

民法通则知识丛书

商 标 权

崔勤之 编著



法律出版社

商 标 权

崔勤之 编著

法 律 出 版 社

商 标 权

崔勤之 编著

法律出版社出版 新华书店发行

法律出版社印刷厂印刷

787×1092毫米 32开本 2.5印张 51,000字

1987年1月第一版 1987年1月第一次印刷

印数00,001—18,500

书号6004·1018 定价0.42元

出版说明

民法是国家的基本法律之一。它对于保障公民和法人在民事活动中的合法权益，适应经济体制改革，对外开放、对内搞活经济的需要，加强运用法律手段管理经济，保障社会主义现代化建设事业的顺利进行，具有重要意义。

《中华人民共和国民法通则》业已颁布，将于一九八七年一月一日起施行。为了做好民法通则知识的宣传普及工作，我社曾于一九八六年五月，约请在京的民法学界的专家、学者及司法机关民事、经济审判部门的部分负责同志召开了民法通则组稿座谈会。在这个座谈会上确定了本丛书中的二十九个选题。大家认为，这些题目对于学好用好民法通则至关重要。为此，专家学者和实际部门的负责同志义不容辞地承担了本丛书二十九个选题的撰稿和审稿工作。

参加本丛书组稿和各册审稿工作的有：中国社会科学院法学研究所孙亚明教授、王家福研究员、谢怀栻研究员、陈汉章副研究员，中国人民大学法律系佟柔教授、郭寿康教授、郑立教授、赵中孚副教授，北京大学法律系王作堂副教授、魏振瀛副教授、李志敏副教授，中国人民公安大学柴发邦教授、刘歧山同志，中国政法大学江平副教授、张佩霖副教授，最高人民法院民庭庭长唐德华、经济审判庭副庭长费宗玮等同志。

本书由王家福研究员审稿。

值此本丛书出版之际，向全体参加本丛书撰稿和审稿工作的同志表示深深的谢意。希望本丛书的出版发行对全国人民学习和掌握民法通则有所裨益。

一九八六年九月

目 录

一、商标及其构成	(1)
(一) 商标的概念和由来	(1)
(二) 商标的构成	(2)
(三) 商标与其他标记的区别	(4)
二、商标的分类和商标的作用	(6)
(一) 商标的分类	(6)
(二) 商标的作用	(10)
三、商标法律	(14)
四、商标权的性质和特征	(16)
(一) 商标权的性质	(16)
(二) 商标权的特征	(16)
五、商标权的取得	(19)
(一) 商标权的取得方式	(19)
(二) 商标注册的法定程序	(22)
(三) 商标注册人的重新申请和变更申请	(29)
六、商标权人的主要权利和义务	(33)
(一) 商标权人的主要权利	(33)
(二) 商标权人的主要义务	(38)
七、商标权的续展和丧失	(40)
(一) 商标权的续展	(40)

(二) 商标权的丧失·····	(42)
八、企业和个体工商户对自身商标权的维护·····	(43)
(一) 正确使用注册商标·····	(43)
(二) 保证使用注册商标商品的质量·····	(44)
(三) 建立和健全注册商标使用管理制度·····	(45)
九、加强注册商标标识的管理·····	(48)
(一) 对注册商标标识印制的管理·····	(48)
(二) 对注册商标标识的保护·····	(50)
十、侵犯商标权行为的责任·····	(52)
(一) 侵犯商标权的行为·····	(52)
(二) 对侵犯商标权行为的法律制裁·····	(53)
十一、商标权的国际保护·····	(55)
(一) 商标权的国际保护条约和协定·····	(55)
(二) 保护外国人、外国企业在中国的商标权·····	(60)
(三) 我国出口商品商标的国外注册及其使用·····	(62)
附录 商品分类表·····	(68)

商标权是商标专用权的简称。《中华人民共和国民法通则》第96条规定：“法人、个体工商户、个人合伙依法取得的商标专用权受法律保护。”为了使大家更好地了解商标专用权，下面一、二两题先就涉及到的商标知识作些简单介绍。

一、商标及其构成

（一）商标的概念和由来

商标俗称“牌子”，是区别商品的标记，人们在日常生活中会经常接触到它。比如，在买电风扇时，我们就会看到电风扇有“乘风”牌的、“钻石”牌的、“华生”牌的、“长城”牌的，等等，这些牌子就是不同厂家生产的电风扇所使用的商标，以便消费者选购时认别。

