

中国

驰名商标攻略

中国驰名商标认定与保护研究

东灵通国际品牌咨询集团公司
北京市金栋律师事务所

主编 / 张朝栋



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国

驰名商标攻略

中国驰名商标认定与保护研究

东灵通国际品牌咨询集团公司
北京市金栋律师事务所

主编 / 张朝栋



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国驰名商标攻略/张朝栋主编

北京: 中国经济出版社, 2010. 7

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9836 - 0

I. ①中… II. ①张… III. ①商标管理—研究—中国 ②商标法—研究—中国

IV. ①F760. 5 ②D923. 434

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 120279 号

责任编辑 杨 莹

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞

出版发行 中国经济出版社

印 刷 者 北京昌平新兴胶印厂

经 销 者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 20

字 数 307 千字

版 次 2010 年 7 月第 1 版

印 次 2010 年 7 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9836 - 0/C · 60

定 价 40.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

主 编：张朝栋 中国政法大学法学院 兼职教授
东灵通国际品牌咨询集团公司 董事长
北京市金栋律师事务所 高级合伙人

执行主编：蔡乐渭 北京大学法学院 博士后

副 主 编：税亚东 东灵通国际品牌咨询集团公司 总 裁
王 坤 浙江省社会科学院 副研究员
朱红英 浙江工业大学法学院 副教授

本书作者（以姓氏笔划为序）：

苏芮生 东灵通国际品牌咨询集团公司 特聘研究员

卓士卿 东灵通国际品牌咨询集团公司 研究员

伏创宇 北京大学法学院 博 士

何雪莲 浙江衢州学院 讲 师

赵 群 北京市金栋律师事务所 律 师

徐刚勤 浙江省工商行政管理局商标处 干 部

崔海江 北京市金栋律师事务所 律 师

卫续华 中国人民大学法学院 博 士

前 言

改革开放以来,我国经济取得了巨大的发展,国民生产总值从 1978 年的 2683 亿美元增加到 2009 年的 49113 亿美元,在世界上的位次从第 10 位跃居第 3 位;人均国民生产总值从 1978 年的 226 美元增加到 2009 年的 3680 美元;对外贸易总额从 1978 年的 206.4 亿美元增加到 2009 年的 22072 亿美元,居世界第 3 位;外汇储备从 1978 年的 1.67 亿美元增加到 2009 年的 23992 亿美元,居世界第 1 位。

在经济快速发展的过程中,品牌战略受到了政府与企业的高度重视,而商标作为品牌战略的重要组成部分,其发展速度之快更是令人惊叹。1979 年我国恢复商标统一注册体制的时候,注册商标总量仅有 3.25 万件,而到 2009 年 6 月底,累计有效注册商标总量已经高达 240 万件,居世界第 1 位。商标注册申请量也是逐年递增,1980 年仅为 2.6 万件,1993 年达到 13.2 万件,2002 年达到 37.2 万件居世界第一位,2008 年,中国商标注册申请量更达到 69.8 万件。

驰名商标是商标中的佼佼者,对企业推进品牌战略,提高核心竞争力具有重要的意义。各国对驰名商标都给予了特殊的保护,以维护驰名商标权利的合法利益。我国对驰名商标的保护始于 1985 年加入《巴黎公约》之后。1987 年 8 月,国家工商行政管理局商标局在商标异议案件中认定美国必胜客国际有限公司的"PIZZAHUT"商标及屋顶图形的商标为驰名商标,这是中国加入《巴黎公约》后认定的第一件驰名商标。随后"PIZZAHUT"、"LUX 及力士"、"M&M'S"、"MICKEY MOUSE(米老鼠)"、"IBM"、"Marlboro"、"CoCa-CoLa"和"SHERWOOD"等国外商标也被国家工商行政管理局认定为驰名商标并加以保护。1989 年 11 月,"同仁堂"商标被国家工商行政管理局认定为驰名商标,成为第一例获得认定的国内商标。

