

营业装潢应受反不正当竞争法保护

——内蒙古西贝餐饮连锁有限责任公司诉北京双桥快乐草原莜面餐饮有限公司、北京国泰平安百货有限公司双桥店等侵害商标权及不正当竞争案

【案件基本信息】

1. 裁判文书字号

北京市朝阳区人民法院（2018）京0105民初4340号民事判决书

2. 案由：侵害商标权纠纷及不正当竞争纠纷

3. 当事人：

原告（被上诉人）：内蒙古西贝餐饮连锁有限责任公司

被告（上诉人）：北京双桥快乐草原莜面餐饮有限公司、北京国泰平安百货有限公司双桥店、北京国泰平安百货有限公司、

【基本案情】西贝公司于2010年12月23日注册成立，至今已在全国发展220余家西贝莜面村餐厅，主营莜面、牛羊肉等西北特色食品。至迟于2013年，西贝莜面村门店外墙、待客柜台、商场及户外广告等处大量使用“I♥莜”等商业标识。2016年6月21日，西贝公司经核准取得第16586956号“I♥莜”注册商标专用权，有效期至2026年6月20日，核准使用服务类别为第43类餐厅、饭店、快餐馆等。

至迟于2015年底，西贝莜面村对店内外装潢及员工服饰已经采用较为统一的风格及元素，具体为：餐厅外等候区红白交错摆放的镂

空侯餐椅、面向商场一侧的玻璃外墙、红底白字店铺招牌；用餐区的牛角椅、布艺沙发、木质条纹吊顶棚顶设计；红白两色方格用餐区桌布，桌面立柱式桌号牌及其上托盘，托盘上调料瓶、餐巾纸、牙签筒等物品、桌面上含黑红色“I♥莪”字样的一次性湿巾及餐具，菜单折页（封面印有“I♥莪”标识及宣传语“西贝羊肉为什么好吃？因为只用‘草原羊’”，内页为白色底色，印有菜品照片、中英文名称、规格及价格等内容）；厨房区的明厨亮灶，房顶悬挂双层置物架及其上用笼屉堆叠而成的金字塔形状装饰；厨师、服务员统一工服。

2017年7月20日，西贝公司发现快乐草原公司在其经营的莪面人家（国泰平安公司双桥店）餐厅的员工服饰、广告宣传、店内一次性用品等处使用了“I♥莪（‘♥’内含‘莪面人家’）”等标识，在国泰平安公司双桥店的美食街商户介绍海报中，亦有“I♥莪面人家（‘♥’内含‘双桥店’）”标识，西贝公司主张快乐草原公司上述行为构成商标侵权。此外，莪面人家（国泰平安公司双桥店）餐厅照搬了西贝莪面村餐厅的整体装潢风格及元素，西贝公司据此主张快乐草原公司构成不正当竞争。

同时，西贝公司主张国泰平安公司双桥店及国泰平安公司作为商场管理者，为快乐草原公司实施上述商标侵权和不正当竞争行为提供经营场所等便利条件，且未尽到经营管理、监督等职责，主观上存在过错，应与快乐草原公司承担连带责任。

【案件焦点】1. 快乐草原公司是否侵犯西贝公司注册商标专用权；
2. 西贝莪面村餐厅装潢能否受反不正当竞争法保护，其内涵及外延如

何界定；3. 国泰平安公司双桥店及国泰平安公司作为商场管理者，是否构成商标侵权及不正当竞争。本案中商标侵权的认定无争议，主要问题集中于受反不正当竞争法保护的餐厅装潢的界定及商场管理者的责任划分。

【法院裁判要旨】

北京市朝阳区人民法院经审理认为：关于快乐草原公司是否侵犯涉案商标专用权的问题。快乐草原公司将“I♥莪（‘♥’内含‘莪面人家’）”等标识使用在员工服饰、宣传广告等处，属于商标性使用，且该标识与涉案商标在字形、读音、含义等方面均近似，易造成公众混淆，故快乐草原公司构成商标侵权。

