

世界知识产权法典译丛

中国人民大学知识产权教学与研究中心
中国人民大学知识产权学院

十二国商标法

《十二国商标法》翻译组 译

清华大学出版社



世界知识产权法典译丛

中国人民大学知识产权教学与研究中心
中国人民大学知识产权学院

十二国商标法

《十二国商标法》翻译组 译

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

《十二国商标法》收录的12个国家的商标法,涉及多种文字。本书翻译完成后,《十二国商标法》翻译组约请了从事多年商标工作的中外著名商标专家、学者进行了细致的校对,对译文进行了把关,使其更具有权威性。《十二国商标法》是一部了解各国商标立法动向,掌握国际商标法律发展最新潮流的工具书。本书的出版将为我国商标法立法、法律研究、实务部门的人员提供很大的帮助。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

十二国商标法/中国人民大学知识产权教学与研究中心、中国人民大学知识产权学院《十二国商标法》翻译组译. —北京:清华大学出版社,2012.11

(世界知识产权法典译丛/刘春田主编)

ISBN 978-7-302-30360-2

I. ①十… II. ①中… III. ①商标法—汇编—世界 IV. ①D913.09

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第240893号

责任编辑:李文彬

封面设计:傅瑞学

责任校对:王荣静

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:三河市春园印刷有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:33.25 字 数:590千字

版 次:2013年1月第1版 印 次:2013年1月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:110.00元

产品编号:040332-01

《世界知识产权法典译丛》

出版说明

中国从近代起,开始学习西方。认识世界的手段之一,就是翻译西方的书籍。林则徐、马建忠、张之洞、李端棻、梁启超、盛宣怀等清后期的大批知识分子,对此都有深刻的阐述。在这一思想的推动下,形成了翻译出版西方著作的传统。西学东渐的风气,推动了变法维新大潮。办学堂、兴西学、启民智,造就了清末民初一大批博古通今、学贯中西的名家大师。更重要的是,科学、民主的钟声,唤起了整个民族的觉醒,推动了中国社会的进步。

翻译西方法律和法学著作,也是上述传统的一部分。沈家本认为,“将欲明西法之宗旨,必研究西人之学,尤必编译西人之书”(《寄簪文存·序·新译法规大全序》),提出“参酌各国法律,首重翻译”(张国华、李贵连合编:《沈家本年谱》,北京大学出版社,1989,第155页)的主张。严复在商务印书馆出版的《群己权界论》、《法意》、《社会通论》等译本,对当年,乃至当下的中国社会都产生了巨大的影响。

今天的中国,处于走向世界的途中。要实现现代化,必须建设创新型经济,实行知识产权保护。知识产权制度产生于西方,知识产权法学发达于西方。要学习和参酌发达国家的知识产权法律和法学,仍是“首重翻译”。为此,我们邀集学界同仁,同心协力,推出《世界知识产权法典译丛》。《译丛》通过选择有代表性国家的知识产权法律和全部知识产权国际条约的出版,试图勾画出世界知识产权法律的经纬和主要框架。如有条件,希望能描绘一幅知识产权的世界地图。

《世界知识产权法典译丛》是我国知识产权法学高等教育的读本,也可用做法学以及与知识产权有关领域的研究人员,立法、司法、政府工作人员,其他法律工作者以及公众的参考读物。

众所周知,翻译是一种兼具学习、研究与再创作的智力活动,繁琐而艰辛。好的译本,本身就是优秀的学术成果,绝不亚于原创。“而译书以法律为最难,语言之缓急轻重,纪述之详略偏全,抉择未精,舛讹立见”(沈家本:同上书,第155~156页)。可见,法律典籍的翻译,要求准确、精当而严苛。但是,认识是多元的。译者见仁见智,以及谬误,在所难免。为免分歧,在实际工作中,当以官方译本为准。

刘春田

2010年9月29日

序

在 20、21 新旧世纪之交,世界经济社会发生了深刻的变化。信息交流发生了革命性的变化,交通运输比以往更加便捷。世界贸易组织(WTO)的成立,国际贸易打破了国家之间的藩篱,人们感到“地球村”已经形成,国家之间建立起互通有无的快捷的交换平台。商标作为知识产权在国际贸易中显得尤为重要,国际保护成为国家利益争论的焦点。

