

● 怎样与工商行政管理机关打交道系列丛书 ●

商标知识荟萃

张则忠
严 谨 编著

中国经济出版社

3

怎样与工商行政管理机关打交道

系列丛书

《商标知识荟萃》

张则忠 严 谨 编著

中国经济出版社

(京)新登字079号

内 容 简 介

商标是商品的特殊标志,是工业产权的一种,它又与专利、版权三者构成为知识产权,是商品经济的产物。

本书用通俗的语言阐述了商标注册与管理的基本概念,介绍了商标的法律法规,明确了一般商标违法、商标侵权、假冒商标行为的法律责任和查处程序以及行政诉讼的有关问题,是企业利用商标战略参与市场竞争的实用知识手册,是工商行政管理部门进一步提高行政执法水平的工具书。

本书内容丰富、资料详实广泛,适用于工商企业、商标设计单位、工商管理、司法等部门和广大读者阅读参考,具有较强的知识性、实用性。

责任编辑 孟庆玲

封面设计 侯 明

怎样与工商行政管理机关打交道系列丛书

商标知识荟萃

张则忠 严 谨 编著

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

(邮政编码:100037)

各地新华书店经销

河北省迁安县印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 印张 7.81 插页 160千字

1993年7月第1版 1993年7月第1次印刷

印数:000001—10000

ISBN 7-5017-1927-6/F·1299

定价: 5.20元

前 言

党的十一届三中全会以来，中国经济发生着翻天覆地的变化。随着经济体制改革、开放的进一步深入，工商行政管理在中国社会经济舞台上扮演着越来越重要的角色，其管理职能已涉及到社会经济的各个方面。

当前，各行各业都在精简机构、人员，扩大“第三产业”的经营队伍。这样一来，与工商行政管理机关打交道的单位和个人势必与日俱增。为此，这就要求企事业单位、个体工商户和工商行政管理干部，在新形势、新任务下，要更进一步充实自己。为了解答各界经营者和广大消费者在与工商行政管理打交道时所面临的主要问题，架起彼此理解桥梁，特出版此套系列丛书，供广大读者参考。

本丛书共分6册，即《企业登记之桥》、《市场管理向导》、《商标知识荟萃》、《广告知识天地》、《经济合同指南》、《个体经营之路》。内容涉及企业登记与监督管理、市场管理和经济检查、商标管理、广告管理、经济合同管理与仲裁、个体工商户与私营企业管理等诸方面。

本丛书以一问一答的形式，较为全面详尽地介绍了有关工商行政管理法律、法规以及工作程序，提供了常用的文书、文件拟制、证明开据范本和各种书式、表格的规范填法以及工商行政管理具体行政行为提示等，真可谓图文并茂，此丛书可以说是“工商小百科”。当您准备与工商行政管理

机关打交道时，最好先细心阅读这套丛书，那时您就不会登门思难，望而生畏，它将为您指点迷津，提高工作效率。

本丛书在编写过程中，注重理论与实际相结合，指导与咨询相结合，广泛适用于工商企业、个体工商户、广大消费者和社会各界人士阅读，它既可作为工商行政管理干部处理日常事务的工具书，又是广大经营者和社会各界人士了解工商行政管理的窗口。

本丛书撰写中，得到了杨凡、何勇高、张乐、杨磊、张则忠、劳马、薛德敏、杨帆、田艳生、王坤、刘欣、刘燕斌等同志的鼎力相助，以及中国经济出版社的大力支持，在此，一并表示感谢。

目 录

第一部分

基础知识

- 1、什么是商标…………… (1)
- 2、怎样对商标进行分类…………… (2)
- 3、商标的种类有哪些…………… (3)
- 4、商标与一般标志有何不同…………… (8)
- 5、商标与商品装潢有何区别…………… (8)
- 6、什么是商标标识…………… (9)
- 7、什么是名牌…………… (9)
- 8、商标有何价值…………… (9)
- 9、什么是注册商标…………… (10)
- 10、企业为什么注册商标…………… (11)
- 11、企业不注册商标失在何处…………… (11)
- 12、商标注册需经哪些法定程序…………… (11)
- 13、我国商标注册的核准机关…………… (12)
- 14、我国商标仲裁机构…………… (12)
- 15、商标代理组织…………… (12)
- 16、什么样的人有资格成为商标的申请人…………… (13)
- 17、什么是知识产权…………… (13)
- 18、什么是工业产权…………… (14)

19、什么是商标权·····	(14)
20、什么是商标的使用权·····	(15)
21、企业怎样理解自愿注册与强制注册·····	(15)
22、企业怎样理解申请在先与使用在先原则·····	(15)
23、商标注册应具备的条件有哪些·····	(16)
24、设计商标时应注意哪些问题·····	(18)
25、商标查询是怎么回事·····	(20)
26、商品分类表·····	(20)
27、商标注册申请的手续·····	(24)
28、商标的审查内容与形式·····	(25)
29、使用注册商标必须遵守哪些规定·····	(28)
30、哪些产品使用商标可以不必申请注册·····	(29)
31、哪些产品可以不使用商标·····	(29)
32、使用未注册的商标必须遵守哪些规定·····	(30)
33、商标法的禁用条款·····	(30)
34、工商行政管理机关对商标的使用管理包括哪 几个方面的内容·····	(32)
35、企业在商标使用管理方面应建立哪些制度··	(34)
36、企业如何根据商标的不同情况来使用商标··	(34)
37、什么是类似商品·····	(35)
38、什么是近似商标·····	(35)
39、什么是驰名商标·····	(36)
40、商标注册的初步审定及内容·····	(36)
41、商标的异议及内容·····	(37)
42、商标公告及内容·····	(37)
43、怎样对商标异议进行答辩·····	(38)
44、怎样申请商标异议复审·····	(39)

45、商标争议及内容.....	(40)
46、什么是商标注册证 应怎样使用.....	(43)
47、商标使用许可及内容.....	(44)
48、注册商标的转让概念与程序.....	(46)
49、外国人、外国企业怎样在我国办理商标注册 申请.....	(48)
50、报刊杂志名称如何作为商标注册.....	(49)
51、怎样办理商标变更手续.....	(49)
52、何为注册商标的撤销.....	(50)
53、何为注册商标的注销.....	(52)
54、何为注册商标的续展.....	(52)
55、企业商标档案应有哪些内容.....	(53)
56、对未注册商标的管理.....	(54)
57、怎样理解通过商标管理监督商品质量.....	(55)
58、哪些单位和个人可以印制商标.....	(55)
59、指定印制商标单位应具备哪些条件.....	(56)
60、《指定印制商标单位证书》的发放机关是谁	(56)
61、商标印制委托人应向印制单位出示哪些证明	(56)
62、印制单位承印商标时 应严格审查哪些内容	(57)
63、商标印制单位应建立健全商标印制管理制度 的内容有哪些.....	(57)
64、印制商标单位的法律责任有哪些.....	(58)
65、商标印制委托人、商标印制单位的含义.....	(59)
66、企业建立“商标管理制度”的主要内容.....	(59)

67、商标侵权的概念及行为·····	(59)
68、企业怎样控告商标侵权行为·····	(60)
69、造成侵权行为应受到哪些处罚·····	(62)
70、假冒商标的概念及处理方式·····	(63)
71、商标侵权案件的复议程序及内容·····	(63)
72、何为商标行政诉讼·····	(66)
73、工商行政管理机关在处理商标案件时，有可 能出现的漏洞·····	(67)
74、我国企业为什么要到国外注册商标·····	(68)
75、什么是商标国际注册·····	(69)
76、马德里联盟有哪些国家·····	(69)
77、什么人可以申请商标国际注册·····	(70)
78、什么商标可以申请国际注册·····	(70)
79、如何进行商标国际注册申请·····	(70)
80、国际注册赋予什么样的权利·····	(71)
81、如何扩大国际注册给予的保护·····	(71)
82、什么是申请人资格·····	(72)
83、什么是所有人国家·····	(72)
84、什么是领土延伸·····	(72)
85、什么是优先权原则·····	(73)
86、国际局收费标准·····	(73)
87、什么是原属国·····	(75)
88、什么是原属国的国家注册·····	(75)
89、怎样与国际局通信联系·····	(75)
90、商标国际注册的工作语言·····	(76)
91、国内收取手续费的标准·····	(77)
92、哪些事项不用缴费·····	(77)

