

湖北省高级人民法院

民事判决书

(2025)鄂知民终129号

上诉人（一审被告）：河南某爱同学生物科技有限公司。住所地：河南省郑州市金水区。

法定代表人：朱某，该公司董事。

委托诉讼代理人：向某某，河南德晟律师事务所律师。

上诉人（一审被告）：上海某爱同学食品科技有限公司。住所地：上海市奉贤区。

法定代表人：朱某，该公司董事。

委托诉讼代理人：向某某，河南德晟律师事务所律师。

被上诉人（一审原告）：某米科技有限责任公司。住所地：北京市海淀区。

法定代表人：雷某，该公司董事长。

委托诉讼代理人：王某，北京市立方律师事务所律师。

委托诉讼代理人：张某，北京立方（海口）律师事务所律师。

被上诉人（一审原告）：某米通讯技术有限公司。住所地：北京市海淀区。

法定代表人：屈某，该公司经理。

委托诉讼代理人：张某，北京立方（海口）律师事务所律师。

委托诉讼代理人：牟某，北京市立方（武汉）律师事务所律师。

一审被告：某泰公司。住所地：湖北省武汉市汉阳区。

法定代表人：胡某，该公司经理。

上诉人河南某爱同学生物科技有限公司、上海某爱同学食品科技有限公司因与被上诉人某米科技有限责任公司、某米通讯技术有限公司、一审被告某泰公司侵害商标权及不正当竞争纠纷一案，不服湖北省武汉市中级人民法院（2024）鄂01知民初774号民事判决，向本院提起上诉。本院于2025年9月16日立案后，依法组成合议庭公开开庭进行了审理。上诉人河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的委托诉讼代理人向某某，被上诉人某米科技公司的委托诉讼代理人王某、张某，某米通讯公司的委托诉讼代理人牟某、张某到庭参加诉讼，一审被告某泰公司经本院传票传唤未到庭参加诉讼，本院依法缺席审理。本案现已审理终结。

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司上诉请求：1.撤销湖北省武汉市中级人民法院（2024）鄂01知民初774号民事判决第一项至第五项，改判驳回某米科技公司、某米通讯公司的全部诉讼请求；2.本案一审、二审诉讼费用由某米科技公司、某米通讯公司承担。事实与理由：1.一审程序严重违法，未依法保障河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的诉讼权利。某米科技公司、某米通讯公司恶意实施证据突袭，一审未依法惩戒，于法无据。一审仅给予10日举证答辩期限，违反法定最低期限规定，剥夺河南某爱同学公司、上海某爱同学公司质证准备权。一审未重新开

庭审理即径行判决，剥夺河南某爱同学公司、上海某爱同学公司辩论权，违反法定必经程序。2.一审认定“小爱同学”唤醒词构成商标性使用及驰名商标，事实认定错误且法律适用不当。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司对“小爱同学”标识享有在先权益，某米科技公司、某米通讯公司主张驰名商标缺乏时间基础。“小爱同学”作为人工智能唤醒词不构成商标性使用，某米科技公司、某米通讯公司在本案中主张的驰名商标实质是对未注册商标的保护，一审判决适用法律错误。某米科技公司、某米通讯公司主张的驰名商标与被诉商品分属不同类别，跨类保护缺乏事实依据且与行政裁定认定的内容不符。某米科技公司、某米通讯公司主张驰名的证据存在严重瑕疵，缺乏客观性与关联性，不应作为定案依据。本案无认定驰名商标的必要，一审违反法定程序。某米科技公司、某米通讯公司未能证明其在核定商品上对“小爱同学”商标进行过《中华人民共和国商标法》意义上的使用。3.一审认定河南某爱同学公司、上海某爱同学公司构成不正当竞争，事实认定错误且法律适用不当。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司使用“小爱同学”作为企业字号具有合法基础，主观上无攀附故意。双方商品类别差异显著，相关公众不会产生混淆误认，不符合不正当竞争的核心要件。“小爱同学”作为唤醒词的知名度无法延伸至乳制品领域。某米科技公司、某米通讯公司已通过商标注册获得普通保护，无需通过不正当竞争扩大权益范围。4.一审判决赔偿数额的计算方式缺乏事实与法律依据，证据采信及法律适用均存在错误。一审采信的赔偿计算证据存在严重瑕疵，不符合法定

证据要求。一审对经销商的宣传和利润率的参考标准与河南某爱同学公司、上海某爱同学公司实际经营状况脱节，计算逻辑显失公正。一审对侵权获利的计算方法违背客观规律，逻辑明显错误。

某米科技公司、某米通讯公司答辩称：1.一审程序合法，已充分保障各方诉讼权利。一审法院举证通知下发时间 2024 年 11 月 27 日，指定举证期限 2025 年 2 月 19 日届满，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司于 2024 年 12 月 5 日提出管辖权异议，依据《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第五十五条规定，举证期限中止，剩余举证时间 2 个月零 14 天，总计 75 天。2025 年 4 月 9 日，管辖权异议二审裁定作出，举证期限开始恢复计算，即某米科技公司、某米通讯公司自 2025 年 4 月 9 日起 75 日内举证，举证期限至 2025 年 6 月 23 日届满。某米科技公司、某米通讯公司于 2025 年 6 月 13 日在举证期限内提交补充证据，不存在逾期举证。本案一审开庭时间为 2025 年 6 月 30 日，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在开庭 10 日前收到某米科技公司、某米通讯公司补充证据，有足够的时间进行质证或者提交反驳证据。一审庭审后，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司对某米科技公司、某米通讯公司补充证据提交的书面质证意见，一审法院已在判决书中予以充分考虑并作出评判。2.“小爱同学”商标在侵权行为发生时已构成驰名商标，一审判决认定正确。“小爱同学”作为唤醒词使用，并可以发挥识别商品或服务来源作用的事实足以证明某米科技公司、某米通讯公司对“小爱同学”标识进行了商标性使用，在被告侵权行为发生时“小爱同学”商标已经驰名。