1990 年,国家工商行政管理局在《关于大力加强企业商标工作的通知》中指出:驰名商标的多少,在一定程度上表明了一个国家的经济实力和水平。

平,我国要大力发展社会主义商品经济,并且要走向世界,参与国际经济大循环,到国际市场上去竞争,就必须创一大批在国内国际上都驰名的商标。1993年2月,为适应经济发展的需要,维护公平竞争的市场环境,第七届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议对1983年《商标法》进行了修改,加大了对商标侵权假冒行为的打击力度。同年修改的《商标法实施细则》将"违反诚实信用原则,以复制、模仿、翻译等方式,将他人已为公众熟知的商标进行注册的"行为纳入《商标法》第二十七条第一款所指的以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的行为,第一次以立法的形式对"为公众熟知的商标"提供特殊保护。截止1996年,国家工商行政管理局在商标异议、商标纠纷案件中总共认定了100余件中国驰名商标。

1996年8月14日,国家工商行政管理局发布了《驰名商标认定和管理暂行规定》,该规定将驰名商标定义为"在市场上享有较高声誉并为相关公众所熟知的注册商标",并规定国家工商行政管理局商标局负责驰名商标的认定与管理工作,其他任何组织和个人不得认定或者采取其他变相方式认定驰名商标,同时对驰名商标的特殊保护进行规定。此后,针对在驰名商标认定与保护过程中出现的问题,国家工商行政管理总局于2000年4月28日发布了《关于申请认定驰名商标若干问题的通知》,进一步规范了驰名商标的申请认定工作。

2001年12月1日,为适应加入世界贸易组织需要而修改的新《商标法》正式施行,该法明确规定了对驰名商标的特别保护,并对驰名商标的认定进行了相应规定。到2002年9月15日经修订的《商标法实施条例》施行之前,国家工商行政管理总局认定的驰名商标总量达到近400件。2003年4月17日,国家工商行政管理总局废除了1996年的《驰名商标认定和管理暂行规定》,重新颁布了《驰名商标认定和保护规定》,不再规定工商行政管理机关是驰名商标认定的唯一机关。至2008年底国家工商行政管理总局根据依据新《商标法》、《商标法实施条例》和《驰名商标认定和保护规定》又认定了1000余件驰名商标。近两年认定数量大大增加,截止2010年初,国家工商行政管理总局商标局、商标评审委员会共已认定中国驰名商标已超过2000件。

在通过行政途径认定和保护驰名商标的同时,对驰名商标的司法认定和保护也在实践的推动下开始发展起来。2001年7月17日,最高人民法院

公布《关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》，赋予人民法院依法认定驰名商标的权力。2001年11月，北京市高级人民法院在司法程序中认定美国杜邦公司的“DUPONT”商标为驰名商标，并维持北京市第一中级人民法院撤销他人将该商标作为域名注册的一审判决，成为中国司法机关认定和明确保护驰名商标的第一个案例。2002年10月16日，最高人民法院发布《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》，明确人民法院在审理商标纠纷案件中，根据当事人的请求和案件的具体情况可以依照商标法第14条的规定对注册商标是否驰名依法作出认定，此后驰名商标的司法认定开始步入正轨，司法认定成为与行政认定并列的驰名商标两大认定途径。

驰名商标之所以在过去的三十年中获得快速发展，这是与中国实行改革开放政策、中国经济日益融入到世界经济体系中去，以及经济全球化、一体化的大背景和大趋势是分不开的。但归根结底，其原因还在于驰名商标在企业推进品牌战略，促进企业长远和持续发展过程中所具有的不可替代的作用。这些作用包括以下几个方面：第一，创建驰名商标是企业推进品牌的重要内容。商标是品牌中必不可少的组成部分，离开商标根本就不存在所谓品牌。同样，驰名商标也是知名品牌中最为重要的因素，任何国内国际知名品牌都必须以拥有一定的驰名商标为前提。从而，如何打造驰名商标就成为企业品牌战略的一项不可或缺的内容。第二，驰名商标有助于形成和加强企业的核心竞争力。驰名商标是市场中企业相互区别的最重要标志，也是消费者进行货币投票的风向标，一个驰名商标的成功，是企业长期的努力换来的，而驰名商标一旦形成，就具有相对的稳定性，不易为他人所超越与模仿。因此，驰名商标对形成、加强和维持企业的核心竞争力具有十分重要的作用，一定意义上，驰名商标本身也成为企业核心竞争力的重要组成部分，由此形成了一种“品牌竞争力”。第三，驰名商标本身是企业的重要资产。驰名商标能够有效地促进商品的销售，能够维持忠诚的顾客群，保证企业有着稳定的销售市场和利润，甚至，驰名商标本身也是可用货币来衡量的重要资产，具有相当大的价值。第四，驰名商标可为企业在竞争与发展的过程中带来许多优惠政策。当前，各地政府为了推动品牌战略，都出台了相应政策，规定对成功创建驰名商标的企业实行优惠，这些优惠包括税收优惠、贷款优惠、现金奖励、优先保护等等。此外，驰名商标还因享有的特殊法

