

商 标 法

实用版



中华人民共和国 商 标 法

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

中华人民共和国商标法

(实用版)

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中华人民共和国商标法: 实用版/国务院法制办公室编. —北京: 中国法制出版社, 2010. 7

ISBN 978 - 7 - 5093 - 2055 - 6

I. ①中… II. ①国… III. ①商标法 - 中国 IV.
①D923. 43

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 131538 号

中华人民共和国商标法 (实用版)

ZHONGHUA RENMIN GONGHEGUO SHANGBIAOFA

经销/新华书店

印刷/河北省三河市汇鑫印务有限公司

开本/850 × 1168 毫米 32

印张/4.25 字数/122 千

版次/2010 年 8 月第 1 版

2010 年 8 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 2055 - 6

定价: 12.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真: 66031119

网址: <http://www.zgfzs.com>

编辑部电话: 66070042

市场营销部电话: 66033393

邮购部电话: 66033288

编辑说明

运用法律维护权利和利益，是读者选购法律图书的主要目的。法律文本单行本提供最基本的法律依据，但单纯的法律文本中的有些概念、术语，读者不易理解；法律释义类图书有助于读者理解法律的本义，但又过于繁杂、冗长。“实用版”法律图书至今已行销多年，因其权威、实用、易懂的优点，成为广大读者理解、掌握法律的首选工具。

“实用版系列”独具四重法律价值：

1. **出版权威。**中国法制出版社是国务院法制办公室所属的中央级法律类图书专业出版社，是国家法律、行政法规文本的权威出版机构。

2. **法律文本规范。**法律条文利用了本社法律单行本的资源，与国家法律、行政法规正式版本完全一致，确保条文准确、权威。

3. **条文解读专业、权威。**本书中的【理解与适用】均是从庞杂的相互关联的法律条文以及全国人大常委会法制工作委员会、国务院法制办公室等对条文的权威解读中精选、提炼而来；【典型案例指引】来自最高人民法院公报、各高级人民法院判决书等，点出适用要点，展示解决法律问题的实例。

4. **附录实用。**书末收录经提炼的法律流程图、诉讼文书、办案常用数据（如损害赔偿金额标准）等内容，帮助提高处理法律纠纷的效率。

中国法制出版社
2010年8月

《中华人民共和国商标法》 理解与适用

商标法是调整商品和服务标志因注册使用管理和保护商标专用权等活动中所发生的各种社会关系的法律规范的总称。1982年8月23日，第五届全国人大常委会第二十四次会议通过了《中华人民共和国商标法》，自1983年3月1日起施行。此后，根据1993年2月22日第七届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》进行了第一次修正，根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》进行了第二次修正。

《商标法》是我国进行商标管理的基本依据，通过规定商标保护的基本原则；商标注册的申请；商标注册的审查和核准；注册商标的续展、转让和使用许可；注册商标争议的裁定；商标使用的管理；注册商标专用权的保护等方面的内容，确立了我国商标基本制度，把商标管理纳入了法制的轨道。随着《商标法实施条例》、《集体商标、证明商标注册和管理办法》、《驰名商标认定和保护规定》及《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》等法规、规章及司法解释的公布和施行，逐渐形成了我国比较完善的商标管理法律体系。

而近年来，随着我国社会经济的迅速发展，商标立法执法也在不断跟进。《商标代理管理办法》进一步规范了商标代理主体及其行为；而《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》为当事人解决驰名商标的纠纷提供了更

具体的依据。

我国《商标法》主要保护注册商标权人的专用权，保护范围包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标。虽然《商标法》的主要目的是保护注册商标权人的利益，但这一目的，又首先要通过保护消费者的利益去实现，因此，《商标法》、《消费者权益保护法》与《反不正当竞争法》存在交叉。对于可以获得注册、从而享有商标权的标识，法律首先要求其具有“识别性”。只有具有识别性的标识，才能把来自不同厂家的相同商品区分开。这是商标的主要功能。