3.河南某爱同学公司、上海某爱同学公司使用“小爱同学”标识构成对驰名商标的复制、摹仿，一审认定侵权成立于法有据。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司实施被诉商标侵权行为，主观恶意明显，足以导致市场混淆并淡化某米科技公司、某米通讯公司驰名商标显著性。4.河南某爱同学公司、上海某爱同学公司将“小爱同学”作为企业字号构成不正当竞争，一审判决无误。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司分别成立于2020年4月16日和2020年10月21日，均早于其受让第196***71号商标的时间（2021年1月）。在成立之时，“小爱同学”商标已经驰名。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司作为市场经营者，理应知晓并合理避让，但其仍故意将“小爱同学”登记为企业字号，具有明显的“搭便车”意图。5.一审判决确定的赔偿数额事实与法律依据充分，并无不当。一审在综合审查全案证据的基础上，重点考虑了河南某爱同学公司、上海某爱同学公司自身宣传的“800家经销商”规模、在案《销售合同》显示的约定销售额、侵权行为的持续时间（长达四年）、产品价格及乳制品行业的平均利润以及“小爱同学”驰名商标的极高知名度。

某泰公司未提交答辩意见。

某米科技公司、某米通讯公司一审诉讼请求：1.判令河南某爱同学公司、上海某爱同学公司立即停止侵害某米科技公司“小爱同学”驰名商标专用权的行为，即立即停止在其生产、销售的案涉侵权商品上使用与“小爱同学”相同或相近似的标识；停止在社交媒体账号上（包括微信公众号、抖音账号等）以及其他经营活动

中使用与“小爱同学”相同或相近似的名称及标识。2.判令某泰公司立即停止侵害某米科技公司、某米通讯公司“小爱同学”驰名商标专用权的行为，即立即停止销售案涉侵权商品；3.判令河南某爱同学公司、上海某爱同学公司立即停止使用含有“小爱同学”文字的企业名称，并且变更后的企业名称不得再包含“小爱同学”文字；4.判令河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在其官方微信公众号以及《中国知识产权报》上，连续7日刊登声明，消除影响；5.判令河南某爱同学公司、上海某爱同学公司连带赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失及合理支出共计800万元（当庭明确商标侵权部分要求经济损失750万元，不正当竞争部分要求经济损失50万元）。6.判令河南某爱同学公司、上海某爱同学公司承担本案诉讼费用。

一审法院经审理查明，某米科技公司成立于2010年3月，经营范围包括软件开发、移动终端设备制造、销售，日用家电制造、销售，计算机硬件及外围设备制造、销售等。2017年6月14日，某米科技公司向国家知识产权局申请注册“小爱同学”商标，2018年6月27日，该商标核准注册，注册号为：247***46。该商标核定使用在第9类“可下载的计算机应用软件，扬声器音箱，智能手机，计算机外围设备”等商品上，该商标现在有效期内。2018年7月20日，某米科技公司向国家知识产权局申请注册“小爱同学”商标，2020年4月6日，该商标核准注册，注册号为：323***34A。该商标核定使用在第9类“可下载的计算机应用软件、手机、电视机”等商品上，该商标现在有效期内。

某米通讯公司成立于 2010 年 8 月，经营范围包括软件开发、移动终端设备制造、销售，日用家电制造、销售，计算机硬件及外围设备制造、销售等。

2024 年 10 月 8 日，某米科技公司出具确认书，声明某米通讯公司系第 247***46、第 323***34A 号商标的被许可使用人，有权单独以自己名义或与某米科技公司共同针对侵害上述商标权的行为（包括确认书签署之前已经发生的侵权行为）提起诉讼。

某米科技公司研发有人工智能交互引擎，具备语音助手、智能家居控制、智能场景识别、智能对话等功能，并于 2017 年 7 月开始使用于“小米”系列智能产品中，支持控制多个品类智能设备；在个人移动、智能家居、智能穿戴、智能办公、儿童娱乐、智能出行、智慧学习等多个场景中广泛运用。在使用上述“小米”智能设备的过程中，“小爱同学”被设置为该人工智能交互引擎的唤醒词，用户说出“小爱同学”便可唤醒相应设备并与其进行语音交流，并实现功能操作。搭载人工智能交互引擎的“小米”系列设备发布后，曾被搜狐、手机之家、爱奇艺、腾讯、百度、中国经济网等网络媒体广泛宣传报道。

截止 2017 年 12 月 4 日，“小爱同学”语音使用次数已达 1.03 亿次，音频播放总次数达 1.59 亿次。根据某米集团 2018 年-2023 年度报告显示，截至 2018 年 12 月 31 日，搭载小爱同学人工智能助理并激活的智能设备数超过 1 亿台，月活跃用户超过 3880 万；2019 年 12 月，月活用户数达到 6040 万，截止 2019 年 11 月 14 日，小爱同学唤醒次数达到 341 亿次；截止 2020 年 12 月，月活

跃用户数达到 8670 万，小爱同学激活累计唤醒约 495 亿次；截止 2021 年 12 月，月活跃用户数达到 1 亿 700 万；截止 2022 年 12 月，月活跃用户数达到 1 亿 1460 万，小爱同学实现交互次数累积达到 2158 亿次，支持控制的产品覆盖 5312 款。2024 年第二季度业绩公告显示，截至 2024 年 6 月 30 日，小爱同学的月活跃用户数达到 1 亿 3170 万。

河南某爱同学公司成立于 2020 年 4 月 16 日，经营范围包括生物技术开发、乳制品销售等。河南某爱同学公司自成立之日起，一直使用现企业名称。

上海某爱同学公司成立于 2020 年 10 月 21 日，经营范围包括食品经营等。上海某爱同学公司自成立之日起，一直使用现企业名称。

2016 年 4 月 15 日，案外人某善堂公司向国家知识产权局申请注册第 196***71 号“小爱同学”商标，于 2017 年 6 月 7 日核准注册，核定使用类别为第 29 类“牛奶制品、牛奶饮料、酸奶等”。2020 年 5 月 7 日，某善堂公司提交第 196***71 号“小爱同学”商标转让申请，申请由某善堂公司转让于河南某爱同学公司；2021 年 1 月 6 日，国家知识产权局发布转让公告河南某爱同学公司成为第 196***71 号“小爱同学”商标权利人。

2020 年 6 月 11 日，案外人王某路针对第 196***71 号“小爱同学”商标提出以连续三年不使用为由向国家知识产权局提出撤销申请，涉案三年期间为 2017 年 6 月 11 日至 2020 年 6 月 10 日。2021 年 9 月 13 日，国家知识产权局决定该商标在其核定商品上

撤销注册。撤销复审决定作出后，当事人未提起行政诉讼，撤销复审决定生效。2022年3月13日，国家知识产权局发布《商标撤销公告》，第196***71号“小爱同学”商标在全部核定商品上撤销注册。