律保护而可有效地防止他人对企业权利的侵害。如可有效对抗恶意抢注商标行为、恶意注册商号与域名行为、使用类似的包装、装潢等等不正当竞争行为。

驰名商标在企业发展乃至经济发展的过程中都具有重要的意义,然后,并不是所有经济主体都充分认识到它的这种意义。实际上,在驰名商标蓬勃发展的表象之下,还存在着一些亟待引起重视的问题。

首先,一些企业对驰名商标的意义认识不足,没有认识到创建驰名商标对提升企业的核心竞争力与长远发展所具有的重大价值,规模较小的企业认为自己当前的任务首先在于将企业做大,驰名商标的创建是下一步的事;规模较大的企业又认为驰名商标的创建只是企业发展过程中的一项具体甚至是附带性的事务。此类错误的认识导致了对创建驰名商标投入不足,影响了企业品牌战略的发展,进而影响了企业的长远发展,等到猛然醒悟创建驰名商标的重要意义时,却已亡羊补牢,不得不付出巨大的代价,甚至造成不可弥补的损失。

其次,一些企业不具备驰名商标的相应知识。驰名的创建、认定与保护是一项专业性很强的工作,受限于认识不够或经济实力不足等多方面因素的影响,多数企业没有配备专门的工作人员,企业经营者又不可能直接将过多时间投入驰名商标。专业知识的缺乏,使得企业即使认识到了驰名商标的重要意义,也不能顺利地开展驰名商标的创建,对于遭受的驰名商标侵权,更难以采取有效的手段维护自身的合法权益。

再次,在实践中,驰名商标认定与保护方面也存在一些问题。如在早年的驰名商标认定方面,有关机关一度将驰名商标当作是一种荣誉,通过企业申请、主管部门批量审批的方式进行认定,这种认定方式实际上是与驰名商标的本质相违背的。我国加入世界贸易组织后,这种做法很快得到了纠正,驰名商标认定由批量审批认定改为在案件和纠纷处理中认定。然而,近年来驰名商标认定中又出现了一些新的问题,特别是在司法认定过程中,这些问题一度比较突出。如各不同地区的法院间对驰名商标的认定标准不统一,中西部相对不发达地区的法院认定标准往往比较宽松,当事人,尤其是东部发达地区的企业倾向于选择中西部的法院作为涉及驰名商标认定的案件受理法院,甚至为了获得驰名商标的认定,炮制虚假诉讼案件,法院即使怀疑当事人有制造虚假诉讼的可能,也很难审查。驰名商标司法认定中的

问题导致了一度导致了驰名商标司法认定泛滥,有的地方一个县级市一年通过司法认定的驰名商标就高达数十个甚至更多,这严重影响了驰名商标的整体声誉,失去了消费者对驰名商标的信任感,危及品牌战略的基础。

