

百 · 卷 · 本 · 经 · 济 · 全 · 书

J J a S

顾问：刘国光 高尚全 王梦奎 黄范章

2

我衷心祝愿
这套丛书的出版
获得成功。

—— 中华人民共和国
国务院副总理
邹家华

百卷本

经济全书

胡晓林 龚莉 主编

人民出版社

百 卷 本

经济全书

(精装合订本)

2

本卷书目
006. 商标
007. 资金市场
008. 劳动力市场
009. 技术市场
010. 商业心理

百卷本《经济全书》编辑工作委员会

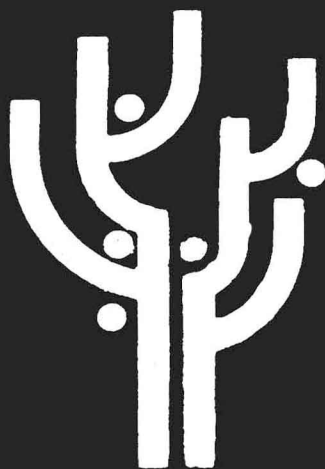
顾问：刘国光 高尚全 王梦奎 黄范章

总策划：胡晓林

主编：胡晓林 龚莉

副主编：顾海良 姚开健

(分卷负责人名单见另页)



百卷本《经济全书》出版工作委员会

总编辑：薛德震

终审：张树相 张惠卿 吴道弘

张作耀 马连儒

策划编辑：方鸣

主持编辑：喻阳

我衷心祝愿这套丛书的出版获得成功。

中华人民共和国国务院副总理 邹家华

百卷本

经济全书

胡晓林 龚莉 主编

人民出版社

百卷本《经济全书》分卷负责人名单

总负责人：顾海良

市场营销卷：马龙龙

企业经济卷：顾海良

经济管理卷：顾海兵

财政·金融卷：顾海良 王天义

部门经济卷：姚开健

专业经济卷：白景明

世界经济卷：朱立南 徐茂魁

国别·地区经济卷：张雷声

理论经济学卷：姚开健

经济史·经济思想史卷：姚开健

秘书：陈兵

為建主社會主義城市
場經濟機制而努力

為百卷本經濟全書題

鄧家華

一九九三年十月一日

要使这套百卷本《经济全书》能够发挥应有作用,我认为,至少应该贯彻以下三个结合。一是理论与实践相结合,即在马克思主义指导下,用新学科或各经济领域的专业理论去研究、阐明中国经济中的实际问题,特别是具有中国特色的社会主义市场经济中一系列重大问题。诚然,百卷本《经济全书》中有的会侧重于理论,有的会侧重于实际,有的还会侧重于应用。但只要注意贯彻这一方针,一定能在理论上有所前进,有所突破,并在不同层次上为加快建立社会主义市场经济体制和加速改变中国经济面貌服务。二是中外结合,洋为中用。既积极学习国外一切有用的经济理论和建设经验,吸收国外一切优秀成果,又不盲目照抄照搬,而是从中国的国情和实际需要出发,有所鉴别、借鉴或吸收。三是普及和提高相结合,既注重传播和普及知识,又鼓励密切联系中国国情和学科自身发展的实际,进行创造性的探索,实行知识性与学术性相结合。

我很高兴地知道,上述三个结合,也是百卷本《经济全书》的编者、出版者的共识。诚然,要做到上述三个结合,并不容易,但值得为之努力。我衷心祝愿这套丛书的出版获得成功。

邹家华

1993年9月

百卷本《经济全书》总序

从现在开始的一、二十年内,是世纪交替之际,既是中国完成从计划经济体制向社会主义市场经济体制过渡的关键时期,也是中国经济持续、快速、健康发展以便把 11 亿人民向小康以至更高水平奋力推进的时期。不言而喻,中国人民在这个时期所要进行的,实际上是要在整个国民经济领域内继续进行一场建国以来最为深刻的革命性的变革,大力发展社会生产力,把建设有中国特色的社会主义伟大事业推向前进。

这场伟大而又艰巨的变革,对经济学界、出版界提出了更高的要求。其中十分重要的,就是要积极研究、阐明在改革与发展过程中中国各个经济领域内出现的复杂现象和新问题,探索新的体制、机制、秩序、法规以及发展道路和模式;传播各经济学科的新理论、新观点和观念;以使用它们去丰富现有建设者的知识库,提高他们的工作素质,以及培育新一代的建设者。这一工作非常重要,因为一切经济工作,总是要靠人去做;有了高素质的人,才会有高质量、高效益、高效率的经济工作,经济改革与建设任务的加速实现才会有保证。这套百卷《经济全书》,正是为此目的而组织编撰、出版的。我为此感到高兴。

百卷本经济全书

顾问: 刘国光 高尚全 王梦奎 黄范章

主 编: 胡晓林 龚 莉

副主编: 顾海良 姚开健

商 标

郭全威 著

人 民 出 版 社

内 容 提 要

本书结合企业商标行为所包含的全部内容,对商标权的获得与保护、如何实施商标行为、为最有效的发挥商标的作用企业应采取的措施、违法商标行为的表现形式及应当承担的法律责任等等,作了深入浅出的介绍。