2020年7月23日河南某爱同学公司向国家知识产权局申请注册第48351266号“小爱同学”商标，核定使用类别为第29类“牛奶制品、牛奶饮料、酸奶等”。2021年4月21日，国家知识产权局驳回该商标注册申请，认定该商标与某米科技公司第323***40号“小爱同学”商标构成类似商品上的近似商标。2021年5月22日，河南某爱同学公司不服驳回决定，继续提出驳回复审申请；2021年9月28日，国家知识产权局裁决该商标予以初步审定。2022年1月20日，某米科技公司针对该商标提出异议申请；2023年3月28日，国家知识产权局裁决该商标准予注册。2023年6月20日，国家知识产权局发布注册公告，该商标核准注册，专用权期限为2022年1月21日至2032年1月20日。2024年1月2日，某米科技公司对第48351266号“小爱同学”商标提出无效宣告申请；2024年12月25日，国家知识产权局裁定该商标予以无效宣告。2025年2月27日，河南某爱同学公司不服该无效宣告裁定，向北京知识产权法院提起行政诉讼；2025年6月18日，北京知识产权法院作出（2025）京73行初8037号行政判决书，判决驳回河南某爱同学公司诉讼请求，维持被诉裁定；2025年6月27日，河南某爱同学公司不服一审判决向北京市高级人民法院提出上诉，目前案件正在审理中。

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司陈述两者系共同经营“小爱同学”酸奶、牛奶制品，并认可在上述产品上使用“小爱同学”商标。河南某爱同学公司陈述在 2020 年 4 月就已经在酸奶产品上使用“小爱同学”商标。被诉侵权产品在除在包装上使用“小爱同学”商标外，还在包装上及宣传活动中使用有一抱吉他的卡通智能机器人形象。

河南某爱同学公司于 2020 年 7 月 14 日注册微信公众号，使用名称为“小爱同学益生菌”，2025 年 5 月 13 日，修改名称为“小雅同学真的爱你”。

河南某爱同学公司于 2021 年 2 月 6 日在其微信公众号发布文章记载“商丘宁陵县王总说：‘现在看到晋中市场每月销售将近 300 件小爱同学奶酪棒，每月利润达到在 6 万元左右...’”“小爱同学奶酪棒累计 60 包送小爱同学音箱一台(附小爱同学音箱图片)、累计 120 包送小米手环一个(附小米手环一个)”。2024 年 4 月 8 日发布文章记载“一投入市场就受到全国八百多家经销商的欢迎”2024 年 5 月 6 日发布文章记载“小爱同学吸吸嚼酸奶自 3 月份上市以后，首月突破 10 万箱”，“核心门店做销售累计方案送小米小爱同学智能音箱一台，提高核心门店对小爱同学吸吸嚼酸奶的推动积极性”。河南某爱同学公司与多个经销商签订的合同记载，约定 8 个月的销售额应在 24 万元-41 万元不等，在合同条款“销售支持”中，均记载有“年度销售 5000 件以上客户，奖励小米高端笔记本电脑一台”

抖音号“@小爱同学@前进”系上海某爱同学公司法定代表人

姚某注册。该抖音号中有大量宣传被诉侵权产品的视频，并配以“小爱同学到货了”“小爱同学大卖”“小爱同学爱在人间”等含有“小爱同学”的文字。2020年8月18日，该抖音号专门发布有小米智能产品的视频，并配以文字“老人小孩都会的智能语音口令小爱同学”。

2018年7月20日，某米科技公司在第29类商品上申请注册第323***40号“小爱同学”商标。2023年11月27日，该商标核准注册，注册公告刊登在第1865期《商标公告》上，核定使用商品为第29类“羊肉片、果酱、泡菜、蛋、酸奶制饮料、食用橄榄油、烹调用果胶、已调味的坚果、烹调用蛋白”。

某米科技公司、某米通讯公司主张为维权支付律师费10万元，并提交了相应票据。一审法院根据某米科技公司、某米通讯公司申请，对河南某爱同学公司、上海某爱同学公司采取了财产保全措施，某米科技公司、某米通讯公司预缴财产保全费5000元。

根据多个乳制品企业年报，乳制品企业平均毛利率在25%-30%之间。

一审法院认为，本案争议焦点为：一、某米通讯公司是否有权提起本案诉讼？二、河南某爱同学公司、上海某爱同学公司、某泰公司是否构成商标侵权？三、如果河南某爱同学公司、上海某爱同学公司、某泰公司构成商标侵权，应当承担的民事责任？四、河南某爱同学公司、上海某爱同学公司是否实施了不正当竞争行为？五、如果河南某爱同学公司、上海某爱同学公司构成不正当竞争，应当承担的民事责任？

关于争议焦点一，某米科技公司系涉案第 247***46、第 323***34A 号注册商标专用权人，根据其 2024 年 10 月 8 日出具的确认书，某米通讯公司系第 247***46、第 323***34A 号商标的被许可使用人，确定了使用涉案商标的实体性权利，且被许可有权单独以自己名义或与某米科技公司共同针对侵害上述商标权的行为提起诉讼。因此，某米通讯公司有权提起本案诉讼。

关于争议焦点二，《中华人民共和国商标法》第十三条第一款规定，为相关公众所熟知的商标，持有人认为其权利受到侵害时，可以依照本法规定请求驰名商标保护。《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用法律若干问题的解释》第二条规定，在下列民事纠纷案件中，当事人以商标驰名作为事实根据，人民法院根据案件具体情况，认为确有必要的，对所涉商标是否驰名作出认定：（一）以违反商标法第十三条的规定为由，提起的侵犯商标权诉讼；（二）以企业名称与其驰名商标相同或者近似为由，提起的侵犯商标权或者不正当竞争诉讼；

（三）符合本解释第六条规定的抗辩或者反诉的诉讼。根据上述规定，在商标权人以他人在不相同或者不相类似商品上使用的商标系复制、摹仿或者翻译其已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使其利益遭受损害，并据此提起诉讼；又或者商标权人以他人使用的企业名称与其主张驰名的商标相同或者近似，并据此提起商标侵权诉讼或不正当竞争诉讼的，如商标权人的利益应否受到保护系以其主张权利的商标是否驰名为要件，人民法院可以根据案情对涉案商标是否驰名作出认定。

