



去年广东发明专利侵权案最高判赔超3亿元

新快报讯 记者高京 通讯员吁青 陈中山报道 日前,广东省高级人民法院发布《广东法院知识产权司法保护状况白皮书(2023年度)》,并发布十大案件。去年,全省法院新收各类知识产权案件91089件,同比减少22.2%,一审服判息诉率超90%;审结各类知识产权案件94574件,案件结收比103.83%,其中涉发明专利类案件数同比增幅超五成;调撤案件53500件,调撤率57.39%,同比上升8.8个百分点,诉源治理工作取得明显成效。广东去年有三个案件入选最高人民法院指导性案例。

白皮书显示,广东法院围绕加大关键核心技术、重点领域、新兴产业司法保护,全年受理高科技、高效能、高质量知识产权纠纷案件不断增加,涉及新一代信息技术、高端芯片、生物医药、新能源新材料新品种等“硬核科技”“绿色科技”领域。去年共审结各类发明专利等技术类知识产权案件16450件,同比增长55.8%,审结各类反不正当竞争及反垄断一审案件2094件,以法治之力支撑和服务新质生产力发展。

去年,全省法院作出的民事判决中,判赔数额支持率达65%,全额判赔案件数量占比超过44.3%,发明专利侵权案件平均判赔数额98.8万元,超过千万元判赔的有24件,最高判赔数额达到3.17亿元,在62件案件中依法适用惩罚性赔偿严惩侵权人,真正让侵权者付出沉痛代价;在全国法院率先发布涉数据司法政策性文件,为数字经济赋能实体经济提供司法支撑。

案例1 欺骗性技术手段抓取后台数据 赔偿2000万!

微某公司是新浪微博的经营者,简某公司及其深圳分公司是iDataAPI网站经营者。

iDataAPI用户可通过网站提供的API(应用程序编程接口)获取大量新浪微博数据,不但完全覆盖了微博网页上的相应内容数据,还包含大量微博平台运营管理过程的后台服务数据,以及微某公司的大数据产品“微指数”,截至2019年5月,用户总调用次数超过21.79亿次。

微某公司指控简某公司采用恶意技术手段,非法调用微博服务器向用户端传输数据的API,抓取了大量新浪微博后台数据予以存储和售卖,请求法院判令简某公司停止不正当竞争行为、判

登声明消除影响、赔偿经济损失2000万元以及合理支出50万元。

法院认为,微某公司对依法依规持有的微博数据享有自主管控、合法利用并获取经济利益的权益。简某公司采用欺骗性技术手段抓取其本无权调用的后台数据,并予以存储、售卖,超过正常获取数据合理限度,显著增大了微博平台被“实质性替代”的风险,且导致数据资源的产生和积累动力减损、数据资源的流通和使用效率降低,阻碍了数据要素价值充分发挥,有违公平、诚信原则和商业道德,扰乱了数据市场竞争秩序,严重损害了微某公司和消费者合法权益,构成不正当竞争。

综合被诉行为持续时间长、调用微

博数据规模巨大、损害后果严重等情况,按照简某公司收费标准中位数1元/100次计算,其获利超过2179.79万元。简某公司被诉行为于2021年3月已停止。综上,判决简某公司赔偿微某公司2000万元,刊登声明消除影响等。

●典型意义

本案系全国首例非法调用服务器API接口获取数据予以交易转卖的案件,且作出了数据竞争纠纷最高判赔数额之一。本案裁判明确认可和保护数据资源持有权,并基于数据“有力保护”与“有序流通”的平衡关系深入阐述数据权益保护边界,引导市场主体获取和利用数据要“开正门、堵偏门”“取之有道、用之有度”。

案例2 男女对戒图案侵权? 滥诉反赔!

陈某就男女对戒图案申请美术作品著作权登记后,在某首饰厂经营的网店公证购买了被诉产品戒指2枚,主张某首饰厂侵害了其男女对戒图案作品的信息网络传播权、复制权和发行权,请求判令某首饰厂赔偿其经济损失和合理开支3万元。

某首饰厂辩称该图案不具有独创性,提交微博、1688网店等反证,并提起反诉,请求确认涉案图案不构成作品,被诉行为不构成著作权侵权,并请求判令陈某赔偿律师费、公证费、差旅费等。

法院认为,本案陈某主张作品的内容明显缺乏独创性,来源于公有领域,结合陈某的历史诉讼情况、诉讼能力、批量诉讼特点,以及普遍选取应诉能力弱的被告,存在索赔盈利之诉讼目的等情况分析,在对陈某权利行使基础、对象、目的、时间、方式等因素综合评价的基础上,认定陈某主观上明知或应知,客观上明显缺乏权利基础,构成滥用权利。某首饰厂反诉请求陈某赔偿其律师费、公证费、差旅费等合理开支,对合理部分予以全额支持。遂判决驳回陈某全部诉讼

请求,陈某赔偿某首饰厂的合理开支。

●典型意义

本案系明显缺乏独创性、来源于公有领域而不构成作品的个别“伪创作”者,其对欠缺权利基础明知或应知,却仍选取应诉能力弱的对象为被告,以索赔盈利为诉讼目的。本案依法认定该种诉讼行为构成滥用权利,并判决全额支持被告关于合理开支的反诉请求,在同一案件中实现让原告“反赔”,丰富了“滥诉反赔”的司法实践,体现了引导当事人诚信行使权利的司法价值导向。