93、什么是商标国际注册申请的审查·····	(78)
94、什么是商标国际注册的日期·····	(79)
95、什么是驳回保护·····	(79)
96、什么是驳回声明时限·····	(80)
97、什么是国际注册的有效期限·····	(80)
98、商标国际注册的变更·····	(80)
99、商标国际注册的续展·····	(81)
100、我国企业到国外申请商标注册有哪渠道·····	(82)
101、我国企业委托国外机构代理商标事宜应注意 哪些问题·····	(83)
102、我国企业如何保护在国外商标的专用权·····	(83)

第二部分

常用书式参考格式

103、商标注册申请书·····	(84)
104、商标注册申请书·····	(90)
105、委托书·····	(91)
106、申请至国外注册商标委托函·····	(92)
107、注册商标变更注册人名义申请书·····	(94)
108、注册商标变更人地址申请书·····	(95)
109、驳回商标复审申请书·····	(96)
110、商标异议书·····	(97)
111、转让注册商标申请书·····	(98)
112、补发商标注册证申请书·····	(99)
113、商标注销申请书·····	(100)
114、商标使用许可合同备案表·····	(101)

115、商标申请注册不予受理通知	(102)
116、商标核驳通知书	(103)
117、延期申请书	(104)
118、商标驳回复审不受理函实例	(105)
119、驳回商标复审申请书	(106)
120、商标异议复审申请书	(107)
121、驳回转让复审申请书	(108)
122、驳回续展复审申请书	(109)
123、商标争议裁定申请书	(110)
124、撤销商标复审申请书	(111)
125、注册不当商标撤销裁定申请书	(112)
126、提供申请日期证明申请书	(113)
127、商标国际注册申请书	(114)
128、指定印制商标单位申请表	(118)

第三部分

工商行政运理机关具体行政行为及所依据的专项法律法规提示

129、核发《商标注册证》	(124)
130、发给《指定印制商标单位证书》	(124)
131、收费的种类及标准	(124)
132、警告	(125)
133、通报	(126)
134、罚款	(127)
135、收缴商标标识	(129)
136、责令赔偿损失	(130)

137、收缴印版模具	(130)
138、没收违法所得	(131)
139、责令限期改正	(131)
140、责令限期申请注册	(133)
141、不得在市场销售	(133)
142、停止广告宣传	(133)
143、责令停止侵权行为	(133)
144、消除商品或包装上的商标	(134)
145、撤销注册商标	(134)
146、吊销营业执照责令停业整顿	(135)
147、收缴《指定印制商标单位证书》	(136)
148、强制变更经营范围	(136)
149、封存商标标识	(136)
150、封存印版模具	(137)

第四部分

工商法规精选

151、中华人民共和国民法通则	(138)
152、中华人民共和国行政诉讼法	(166)
153、行政复议条例	(180)
154、工商行政管理所条例	(192)
155、中华人民共和国商标法	(195)
156、中华人民共和国商标法实施细则	(202)
157、商标印制管理办法	(213)
158、关于报纸杂志名称作为商标注册的几项规定	(216)

- 159、国家工商行政管理局关于公布必须使用注册
 商标商品的通知……………(217)
- 160、国家工商行政管理局关于继续开展整顿酒类
 商标工作的通知……………(218)
- 161、国家工商行政管理局关于申请马德里商标国
 际注册办法……………(220)
- 162、国家工商行政管理局关于停止在酒类商品上
 使用香槟或Champagne字样的通知……………(225)
- 163、国家工商行政管理局关于实行商标注册用商
 品国际分类的通知……………(225)
- 164、国家工商行政管理局关于申请商标注册要求
 优先权的暂行规定……………(226)
- 165、商标档案管理暂行办法……………(227)
- 166、关于国家优质产品奖有效期满后的复查确认
 办法……………(231)
- 167、《商标注册证》使用须知……………(233)
- 168、国家工商行政管理局关于“注册商标”字样
 或者注册标记启用时间的通知……………(234)
- 169、出口商品商标管理办法……………(234)
- 170、商标使用许可合同备案注意事项……………(237)

第一部分

基础知识

1、什么是商标

“商标”一词为外国译名，英文为“Trade Mark”，法文为“Margues”，德文为“Warenzeichen”。十九世纪，清政府在同帝国主义签订的许多不平等条约中，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”