本案第 247***46 号注册商标的核定使用范围在第 9 类“可下载的计算机应用软件，扬声器音箱，智能手机，计算机外围设备”等商品上，第 323***34A 号注册商标核定使用范围在第 9 类“可下载的计算机应用软件、手机、电视机”等商品上，上述商品与被诉的奶制品属于不相同也不相类似的商品。且被诉商标侵权及不正当竞争行为均发生在某米科技公司在第 29 类商品第 323***40 号商标获得注册之前，因此本案有必要对第 247***46 号、第 323***34A 号注册商标是否驰名作出认定。

《中华人民共和国商标法》第十四条第一款规定，驰名商标应当根据当事人的请求，作为处理涉及商标案件需要认定的事实进行认定。认定驰名商标应当考虑下列因素：（一）相关公众对该商标的知晓程度；（二）该商标使用的持续时间；（三）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；（四）该商标作为驰名商标受保护的记录；（五）该商标驰名的其他因素。《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用法律若干问题的解释》第四条规定，人民法院认定商标是否驰名，应当以证明其驰名的事实为依据，综合考虑商标法第十四条第一款规定的各项因素，但是根据案件具体情况无需考虑该条规定的全部因素即足以认定商标驰名的情形除外。

人工智能交互引擎是一种部署在智能产品上的计算机软件，可以通过语言处理、机器学习、数据收集、图像处理等技术方法，以产品与用户“人机互动”的方式实现用户的功能操作需求。“唤醒词”是指能够通过人工智能交互引擎启动智能产品进入工作状态

的语音指令，智能产品实时监测到的与之匹配的特定唤醒词后便进行人机互动工作状态。

2017 年 7 月开始，某米科技公司在其“小米”系列智能产品中部署人工智能交互引擎，并将“小爱同学”设置为其产品中人工智能交互引擎的特定“唤醒词”。

搭载人工智能交互引擎的“小米”系列设备发布后，曾被搜狐、手机之家、爱奇艺、腾讯、百度、中国经济网等网络媒体广泛宣传报道。在案证据显示，截止 2017 年 12 月 4 日，“小爱同学”语音使用次数已达 1.03 亿次，音频播放总次数达 1.59 亿次。截至 2018 年 12 月 31 日，搭载小爱同学人工智能助理并激活的智能设备数超过 1 亿台，月活跃用户超过 3880 万；2019 年 12 月，月活跃用户数达到 6040 万，截止 2019 年 11 月 14 日，小爱同学唤醒次数达到 341 亿次；截止 2020 年 12 月，月活跃用户数达到 8670 万，小爱同学激活累计唤醒约 495 亿次；截止 2021 年 12 月，月活跃用户数达到 1 亿 700 万；截止 2022 年 12 月，月活跃用户数达到 1 亿 1460 万，小爱同学实现交互次数累积达到 2158 亿次，支持控制的产品覆盖 5312 款。2024 年第二季度业绩公告显示，截至 2024 年 6 月 30 日，小爱同学的月活跃用户数达到 1 亿 3170 万。

通过在小米系列智能产品上的长期使用和广泛宣传，“小爱同学”作为唤醒词已经与某米科技公司及其产品产生了稳定联系，对于产品来源有明确指向性，相关公众通过使用“小爱同学”唤醒词可区分不同的智能设备或应用软件。因此，将“小爱同学”作为唤

醒词使用的行为，属于将“小爱同学”商标用于相关智能产品及人工智能交互引擎上的商标使用行为。

综上，可以认定在被诉侵权行为最早发生之时，即河南某爱同学公司成立的2020年4月16日，经过某米科技公司长期使用、广泛宣传，某米科技公司核定使用在第9类“可下载的计算机应用软件，智能手机”商品的第247***46号注册商标、核定使用在第9类“可下载的计算机应用软件，手机”商品的第323***34A号注册商标，在中国大陆地区的相关公众中已具有广泛的知名度，为社会公众所熟知，属于使用在可下载的计算机应用软件及手机商品上的驰名商标，并仍持续。

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司还认为，“小爱同学”所谓知名度实际是因为“小米”商标具有极高知名度，而非是“小爱同学”本身具有知名度。一审法院认为，“小米”系列商标具有极高知名度，并不会对“小爱同学”商标的知名度产生负面影响。如前所述，基于“小爱同学”的使用情况，已经使“小爱同学”商标与“小米”系列智能产品之间产生密切联系，相关公众通过使用“小爱同学”唤醒词可以明确知悉使用的智能设备系“小米”产品。“小米”系列商标极高知名度的优势反而可以使“小爱同学”商标快速、广泛的获得极高知名度。

《中华人民共和国商标法》第四十八条规定，本法所称商标的使用，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，用于识别商品来源的行为。河南某爱同学公司、上海某爱同学公

司在被告产品包装上使用“小爱同学”商标、在网络账号中使用“小爱同学”对被告产品进行宣传，目的是以“小爱同学”标识来识别商品来源，属于商标使用行为。

《中华人民共和国商标法》第七条规定，申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则。第五十七条第三项、第七项规定，有下列行为之一的，均属侵犯注册商标专用权：...（三）销售侵犯注册商标专用权的商品的...（七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。《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》第一条第二项规定，复制、摹仿、翻译他人注册的驰名商标或其主要部分在不相同或者不相类似商品上作为商标使用，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，属于商标法第五十七条第（七）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为。

首先，撤三商标并非自始无效，撤三商标的商标权人在商标处于有效期间，诚实信用使用该商标的行为不应认定构成侵权。但如果商标权人使用商标时，存在欺骗、攀附商誉等有违诚实信用原则的行为，即便其使用的商标有效，其整体行为仍然可能构成商标侵权。本案中，河南某爱同学公司受让的第 196***71 号“小爱同学”商标虽于 2022 年 3 月 13 日才由国家知识产权局发布《商标撤销公告》在全部核定商品上撤销注册，但期间河南某爱同学公司、上海某爱同学公司存在不正当利用涉案驰名商标声誉的行为。被告侵权行为最早发生之时即 2020 年 4 月，涉案驰名商标已具有极高知名度，而第 196***71 号“小爱同学”商标却长期处于未

实际使用的状态，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司一开始使用第 196***71 号“小爱同学”商标时，便在宣传、推广活动中，将销售被诉侵权产品的成绩与奖励小米系列产品，尤其是“小爱同学”智能音箱相捆绑，在宣传被诉侵权产品时，将小米系列智能产品与被诉侵权产品在同一账号宣传，并使用“老人小孩都会的智能语音口令小爱同学”宣传词。上述行为明显存在引导相关公众联想被诉侵权产品与某米科技公司产品及涉案驰名商标存在特定联系的故意。因此，即便在第 196***71 号“小爱同学”商标有效期间，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司整体被诉行为仍具有是否构成商标侵权的可辩性。另外，河南某爱同学公司主张其注册有第 48351266 号“小爱同学”商标，但该商标申请注册时间晚于涉案驰名商标可被认定驰名的时间，不影响被诉行为是否构成侵权的判断。