为了促进国际贸易,建立和维护公平竞争环境,反对不正当竞争。世界贸易组织成员经济体共同制定了《与贸易有关的知识产权协议》,并规定各成员经济体必须无保留的承诺执行。于是,各国为了兑现其承诺,对本国法律作出修改。其中,商标法参照《保护工业产权巴黎公约》、《与贸易有关的知识产权协议》和《商标法新加坡条约》的规定进行修改。

为了完整了解各国商标立法的动向,掌握国际商标法律发展的最新潮流,也是为了帮助国内立法、科研和教学部门学习、研究、使用先进国家的商标法。为此,中国人民大学法学院刘春田教授遴选了世界上具有代表性的 12 个国家的商标法,并委托我组织人员做这项翻译工作。

藉于商标局、商标评审委员会的翻译人员事务繁忙,无暇顾及翻译工作。为此,我邀请了与我共事多年的朋友黄晖、吴群、谢冬伟、魏启学以及办事认真、积极肯干的马伟阳同志,并又通过其联系到中国政法大学的一批法学博士,梁一新、李泮桦、刘成杰、窦希铭、刘志强、鲍莲杰。吴群副局级巡视员安排了熟悉英、美商标法的童磊、汤蔚,这样组织起了这支优秀的翻译团队,共同完成翻译的重任。十二国商标法包括巴西、埃及、法国、德国、印度、意大利、日本、俄罗斯、南非、韩国、英国、美国,共计十二个国家,这些国家的商标法涉及英文、法文、俄文、韩文、日文等多种文字。翻译法典,绝非易事,年轻的法学博士们虽然没有从事过商标工作的经验,当他们将法典翻译完毕,便互相交流、切磋,力争达到翻译准确,我被他们的事业心、责任感所感动。另外,近年各国商标法的修订周期均在缩短,寻找最新版本进行翻译,也是我们在翻译过程中所遇到的新困难。例如,《韩国商标法》是 1949 年 12 月 28 日军事法案第 71 号颁布,2009 年 5 月 21 日第 9678 号法案作了修改。译者是 2010 年依据这部最新版本进行翻译的,我在请韩国知识产权局驻华(上海)特派员俞炳德先生进行审校时,俞炳德先生发现《韩国商标法》2011 年 6 月 30 日又作了重大修改,俞先生只好依据最新版本不辞辛苦作了逐字逐句的修改和校对。韩国商标法文字繁复,三伏天里,俞先生付出的心

血汗水可想而知。

为了保障本书的翻译质量,我特请世界知识产权组织(WIPO)副总干事王彬颖和翻译专家帮助与指导。我的老朋友“老商标”吴群先生,万慧达的黄晖先生,林达刘知识产权事务所的魏启学先生帮忙审校了《英国商标法》、《美国商标法》以及《日本商标法》。《韩国商标法》审校是最大的难题,韩国学者俞炳德先生挺身相助,他是清华大学法学博士,又是商标法的行家里手,他把此事当作是传播韩国法律的大事。炎热夏天里,俞先生加班加点对译文进行认真把关,其行为让我动容。黄晖先生翻译审校《法国商标法》可谓是轻车熟路,他和朱志刚先生的译本得到本书编辑的大加赞扬。魏启学律师是位“日本通”,对《日本商标法》的审校认真、准确,很快带有“黑红”两色的修改稿和清楚的清样发到我的邮箱。吴群先生对于英、美商标法非常熟悉,两位翻译人员又是他的部下,定稿非常顺利。谢冬伟先生翻译的《德国商标法》认真、到位。《十二国商标法》中,俄文的审校人员相对难寻,刘春田教授聘请中国人民大学的张洪波教授解决了这个难题。我作为《十二国商标法》负责人,对各位最尊敬的权威学者、资深翻译对本书的严格把关,对各位翻译者表示真诚的谢意!