本书内容精练、通俗易懂,特别是对商标行为及办理商标事务的程序规范、商标的设计要求、设计程序、设计趋势等具体问题作了较详细的说明。因此,可操作性强。

前 言

改革开放以来,我国的商品经济得到了突飞猛进的发展,商标正日益成为激烈的市场竞争活动中不可缺少的武器。商标战已成为现代商品经济社会中特别是西方发达国家司空见惯的社会经济现象。在我国目前的经济大潮中,商标行为已经成为企业新的经营机制中不可缺少的组成部分,因而,企业要想运用商标发展生产,在市场营销的竞争中处于有利的地位,使企业的商标行为得到充分的施展,实现企业的目标和利益,企业家就必须掌握商标的基本知识。本书就是根据这一出发点对企业商标行为包括的内容,商标权的获得与保护,如何实施商标行为,为了最有效的发挥商标的作用企业应当采取的措施,违法商标行为的表现形式及应承担的法律责任等等,做了深入浅出的介绍。

本书具有较强的实用性、针对性和普及性特点。除了对商标的基本原理做了较系统的阐述外,还从企业的角度全面介绍了商标行为及办理商标事务的程序规范等。特别是对商标的设计要求、设计程序、设计趋势做了较全面的说明。因而,本书可读性强,适用范围广,大、中、小型国营、集体企业以及私营企业、个体劳动者都可使用。也可做为大专院校师生或经济管理部门、工商行政管理部门工作人员学习的参考读物。

本书力求简明扼要的介绍有关商标方面的知识,但由于时间紧迫,收集的资料不够全面,加之作者水平有限,书中难免会出现一些措误或不妥之处,恳请广大读者给予指正。

作 者

1993. 11

目 录

商 标

一、商标概述	1
1. 商标的分类	2
2. 商标的涵义	7
3. 商标的作用	9
二、商标的设计	12
1. 商标的设计要求	12
2. 商标的设计程序	16
3. 商标的设计趋势	19
三、商标注册	21
1. 商标注册的一般知识	21
2. 申请注册商标	26
3. 国家工商局关于若干种特殊商品的商标注册规定	36
4. 审查注册商标	45
5. 核准注册和商标公告	50
四、商标的使用	53
1. 正确地使用商标	53
2. 商标使用许可	56

3. 商标转让	59
4. 商标注销	62
5. 商标变更	64
6. 商标权的丧失	68
7. 商标的期限及续展	69
五、商标管理	71
1. 商标例外管理	72
2. 商标印刷管理	74
3. 商标档案管理	77
4. 未注册商标管理	81
5. 关于商标管理的几项特殊规定	83
六、保护商标专用权	93
1. 查处商标违法案件的程序	95
2. 假冒商标及其处理	99
七、涉外商标	102
1. 外国商标知识	103
2. 我国企业到国外注册商标	104
八、保护商标权的国际公约和国际组织	118
1. 《保护工业产权巴黎公约》	118
2. 《世界知识产权组织公约》	123
3. 《商标国际注册的马德里协定》	124
4. 《商标注册条约》	125
5. 《商标注册用商品与服务国际分类的尼斯协定》	127

6.《商标图形国际分类协定》	132
7.《保护奥林匹克会徽条件》	133
附 录	135
1.《中华人民共和国商标法》	135
2.《中华人民共和国商标法实施细则》	144

一、商标概述

“商标”一词为外国译名，英文为“Trade Mark”，法文为“Mangues”，德文为“Warenzeihen”。19世纪，清政府在同帝国主义签订的许多不平等条件中，译成中文为“商标”、“商牌”、“贸易牌号”、“货牌”等。后来，人们对这些名词统一固定译为“商标”。

商标俗称“牌子”。对商标的定义，我国商标法律制度中没有明确规定，其他国家的法律规定也不尽相同。世界知识产权组织在其宣传物《WLPO 概况》上定为：“商标是用来区别某一工业或商业企业或这种企业集团的商品的标志。”我国《辞海》对商标的表述是：“工业企业为区别其制造或经营某种商品的质量、规格和特点的标志。一般用文字、图形或记号，注明在商品、商品包装、招牌、广告的上部”。《现代经济辞典》则把商标说成是：“商标是制造商或商人为了使人们认明自己的商品或劳务，从而使它们与其他竞争的产品区别开来，而使用的文字、名称、符号或图案”。以上几种定义，尽管在表述上有所不同，但基本含义还是相同的。我们可以对商标作

如下理解:(1)商标是商品上的一种标志;(2)商标是商品生产者或经营者,为了使自己的商品区别他人商品而使用的标志;(3)商标一般由文字、图形或文字与图形组合构成。

1. 商标的分类

商标可以从不同的角度分为若干种类:

按其构成分类,即按商标构成成分划分,其形式一般有文字商标、记号商标、图形商标和组合商标。

按其用途分类,即根据商品的规格、品种、质量或生产、经营的企业来区分,其形式一般有营业商标、商品商标和等级商标等。

按其使用者分类,即根据商标使用者的不同或商标使用者对商品质量所提供的保证来划分,其形式一般有制造商标、销售商标和证明商标等。

商标除按其构成、用途和使用者进行分类外,还可以按其注册与否分为注册商标和未注册商标,按其信誉分为世界驰名商标、全国著名商标和地方名牌等等。

具体来说,商标大体有以下若干种:

(1)文字商标,是指只用各种文字构成的商标。文字商标,一般有中文商标、篆字商标、拼音字母商标、数码字商标、外文商标和组字商标等。其中,又可细分为:汉字商标,是指以汉字构成商标图案的商标;拉丁字母商