其次，被诉酸奶、牛奶制品商品与涉案驰名商标核定使用的“可下载的计算机应用软件，手机”商品类别虽相差较远，但均为日常生活中常用的商品，两者相关公众范围广泛，并无明显区别，涉案驰名商标完全可以为酸奶、奶制品商品的相关公众所知晓。“小爱同学”并不属于具有特定含义的词语，其作为商标有很高的显著性；同时，相关公众在使用“小爱同学”作为唤醒词的智能产品时，会以直接呼唤出“小爱同学”的方式以启动人机智能交互工作状态，该使用方式更加直观、深刻的使相关公众将涉案权利商标与某米科技公司相关产品产生强关联性认识。因此，在涉案驰名商标具有极高知名度，且河南某爱同学公司、上海某爱同学公

司存在不正当利用涉案驰名商标声誉行为的情况下，相关公众易误认使用“小爱同学”商标的酸奶、牛奶制品商品与某米科技公司存在相当程度的联系。

再次，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司使用“小爱同学”标识，还会减弱涉案驰名商标的显著性。如前文所论述，相关公众易误认使用“小爱同学”商标的酸奶、牛奶制品商品与某米科技公司存在相当程度的联系，在此情况下，也会使相关公众误认生产“小爱同学”酸奶、牛奶制品商品的厂家与某米科技公司存在特定联系，对某米科技公司与其驰名商标之间的唯一对应关系造成破坏。如果放任该种使用行为而不加以规制，将使某米科技公司在其驰名商标上的经营和投入受到持续的削弱，减弱某米科技公司、某米通讯公司驰名商标的显著性。

综合考虑涉案驰名商标的显著性、知名度，被诉标识与涉案驰名商标相关公众的重合程度以及标志的近似程度，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司实际使用商标时存在不正当利用涉案驰名商标声誉的主观故意等因素，足以认定河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在被诉侵权商品上使用“小爱同学”标识的行为，会使相关公众认为被诉侵权商品与涉案驰名商标具有相当程度的联系。同时，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司不当利用涉案驰名商标的市场声誉，减弱涉案驰名商标的显著性，进而损害某米科技公司的利益。因此，上述行为属于给涉案驰名商标专用权造成其他损害的商标侵权行为。某泰公司销售了侵犯涉案驰名商标专用权的商品，其行为亦构成商标侵权。

关于争议焦点三，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司应当承担停止侵权，即停止在生产的商品上经营活动中使用“小爱同学”商标的行为；并共同赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失的责任。

《中华人民共和国商标法》第六十三条规定“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。”

某米科技公司、某米通讯公司主张以侵权获利确定赔偿金额。并提出计算依据：1.以经销商1月单品利润6万元作为该省的利润，计算奶酪棒单品销售四年的利润为：6万元x12月x18省x4年=5184万。2.吸吸嚼酸奶销售6个月的利润计算为：6月x10万箱x39.9元/箱x25.07%（利润率）=6001758元。3.按代理

合同计算 1 年总获利为：31.4 万元（平均年销售任务）x800 家 x25.07%（利润率）=62975840 元。某米科技公司、某米通讯公司明确要求商标侵权赔偿金额为 750 万元（含合理开支）。

一审法院认为，河南某爱同学公司所宣传的一个区域经销商单品单月利润可达 6 万元，与其实际签订的销售代理合同约定的销售额存在较大出入，以合同约定的销售额，单个经销商单品利润显然难以达到宣传的月利润 6 万元，因此不宜直接依据单品月利润宣传确定赔偿金额。但河南某爱同学公司在经营活动中还宣传其有 800 家经销商，其未能提供证据证明实际经销商数量，应当为其宣传内容负责。本案虽不宜直接采用某米科技公司、某米通讯公司计算方式确定赔偿金额，但综合考虑河南某爱同学公司宣传的经营规模、在案合同显示的约定销售额、被诉侵权行为持续时间、产品价格及利润率、涉案驰名商标知名度等因素，侵权人因侵权所获得的利益应当高于法定赔偿额上限。另外，某米科技公司、某米通讯公司为制止侵权支出的律师费 10 万元有票据支持，结合本案律师工作量，应当予以支持。一审法院综合考虑上述侵权人可能获利情况的因素，对某米科技公司、某米通讯公司请求的商标侵权赔偿金额全额予以支持，即河南某爱同学公司、上海某爱同学公司因侵害涉案驰名商标专用权行为赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失 750 万元（已含合理开支 10 万元）。

某米科技公司、某米通讯公司未对某泰公司提出经济赔偿要求，但某泰公司仍应承担停止侵权的责任，即停止销售被诉侵权产品。

关于某米科技公司、某米通讯公司要求河南某爱同学公司、上海某爱同学公司发布声明、消除影响的主张，因本案已要求停止商标侵权行为，可以同时起到消除影响的作用，对该项诉请，一审法院不再另予支持。

关于争议焦点四，《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第四项规定，经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：（四）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。《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》第十三条第二项规定：经营者实施下列混淆行为之一，足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，人民法院可以依照反不正当竞争法第六条第四项予以认定：（二）将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众。

《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第十条规定，原告请求禁止被告在不相类似商品上使用与原告驰名的注册商标相同或者近似的商标或者企业名称的，人民法院应当根据案件具体情况，综合考虑以下因素后作出裁判：（一）该驰名商标的显著程度；（二）该驰名商标在使用被诉商标或者企业名称的商品的相关公众中的知晓程度；（三）使用驰名商标的商品与使用被诉商标或者企业名称的商品之间的关联程度；（四）其他相关因素。

前文已对“小爱同学”商标的显著性、相关公众的重合性及“小爱同学”商标在相关公众中知名度进行详细论述，不再赘述。虽然

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司经营范围与“可下载的计算机应用软件，手机”商品存在差别，但在“小爱同学”商标具有极高知名度的情况下，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司将其作为企业字号，会不当利用“小爱同学”商标的市场声誉，引人误认为与某米科技公司存在特定的联系。且河南某爱同学公司、上海某爱同学公司经营被诉侵权产品时，还存在使用小米系列产品（包括小爱同学智能音箱）作为奖励等诱导行为。

