



## 金絲猴賠償 193 萬商標侵權罰款予金莎



HERSHEY'S 旗下品牌 - 金絲猴賠償 193 萬商標侵權罰款予金莎

國際知名糖果生產商---義大利費列羅公司（下稱金莎），即是我們常吃的金莎，在中國知識產權侵權案上贏了漂亮的一仗，上海知識產權相關部門根據商標法對上海金絲猴公司（下稱金絲猴）作出了人民幣 193 萬元的罰款。此案是上海首宗成功告破的立體商標侵權案，也是上海近年來罰款金額最高的侵權案件。



左: 義大利費列羅公司（金莎）



右: 上海金絲猴公司（金絲猴）

從 2013 年 11 開始，金絲猴已開始生產包裝外形與金莎非常相近的榛果威化巧克力，並申請註冊名為"巧斐羅"的圖案商標。金絲猴被指侵權的是立體商標中的第三種表現形式：商品的包裝外形。立體商標有四種表現形式：一，與商品無關的裝飾性外形：商標與商品或服務之間沒有任何聯繫，僅僅是一個立體標誌，例如勞斯萊斯、奔馳、麥當奴等等；二，商品包裝印有立體文字：例如印有凹凸形文字的肥皂也可以是立體商標表現形式的一種；三，商品的包裝外形：奢侈品牌路易十三的酒瓶本來就是一個立體商標；四，商品本身的外形：如三角朱古力顧名思義是呈現三角朱古力，這類商標的特點是僅由商品本身的立體外形所形成的商標。



事實上，金莎已不是第一次投訴商標被侵權。

日期	控方	被告和商品	案件詳情	結果
2003 年	金莎	蒙特莎(張家港)食品有限公司	挪用金莎特有的包裝，將其商品包裝成“Tresor Dore”然後出售	2008 年最高人民法院判決蒙特莎(張家港)食品有限公司仿冒金莎包裝，不當正競爭，賠償金莎經濟損失 50 萬元
2012 年	金莎	江蘇梁豐食品集團有限公司和國家工商總局商評委	金莎控告江蘇梁豐食品集團有限公司惡意搶注“金莎”商標，要求國家工商總局商評委撤銷“金莎”商標	2014 年最高民法院最終以“沒有法律依據”駁回再審申請
2015 年	金莎	上海金絲猴食品有限公司的巧斐羅榛果威化巧克力	金絲猴的金色皺褶包裝紙+頂部白色心形小貼紙+底部啡色紙托，跟金莎一貫包裝近乎一樣	上海市浦東新區市場監督管理局調查認定，金絲猴構成商標侵權，罰款 193 萬元



金絲猴是國際巧克力巨頭 HERSHEY'S 旗下的子公司，此案是 HERSHEY'S 全面打入中國市場的一個污點。

HERSHEY'S 是中國增長最快的巧克力糖果公司之一，但根據今年 4 月 23 日發佈的財報顯示，2015 年第一季度在中國地區的銷售額下滑 47%，是近 5 年來在中國市場的首次下滑。如何重塑金絲猴品牌形象是 HERSHEY'S 在中國市場站穩陣腳的其中一個關鍵。隨著大眾對知識產權的認知愈來愈高，加上國際上時有發生知名品牌被侵權的案件，企業維護品牌、商標、專利，版權等的擁有權是刻不容緩，更重要的是企業維護自身知識產權的擁有權，不單是市場戰略的延伸，更是對消費者的信心保證。