实践中，许多人对商标的重视程度远远低于其他知识产权。其实，一个商标，从权利人选择标识起，就不断有创造性的智力劳动投入；而后商标信誉的不断提高，也主要靠经营者的营销方法、为提高质量及更新产品而投入的技术含量等等一系列创作性劳动成果。因此，即使是企业的初级产品，也应当带着商标在市场上出现——经营者在经营有形货物的同时，自己的商标也会不断增值，而一旦有形货物不幸丧失，至少自己的商标仍有价值。

目 录

中华人民共和国商标法

第一章 总 则

- | | | |
|----|---------|--------------------------|
| 1 | 第 一 条 | 【立法宗旨】 |
| 2 | 第 二 条 | 【行政主管部门】 |
| 3 | 第 三 条 | 【商标专用权的取得与保护】 |
| | | [商标的分类] |
| | | [如何界定服务商标的使用?] |
| | | [如何界定计算机软件商品商标的使用?] |
| 6 | 第 四 条 | 【商标注册申请人】 |
| 7 | 第 五 条 | 【商标专用权的共有】 |
| 8 | 第 六 条 | 【必须使用注册商标的商品】 |
| 9 | 第 七 条 | 【使用商标的商品质量管理】 |
| 9 | 第 八 条 | 【商标的构成要素】 |
| | | [三维标志] |
| 9 | 第 九 条 | 【商标的显著性】 |
| | | [注册商标与企业名称等在先权利冲突时如何处理?] |
| 11 | 第 十 条 | 【禁止作为商标使用的标志】 |
| 13 | 第 十 一 条 | 【禁止作为商标注册的标志】 |
| 14 | 第 十 二 条 | 【以三维标志作为注册商标的特殊要求】 |
| 15 | 第 十 三 条 | 【驰名商标的保护】 |
| 16 | 第 十 四 条 | 【驰名商标的认定】 |
| | | [我国对驰名商标认定的方式] |
| | | [如何看待驰名商标的个案效力?] |

- 18 | 第十五条 【恶意注册的禁止】
18 | 第十六条 【地理标志】
 [地理标志与普通的商标如何区别?]
 [地理标志与货源标记、原产地名称如何区别?]
 [在我国,符合哪些条件可以申请农产品地理标志登
 记?]
21 | 第十七条 【外国商标注册的基本原则】
22 | 第十八条 【商标代理】

第二章 商标注册的申请

- 22 | 第十九条 【商标注册申请的提出】
22 | 第二十条 【一件商标一份申请原则】
23 | 第二十一条 【注册商标扩大使用范围的另行申请】
23 | 第二十二条 【注册商标改变标志的重新申请】
23 | 第二十三条 【注册商标的变更申请】
24 | 第二十四条 【优先权及其手续】
24 | 第二十五条 【国际展览会中的临时保护】
25 | 第二十六条 【有关事项和材料的真实、准确、完整】

第三章 商标注册的审查和核准

- 25 | 第二十七条 【初步审定并公告】
25 | 第二十八条 【商标注册申请的驳回】
26 | 第二十九条 【申请在先与使用在先原则】
27 | 第三十条 【商标的核准注册和商标异议】
27 | 第三十一条 【在先权利与恶意抢注】
 [与他人的在先权利相冲突的情况如何处理?]
30 | 第三十二条 【驳回商标申请的复审】
30 | 第三十三条 【商标异议的复审】
31 | 第三十四条 【商标局裁定的生效】

[在商标公告异议期满之日起至核准注册异议裁定生效之前, 如果他人同一种或者类似商品上使用与该商标相同或者近似的商标, 应如何处理?]

32 第三十五条 【及时审查原则】

32 第三十六条 【商标申请文件或注册文件错误的更正】

第四章 注册商标的续展、转让和使用许可

32 第三十七条 【注册商标的期限】

33 第三十八条 【注册商标的续展】

33 第三十九条 【注册商标的转让】

[同一商标注册人所有的同类或者类似商品上的相同或者近似商标, 在商标转让过程中是否应当一并转让?]

34 第四十条 【注册商标的使用许可】

[怎样确定被许可使用人的诉权?]

第五章 注册商标争议的裁定

36 第四十一条 【注册不当的商标和商标争议及其裁定】

37 第四十二条 【申请裁定的限制】

38 第四十三条 【商标评审委员会的裁定】

第六章 商标使用的管理

38 第四十四条 【注册商标的使用管理】

39 第四十五条 【对使用注册商标的商品的管理】

40 第四十六条 【对已被撤销或注销的商标的管理】

40 第四十七条 【对必须使用注册商标的商品的管理】

41 第四十八条 【未注册商标的管理】

41 第四十九条 【撤销注册商标的复审】

41 | 第五十条 【对罚款决定不服的诉讼】

第七章 注册商标专用权的保护

42 | 第五十一条 【注册商标专用权的保护范围】

43 | 第五十二条 【商标侵权行为】

[近似商标认定如何把握?]

[销售商品时搭赠侵犯注册商标专用权的商品是否构成商标侵权?]

[将权利人一种商品上的注册商标去除,换上同一权利人另一种商品的另一注册商标后再出售的,是否构成商标侵权?]

[如何判断产品促销活动中的商标侵权?]

48 | 第五十三条 【商标侵权纠纷的解决】

[驰名商标案件诉讼管辖]

[产品侵权案件的受害人能否以产品的商标所有人为被告提起民事诉讼?]

50 | 第五十四条 【对侵犯注册商标专用权的查处】

50 | 第五十五条 【查处商标侵权行为的职权】

50 | 第五十六条 【赔偿数额】

[能否以被控侵权人在报刊杂志等媒介上关于侵权商品销售数量的宣传作为确定其销售侵权商品数量的参考?]

52 | 第五十七条 【临时保护措施】

[哪些行为可以认定为即将实施侵犯注册商标专用权的行为?]

53 | 第五十八条 【证据保全】

54 | 第五十九条 【刑事责任】

55 | 第六十条 【相关工作人员的职业道德】

- 55 | 第六十一条 【工商行政管理部门的内部监督】
55 | 第六十二条 【相关工作人员的法律责任】

第八章 附 则

- 55 | 第六十三条 【商标规费】
55 | 第六十四条 【时间效力】

实用核心法规

- 56 | 中华人民共和国商标法实施条例
(2002 年 8 月 3 日)
- 65 | 驰名商标认定和保护规定
(2003 年 4 月 17 日)
- 67 | 注册商标专用权质权登记程序规定
(2009 年 9 月 10 日)
- 70 | 商标代理管理办法
(2010 年 7 月 12 日)
- 72 | 商标评审规则
(2005 年 9 月 26 日)
- 82 | 马德里商标国际注册实施办法
(2003 年 4 月 17 日)
- 85 | 集体商标、证明商标注册和管理办法
(2003 年 4 月 17 日)
- 88 | 最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的意见
(2010 年 4 月 20 日)
- 91 | 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
(2009 年 4 月 23 日)
- 94 | 最高人民法院关于审理注册商标、企业名称与在先权利冲
突的民事纠纷案件若干问题的规定
(2008 年 2 月 18 日)

- 95 | 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
(2002 年 10 月 12 日)
- 98 | 最高人民法院关于诉前停止侵犯注册商标专用权行为和保全证据适用法律问题的解释
(2002 年 1 月 9 日)
- 101 | 最高人民法院关于审理商标案件有关管辖和法律适用范围问题的解释
(2002 年 1 月 9 日)
- 103 | 中华人民共和国知识产权海关保护条例
(2010 年 3 月 24 日)
- 108 | 中华人民共和国刑法 (节录)
(2009 年 8 月 27 日)
- 109 | 最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释 (节录)
(2004 年 12 月 8 日)
- 112 | 最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释 (二) (节录)
(2007 年 4 月 5 日)

实用附录

- 113 | 商标注册申请书 (参考文本)
- 114 | 商标异议申请书 (参考文本)
- 115 | 商标续展注册申请书 (参考文本)
- 116 | 注册商标使用许可合同 (参考文本)

中华人民共和国商标法

(1982年8月23日第五届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议通过 根据1993年2月22日第七届全国人民代表大会常务委员会第三十次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第一次修正 根据2001年10月27日第九届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》第二次修正)

