，而被申请人现任或前任股东分别是██████的妻子、岳父或兄弟。由申请人提交的证据37 ███████准备的授权书可知，至迟至2010年7月30日，被申请人已经成为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年被申请人与GDS（ChildLife公司的全球总代理）签订了经销协议，成为了申请人中国大陆地区的独家经销商。由申请人提交的证据14经销协议、证据15终止<经销协议>的通知书、被申请人提交的证据1申请人出具的书面确认声明、证据10申请人签字的“童年时光”中文标签文件、证据11被申请人与申请人针对产品问题的往来邮件可以证明，最迟自2013年起，被申请人与申请人就“CHILDLIFE”商标的婴幼儿营养补充剂

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，██████一边以职务身份代表江苏巨和公司与申请人联系，一边以家族身份代表被申请人与申请人联系，以江苏巨和公司名义进口申请人“CHILDLIFE”产品，先后以被申请人为二级经销商、独家经销商等名义经销申请人“CHILDLIFE”产品，并于2010年4月20日以被申请人名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号申请人享有著作权的“（红心）图形”商标（第5类），因此，被申请人关于其公司的命名和设立与经销申请人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。

由申请人提交的在案证据2、7-10及查明事实3、9可知，自2006年起申请人的“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”、“红心图形”在实际使用中一并使用，上述商标已形成对应关系，指向申请人产品。被申请人明知申请人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，反而未经申请人授权以自己名义申请注册与申请人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“（红心）图形”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，由查明事实13可知，被申请人在第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“Nordic Naturals”、“完美孕宝 Perfect Prenatal”、“Nature's Plus”等商标因与他人先商标近似违反《商标法》第三十条已被我局予以驳回，部分商标如“Boericke & Tafel”、“PurAbsorb”、“Zicam”、“Pure Essence”已由被申请人申请注销，部分商标如“New Chapter”及其对应中文“新章”、“Perfect Prenatal”、“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，其中被申请人的第11389086号“New Chapter”商标及对应中文第13638616号“新章”商标等亦属于被申请人与新篇章公司谈判期间被申请人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，由申请人提交的在案证据16和33及查明事实9可知，在双方当事人合作期间，被申请人实际使用中多将“童年时光”与“CHILDLIFE”、“红心图形”一并使用，且被申请人明确介绍“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（即本案申请人）”、“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。被申请人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，被申请人必须将童年时光和CHILDLIFE一起使用属于市场故事，并非故意欺骗消费者。申请人“CHILDLIFE”英文商

标、被申请人“童年时光”中文商标是双品牌使用，但被申请人提交的证据不仅不能证明“童年时光”商标与申请人“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”商标是表示申请人商品与他人商品相区别的标志，从而更加大了“童年时光”商标与申请人“CHILDLIFE”商标混淆的可能性。被申请人虽主张“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，由申请人提交的证据31、42-54、被申请人提交的证据33、35、36及查明事实10可知，被申请人“童年时光”所获荣誉多是基于“CHILDLIFE”品牌的商誉，且被申请人与申请人在2021年3月23日终止<经销协议>后，被申请人亦通过童年时光产品升级声明，将童年时光、inne和（红心）图形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。被申请人还主张其宣传推广“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，被申请人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，被申请人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12、13可知，在被申请人商标注册行为中，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；由查明事实2、3、6、12可知，被申请人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，被申请人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，被申请人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。

另，对于被申请人于口审后请求我局向江苏巨和公司核实江苏巨和公司相关业务邮件的主张，我认为，当事人对自己的主张负有举证责任，且无论[]于2009年8月25日及之后向ChildLife公司发送电子邮件是其职务行为，还是其个人行为，其作为被申请人的实际控制人、对外联系人，均不能改变被申请人在申请注册争议商标前已明知申请人ChildLife系列商标的事实。

商标评审遵循个案审查原则，被申请人其他商标获准注册的情形不能成为本案争议商标维持注册的当然理由。

申请人的其他理由我局不予支持。

综上，申请人无效宣告理由部分成立。

依照2001年《中华人民共和国商标法》第四十一条第一款、2019年《中华人民共和国商标法》第四十四条第一款、第三款和第四十六条的规定，我局裁定如下：

争议商标予以无效宣告。

当事人如不服本裁定，可以自收到本裁定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:

