



21世纪法学规划教材

# 商标法

TRADEMARK LAW

黄 晖 著



法律出版社

21 世纪法学规划教材

# 商 标 法

Trademark Law

黄 晖 著



**法律出版社**

始创于 1954 年

[www.lawpress.com.cn](http://www.lawpress.com.cn)

好书,同好老师和好学生分享

**图书在版编目(CIP)数据**

商标法/黄晖著.—北京:法律出版社,2004.9

21世纪法学规划教材

ISBN 7-5036-5098-2

I.商… II.黄… III.商标法—中国—高等学校—教材 IV.D923.43

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 089943 号

©法律出版社·中国

责任编辑/王 扬

装帧设计/于 佳

出版/法律出版社

编辑/法律教育出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京北苑印刷有限责任公司

责任印制/张宇东

开本/787×960毫米 1/16

印张/26.25 字数/430千

版本/2004年9月第1版

印次/2004年9月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

电话/010-63939796

网址/www.lawpress.com.cn

传真/010-63939622

法律教育出版分社/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件/jiaoyu@lawpress.com.cn

读者热线/010-63939659

传真/010-63939701

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

传真/010-63939777

客服热线/010-63939792

网址/www.chinalawbook.com

电子邮件/service@chinalawbook.com

中法图第一法律书店/010-63939781/9782

中法图北京分公司/010-62534456

中法图上海公司/021-62071010/1636

中法图苏州公司/0512-65293270

中法图深圳公司/0755-83072995

中法图重庆公司/023-65382816/2908

书号:ISBN 7-5036-5098-2/D·4816

定价:29.00元

## 出版说明

二十多年前,当中国改革开放开始勃兴,法律和法律教育开始再度崛起之时,法律出版社便以精诚态度和极大力度服务于中国的法律教育。针对不同阶段的读者,本社陆续推出多种系列的法学教材,迄今已达数百种。高等学校教材、教学参考书为其中主要部分。而历年来逐步推出的“八五”、“九五”及正在推出的“十五”国家级规划教材,更为重点。长期以来,“法律版”的众多教材,颇受学林瞩目。在此,我们深深感谢读者和作者对我们的信任。

进入 21 世纪以来,中国法律教育在取得长足发展的同时,也积极酝酿和展开改革举措,培养高素质的现代法律人才成为法律教育的重要目标。为此,本社应时而动,力求从教材的品种上、内容上、形式上实现更大突破,为新一代法律人学取专业知识提供更好读本。

就高等学校教材而言,我们立足两种进路:全面革新既有教材,或推出全新教材。革新既有教材,意在选取已出版教材尤其是“八五”、“九五”规划教材中的精品,从内容到形式全面更新、修订,重新整合,使这些长盛不衰的法律教育财富,以崭新面目,继续服务于新读者。推出全新教材,则或为推出“十五”规划教材,或约请优秀作者撰写新作,精阐原理,结合实践,关注前沿,努力创造出新世纪的新经典。优秀作者,或为老一辈与盛年名家,或为新生代才俊。或革新,或全新,这些教材在 21 世纪呈现崭新风采,并同享规划教材之盛,因之统为一名:“21 世纪法学规划教材”。

我们深信,中国的法律教育事业将在改革和发展中不断壮大;我们承诺,本套“21 世纪法学规划教材”,以及本社所有法律教育图书都将在发展中不断更新和超越。本着竭诚为法律和法律教育服务的发展服务,竭诚为读者服务之宗旨,我们愿更加敬业,与广大读者和作者一起,共同创造法治事业及法律教育事业的美好未来。

法律出版社  
2004 年 1 月

## 前 言

尽管加入 WTO 后有许多人为中国将要成为世界最大的制造工厂欢欣鼓舞,但越来越多的人已经意识到“定牌加工”毕竟只能是一种权宜之计,最终的出路只能是自创品牌、直接面对消费者。

在消费短缺的时代,只要能把产品生产出来,就不愁没有人要。随着市场竞争的加剧,产品的质量逐渐成为广大企业必须跨越的门槛,在这种情况下,质量管理就是企业制胜的法宝,酒好就不怕巷子深。但竞争是没有止境的,尤其当产品的品种和数量呈几何级数增长时,如何能在琳琅满目、鱼龙混杂的货架上脱颖而出就成为企业生死攸关的大事。

制胜的关键是要让消费者知道你的存在,记住你的优点,传播你的好处,而所有这一切离开商标显然都是做不到的。因为没有商标的商品就像哑巴一样不会说话,消费者即使对商品的质量满意,仍然难以树立信心、实现重复购买。消费者不仅需要好的产品,消费者同样需要以最少的时间成本获取好的产品。

事实上,只有商标能帮助消费者建立信任、节约时间,因为说到底,商标是对质量的一种承诺,是生产者同消费者签订的一份信誉合同。能获得这份合同的厂商就可以期望得到消费者持久的青睐。至于商标的所有人是否或如何转包、分包这份合同,消费者事实上并没有时间和精力去关心和监督,消费者只关心最终结果。

在这种市场条件下,只重视质量的企业就会陷入默默无闻而无法为消费者所知的危险,当握有消费者订单的商标所有人要求定牌生产时,这些企业虽然不愿为人作嫁衣裳,但其实也很难有其他选择。

更加值得注意的是,商标的作用还在发生变化:传统的商标,充其量只是产品内在质量的外在体现,现代的商标,通过广告的塑造正在获得独立的灵魂和价值,否则我们就不能解释,为什么同一件产品仅仅因为品牌不同,价格就可以有数倍乃至数十倍的差别。

换句话说,商标的出现使产品开始超越单纯的物质状态,精神和心理因素

## 2 商 标 法

成为产品的重要组成部分，BRAND(品牌)与 PRODUCT(产品)结合而成的 BRANDUCT 正在成为现实。产品的生产也因此向垂直分工发展：产品有形部分价值的生产处于整个产品价值链的最低层，有眼光、有实力的企业正把越来越多的财力投入到品牌形象的塑造，从而占据价值链的高端，获取最大份额的价值分配。

值得欣慰的是，越来越多的企业已经意识到只做产品的危险，必须自创品牌正在成为大家的共识，而且，新商标法也已将撤换他人商标的“反向假冒”行为规定为商标侵权，从法律上为不愿寄人篱下的企业提供了强有力的保障。

真正有远见的企业都已意识到培养品牌忠诚、打造驰名商标的重要性，善于运用商标这一商战利器的企业就会发现，商标完全可以像澳大利亚土著所使用的飞去来器那样，不仅可以飞出去战胜竞争对手，而且还可以飞回来成为企业的财富。

本书就是在这种背景下的产物，主要是希望为读者了解中国商标法律制度提供一个较为系统和全面的参照系。本书以理解和掌握新修改的商标法为主线，适当介绍各项规定的来龙去脉和其他国家的司法实践，同时也收集了国内外典型案例的介绍和插图。

全书共分十五章：第一章讲商标和商标法的起源和概念，第二、三、四、五章讲商标注册的要素、条件以及得丧变更；第六、七、八章讲商标专用权及其限制和运用，第九章讲商标的管理，第十章讲商标的救济；第十一、十二、十三章主要介绍三个特殊的问题，即驰名商标、集体商标、证明商标和地理标志、商标国际注册，第十四章介绍一些主要国家和地区的商标法律制度，第十五章介绍与商标有关的国际公约。

郑成思老师审阅了本书的结构并提出了宝贵的意见，法律出版社的王扬女士也为此书的出版付出了辛勤的劳动，万慧达的同事和我的家人给予了很大的支持，谨在此表示诚挚的谢意。

商标本来是一个小题目，但在新的世界格局和市场经济快速发展中如何将小题目做大则已成为一个时代的课题。作为一种尝试，本书还存在很多不足，希望能得到广大读者的批评和指正，以便在今后订正和补充。

黄 晖

二〇〇四年七月十七日

## 缩 略 语

商标法	中华人民共和国商标法
商标法实施条例	中华人民共和国商标实施条例
民法通则	中华人民共和国民法通则
刑法	中华人民共和国刑法
反不正当竞争法	中华人民共和国反不正当竞争法
对外贸易法	中华人民共和国对外贸易法
海关法	中华人民共和国海关法
国家工商局	中华人民共和国国家工商行政管理总局
商标局	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标局
商评委	中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会
高法院	中华人民共和国最高人民法院
高检院	中华人民共和国最高人民检察院
高院	高级人民法院
中院	中级人民法院
海关总署	中华人民共和国海关总署
巴黎公约	保护工业产权巴黎公约
TRIPS 协定	与贸易有关的知识产权协定
马德里协定	商标国际注册马德里协定
马德里议定书	商标国际注册马德里协定有关议定书
尼斯协定	商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定
维也纳协定	建立商标图形要素国际分类维也纳协定
马德里协定(产地)	制止虚假或欺骗性商品产地标记马德里协定
里斯本协定	原产地名称保护及其国际注册里斯本协定
内罗毕条约	保护奥林匹克徽记内罗毕条约
一号指令	协调成员国商标立法欧洲共同体理事会第一号指令

## 2 商 标 法

驰名商标联合建议	保护工业产权巴黎联盟及世界知识产权组织大会关于驰名商标保护规定的联合建议
商标许可联合建议	保护工业产权巴黎联盟及世界知识产权组织大会关于商标许可的联合建议
WIPO	世界知识产权组织
WTO	世界贸易组织
ECJ 或欧共体法院	欧洲共同体法院
OHIM 或协调局	欧洲共同体内部市场协调局(商标外观设计)
ICANN	因特网名址分配公司
UDRP	统一域名争议解决政策
CNNIC	中国互联网络信息中心
AIPPI	国际保护知识产权协会
INTA	国际商标协会



## 作者简介

**黄晖** 法学博士,中国社会科学院知识产权中心兼职研究员,中国法学会知识产权法研究会理事,中企商标鉴定中心专家成员,域名争议解决中心仲裁员,法国斯特拉斯堡第三大学(罗伯特·舒曼大学)国际工业产权研究中心(CEIPI)客座教授。

1990年毕业于外交学院,获文学士学位。毕业后在国家工商行政管理局商标局担任商标审查员,直至1996年。其间,在法国斯特拉斯堡第三大学国际工业产权研究中心留学,并获国际工业产权研究文凭。1996年至2002年,黄晖就职于国家工商行政管理总局办公厅。其间,师从中国社科院郑成思教授,从事民商法知识产权方向的专业研究,并在中国社科院研究生院取得法学博士学位。2002年加盟万慧达知识产权代理公司。

著有商标法专论《驰名商标和著名商标的法律保护》(法律出版社2001年版),该书被列为中国社会科学院重大课题;译著有世界第一部知识产权法典——《法国知识产权法典(法律部分)》(商务印书馆1999年版);《中国知识产权法》商标栏目作者(法律出版社及CCH 2002—2004年版);《WTO知识产权协定常识问答》编者(知识产权出版社2003年版);《中国商标报告》执行主编(中信出版社2003—2004年版);《中华商标》杂志编委会成员。另著有多篇专业论文。

# 目 录

前言 .....	( 1 )
缩略语 .....	( 1 )
第一章 商标及商标法概论 .....	( 1 )
第一节 商标概论 .....	( 1 )
第二节 商标法概论 .....	( 7 )
第三节 商标执法机关 .....	( 16 )
第二章 构成商标的要素 .....	( 23 )
第一节 使用商标的主体 .....	( 24 )
第二节 商标使用的对象 .....	( 29 )
第三节 组成商标的标志 .....	( 34 )
第三章 商标注册的条件 .....	( 47 )
第一节 合法性 .....	( 47 )
第二节 显著性 .....	( 56 )
第三节 非功能性 .....	( 74 )
第四节 在先性 .....	( 79 )
第四章 商标注册的取得、续展与变更 .....	( 87 )
第一节 商标申请 .....	( 87 )
第二节 商标形式审查 .....	( 91 )
第三节 商标实质审查 .....	( 92 )
第四节 商标异议 .....	( 93 )
第五节 商标注册 .....	( 94 )
第六节 商标续展 .....	( 96 )
第七节 商标变更 .....	( 97 )
第五章 商标注册的注销、撤销与无效 .....	( 100 )
第一节 注销 .....	( 100 )
第二节 撤销 .....	( 102 )