目 录

- 第一章 总 则
- 第二章 商标注册的申请
- 第三章 商标注册的审查和核准
- 第四章 注册商标的续展、转让和使用许可
- 第五章 注册商标争议的裁定
- 第六章 商标使用的管理
- 第七章 注册商标专用权的保护
- 第八章 附 则

第一章 总 则

第一条 立法宗旨^①

为了加强商标管理,保护商标专用权,促使生产、经营者保证商品和服务质量,维护商标信誉,以保障消费者和生产、经营者的利益,促进社会主义市场经济的发展,特制定本法。

^① 条文主旨为编者所加,下同。

►理解与适用

商标，是商业主体在其提供的商品或者服务上使用的，能够将其商品或服务与其他市场主体提供的商品或服务区别开来的标志。

►典型案例指引

沈阳某食品有限公司与南宁某经贸有限责任公司侵犯注册商标专用权纠纷上诉案（广西壮族自治区高级人民法院民事判决书〔2006〕桂民三终字第34号）

案件适用要点：根据《商标法》第1条之规定，商标制度确立的意义和功能不仅在于促使生产、经营者保证商品和服务的质量，保障消费者和生产者、经营者的利益，而且还在于维护市场诚信、公平竞争，促进市场经济的发展。因此，商标权人行使商标权不应使他人的合法权利受到不合理的限制，妨碍正常的商品流转，损害社会公共利益，即权利人不能以侵犯商标权为由阻止商标合理使用。根据《商标法实施条例》第49条之规定，注册商标权利人不应要求对商标中通用名称和公共词汇部分的专用，否则不但会影响正常的社会经济秩序，而且也背离了商标制度设立的目的和宗旨。

第二条 行政主管部门

国务院工商行政管理部门商标局主管全国商标注册和管理的工作。

国务院工商行政管理部门设立商标评审委员会，负责处理商标争议事宜。

►理解与适用

国家工商行政管理总局商标评审委员会负责处理下列商标评审案件：（1）不服国家工商行政管理总局商标局驳回商标注册申请的决定，依据《商标法》第32条规定申请复审的案件；（2）不服商标局的异议裁定，依据《商标法》第33条规定申请复审的案件；（3）对已经注册的商标，依据《商标法》第41条规定请求裁定撤销的案件；（4）不服商标局依照《商标法》第41条第1款、第44条、第45条的规定作出撤销或者维持注册商标的决定，依据《商标法》第

49 条规定申请复审的案件。(参见《商标评审规则》第 2 条)

► 典型案例指引

张某与某县工商行政管理局工商行政处罚纠纷上诉案 (湖北省宜昌市中级人民法院行政判决书 [2007] 宜中行终字第 00027 号)

案件适用要点: 在查处商标违法行为过程中, 工商行政管理机关可以委托商标注册人对涉嫌假冒注册商标商品及商标标识进行鉴定, 出具书面鉴定意见, 并承担相应的法律责任。被鉴定者无相反证据推翻该鉴定结论的, 工商行政管理机关将该鉴定结论作为证据予以采纳。

第三条 商标专用权的取得与保护

经商标局核准注册的商标为注册商标, 包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标; 商标注册人享有商标专用权, 受法律保护。

本法所称集体商标, 是指以团体、协会或者其他组织名义注册, 供该组织成员在商事活动中使用, 以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

本法所称证明商标, 是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制, 而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务, 用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。

集体商标、证明商标注册和管理的特殊事项, 由国务院工商行政管理部门规定。

► 理解与适用

[商标的分类]

1. 商品商标是最常用的商标, 指生产经营者在生产、制造、加工、拣选或经销的有形商品上使用的标记, 又分为制造商标、销售商标等。

2. 服务商标

(1) 服务商标用以标示和区别无形商品即服务、劳务, 使用者多为从事餐饮、宾馆、娱乐、旅游、广告等服务的经营者;