我还特别感谢马伟阳博士,本书有半数以上国家的翻译都是他动员其师兄妹进行翻译的。同时马博士还充当我的联络员,在翻译、审校、编辑过程(三年)中许多繁琐的事情,都由其代劳。我在本书翻译出版中的角色,也是一个义务劳动者。本书全部稿费都支付给辛勤劳动的译者、审校者。我能够为本书的出版,为读者贡献一部高质量的工具书尽微薄之力,也倍感欣慰与光荣。

在本书的编译过程中,我们还得到了世界知识产权组织秘书处中文科的支持、帮助和指导,为此,我们表示由衷的敬意和感谢!

最后,感谢清华大学出版社,感谢李文彬编辑对本书出版所付出的劳动与艰辛!

在《十二国商标法》的翻译中,各位学者、专家就个别术语的译法进行深入的探讨,与 WIPO 国际局和改革开放以前中文译法进行了反复比较,颇费了一番心思。例如, WELL-KNOWN TRADEMARK 一词,过去国内译法为“人(世)所共知”;按照保护工业产权巴黎联盟大会和世界知识产权组织(WIPO)大会的文件,准确的翻译应为“公众知晓(熟知)商标”,但是中国近年来的习惯译法为“驰名商标”。为尊重约定俗成的称谓,本书最终也译为“驰名商标”。但是,对于驰名商标的实质性含义,我们认为要按照准确的翻译来理解,特别是要尊重关于保护驰名商标联合建议的精神,“不得适用更为严格的检验标准,例如商标必须为全体公众所熟知。这样做的理由是,面向特定公众的商品或服务上的商标,通常只与这部分公众相关,如不同收入水平、不同年龄段或不同性别的消费者群体。将相关公众的范围规定得过大,无助于实现驰名商标国际保护的宗旨——即制

止任何人未经许可可以假冒驰名商标真正所有人的商品或服务或将权利卖给驰名商标所有人为目的,使用或注册该驰名商标。”(世界知识产权组织国际局为巴黎同盟和世界知识产权组织成员国大会《关于保护驰名商标联合建议》所作的《注释》2.15)

对于驰名商标一词的关注,主要是考虑到一些人对“驰名商标”一词的误解,以及目前我国实践中对于驰名商标制度宗旨的偏离。

董葆霖

2012年11月

目 录

巴西知识产权法(商标、地理标志部分)	1
埃及知识产权保护法(商标、厂商名称、地理标志和外观设计)	19
法国知识产权法典(法律部分)	39
德国《商标和其他标志保护法(商标法)》	69
印度商标法	135
意大利商标法	195
日本商标法	223
俄罗斯联邦商标、服务商标和商品原产地名称法	285
南非商标法	315
韩国商标法	345
英国商标法	403
美国兰汉姆(商标)法	473

巴西知识产权法

(商标、地理标志部分)

梁一新 译* 樊立君 校**

* 梁一新,中国政法大学法学博士。近两年来参与的科研项目有“贸易摩擦协调应对机制研究”(国家社科基金项目)、“行政裁量权基准研究”(工信部),并参与了国家发改委能源局和中广核电集团组织的《核电相关法律法规汇编》一书的调研和编纂工作,是该书的核心编译成员;公开发表的论文有《论 WTO 规则体系下发展中国家的差别与优惠待遇》和《论 WTO 争端解决机制的特点及中国的应对措施》等。

** 樊立君,英国爱丁堡大学法学硕士,北京外国语大学文学硕士,现任世界知识产权组织中文翻译处处长。翻译或主持翻译大量知识产权及其他法律和科技方面的国际公约、条约、协定、文件和文章。

译者的话

巴西是拉丁美洲最大的国家,人口和面积均居世界第五;其国内生产总值位居南美洲第一,亦是当今“金砖国家”核心之一;巴西现是中国在拉美最大的贸易合作伙伴,中国是巴西的第二大进口来源国和第二大出口市场。基于此,本书收录了巴西商标法。