针对我国驰名商标发展过程中存在的问题,国家有关机关采取了多种措施予以纠正,如为规范驰名商标司法认定过程中的问题,最高人民法院于2009年1月6日印发了《关于涉及驰名商标认定的民事纠纷案件管辖问题的通知》,大幅减少了具有驰名商标认定权的法院数量,规定只有"省、自治区人民政府所在地的市、计划单列市中级人民法院,以及直辖市辖区内的中级人民法院"才有驰名商标司法认定权,其他中级人民法院需要报经最高人民法院批准才能获得授权,基层人民法院将不再具有驰名商标司法认定的权力。然而,驰名商标发展过程中的不足与问题涉及诸多方面,也是在多种因素的影响下形成的,要有效解决这些问题,仅仅依赖国家机关的努力是不够的,还需要社会各个方面的共同努力,尤其需要相当企业提高对驰名商标重要意义及其本质的认识,积极投入到驰名商标创建活动中去。同时,企业也应丰富和充实相关的知识,有效地开始商标创建活动,有力地维护自己的驰名商标权益。只有通过主管机关与企业等各方面的共同努力,驰名商标才能名至实归,驰名商标的创建与维权活动才能做到低投入、高产出,品牌战略才能顺利推进。

本书的目的,正在于通过对驰名商标的认定与保护的全面、系统的研究和分析,加强企业对驰名商标的认识,丰富企业对驰名商标的知识,提高企业创建驰名商标的能力和维权驰名商标相关权益的技能,推动企业品牌战略,促进经济的健康持续发展。

辽宁省实施品牌战略争创驰名商标工作暨表彰会议上 辽宁省工商局局长李铁民讲话(代序)

同志们:

今天,省政府在这里举行全省实施品牌战略,争创驰名商标工作暨表彰会议,对辽宁经济社会发展,在品牌拉动方面具有标志性意义。省委、省政府高度重视这次会议。省政府秘书长冯韧同志亲自主持会议。省委常委、常务副省长许卫国同志亲自到会,一会儿还要作重要讲话。国家总局付双建副局长带领相关司局的六位同志亲自参加这次会议,为我们站脚助威。借此机会,让我代表全省工商系统的同志和参加会议的企业代表,向省委、省政府和国家工商总局表示衷心地感谢!下面讲两个问题。

一、全省驰名商标的基本情况和主要作用

到2007年底,全省的驰名商标总数是40件,平均1万户企业拥有1件,数量不算多。但从辽宁的实际情况看,驰名商标争创的工作近年来有了突破性进展。

一是驰名商标的发展前景看好。辽宁的驰名商标发展大致经历了两个阶段。2003年之前,全省的驰名商标只有8件。之后,随着新《商标法》的颁布,省委、省政府在全面振兴辽宁的过程中,对驰名商标拉动整个产业结构调整、促进经济社会又好又快发展方面,给予了高度关注。几年来,正是在省委、省政府的高度重视、国家工商总局的鼎力支持和全省企业界的共同努力下,使全省驰名商标的发展逐步走向了比较健康的轨道。2004年7件,2005年8件,2006年5件,2007年猛增到12件,实现了历史性突破。与此同时,省政府为2007年度获得驰名商标的企业每户奖励50万元,这也是一个历史性的进步。

二是驰名商标的区域分布和行业种类在逐渐扩大。40件驰名商标分布

在全省的11个地区,其中大连12件、沈阳10件、鞍山6件、营口4件、盘锦2件、抚顺、丹东、锦州、辽阳、铁岭、葫芦岛各1件;其种类涵盖了机械、建材、石油化工、原材料、汽车、医药、家具、服装、农产品、食品、物流等诸多门类,一定程度上代表了辽宁老工业基地的产业发展特点。