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司还辩称其因合法受让第 196***71 号“小爱同学”商标，因此企业名称中使用“小爱同学”属于正当使用。一审法院认为，河南某爱同学公司成立于 2020 年 4 月 16 日，上海某爱同学公司成立于 2020 年 10 月 21 日，两者使用“小爱同学”作为企业字号均早于受让第 196***71 号“小爱同学”商标的时间，且两公司成立时，涉案驰名商标已经具有极高知名度，两公司应当在使用企业名称时合理避让，因此其辩称理由并不能成立。

综上，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司使用“小爱同学”字号的行为构成不正当竞争。

关于争议焦点五，《中华人民共和国反不正当竞争法》第十七条第三款、第四款规定，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。

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司应停止实施不正当竞争行为，变更企业名称，停止在企业名称中使用“小爱同学”字号。

关于赔偿金额，当事人提交的现有证据不能明确证明某米科技公司、某米通讯公司因侵权所受损失及河南某爱同学公司、上海某爱同学公司因侵权所获利益。一审法院综合考虑到河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的经营时间、经营规模；实施不正当竞争行为的主观因素；商标侵权与不正当竞争行为在造成混淆的后果上具有很大重合性，两公司又已因商标侵权行为被判令承担一定赔偿责任；以及两公司使用企业名称的不正当竞争行为系分别实施等因素；确定河南某爱同学公司因不正当竞争行为，应赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失 5 万元，上海某爱同学公司因不正当竞争行为，应赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失 4 万元。合理费用对应的取证、诉讼行为与商标侵权之诉一致，已在商标侵权责任中支持，不再重复予以支持。

综上，一审法院判决：一、河南某爱同学公司、上海某爱同学公司、某泰公司于一审判决生效之日起，立即停止实施侵犯某米科技公司、某米通讯公司第 247***46 号、第 323***34A 号注册商标专用权的行为；即河南某爱同学公司、上海某爱同学公司不得在商品上及商业活动中使用“小爱同学”商标，并停止销售侵

权商品，某泰公司停止销售侵权商品；二、河南某爱同学公司、上海某爱同学公司于一审判决生效之日起，立即停止实施案涉不正当竞争行为，即于一审判决生效之日起立即变更企业名称，停止在企业名称中使用“小爱同学”字号；三、河南某爱同学公司、上海某爱同学公司于一审判决生效之日起十日内，就商标侵权行为共同赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失及合理费用750万元（含合理开支10万元）；四、河南某爱同学公司于一审判决生效之日起十日内，就不正当竞争行为赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失5万元；五、上海某爱同学公司于一审判决生效之日起十日内，就不正当竞争行为赔偿某米科技公司、某米通讯公司经济损失4万元；六、驳回某米科技公司、某米通讯公司其他诉讼请求。

二审期间，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司提交了十二份证据，本院组织当事人进行了证据交换和质证。

证据一，一审开庭传票、告知合议庭组成人员通知书及某米科技公司、某米通讯公司证据清单。证据二，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司庭前收到的某米科技公司、某米通讯公司证据清单。证据三，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司向一审法院邮寄的延期举证申请、快递签收信息及通话记录。证据四，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在一审庭审后提交的质证意见和补充证据2份。证据五，一审法官助理分别和某米科技公司、某米通讯公司代理人以及河南某爱同学公司、上海某爱同学公司代理人的微信聊天记录。证据一至五拟共同证明某米科技公司、

某米通讯公司逾期举证，证据突袭；一审法院在河南某爱同学公司、上海某爱同学公司明确申请对大量证据要求给予 30 天答辩和举证期的情况下违法只给予 10 天，程序违法；河南某爱同学公司、上海某爱同学公司十天内仓促答辩和提交的证据未合法交换给某米科技公司、某米通讯公司，一审法院未对河南某爱同学公司、上海某爱同学公司证据相关意见进行审理就作出判决，程序违法。

证据六，小爱语音和交互式人工智能百度百科。证据七，某米科技公司、某米通讯公司主张构成驰名商标的 2 件商标注册信息。证据八，计算机软件和手机的百度百科（部分）。证据六至证据八拟共同证明小爱同学唤醒词的使用不属于商品交易过程中的商标性使用，而是功能性使用，一审法院认定事实错误；小爱同学唤醒词没有在人工智能商品上作为商标注册，所以不能依据商标法第十三条第三款作为已注册商标来予以保护。

证据九，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司企业信用信息公示报告，拟证明河南某爱同学公司、上海某爱同学公司是小微企业，一审判赔超出承受能力。

证据十，（2025）京行终 7193 号行政判决书，拟证明河南小爱同学向国家知识产权局申请注册的 48351266 号小爱同学商标（核定使用类别为第 29 类牛奶制品、牛奶饮料、酸奶等）已经被北京市高级人民法院生效判决维持无效宣告裁定且发生法律效力。

证据十一，一审举证通知书、公告和管辖权异议二审裁定送达短信截图，拟证明一审法院给河南某爱同学公司、上海某爱同

学公司及某米科技公司、某米通讯公司的举证期限不同，根据公告时间某米科技公司、某米通讯公司属于逾期举证，程序违法。

证据十二，最高人民法院官网公布的 2023 年中国法院 10 大知识产权典型案例之 9 关于“小爱同学”唤醒词保护案例及法院的具体报道，拟证明案涉小爱同学唤醒词被生效另案判决作为商品名称，本案中不应作为驰名商标予以保护。

某米科技公司、某米通讯公司质证意见：

对证据一至证据五的真实性认可，证明目的及证明内容均不认可。某米科技公司、某米通讯公司的补充证据是在举证期限内提交的，不存在逾期举证的情况。一审法院举证通知书下发时间 2024 年 11 月 27 日，指定举证期限 2025 年 2 月 19 日届满，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司于 2024 年 12 月 5 日提出管辖权异议，依据《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第五十五条规定，举证期限中止，剩余举证时间 2 个月零 14 天，总计 75 天。2025 年 4 月 9 日，管辖权异议二审裁定作出，举证期限开始恢复计算，即某米科技公司、某米通讯公司自 2025 年 4 月 9 日起 75 日内举证，举证期限至 2025 年 6 月 23 日届满。某米科技公司、某米通讯公司于 2025 年 6 月 13 日提交补充证据，是在举证期限内提交证据，不存在逾期举证。本案一审开庭时间为 2025 年 6 月 30 日，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在开庭 10 日前收到某米科技公司、某米通讯公司补充证据，有足够的时间进行质证或者提交反驳证据。