关于商标的含义，历来就有广、狭两种解释。1970年，在美国公布的《兰翰商标法》中，将商标一词视为任何一个由制造商或商人用以识别其产品与货物，使之区别于他人的产品与货物的任何文字、名称、标志、方式或上述方式的综合。这是广义的商标概念。我们通常所用的商标概念，其含义专指平面的区别性标记。日本《商标法》中规定，标记必须用文字、图形、记号或它们之间的相互结合（如文字与图形或记号与图形等等），以平面的形式标在商品上，使人们能够直观看。目前，大多数国家都认为，商标是商品生产者或经营者用来区别其商品的标志；有一些国家认为，商标还可以作为企业区别服务项目的标志；只有少数国家把商标作为商品质量特点的标志。在我国，一般认为商标是同时具有商品特定质量的标志。世界知识产权组织关于商标的定义则是：商标是用以将某工业或商业企业或这种企业集团的商

品（或产品）或服务区别于他人的商品（或产品）或服务的标志。

在《辞海》和《现代经济辞典》中，对商标是这样解释的：《辞海》：“商标：工商企业为区别其制造或经营某种产品的质量、规格和特点的标记。一般用文字、图形或记号，注明在商品、商品包装、招牌、广告上面。”（上册第817页，1979年上海辞书出版社）《现代经济辞典》：“商标：制造商或商人为了使人认明自己的商品和劳务，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。”（美·D·格林沃尔德主编，1981年商务版，第449页）

商标到底是什么呢？何谓商标，简单地说，商标就是商品的特定标志，俗称“牌子”。也可以说，商标是商品生产者或经营者附在自己生产、制造、加工、拣选、经售的商品上或者商品包装上，以示区别商品来源和商品特定质量的显著标志。商标一般可由一定的文字、名称、图形、字母、记号或者它们的相互结合要组成。

2、怎样对商标进行分类

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等。

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。

3、商标的种类有哪些

商标大致分为以下几种：

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。

汉字商标，是指以汉字构成商标图案的商标。

拉丁字母商标，是指以拉丁字母构成商标图案的商标。

数字商标，是指以阿拉伯数字组成商标图案的商标。

记号商标，是指用某种记号构成商标图案的商标。

图形商标，是指由图形构成商标图案的商标。

自然图形，是指以人物、动植物、自然风景、生活用具等自然的物象为对象所构成的图形。所谓自然图形商标，则是指以经过提炼、概括、夸张和变形等手段处理的自然图形所构成商标图案的商标。

几何图形是一种抽象的图形。所谓几何图形商标，是指以这种抽象的图形构成商标图案的商标。

组合商标，是指使用文字、图形、记号等中的两种或两种以上组合而构成的商标。它可以是文字和图形、文字和记号组合，也可以是文字、图形、记号等形式的组合。

复合商标，是指由两种成分组合而成的商标。

组字商标，由营业者创造出、没有特定含义的文字商标，一般叫组字商标。其必备的条件，一是具有创造性；二

是没有具体含义；三是文字的商标。

组集商标，在同类商品上，由于品种、规格、等级、价格的不同，为了加以区别而使用几个商标，并把这几个商标作为一个组集一次提出注册申请，这种特殊性质的商标就叫组集商标。

综合性商标，是指以文字与图形或者以几种图形相互组合的商标。

中性商标，是指目前国际上商标设计中的一种无含义和标记化的商标。目前，不少外国企业为了避免申请注册的商标名称和图形与已注册的商标发生相同或近似，以有利于商标在各国能够顺利注册，大都倾向于这种中性商标。

营业商标，是指生产或经营企业把其特定的标志或企业名称使用在自己制造、经营的商品上的商标。这种商标也叫“厂标”。

商品商标，是指以商品的特定规格、品种来区分使用的商标。它是为了将特定规格、品种的商品与其他规格、品种的商品区分开而在个别商品上使用的商标，因此也叫“个别商标”。这种商标，便于消费者认牌购货和选购到特定规格与品种的商品。

等级商标，是指同一厂商在生产的同时品种而不同等级的商品上逐级使用的独自の商标。这种商标便于消费者区分同一商品的不同等级、质量或特点，有利于更有效地发挥商标的作用。

制造商标，一般是指生产企业使用或注册的商标，是旨在说明其使用者就是其商品生产者的商标。产品制造者为表示其产品是由谁制造的而使用在自己制造的产品上的这种商标，也叫工业商标。它与我们所说的“厂标”意义相同，不