三是驰名商标在经济社会发展中的重要作用已经得到充分体现。具体体现在五个方面:一是促进了企业创收增效。40户企业获得驰名商标认定后,年销售额平均增长39%,其中增长超过20%的20户,超过50%的12户,超过60%的7户。大连创世、沈阳金德销售增长更是达到143%和120%;年销售额达到10亿元以上的18户,30亿元以上的8户,其中辽宁忠旺年销售额达到85亿元,雪花啤酒69亿元,鞍山鞍轮41亿元;在全国同行业排名前三位的23户,其中排名第一位的17户。大连韩伟企业集团已成为亚洲蛋品行业最大的企业。可见,驰名商标已经并将继续成为企业发展壮大的新动力。二是带动了经济发展,维护了社会稳定。驰名商标企业经济效益的提高,对地方税收收入的贡献不断增加,成为促进地方经济发展的重要来源。40户驰名商标企业,2006年合计利税额达到32亿元,2007年达到了50个亿,贡献非常大。海城市西洋集团获得驰名商标认定后,实现了跨越式发展,在2006年全国私企纳税百强排行榜中名列第三,夺得辽宁省私企纳税的排头兵,成为当地经济发展的支柱。随着驰名商标企业的发展,企业吸纳社会就业的能力也不断增强。40户企业中,安置就业人员超过千人以上的24户,其中:安置四千人以上的12户,安置万人以上的4户。对辽宁来说,通过扩大企业规模、增强企业竞争力来安置下岗就业职工的作用非常大。三是拓宽了企业的市场空间。一方面,品牌的科技含量普遍有所提高。获得驰名商标认定后,促使企业以更新的标准和更高的要求,加快拥有自主知识产权和核心技术。40户驰名商标企业已普遍拥有独立的高标准实验室或设备先进的检测手段,用于新技术的研发和检验产品的技术指标。其中有3户企业参与了国家标准的制定,4户企业成为国家级高新技术企业,20户企业拥有自主专利合计达到545个。东北制药总厂拥有国家级企业技术中心和国内医药企业惟一的工程院院士,利用技术和人才优势,不仅结束了我国抗艾滋病药物完全依赖进口的历史,而且成为替代进口药物的惟一品牌,企业的经济规模比1997年翻了三倍。另一方面,品牌的国际化进程普遍加快。获得驰名商标认定,为企业开拓国际市场带来了便利,使企业获得更大发展空

间。大连珍奥集团获得驰名商标认定当年,就将产品由国内销售为主转向国际市场,当年出口额增长了147%,且年销售额以68%的速度增长,国际市场份额不断扩大。目前,40户驰名商标企业中,已有26户企业进入国际市场,产品和服务遍及世界各地,推动了全省开放型经济的发展。第三,商标权的自我保护意识普遍增强。利用获得驰名商标认定之机,企业自觉维护品牌,主动与有关部门配合打击市场上商标侵权假冒商品,净化了市场环境。鞍山三鱼泵业充分利用驰名商标认定,通过司法、行政等法律手段,制止恶意将三鱼商标用作同行业企业字号进行登记,以及在企业名称中突出使用的商标侵权行为,在维护自身权益的同时,直接保护了广大农村消费者的合法权益,真正成了市场上为人熟知的品牌。同时,随着品牌的国际化,企业更加重视商标权的国际保护,利用驰名商标认定,已有18户企业,分别在欧美等几十个国家和地区开展了商标国际注册,保护了自身的商标权益,维护了国家品牌资源和民族利益。

四是推动了新农村建设。盘锦大米协会利用独特的环境资源优势,取得“盘锦大米”的地理标志和驰名商标,在2007年8月份召开了东亚地区的大米博览会,当年就使农民的收入增加了七千万,对农民致富和调节产业结构起到了非常大的作用。大连獐子岛渔业合理开发利用海洋资源,成为集海洋水产业、海珍品育苗业、海水增养殖业、水产品加工业、国内外贸易、海上运输业于一体的上市公司,促进了“海上辽宁”建设。沈阳辉山乳业不断推进农产品转化增值,注重开发多样化产品,奶牛养殖规模从8千头增加至8万头,使当地农民从事养牛收入达到1.2亿元,同时带动周边种植业、饲料加工业的发展,农业产业化链条初步形成,成为全国优质乳产品加工基地之一。铁岭北绿公司以绿色蔬菜、水果为主导产品,采取“公司+基地+农户”的产业经营模式,认定驰名商标两年来,产品供不应求,种植面积扩展1倍,达到2万亩,直接签约农户增加了5千户,达到3万户,累计增加农民收入1500万元,实现了规模扩张自身效益和农民增收社会效益的双丰收,带动农村走上了生产发展、生活富裕、生态良好的道路。

五是提升了老工业基地企业形象。在提高产品和服务质量的基础上,获得驰名商标认定的企业更加注重企业形象宣传,不断提高相关公众的知名度。40户驰名商标企业,通过设立企业网站、发布媒体广告、参加国内国际专业展会、邀请名人代言、冠名文体产业活动等多种形式进行宣传,2006

年的广告投入为6.8亿元,相当于全省广告经营额的13%。宣传力度的加大,使辽宁盼盼、大连冰山、辽宁衡业、鞍轮轮胎、抚顺哥儿俩好、丹东黄海客车、营口青花等一批驰名商标深入人心,辽宁工业大省、强省的形象得到巩固和扩大。驰名商标企业经济效益的提高,也增强了企业回报社会的责任意识。沈阳禾丰牧业有限公司2006年获得驰名商标认定以来,加大捐资助学力度,向沈阳教育基金会捐助教育经费50万元,并在省内贫困地区兴建多所希望小学。鞍山轮胎厂投资1600多万元为当地建起水上乐园、南山公园、站前广场,完成小城镇化、绿化、美化工程。积极投身公益事业,不仅丰富了企业文化内涵,提升了品牌的社会价值,同时也树立了辽宁老工业基地企业良好的社会形象。

二、认真履行职责,全力推进品牌战略的实施

经过十几年的艰苦努力,我省的驰名商标特别是品牌拉动战略得到了有力推动。但我们必须清醒认识到,我省的40件驰名商标在全国比起来还是不多的,我们面临的形势非常严峻。我认为,驰名商标首先是一个品牌,是品牌当中的皇冠,或者说是皇冠上的明珠。驰名商标是通过严密的法律程序,以被动保护的形式认定下来的,在世界范围内受法律保护的知识产权。驰名商标不是评出来的,是企业和政府争创取得的。辽宁40件驰名商标排在全国的第9位。往前看,浙江、广东、山东、福建等四个省驰名商标已过百件;排在辽宁后面的2个省份,也分别达到了39件和38件。前面的目标离我们的距离很远,后面的追兵已大踏步赶了上来。面对这种形势,省委、省政府对于品牌拉动战略给予高度重视,特别是在今天的这个会上,省政府拿出600万元奖励获得驰名商标的企业,力度很大,影响深远。辽宁驰名商标数量少的因素很多,但从自身看有这样几点:一是部分企业尤其是国有企业对驰名商标重视不够,有也行,没有也可。有些企业老总基本上没有这个概念,争创意识不强,重视生产营销,重视企业管理,重视企业效益,对品牌的拉动作用、对品牌是企业综合能力的代表缺乏足够的认识,和南方比起来,和相关的省、市比起来,在这方面显得尤为落后。如我省的中华汽车,现在的年销售收入已经达到了100多亿元,且拥有我国完全独立的自主知识产权,可到现在还不是驰名商标。二是部分企业对商标运作和商标管理缺

乏战略思考,有的甚至还没有将商标战略的建立和实施真正纳入到企业的现实发展中,投入较少,收效不大。特别是企业对商标品牌价值认识不够,造成企业无形资产流失,少数企业甚至将驰名商标仅仅当作一种荣誉称号,弱化了驰名商标的法律地位、社会效应和科技含量。三是个别地区对驰名商标的意义认识不足,对争创工作的支持力度不够。因此,面对这样严峻的形势,我们切不可盲目乐观,高枕无忧,争创工作的任务相当繁重,必须时刻保持清醒的头脑,加大力度,突出重点,采取有力措施将品牌拉动工作做好、做实。

省第十次党代会对我省“十一五”期间经济社会各项事业的发展制定了明确的目标规划,围绕建设国家新型产业基地,提出了“实施品牌战略,注重产品和服务档次的升级换代”的产业振兴方向,再次明确了实施品牌战略、促进产业产品升级换代、振兴老工业基地的工作思路。省委将这项工作的牵头单位确定为省工商局;省政府设立的实施品牌战略工作领导小组,也由省工商局负责各项协调推进工作。我们感到任务艰巨,责任重大。我们将认真履行职责,按照省委、省政府的部署要求,全力推进品牌战略的顺利实施。在当前和今后一个时期,重点做好以下几方面工作:

一是加大宣传力度。通过各类新闻媒体、“4·26”国际知识产权保护日、商标知识培训、品牌战略论坛等形式,广泛宣传商标法律知识,重点突出驰名商标法律保护的相关内容,引导全社会深刻认识驰名商标对企业知识产权和创新能力的保护作用以及在企业发展和市场竞争中的巨大影响,增强争创驰名商标的自觉性。

二是营造政策环境。认真落实省政府《关于进一步加强争创中国驰名商标工作的意见》和《辽宁省实施品牌战略工作方案》,积极深入企业,搞好调查研究,针对实际提出地区商标发展战略的具体规划和措施,为各级党委、政府的品牌战略提供切实可行的意见和建议。

三是强化驰名商标梯队建设。各市局要按照“申报一批,准备一批,培育一批”的原则,对省、市著名商标企业进行一次筛选和调整,形成梯队,搞好培育。要重点加强28家梯队企业驰名商标的培育和推荐认定工作。要按照省委、省政府为我们下达的任务,抓紧工作,也希望广大企业和各级政府给予大力支持和高度重视。

四是提供服务保障。各级工商机关要尽快深入梯队企业展开调研,实

行“零距离”服务,真心实意地帮助企业建立、整理和完善申请材料,做到成熟一个,上报一个,推动全省争创工作进入一个健康、科学、协调、可持续发展阶段。

五是带头护法维权。全省工商系统将持续开展各种形式的专项保护行动,对侵犯驰名商标、著名商标专用权行为进行严厉打击。省局将择时制定和下发全省驰名商标、著名商标执法保护名录,以利保护工作的开展。同时,利用区域性商标保护协作网实施驰名商标的跨地区保护。

六是落实牵头责任。我们要主动协调各成员单位,研究制定全省品牌战略的远期和近期工作目标,有针对性地提出工作推进意见;要按照省委、省政府实施品牌战略工作方案的要求,进一步搞好深层次调研,为各级党委、政府科学决策提供信息保障;要结合争创工作实际,跟踪检查各地区、各部门的任务完成情况,协调解决政策落实中的重点难点问题,确保品牌战略扎扎实实推进,取得实实在在的成效。

(注:本文由讲话与录音合成,未经本人审阅)

2008年4月17日

目录
CONTENTS

第一章 驰名商标概述	1
一、商标与商标权	1
二、驰名商标的含义	9
三、驰名商标的类型	15
四、驰名商标的发展历史	17
五、驰名商标发展现状述评	31
第二章 驰名商标的价值	33
一、驰名商标是企业品牌战略的重要组成部分	33
二、驰名商标有助于形成企业的核心竞争力	41
三、驰名商标是企业的一项重要资产	45
四、驰名商标可为企业争取更多的优惠待遇	49
五、驰名商标可以有效防止各种不正当竞争行为	59
第三章 驰名商标战略规划	67
一、驰名商标设计	67
二、驰名商标注册规划	80
三、驰名商标的培育	84
四、驰名商标的使用和管理	89
五、驰名商标国际化战略	94

第四章 驰名商标的行政认定	100
一、驰名商标行政认定概述	100
二、驰名商标行政认定的机关	107
三、驰名商标行政认定的途径和程序	108
四、驰名商标行政认定申请材料的收集和制作	129
五、驰名商标行政认定的时间效力	135
六、驰名商标行政认定的发展趋势	136
第五章 驰名商标的司法认定	141
一、驰名商标司法认定概述	141
二、驰名商标司法认定的机关	147
三、驰名商标司法认定的原则	149
四、驰名商标司法认定的程序	155
五、驰名商标司法认定的现状及其发展趋势	164
第六章 驰名商标的国家保护	172
一、我国驰名商标保护制度的历史	172
二、我国驰名商标保护制度的现状	176
三、加入“WTO”后我国对驰名商标保护力度的加大	188
四、国外驰名商标保护制度	193
五、驰名商标的反淡化理论	200
第七章 驰名商标的维权	206
一、驰名商标侵权与维权概述	206
二、驰名商标的行政途径维权	211
三、驰名商标诉讼维权	218
四、驰名商标涉外维权	229
五、侵权赔偿的计算	235