巴西最早的工业产权法是在1945年8月27日(第7903号法令)通过的,后被1971年12月21日颁布的《巴西工业产权法典》(第5772号法令)(包括商标法部分)所替代,并经过了1977年、1992年的两次修改。1995年1月1日,巴西成为世界贸易组织的成员国,为了履行《与贸易有关的知识产权协定》(TRIPs)的义务,于1996年5月14日对《巴西工业产权法典》(第9279号法令)进行了修改,其中,也包括商标法部分的修改。2001年2月14日,巴西又对《巴西工业产权法典》(第196号法令)进行了修改,但没有涉及商标法部分。

巴西商标法具有以下特点:其一,巴西商标法包含于《巴西工业产权法典》中,主要包括商标和地理标志两个部分。其二,区分了著名商标(Famous Marks)和驰名商标(Well-Known Marks),即第125条至第126条。其三,商标包括集体商标和证明商标(第147条至第154条)。其四,规定了商标注册无效的两种途径,即行政程序与司法程序(第168条至第175条)。其五,专编规定了“地理标志”。这与《中国商标法》不同,后者将地理标志作为集体证明进行保护。其六,将商标犯罪(即侵犯商标罪、侵犯他人商标、企业名称和广告标志罪、侵犯地理标志或其他标志罪和不正当竞争犯罪)规定在了工业产权法典(当然也包括商标法)中。

不过,需要特别指出的是,巴西目前既不是《马德里协定》的成员国,也不是《马德里议定书》的成员国。

目 录

第三编	商标法	7
第一章	可注册商标	7
第一节	可注册为商标的标志	7
第二节	禁止注册为商标的标志	7
第三节	著名商标	9
第四节	驰名商标	9
第二章	优先权	9
第三章	商标注册的申请	9
第四章	商标权	10
第一节	商标权的获得	10
第二节	注册商标的保护	10
第五章	期限、转让和登记	10
第一节	期限	10
第二节	转让	11
第三节	登记	11
第四节	使用许可	11
第六章	权利的丧失	11
第七章	集体商标和证明商标	12
第八章	申请	13
第九章	审查	13
第十章	颁发商标注册证	13
第十一章	无效的注册	14
第一节	总则	14
第二节	主张注册无效的行政程序	14
第三节	主张注册无效的司法程序	14
第四编	地理标志	15
第五编	侵犯知识产权罪	15
第一章	侵犯专利罪	15
第二章	侵犯工业设计罪	15

第三章	侵犯商标罪	15
第四章	侵犯他人商标、企业名称和广告标志罪	16
第五章	侵犯地理标志或其他标志罪	16
第六章	不正当竞争罪	16
第七章	总则	17

巴西知识产权法

(商标、地理标志部分)

(巴西第 9279 号法令,1996 年 5 月 14 日生效,最近一次修改为 2001 年 2 月 14 日。)

第三编 商 标 法

第一章 可注册商标

第一节 可注册为商标的标志

第一百二十二条 所有视觉可见的区别性标志,如果不被法律所禁止,皆可注册为商标。

第一百二十三条 本法所称商品或服务商标,是指能够将某一商品或服务区别于其他相同或相类似的商品或服务的标志。

本法所称证明商标,是指用于证明某种商品或服务,尤其是证明其质量、品性、原材料和制造方法等,是否符合某种特定的技术标准或特定要求的标志。

本法所称集体商标,是指用于表明该商品或服务来源于某特定团体成员的标志。

第二节 禁止注册为商标的标志

第一百二十四条 下列标志不得注册为商标:

(一) 具有政府、官方、公众、民族、国家特征的军章、徽章、标记、旗帜、纹饰等,不管其是国内、国外还是国际的;

(二) 单独的字母、数字或日期,除非其具有足够的显著性;

(三) 与道德习俗标准和被广泛接受的行为标准相违背的,或具有人身攻击性的,或侮辱宗教习惯和应受尊敬及赞扬的情感信念的文字图形或组合设计;

(四) 公共机构及其代理机构不需注册的机构名称及其简称;

(五) 对属于他人的机构名称、企业名称中的特征部分或显著性部分进行的复制和模仿,容易使人产生混淆的;

(六) 通常用来表示商品或服务的种类、形状、性质、特点、重量、质量、国别、价值等的标记,除非其具有足够的显著性;