对证据六和证据八真实性认可，证明目的及证明内容不认

可。某米科技公司、某米通讯公司在一审阶段已经提交了大量证据证明其将小爱同学作为商标进行直接、长期、大量使用，已经取得了极高的知名度，构成驰名商标。一审判决认定小爱同学商标构成驰名，认定事实清楚，适用法律正确。对证据七的真实性认可，证明目的及证明内容不认可。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司主张某善堂公司注册小爱同学商标，但该商标已经因未实际使用被撤销。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在其受让第 196***71 号商标之时以及最早开始侵权之时，就已经知晓小爱同学商标的知名度，其受让本身具有恶意，具体可见某米科技公司、某米通讯公司一审提交的证据六，证据七第一百三十四页，证据十第二十五页，证据十六、第三百四十六页，上述证据均可以证明河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在最开始宣传销售侵权产品时，以奖励小爱同学智能音箱，小米手环、小米手机等，利用某米科技公司创始人雷某名义进行想象为营销手段。一审判决认定河南某爱同学公司、上海某爱同学公司构成对某米科技公司、某米通讯公司驰名商标的复制、模仿，认定事实清楚，适用法律正确。

对证据九真实性认可，证明目的及证明内容不认可，根据某米科技公司、某米通讯公司一审提交的证据可以证明河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的侵权规模，包括其在微信公众号、抖音账号上发布的宣传内容可见侵权销售规模非常大，经销商数量就有 800 多家，覆盖将近 20 个省份，一审认定的侵权赔偿数额合理。

对证据十真实性、证明目的认可。

对证据十一真实性认可，关联性及证明目的不认可。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司提交的举证期限非一审法院针对某米科技公司、某米通讯公司作出。该公告送达是一审法院针对一审程序中无法送达的上海某爱同学公司和某泰公司作出，该公告举证期限不适用于已经送达的当事人。

对证据十二真实性认可，关联性及证明目的不认可。某米科技公司、某米通讯公司对于某同学既可基于反不正当竞争法对其作为商品名称进行保护，也可基于商标法对其作为商标进行保护，两者并不冲突。

对以上证据，本院认定如下：

对某米科技公司、某米通讯公司认可真实性的证据，本院对其真实性予以确认。

证据一至证据五、证据十一，经核实，本案一审开庭时间为2025年6月30日，此前河南某爱同学公司、上海某爱同学公司均已实际收到举证通知书。对于各方当事人提交的证据，一审法院已充分组织质证。各方当事人的诉讼权利均依法获得保障，一审程序并无不当，本院对证据一至证据五、证据十一的证明目的不予采信。

证据六至证据八、证据十二，因某米科技公司、某米通讯公司长期使用和广泛宣传，相关公众通过使用“小爱同学”唤醒词可区分不同来源的智能设备或应用软件，某米科技公司将“小爱同学”设置为智能产品唤醒词的行为属于商标使用行为，本院对证据

六至证据八、证据十二的证明目的不予采信。

证据九，河南某爱同学公司和上海某爱同学公司的责任承担能力与其应依法承担的赔偿责任无关，本院对该证据的证明目的不予采信。

证据十，客观真实，来源合法，本院予以采信。

某米科技公司、某米通讯公司、某泰公司二审均未提交证据。

本院经审理查明，一审判决认定的事实属实，本院依法予以确认。

另查明，河南某爱同学公司申请注册的第 48351266 号“小爱同学”商标，于 2024 年 12 月 25 日被国家知识产权局裁定宣告无效。河南某爱同学公司因此提起行政诉讼，北京知识产权法院作出（2025）京 73 行初 8037 号行政判决，驳回河南某爱同学公司诉讼请求，维持被诉裁定。河南某爱同学公司不服上诉，北京市高级人民法院作出（2025）京行终 7193 号行政判决，驳回上诉，维持原判。

综合各方当事人的诉辩意见，当事人确认本案二审争议焦点为：本案是否存在认定驰名商标的必要；第 247***46 号、第 323***34A 号“小爱同学”注册商标是否符合认定驰名商标的条件；河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的行为是否构成商标侵权；河南某爱同学公司、上海某爱同学公司是否实施了不正当竞争行为；一审确定的赔偿金额是否合理；一审程序是否合法。本院分析评判如下：

（一）本案是否存在认定驰名商标的必要

《中华人民共和国商标法》第十三条第一款规定：“为相关公众所熟知的商标，持有人认为其权利受到侵害时，可以依照本法规定请求驰名商标保护。”《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用法律若干问题的解释》第二条规定：“在下列民事纠纷案件中，当事人以商标驰名作为事实根据，人民法院根据案件具体情况，认为确有必要的，对所涉商标是否驰名作出认定：（一）以违反商标法第十三条的规定为由，提起的侵犯商标权诉讼；（二）以企业名称与其驰名商标相同或者近似为由，提起的侵犯商标权或者不正当竞争诉讼；（三）符合本解释第六条规定的抗辩或者反诉的诉讼。”

本院认为，驰名商标制度的本意在于对具有较高知名度的商标给予更宽的保护范围和更高的保护强度，因此在具体案件中，如果当事人主张驰名商标保护，法院首先应当对请求保护的商标是否构成驰名进行审查并作出认定，并在此基础上决定相应的保护范围。鉴于实践中商标权利人会通过注册多类别防御性商标的方式保护其商业利益及合法知识产权，若限定商标权利人在相同、类似和非类似商品上均有在先注册商标的情形下只能以使用在相同、类似商品上的商标主张权利，会导致商标权利人的合法权益无法通过诉讼程序得到有效保障，亦违背了商标法确立驰名商标保护制度的初衷。故在商标权利人享有多类别商标专用权的情形下，权利人有权根据自身的商标体系和诉讼策略选择对其最为有利的商标作为诉讼的权利基础，法院应尊重其处分权及选择权。本案中，被诉商标侵权及不正当竞争行为均发生在某米科技公司

第 323***40 号商标核定使用在第 29 类商品获得注册之前，使用被诉商标的商品与第 247***46 号、第 323***34A 号注册商标核定使用的商品类别不相同且不类似，某米科技公司、某米通讯公司主张第 247***46 号、第 323***34A 号商标为驰名商标，一审法院对此予以审查，并无不当。本案确有对第 247***46 号、第 323***34A 号注册商标是否驰名作出认定的必要。