关于西贝莪面村餐厅装潢能否受反不正当竞争法保护。法院认为，半通天玻璃、明厨亮灶、镂空等候椅、牛角形靠背餐椅等装潢元素，体现了西贝公司在餐厅装修、物品配置及员工服饰等方面的选择及安排，使西贝莪面村餐厅形成了统一特有的装修风格及效果。加之西贝公司及西贝莪面村餐厅在中国境内为相关公众所知悉，上述装潢与西贝公司及西贝莪面村之间已经产生特定联系，可起到识别服务来源的作用，应受我国反不正当竞争法的保护。快乐草原公司作为西北菜餐厅经营者，在应当知晓西贝莪面村餐厅装潢的情况下，仍于在后相同服务上使用同类装修风格，且在整体装修和细节布置方面使用高度近似的元素，主观恶意明显，易使相关消费者产生误认。故快乐草原公司的行为构成不正当竞争。

关于国泰平安公司双桥店及国泰平安公司的责任问题。国泰平

安公司双桥店作为实体商场经营者，应对商户经营进行规范管理，但其未尽到合理注意义务，对快乐草原公司在餐厅内及商场美食街大量使用与涉案商标近似标识的侵权行为未加制止，构成侵犯商标专用权的帮助行为，且由于其系国泰平安公司分支机构，无独立法人主体资格，故二者应当承担连带责任；此外，由于快乐草原公司的行为是否构成不正当竞争，需法律专业人士根据个案情况进行专业判断，已超出商场经营者合理注意义务，因此，国泰公司双桥店不构成不正当竞争。

综上，法院判令快乐草原公司应立即停止商标侵权及不正当竞争行为，于新京报发表声明以消除影响，并赔偿西贝公司分别因商标侵权及不正当竞争行为产生的经济损失及合理支出 510 340 元及 310 340 元；国泰平安公司双桥店及国泰平安公司针对商标侵权损失中的 50 000 元承担连带赔偿责任。

二审法院同意一审法院裁判意见。

【法官后语】该案系为同类案件提供明确审判规则的首例典型案例。本案从“装潢”概念的本义出发，将营业装潢界定为附着在经营场所上的装修及可以与经营场所分离的物品的选择和摆放布置，同时要求“装潢”应当具有最低限度的审美意义。反不正当竞争法修改后，在认定营业装潢能否受到反不正当竞争法保护时，应转变固有的“知名+特有”审判思路，而应首先将营业装潢作为整体，判断其是否具备特有性，进而判断装潢与商品或服务来源之间的关系是否为相关公众所熟悉。此外，本案还对商标侵权及不正当竞争纠纷中，商场

作为场地出租者及管理者应当承担的责任进行了分析。

一、受反不正当竞争法保护的营业场所装潢的认定

（一）营业场所装潢本身需具有最低限度的审美意义

根据词典释义，装潢是指“器物或商品外表”的“修饰”，例如对室内地面、墙面、顶棚等各界面的处理，装饰材料的选用，也可能包括对家具、灯具、陈设和小品的选用、配置和设计。其中“小品”意为小的艺术品。即装潢一方面可以是附着于营业场所之上的装修装饰，另一方面也可以是与营业场所分离的具有审美意义的物品及布置。从装潢一词的本义来看，其本身是着重从外表的、视觉艺术的角度来探讨和研究问题，需要具有超越实用性功能的独立审美意义。但这种审美意义不宜过高，仅需具有视觉吸引力，同时能够体现一定选择及安排即可。

以本案为例，西贝莪面村餐厅半通天式玻璃外墙，用餐区顶棚，厨房区明厨亮灶设计、顶上置物架、操作台等，属于附着于餐厅经营场所上的装修部分；等候区的店铺招牌、红白相间的镂空等候椅，用餐区的用餐椅、用餐沙发、沙发靠垫及用餐桌布，厨房区的顶上置物架装饰物，属于与经营场所分离但可以起到修饰美化作用的装饰。上述元素，均超越了物品本身的实用功能，具有独立的审美意义，符合餐厅装潢的内涵。服务员及厨师服饰，虽然与餐厅本身的装修布置无关，但员工属于餐厅服务的有机整体的一部分，且各个餐厅通常都会为员工选择统一的制服，以求其与整个餐厅的装修布置协调统一，故员工服饰也构成餐厅装潢的要素之一。至于桌面一次性用品、菜单、