(2) 若无特别规定，商标法关于商品商标的规定，适用于服务商标。

3. 集体商标

(1) 集体商标是以团体、协会、其他组织名义注册，供该组织成员在商事活动中使用，以表明其组织成员资格的标志；

(2) 以地理标志作为集体商标注册的，其商品符合使用该地理标志条件的自然人、法人或者其他组织，可以要求参加以该地理标志作为集体商标注册的团体、协会或者其他组织，该团体、协会或者其他组织应当依据其章程接纳为会员；不要求参加该注册人组织的，也可正当使用该地理标志，该团体、协会或者其他组织无权禁止（参见《商标法实施条例》第6条第2款）。

4. 证明商标

(1) 是由对某商品、服务具有监督能力的组织所控制，而由该组织以外的人使用于其商品、服务上，用以证明该商品、服务的特定品质的标志；

(2) 以地理标志作为证明商标注册的，其商品符合使用该地理标志条件的自然人、法人或者其他组织可以要求使用该证明商标，控制该证明商标的组织应当允许（《商标法实施条例》第6条第2款）。

5. 注册商标、未注册商标

(1) 商标法对商标注册的要求原则上采取自愿原则，但商标法原则上只保护注册商标，对未注册而使用的商标原则上不保护（第31条例外）；

(2) 但对法律、行政法规规定必须使用注册商标的商品（《商标法实施条例》第4条），实行强制注册原则，未经核准注册的，不得在市场上销售；

(3) 目前，实行强制注册的商品，如烟草及烟草制品。

[如何界定服务商标的使用?]

根据《国家工商行政管理局商标局关于保护服务商标若干问题的意见》的规定，在下列情形中使用服务商标，视为服务商标的使用：（一）服务场所；（二）服务招牌；（三）服务工具；（四）带有服务商标的名片、明信片、赠品等服务用品；（五）带有服务商标的账册、发票合同等商业交易文书；（六）广告及其他宣传用品；（七）为提供服务所使用的其他物品。

他人正常使用服务行业惯用的标志,以及以正常方式使用商号(字号)、姓名、地名、服务场所名称,表示服务特点,对服务事项进行说明等,不构成侵犯服务商标专用权行为,但具有明显不正当竞争意图的除外。

下列行为,属于服务商标侵权行为:(一)在相同或者类似服务上,擅自使用与他人服务商标相同或者近似的服务商标的;(二)在相同或者类似服务上,擅自将与他人服务商标相同或者近似的文字作为服务名称使用,并足以造成误认的;(三)伪造、擅自制造他人服务商标标识或者销售伪造、擅自制造的他人服务商标标识的;上述行为主要是指伪造、擅自制造或者销售伪造、擅自制造的该服务行业所使用的、带有他人服务商标标识的物品(如餐饮业的餐具等);(四)利用广告、宣传媒介或者其他引导消费的手段,擅自使用与他人服务商标相同或者近似的服务商标,并足以造成误认的;(五)故意为侵权人实施侵权行为提供场所、工具、辅助设备、服务人员、介绍客户(消费者)等便利条件的;或者为侵权人提供仓储、运输、邮寄、隐匿带有服务商标标识的物品等便利条件的。

[如何界定计算机软件商品商标的使用?]

在商业活动中,使用商标标识表明商品的来源,使相关公众能够区分提供商品的不同市场主体的方式,均为商标的使用方式。除《商标法实施条例》第3条所列举的商标使用方式外,在音像、电子媒体、网络等平面或立体媒介上使用商标标识,使相关公众对商标、商标所标示的商品及商品提供者有所认识的,都是商标的使用。还有,在安装、运行计算机软件时,显示器显示出的对话框、标题栏、图标及版权页等界面上出现注册商标,表明其所标示的商品区别于其他同类商品的来源的,亦为商标的使用方式。

► 条文参见

《集体商标、证明商标注册和管理办法》

► 典型案例指引

1. 新疆维吾尔自治区巴音郭楞蒙古自治州某香梨协会诉新疆库尔勒某纸业公司侵犯商标权案(新疆维吾尔自治区高级人民法院民事判决书〔2005〕新民三终字第7号)

案件适用要点: 地理标志和商标是知识产权法律制度的重要内