（二）第 247***46 号、第 323***34A 号“小爱同学”注册商标是否符合认定驰名商标的条件

《中华人民共和国商标法》第十四条第一款规定：“驰名商标应当根据当事人的请求，作为处理涉及商标案件需要认定的事实进行认定。认定驰名商标应当考虑下列因素：（一）相关公众对该商标的知晓程度；（二）该商标使用的持续时间；（三）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；（四）该商标作为驰名商标受保护的记录；（五）该商标驰名的其他因素。”

《中华人民共和国商标法》第四十八条规定：“本法所称商标的使用，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，用于识别商品来源的行为。”

本院认为，商标的本质功能在于识别商品或服务来源，相关公众能够在其与来源之间建立起对应关系。某米科技公司、某米通讯公司将“小爱同学”设置为唤醒词用于相关智能产品及人工智能交互引擎上的行为，属于《中华人民共和国商标法》第四十八条规定的商标使用行为。结合历年来搭载小爱同学人工智能助理

并激活的智能设备数量、月活跃用户数量、唤醒次数、小爱同学支持控制的产品覆盖类型等事实，足以认定通过在小米系列智能产品上的长期使用和广泛宣传，“小爱同学”作为唤醒词，已经与某米科技公司、某米通讯公司及其产品形成稳定对应联系，在中国大陆地区的相关公众中具备极高知名度，为社会公众所熟知。一审判决认定其构成驰名商标，并无不当。

需要明确的是，河南某爱同学公司和上海某爱同学公司于2020年设立时，涉案第247***46号、第323***34A号“小爱同学”注册商标已达到驰名状态。对此，一审法院对此已作出充分、详细论述，本院不再重复赘述。

（三）河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的行为是否构成商标侵权

《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：……（三）销售侵犯注册商标专用权的商品的；……（七）给他人的注册商标专用权造成其他损害的。”《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》第一条规定：“下列行为属于商标法第五十七条第（七）项规定的给他人注册商标专用权造成其他损害的行为：……（二）复制、摹仿、翻译他人注册的驰名商标或其主要部分在不相同或者不相类似商品上作为商标使用，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的；……”

本院认为，对于河南某爱同学公司向国家知识产权局申请注册的第48351266号“小爱同学”商标，国家知识产权局已于2024

年12月25日宣告无效。依照《中华人民共和国商标法》第四十七条第一款“依照本法第四十四条、第四十五条的规定宣告无效的注册商标，由商标局予以公告，该注册商标专用权视为自始即不存在”的规定，第48351266号“小爱同学”注册商标专用权视为自始不存在，该商标自始不产生商标法意义上的使用效力。

对于案外人某善堂公司向国家知识产权局申请注册的第196***71号“小爱同学”商标（后转让给河南某爱同学公司），国家知识产权局已于2022年3月13日发布公告，第196***71号“小爱同学”商标在全部核定商品上撤销注册。《中华人民共和国商标法》第七条第一款规定：“申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则。”第五十五条第二款规定：“被撤销的注册商标，由商标局予以公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。”对于被撤销的第196***71号“小爱同学”商标，虽然该注册商标专用权自公告之日起终止，但公告前对该商标的使用仍应遵循诚实信用原则，不得实施不正当攀附他人商誉的行为。

被诉酸奶、牛奶制品商品与涉案驰名商标核定使用的商品类别虽在功能、用途上有明显区别，但这些商品针对的消费对象均为普通大众，两者消费群体具有一定的重合。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司在产品宣传、推广过程中，将被诉侵权产品的销售业绩与小米系列产品、尤其是“小爱同学”智能音箱进行营销捆绑；在同一宣传渠道内同步推广小米系列智能产品与被诉侵权产品，并使用“老人小孩都会的智能语音口令小爱同学”等宣传用语，主观上明显具有攀附涉案驰名商标承载的商业品质、品牌内

涵及市场声誉的故意，其行为足以误导相关公众，易使相关公众将被诉侵权产品与涉案驰名商标产生直接联想，弱化驰名商标的显著性与识别商品来源功能，进而对驰名商标权利人的合法权益造成实质性损害，显然构成商标侵权。

（四）河南某爱同学公司、上海某爱同学公司是否实施了不正当竞争行为

《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条规定：“经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系：……（四）其他足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的混淆行为。”《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》第十三条规定：“经营者实施下列混淆行为之一，足以引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系的，人民法院可以依照反不正当竞争法第六条第四项予以认定：……（二）将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众。”

河南某爱同学公司、上海某爱同学公司成立于 2020 年，两公司使用“小爱同学”作为企业字号早于河南某爱同学公司受让第 196***71 号“小爱同学”商标的时间，两公司成立时涉案权利商标已达到驰名状态，一审判决认定河南某爱同学公司、上海某爱同学公司将涉案驰名商标作为企业名称中的字号使用构成不正当竞争并无不当，两公司的商标侵权行为与该不正当竞争行为并非同一行为，不影响其不正当竞争行为的认定。

（五）一审确定的赔偿金额是否合理

某米科技公司、某米通讯公司主张以侵权获利来确定赔偿数额并提供了计算依据。综合考虑河南某爱同学公司宣传的经营规模、在案合同显示的约定销售额、被诉侵权行为持续时间、产品价格及利润率、涉案驰名商标知名度、本案律师工作量等因素，一审认定侵权人侵权获利高于法定赔偿上限，并无不当。河南某爱同学公司、上海某爱同学公司并未提交证据证明其虚假宣传，应自行承担相应法律后果。一审酌情确定的赔偿金额符合涉案证据证明情况，符合公平原则，并无不当。

（六）一审程序是否合法

经核实，本案一审开庭时间为 2025 年 6 月 30 日，一审法院已经依法送达举证通知书，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司已实际收到，并不存在程序违法情形。此外，对于各方当事人提交的证据包括庭后补充的证据，一审法院均已组织质证。各方当事人的诉讼权利均已获得充分保障，一审程序合法。

综上，河南某爱同学公司、上海某爱同学公司的上诉理由均不能成立，其上诉请求本院均不予支持。一审判决认定事实清楚，适用法律正确，本院予以维持。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十七条第一款第一项规定，判决如下：

驳回上诉，维持原判。

二审案件受理费 64650 元，由河南某爱同学生物科技有限公司、上海某爱同学食品科技有限公司负担。

本判决为终审判决。

审 判 长 谢 明
审 判 员 冯 雅 婧
审 判 员 肖 崑

二〇二六年五月十九日

书 记 员 吴 彤