(七) 仅用于广告手段使用的表述和标记;

(八) 颜色或颜色名称,除非具备了显著性的组合;

(九) 容易误导消费者或者可能引起错误指导的地理性标志或该标志的模仿;

(十) 可能导致对有关商品或服务的产地、来源、性质、质量和效用的虚假表示的商标;

(十一) 复制和模仿对于商品或服务的标志、性质有保证作用的官方印章的标记;

(十二) 复制模仿他人已经申请注册的集体商标和证明商标的标记;

(十三) 官方或官方认可的在体育、艺术、文化、社会、政治、经济或技术等方面使用的名称、奖品和标记,以及容易引起混淆的上述名称、奖品或标记的模仿,除非有关方面和团体为促进上述领域的进步而做出相应的授权;

(十四) 复制或模仿巴西或其他国家的联邦、州、地区、市县的称号、债券、货币或票据的标记;

(十五) 个人的姓名或签字、家族名字与父名,或他人的肖像,除非获得相应权利人或继承人的同意或许可;

(十六) 知名人士的笔名或昵称,个人或团体的艺名,除非获得相应权利人或继承人的同意或许可;

(十七) 文学、艺术或科学作品,以及其受版权保护的并可能导致混淆或误认的名称,除非获得作者或权利人的同意;

(十八) 使用与工业科学和艺术领域的、与其产品或服务有关的,具有区别性的专业词语;

(十九) 对他人已注册的商标的部分或全部进行模仿,甚至通过增减进行修改,容易导致混淆和误认的标志;

(二十) 同一商标持有人在同一商品或服务上拥有双重商标的,除非它们之间有显著区别;

(二十一) 必要的、通用的或通常的产品或包装形状,以及由于技术因素不可改变和分离的产品或包装形状;

(二十二) 他人所有的受保护的工业设计;

(二十三) 对已在巴西建立业务机构的,或者在已进入巴西、与巴西签订了协定或享有互惠待遇的国家开展业务的他人商标,申请人在明知的情况下全部或部分地复制或模仿的,且容易导致混淆和误认的标志。

第三节 著名商标

第一百二十五条 在巴西注册的并被认定为著名的商标应当获得全方位的特别保护。

第四节 驰名商标

第一百二十六条 根据《保护工业产权巴黎公约》第六条之二(1)款规定,驰名商标,不管其是否在巴西注册或申请,都在其活动范围内享受特别保护。

(1) 本条所保护的驰名商标也包括服务性商标。

(2) 国家工业产权机构可以依职权,拒绝注册那些全部或部分复制或模仿他人驰名商标的标志。

第二章 优先权

第一百二十七条 商标注册申请人向与巴西签订双边协议或与巴西共同参加某一国际组织的国家已经提起商标注册申请,如果根据如上协议该申请人可以跨国申请,则申请人在协议规定的期限内享有优先权。其申请优先于在优先权期限内出现的其他的申请。

(1) 依照该条主张优先权的,应当在提起商标注册申请时主张。并且可以在此后的 60 天内补充优先于巴西注册申请日的其他的优先权。

(2) 申请人提交的证明优先权的材料应当是来自于在先申请国的,包含有申请日期和申请号的注册申请文件的副本,同时应该附有译文。申请人对于翻译内容的恰当性负全部责任。

(3) 上述材料应该在申请注册时予以提交,如果申请注册时确实无法提交的,可以延期至申请日后的 4 个月内,逾期将会丧失优先权。

(4) 在通过转让获得优先权的情况下,必须提交优先权文件正本。

第三章 商标注册的申请

第一百二十八条 公法和私法下的自然人和法人都可以申请商标注册。

(1) 私法下的商标申请人必须在所申请的产品或服务领域内有效实施商业活动,这些商业活动可以是直接实施,也可以是通过申请人直接或间接控制的公司来实施。

(2) 申请注册集体商标的申请人必须是能代表集体性的法人,其必须从事于不同于内部成员的活动。

(3) 申请注册证明商标的申请人不得与被证明的商品或服务有直接的商业或工业利益。

(4) 主张优先权并不免除遵照本编所规定的申请程序。