## Summary of Contents

<b>Preface</b> .....	( 1 )
<b>Abbreviations</b> .....	( 1 )
<b>Chapter 1 Introduction on Trademark and Trademark Law</b> .....	( 1 )
Section 1 Trademark in General .....	( 1 )
Section 2 Trademark Law in General .....	( 7 )
Section 3 Trademark Law Enforcement Authorities .....	( 16 )
<b>Chapter 2 Constituent Elements of Marks</b> .....	( 23 )
Section 1 Persons Who Can Be Proprietors of Trademarks .....	( 24 )
Section 2 Goods or Services in Respect of Which Registration of Trade- marks Is Applied .....	( 29 )
Section 3 Signs of Which a Trademark May Consist .....	( 34 )
<b>Chapter 3 Condition of Trademark Registration</b> .....	( 47 )
Section 1 Legality .....	( 47 )
Section 2 Distinctiveness .....	( 56 )
Section 3 Non-functionality .....	( 74 )
Section 4 Seniority .....	( 79 )
<b>Chapter 4 Acquisition, Renewal and Modification of Trademark             Registration</b> .....	( 87 )
Section 1 Application .....	( 87 )
Section 2 Examination of Formal Requirements .....	( 91 )
Section 3 Examination of Substantive Requirements .....	( 92 )
Section 4 Opposition .....	( 93 )
Section 5 Registration .....	( 94 )
Section 6 Renewal .....	( 96 )
Section 7 Modification .....	( 97 )
<b>Chapter 5 Abandonment, Cancellation and Invalidity of Trademark             Registration</b> .....	( 100 )
Section 1 Abandonment .....	( 100 )
Section 2 Cancellation .....	( 102 )

第三节 无效·····	(109)
<b>第六章 商标专用权</b> ·····	(113)
第一节 商标专用权及商标侵权·····	(113)
第二节 在商业中使用·····	(114)
第三节 相关公众的一般注意力·····	(117)
第四节 相同或类似商品·····	(118)
第五节 相同或近似商标·····	(125)
第六节 可能产生混淆·····	(140)
第七节 特殊形式的商标侵权·····	(147)
第八节 侵犯商标权的企业名称·····	(151)
第九节 侵犯商标权的域名·····	(156)
<b>第七章 商标专用权的限制</b> ·····	(164)
第一节 合理使用·····	(164)
第二节 权利用尽和平行进口·····	(172)
第三节 言论自由和比较广告·····	(181)
第四节 禁止限制竞争和滥用权利·····	(186)
<b>第八章 作为财产的商标专用权</b> ·····	(191)
第一节 商标转让和移转·····	(191)
第二节 商标使用许可·····	(194)
第三节 商标权利质押·····	(200)
第四节 商标财产保全和强制执行·····	(201)
<b>第九章 商标管理</b> ·····	(204)
第一节 商标行政管理·····	(204)
第二节 商标行业管理·····	(210)
第三节 商标企业管理·····	(216)
<b>第十章 商标侵权及假冒的救济</b> ·····	(218)
第一节 行政救济·····	(218)
第二节 民事救济·····	(228)
第三节 刑事救济·····	(240)
<b>第十一章 驰名商标</b> ·····	(246)
第一节 驰名商标保护的立法背景·····	(246)
第二节 驰名商标的认定程序·····	(254)
第三节 驰名商标的保护范围·····	(260)

Section 3	Invalidity .....	(109)
<b>Chapter 6</b>	<b>Exclusive Right to Use a Registered Trademark</b> .....	(113)
Section 1	Exclusive Right to Use a Registered Trademark and Trademark Infringement .....	(113)
Section 2	Use in the Course of Trade .....	(114)
Section 3	Average Attention of Relevant Public .....	(117)
Section 4	Identical or Similar Goods or Services .....	(118)
Section 5	Identical or Similar Marks .....	(125)
Section 6	Likelihood of Confusion .....	(140)
Section 7	Special Types of Trademark Infringement .....	(147)
Section 8	Conflicting Trade Name with Trademark Right .....	(151)
Section 9	Conflicting Domain Name with Trademark Right .....	(156)
<b>Chapter 7</b>	<b>Limitations of Trademark Right</b> .....	(164)
Section 1	Fair Use .....	(164)
Section 2	Exhaustion of Trademark Right and Parallel Imports .....	(172)
Section 3	Free Speech and Comparative Advertising .....	(181)
Section 4	Prevention of Practices Restraining Competition and Abuse of Right .....	(186)
<b>Chapter 8</b>	<b>Trademark Right as Objects of Property</b> .....	(191)
Section 1	Assignment and Transfer of a Registered Trademark .....	(191)
Section 2	Licensing of a Registered Trademark .....	(194)
Section 3	Pledge of Trademark Right .....	(200)
Section 4	Preservation of Trademark Property and Levy of Execution .....	(201)
<b>Chapter 9</b>	<b>Trademark Administration</b> .....	(204)
Section 1	Trademark Administration by Administrative Agency .....	(204)
Section 2	Trademark Administration in Industry .....	(210)
Section 3	Trademark Administration in Enterprise .....	(216)
<b>Chapter 10</b>	<b>Remies for Trademark Infringement and Counterfeiting</b> .....	(218)
Section 1	Administrative Remedies .....	(218)
Section 2	Civil Remedies .....	(228)
Section 3	Criminal Remedies .....	(240)
<b>Chapter 11</b>	<b>Well-Known Trademarks</b> .....	(246)
Section 1	Legislative Background of Protection for Well-Known Trade- marks .....	(246)
Section 2	Procedure of Recognizing Well-Known Trademarks .....	(254)
Section 3	Scope of Protection for Well-Known Trademarks .....	(260)