桌面台号牌及底座摆放牙签筒等物品，仅为一些日常用品，在实用性之外并不能起到装饰作用，更无法上升到视觉艺术的高度，故不属于装潢范畴。

（二）营业场所装潢具有整体性及独立性

营业场所装潢，系服务提供者向公众展示的整体印象。《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第三条规定，由经营者营业场所的装饰、营业用具的式样、营业人员的服饰等构成的具有独特风格的整体营业形象，可以认定为反不正当竞争法第五条第（二）项规定的“装潢”。在判断营业场所装潢能否受到反不正当竞争法保护时，应将所有符合“装潢”定义的元素作为一个整体进行判断，而非单独对其中的任何元素进行界定。以本案为例，西贝公司在本案中主张的红白交错摆放的镂空侯餐椅、玻璃外墙等均系西贝莪面村餐厅的装潢构成元素，但在判断该餐厅装潢能否受反不正当竞争法保护时，应在排除仅有实用功能的元素后，对厨房区、用餐区及等候区的整体装潢进行判断。

除整体性外，营业场所装潢还具有独立性，其独立于专利、商标及著作权等其他知识产权保护客体。仍以本案为例，西贝公司一方面就“I♥莪”注册商标主张被告构成商标侵权，另一方面主张“I♥莪”为装潢构成要素，在其可以通过商标法进行保护的情况下，不再适用反不正当竞争法对其进行保护。

（三）“一定影响”指向装潢本身，暗含识别性要求

2017年新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第

（一）项将以往的“知名+特有”标准修改为“一定影响”。修法后，部分法院在审理相关案件时，仍沿用“知名+特有”的审判思路，首先认定商品或服务具有“知名度”或“一定影响”，进而论证包装或装潢是否符合“特有”之要件，即对包装或装潢与商品或服务的对应关系进行论证。

但如前所述，营业场所装潢具有独立性，只有当其自身具有不同于商标等其他商业标识的识别性后，才具有单独受到保护的价值，因此在判定“一定影响”要件时，应舍去既往对商品或服务知名度及影响力的认定逻辑，但应当保留对“特有”要件的要求。

有观点认为，营业场所装潢的“特有”分为两种情况：一种为装潢的显著性较强，即能够体现出独特的创意与设计；另一种为装潢仅具有最基本的审美意义，显著性较弱，但通过长期使用已经取得第二含义。装潢本身具有显著性的情况下，即无需要求“知名度”或“一定影响”。该观点实际还是延续了“知名+特有”的思路，分别论证商品或服务“知名”、包装或装潢“特有”。修法后，这种思路显然与法条文义不符，修法后的“一定影响”应当是包装、装潢与商品或服务来源之间的关系为相关公众所熟悉，具体在裁判过程中，应当着重考量商业主体在商品或服务上使用相关包装或装潢的情况，判断使用程度能否使其二者之间的对应关系在相关公众中具有一定影响，为相关公众所知悉，不应仅依据其本身具有显著性，就舍弃“一定影响”要件的考量。本案中，西贝公司提交了其多家店铺的点评页面，其中均能显示截至 2015 年底，西贝莜面村各餐厅在店外等候区、用餐区、

厨房区、员工服饰等方面已经采用了较为统一的设置，且网友评论数少则逾千条，多则逾万条。西贝莜面村餐厅的装潢与餐厅服务来源的对应关系，已经为相关公众所熟悉。因此应当受到保护。

二、商场注意义务的确定

商场作为场地出租者，通常在场地租赁合同中约定可对商铺行使监督及统一规范管理的权利，从权责统一的角度出发，商场应当对商铺的经营情况负有注意义务。这种注意义务的程度并非一般的、限于表面的注意。与电商平台不同，实体市场商户较为固定且数量有限，商场有能力进行较为深入的日常管理及监督。这种监督管理不应仅限于对商户营业执照等书面文件的形式审查，还应包含施以必要的注意，对发现的可能违法行为及时处理。本案中，快乐草原公司的商标侵权行为发生在餐厅招牌、店内宣传及商场美食街广告等明显位置，商场经营者理应发现侵权行为的存在，但其未对侵权行为加以制止，故应当承担帮助侵权的责任。

关于商场管理者应否就商户的不正当竞争行为承担责任的问题。餐厅装潢不同于注册商标专用权，后者一经注册即具有对世的普遍效力，装潢能否受到反不正当竞争法的保护以及何种行为构成不正当竞争，均需要结合个案进行专业法律判断。商场经营者的注意义务程度不应当过分高于其作为场地出租方的身份，达到专业法律判断的水平。因此，本案中，商场无需就不正当竞争行为承担责任。