商标是商品经济发展的产物，它伴随着商品生产和交换而来，又随着商品经济的发展而日趋完备。在自然经济初期，由于生产的目的是自给自足，因而也就没有使用商标的必要。随着生产力的发展，出现商品生产和交换时，为了区别产品的生产者，把制造者的姓名刻在产品上，这就是最初使用的带有商业性的标记。由于商品生产和交换的进一步发展，出现了在产品上用行铺、作坊名称作为标记的情况。随着商品经济的发展，商标的使用范围不断扩大，其本身也逐步完备起来。

在我国，目前为止发现使用较早、颇为完整的一个商标，是北宋时期山东济南刘家针铺以“白兔”为其商品的标记，在针的包装纸上印有兔的图形和“兔儿为记”的字样。在西方国家，商品的标记最早起源于西班牙游牧部落。特别是13世纪行会盛行时，每个行会都有特定的印章作为商品标记，以后逐渐演变为图形商标。到了资本主义社会，商品生产的高度发展，商标的使用也随之空前广泛起来。商品的生产者或经营者便在自己生产、制造、加工、拣选、经售的商品或商品包装上贴上商标以示区别。

可见，商标与商品的生产、流通、分配、消费有着密切的联系，因而只要有商品生产和商品交换的存在，就必然需要有商标。

(二) 商标的构成

商标的构成是指商标得以成立的要件，也就是说商标是由什么组成的。按照我国商标法律规定，商标由商标图样构成。构成商标的图样必须同时具备两个条件：

1. 商标图样构成的成分，必须是文字、图形或者文字与图形的组合。关于文字、图形或文字与图形构成的各种形态的商标，将在商标分类部分中说明，这里不再赘述。

2. 商标图样应具有显著特征。所谓显著特征是相对普通一般而言，就是说商标图样应有明显的特点，使人们能一望而知是商标，是表彰商品的标记，人们能据此辨别和区分商品。为此，商标图样不能用下列图形和文字：（1）过于简单或过于复杂的图形。如果用一个圆圈、一个方框、一条

曲线等图形作商标图样，由于图形过于简单，无法使人认识这样的图形是商标。反之，以一幅山水画、一张百兽图等作商标图样，又因图样过于复杂，不能起到区别商品标记的作用。（2）过于复杂的或描述性的文字。如果用书写的诗词、散文等作商标图样，由于文字过于复杂，无法确定其专用范围，一般人也不能认为这样的图样是商标。又如以“最好”、“最美”、“优秀”等描述性文字作商标图样，由于这些文字仅为一般普遍使用的说明文字，人们难以据此识别和区分商品。

此外，商标图样的颜色也很重要。一般说来，彩色商标较之黑白商标更为显著，更富有吸引力，它能使人们的心里产生各种感觉，更能激起消费者购买商品的欲望。但也会发生这种情况，即两个商标图样虽不相同，而颜色配合完全相同，导致被人们混淆误认。为了避免这种情况的发生，我国商标法实施细则规定，需要指定商标图样颜色的，在申请商标注册时，要交送着色的商标图样和商标黑白墨稿1张。已经核准注册的着色商标图样，受法律保护，商标图样的颜色不得擅自改变。

以上说明，商标是由商标图样构成的，商标通过商标图样的物质实体使用于商品或其包装或容器上。商标图样的物质实体就叫做商标标识，由此可知，商标在实际使用过程中是用商标标识表示的。由于商标标识的制做方式不同，因而商标的表现形式也是多种多样的。例如，使用在自行车、缝纫机等商品上的是金属商标；使用在针织品、服装等商品上的是织造商标；使用在搪瓷制品上的是喷涂商标；使用在酒瓶、罐头瓶上的是印刷商标，等等。

选用什么样的文字和图形来构成自己的商标，还应该遵

循一个最基本的原则，就是符合法律的规定。我国商标法第8条规定，商标不得使用下列文字、图形：

（1）同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、军旗、勋章相同或者近似的；

（2）同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗相同或者近似的；

（3）同政府间国际组织的旗帜、徽记、名称相同或者近似的；

（4）同“红十字”、“红新月”的标志、名称相同或者近似的；

（5）本商品的通用名称和图形；

（6）直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的；

（7）带有民族歧视性的；

（8）夸大宣传并带有欺骗性的；

（9）有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。

（三）商标与其他标记的区别

我们在购买商品的时候，往往会看到在商品或其包装或容器上，不止是一幅图案，一种标记。那末哪种图样、哪个标记是商标，哪些不是呢？为了便于大家识别，这里着重谈谈商标与验证标记、与商品装潢的区别。

1. 商标与验证标记的区别

商标和验证标记的共同之处，是两者都使用在商品或其

包装或容器上。两者的区别在于：商标是商品生产者或经营者为表彰自己的商品，使用在自己的商品或其包装或容器上的标记。其目的是使自己的商品在市场上同其他人的商品区别开来，便于消费者识别选用。例如：上海前进锁厂，在自己生产的铁锁上使用“505”铸模商标。这就使该厂生产的铁锁在市场上与其他锁厂生产的铁锁区别开来，以便于购买者选择。

验证标记所表彰的并不限于仅是自己的商品，任何人的商品，只要符合一定的条件或达到一定的标准，经有关机关核准，都可以在商品或其包装或容器上使用该种标记。我国一般常见验证标记为“合格”或检字标记。使用验证标记的意义，在于表明使用该项标记的商品是经过检验的合格品。

2. 商标与商品装潢的区别

在日常生活中，我们会接触到许多商品，只要稍为留心就不难发现，商标往往是同商品的装潢同时使用在商品的包装上。商标与商品装潢的区别在于：

商标是商品特定的标记，是消费者辨别商品的依据。因而它具有相对稳定性，一般不随意变动。商标本身不能直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途等。

商品的装潢是美化、装饰和说明商品的图案。例如：五香凤尾鱼罐头签纸上印的凤尾鱼图案；保温瓶外壳上印制的山水风景画；搪瓷盆中印制的各种动物、花卉等，都是商品的装潢。商品装潢可以根据市场动态和消费者的心理，随时自行改动，可以宣传商品的质量、用途及其特点等。

二、商标的分类和商标的作用

(一) 商标的分类

商标按照不同的标准，从不同的角度，可以有不同的分类。一般地说，商标的分类主要有以下几种：

1. 文字商标、图形商标、组合商标

按照商标的构成成分划分，商标可分为文字商标、图形商标和组合商标。

文字商标是只用文字构成的商标。例如：上海亚明灯泡厂的“亚”字商标、上海红星日用化学品厂的“四季”商标，上海三灵电器厂的“申花”商标，都是文字商标。商标所用的文字，通常应以中文为主，外文为辅，无论文字为何种形式，都必须以一般人能识别其为文字者为限。

文字商标的优点是：第一，文字商标能使人们一望其形即可领会其意。文字商标人们容易称说，便于记忆。第二，文字商标的内容非常广泛。特别是表彰营业主体的文字商标，即以企业的名称或其名称的特取部分作为商品的商标，除了可以达到供购买者识别商品来源的目的，更能使购买者对其商品产生负责可靠的印象。我国一些历史悠久并负有盛誉的企业，象永安堂药店、盛锡福帽店、内联升鞋店，就分

别在自己制造、经售的中成药、帽子、布鞋上，使用“永安堂”、“盛锡福”、“内联升”文字商标。第三，文字商标与其他商标相比的独特之处在于，商标名称可与商品名称一致。这样，人们一见到商标，就知道是什么商品，从而加深购买者的印象。我国酒类商品使用的商标，大都是与商品名称一致的文字商标。驰名世界的贵州茅台酒，就用“贵州茅台”作为商标。特别是一些新产品，生产厂家往往以新产品的名称作为其商标，使人们对新产品产生新奇的感觉，以激起人们购买的欲望。正是由于文字商标具有上述优点，所以在许多商品，尤其是饮料、食品上，单纯使用文字作商标的日益增多。

图形商标是仅由图形构成的商标。象上海日化三厂使用的海鸥图形商标，上海电冰箱厂使用的双鹿图形商标，天厨味精厂使用的花蕾图形商标，等等。

图形商标的使用已有较长的历史。早期工商业者在其商品上所使用的商标，几乎全是图形商标。随着商品经济的发展，图形商标也随之有所改变并一直使用至今。当今在商品上使用的图形商标，大致可分为两类：一类是由具体实物形象构成的图形商标，即是不作任何艺术加工，直接以动物、植物、器具等真实形象作为图形的商标；一类是由设计的图案组成的图形商标，这是用人们精心设计的图案，象各种形象图案、抽象图案以及用美术字所组成的图案作为商标等。

图形商标的长处是容易给人留下深刻的印象，激发人们购买商品的欲望。在这方面它的效果要比文字商标大得多。例如：在儿童用品上使用好玩、新奇、简单而有趣的图形商标，便能够引起儿童及其家长的兴趣，给他们以好的印象，

从而促使人们购买这些商品。而图形商标也有它不足的地方，主要是图形商标人们称说起来较为困难，加之选择、设计好的图形也不大容易，这就使图形商标的广泛使用受到一定的影响。