## 6 目 录

第十二章	集体、证明商标及地理标志	(276)
第一节	集体商标、证明商标	(276)
第二节	地理标志	(278)
第十三章	商标国际注册	(286)
第一节	商标国际注册的一般程序	(286)
第二节	商标国际注册在中国的适用	(289)
第十四章	主要国家和地区商标法	(293)
第一节	美国	(293)
第二节	加拿大	(299)
第三节	日本	(304)
第四节	欧洲联盟	(311)
第十五章	商标国际公约	(320)
第一节	《建立世界知识产权组织公约》	(320)
第二节	《保护工业产权巴黎公约》	(322)
第三节	《与贸易有关的知识产权协定》	(326)
第四节	《商标国际注册马德里协定》及《商标国际注册马德里协定有关议定书》	(333)
第五节	《商标法律条约》	(335)
第六节	《商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定》	(337)
第七节	《建立商标图形要素国际分类维也纳协定》	(339)
第八节	《制止虚假或欺骗性商品产地标记马德里协定》	(340)
第九节	《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》	(341)
第十节	《保护奥林匹克会徽内罗毕条约》	(342)
彩色插图		
参考书目		(345)
附录一：中华人民共和国商标法		(347)
附录二：中华人民共和国商标法实施条例		(355)
附录三：商标评审规则		(363)
附录四：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		(376)

<b>Chapter 12</b>	<b>Collective Trademarks, Certification Trademarks and Geographic Indications</b> .....	(276)
Section 1	Collective Trademarks, Certification Trademarks .....	(276)
Section 2	Geographic Indications .....	(278)
<b>Chapter 13</b>	<b>International Registration of Trademarks</b> .....	(286)
Section 1	International Registration of Trademarks in General .....	(286)
Section 2	International Registration of Trademarks in China .....	(289)
<b>Chapter 14</b>	<b>Trademark Laws of Main Countries and Regions</b> .....	(293)
Section 1	United State of America .....	(293)
Section 2	Canada .....	(299)
Section 3	Japan .....	(304)
Section 4	European Union .....	(311)
<b>Chapter 15</b>	<b>Trademark International Convention</b> .....	(320)
Section 1	Convention Establishing the World Intellectual Property Organization .....	(320)
Section 2	Paris Convention for the Protection of Intellectual Property .....	(322)
Section 3	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights .....	(326)
Section 4	Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks and the Protocol Relating to Madrid Agreement .....	(333)
Section 5	Trademark Law Treaty .....	(335)
Section 6	Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purpose of the Registration of Marks .....	(337)
Section 7	Vienna Agreement Establishing an International Classification of the Figurative Elements of Marks .....	(339)
Section 8	Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods .....	(340)
Section 9	Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration .....	(341)
Section 10	Nairobi Treaty on the Protection of the Olympic Symbol .....	(342)
	<b>Colour Illustration</b>	
	<b>Bibliography</b> .....	(345)
<b>Appendix 1</b>	<b>Trademark Law of the People's Republic of China</b> .....	(347)
<b>Appendix 2</b>	<b>Implementing Regulations under the Trademark Law of the People's Republic of China</b> .....	(355)
<b>Appendix 3</b>	<b>Rules of Trademark Review and Adjudication</b> .....	(363)
<b>Appendix 4</b>	<b>Interpretations of the Supreme People's Court on Several Issues Concerning the Application of Laws to Trial of Trademark-Related Civil Dispute Cases</b> .....	(376)

8 简 目

附录五:商标注册用商品和服务国际分类 .....	(380)
附录六:商标图形要素国际分类 .....	(383)
附录七:商标国际条约成员一览表 .....	(384)



<b>Appendix 5</b>	<b>International Classification of Goods and Services for the Purpose of the Registration of Marks</b> .....	(380)
<b>Appendix 6</b>	<b>International Classification of the Figurative Elements of Marks</b> .....	(383)
<b>Appendix 7</b>	<b>List of Members of International Conventions Concerning Trademark</b> .....	(384)