“老铁经济”2023年撑起万亿电商销售

“广州时尚女装代言人”真姐:快手粉丝更忠诚,购买力更强,流量更精准

新快报讯 记者郑志辉报道 快手电商此前公布的2023全年销售额超过1.18万亿元,其中女装依然是平台占比最大的类目,全年维持高增长,动销商家数同比大增150%,增速领跑线上消费。

快手女装2023年能实现这样的佳绩,从事服装行业超过10年的商家“真姐定制”创办人崔静(粉丝喜欢喊她“真姐”)昨日对记者表示,“快手一直讲究的是老铁经济、信任经济,事实证明确实是这样的,这一点可以让我们的粉丝更忠诚,购买力更强,流量也更精准。”

真姐也获快手官方邀请担任“广州时尚女装代言人”,这是快手电商最新发布针对女装行业的“手选好产地”IP计划的一部分。该计划将在广州、深圳、杭州、嘉兴、石家庄等10个产业带城市招募优质达人成为产地代言人,并策划系列话题活动和溯源带货专场,帮助产业带优质商家带货,增加销售渠道。同时,也将联合产业带当地政府、协会,共同筹备产地大型活动和线下培训,包括时装周、直播节、订货会等,带来更多生意机会、生意方法和流量扶持。

广州女装、美妆产业2024迎更强机遇

在昨日的“粤动风潮·2024女装夏季新品订货会暨美妆双选会”上,快手电商相关负责人表示,数据显示,快手女装市场规模和供给持续增长,年轻用户增量空间大,用户心智越发成熟,这让他们相信,2024年女装行业的增长空间依旧广阔。

深圳寻芒传媒业务负责人高浩源对此表示认同。他分析说,“广州是占据中



国服装生产与销售半边天的城市,产业链涵盖设计、生产、批发等环节。华南地区的低价好物,无论单价、品质以及款式,一直都有非常大的优势。而快手女装去年的快速增长,证明了平台上女性消费者的消费意愿更强,这种消费趋势不受整体经济环境的上升还是下降影响。”

为了帮助商家精准布局2024夏季市场,快手电商从2023春夏女装类目销售趋势出发,建议商家今年可以重点关注裤子、T恤和连衣裙等类目,加速布局防晒品类,并基于新中式、摩登浪漫、静奢风、城市运动等九大流行灵感风向展开备货。

与女装行业用户人群高度一致的美妆行业也在2023年迎来快速增长。2023年,快手美妆跨境行业入驻品牌数超3万,年成交破亿品牌数超60家,美妆跨境买家数超1亿。

快手美妆透露,2024年将全面开放分销门槛,并推出美白防晒季、礼遇季-520、七夕-美妆礼遇季等全年超10场S级行业营销活动及多场行业溯源、招商会活动,为商家生意爆发创造更多机遇。

快手女装最根本优势在于极致性价比

为鼓励更多合作伙伴优化运营、扩大生意,快手电商昨日还向经营表现突出的商家、主播和服务商颁发奖项。真姐定制、老板娘原创设计获得“产地代言人”称号;涛涛家深圳高端定制获得“产地风潮主播”称号;大滨家轻奢大牌女装、QIAOLA乔拉、丹姐·蒂傲妮、米家广州服饰、大脸贺家在广州、钰菱高定服饰等主播被评为“产地之星”;赫尔温高奢、老杨定制、KK服饰1号店、香朵儿旗舰店等主播被评为“产地新星”;深圳寻芒

传媒、广州旭景科技分别获得产业带标杆服务商和产业带黑马服务商奖项。

在众多广州产地优质商家中,2023年真姐在快手平台订单量超2700万,平均每个季度上新超370款服饰,带动了广州沙河、十三行、中大服装城等超80个线下服装品牌的销售。

崔静告诉记者,最早试水直播电商是在5年多前货架电商业务遇到瓶颈之时。“18年直播还是种很新的带货形式,但直觉告诉我,这一定是未来的趋势,它的内容很有趣,而且跟消费者的距离会很近,他看得见你,能听到你的互动,你能及时为他解答问题,也会让他们放心地下单,就坚持做下来,三年时间就做到了一个巅峰期,规模做到了传统电商的百倍以上。”

对于被邀请担任“广州时尚女装代言人”,崔静既惊喜,又有点诚惶诚恐。对于新加入的商家,她的寄语是“主播的人设、人格魅力要有,但最根本还是要靠货品。广州服饰的性价比,就是别人不具备的根本优势。”

除了分享行业趋势与经营解析,本次双选会还举办了2024女装夏季新品及美妆走秀和订货会环节,并邀请众多优质达人现场交流选品,高效达成合作。

牛仔裤商家KK原创运营负责人荣荣表示,疫情过后,感觉消费者理念越来越不同。从最初的类似于报复性消费,冲动过后回过头来重新评估买的衣服的性价比。更理性之后会开始着重穿搭、搭配,讲究穿衣要有风格。和达人主播合作,很好地满足了消费者们成套搭配的要求,产品很容易就卖爆了,销量比以前做“一批”时翻了很多倍。