组合商标是由文字和图形相互结合而构成的商标。例如：上海橡胶厂的浦江商标、上海显象管玻璃厂的冠牌商标、上海缝纫机一厂的飞人商标，都是组合商标。

组合商标兼有文字商标和图形商标的优点，既便于人们称说，又能给人留下深刻印象，使商标区别商品的作用得以更好地发挥。譬如：上海中华制药厂在人丹上使用的龙虎组合商标，是由“龙虎”二字与龙和虎的图形结合而成。由于这个组合商标，文字与图形相互配合，互相衬托，图文并茂，人们一见就能立即叫出其名，并留下美好的印象，从而促使消费者购买龙虎牌人丹。正是由于组合商标较之其他两种商标优越，因而在各类商品中，组合商标的使用最为广泛。

2. 制造商标和销售商标

按照商标的使用者划分，商标可分为制造商标和销售商标。

制造商标是目前我国使用最多的商标，它是指商品生产者或制造者在自己生产或制造的商品上使用的商标。这种商标通常是工厂或个体手工业者使用的，象长春汽车制造厂生产的载重汽车使用的“解放”商标；天津自行车厂生产的自行车使用的“飞鸽”商标；北京东风电视机厂生产的电视机使用的“牡丹”商标，以及个体户刘翔在自己制作的头盔上使用的“飞翔”商标等。

销售商标是指商品经营者在自己销售的商品上使用的商

标，以表示商品是由谁经营的。在我国，目前使用这种商标的还为数不多。主要是外贸部门为组织商品出口，在向国外销售的商品上统一使用自己的商标。主要作法是：外贸部门将一些企业生产的同一种商品，按照一定的质量标准，经过检验合格后，在商品上使用外贸部门的商标，统一由外贸部门向国外销售。这种商标就属于销售商标。

3. 注册商标和未注册商标

按照商标是否注册划分，商标可分为注册商标和未注册商标。

凡是申请注册经商标局核准的商标称为注册商标。反之，没有注册的商标就叫做未注册商标。我国对商标的使用不是实行全面注册制度，而是采取注册自愿的原则。一般说来，企业和个体工商户使用的商标，可以注册，也可以不注册。

从当前市面上出售的商品看，并不是一切商品都使用了商标，有些商品没有商标，而绝大多数商品是使用商标的。没有商标的商品，象生产简单、没有一定的技术标准、选择性不大的小商品，如扁担、箩筐等；象部分农副产品如瓜果、蔬菜等。这些都是人们习惯上不是认牌购买的商品，一般可以不使用商标。

在使用商标的商品中，又可分为两种情况，大部分商品使用的是注册商标，小部分商品使用的是未注册商标。据统计，到1985年底，全国现在使用的有效注册商标为127000多件。仅1985年全国新增加的有效注册商标就有22000多件。注册商标的标志为在商标旁边加注“注册商标”的字样，或在商标右上角标出®或©标记。

使用未注册商标的商品，主要是生产尚不稳定、产品尚未定型的商品；季节性、临时性生产的商品，以及地产地销的小商品等。凡使用未注册商标的，不得加注“注册商标”字样或别的注册标记，不得与同类商品中已经注册的商标相同或者近似。为了便于对商品质量进行监督，保护消费者的利益，国家工商行政管理局于1985年7月作出规定，凡商品使用未注册商标的，必须在商品上和包装上标明企业的名称或地址，否则不得在市场上销售。

（二）商标的作用

在我国，由于社会主义经济是建立在生产资料公有制基础上的、有计划的商品经济，特别是当前还要大力发展商品生产和商品交换，因而，作为区别商品标记的商标不仅要继续存在，而且还在促进商品生产和流通方面发挥重要的作用。主要表现为：

1. 消费者凭借商标认标购货

商标与产品的质量有着密切的联系，使用同一商标的商品，应当具有同样的质量，就这个意义上讲，商标不仅是区别商品的标记，而且也是表示商品质量的标记。人们选购商品时都爱买名牌货，比如买自行车愿意买“永久”、“凤凰”、“飞鸽”牌的，买电冰箱想买“香雪海”、“雪花”、“万宝”牌的，这是为什么呢？就是因为这些名牌产品质量好。“飞鸽”、“永久”、“雪花”、“万宝”等名牌，就是我们所说的商标，人们一见到这些商标，自然就会联想到这些商品的质量，就喜欢买这些商品。正是因为商标代表着商品的质量，使同类商