

总主编
王利明

21世纪
民商法学
系列教材

商标法学教程

胡开忠 著

21世纪民商法学系列教材具有以下特点：第一，选题全面，规模宏大。不仅细分了传统民商法的各个部门，也包括了许多边缘学科，共计六十余种，可供不同层次、不同需要的读者选用。

第二，体例新颖，结构完整。不仅打破传统教材的编写体例，而且还大胆引进英美法教材的编撰模式，每本教材除了体系化地讲授本课程的基本内容之外，还穿插引用资料、案例或事例加以评析，每章之后还列出推荐学生进一步阅读的书目。

第三，理论与实践相结合。教材中特辟理论探讨与实务研究专栏，选取理论界和实务界的争议问题。

 中国人民大学出版社

D923.43/11

2008

总主编

王利明

21世纪
民商法学
系列教材

商标法学教程

胡开忠 著

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

商标法学教程/胡开忠著.
北京:中国人民大学出版社,2007
(21世纪民商法学系列教材/王利明总主编)
ISBN 978-7-300-08845-7

- I. 商…
- II. 胡…
- III. 商标法-法的理论-中国-高等学校-教材
- IV. D923.431

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 201210 号

21 世纪民商法学系列教材
总主编 王利明
商标法学教程
胡开忠 著

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司		
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次	2008 年 1 月第 1 版
印 张	16.5 插页 2	印 次	2008 年 1 月第 1 次印刷
字 数	281 000	定 价	26.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

序

众所周知，民商法是市场经济的基本法，它以民事主体制度、物权制度、债与合同制度、知识产权制度以及各项商事特别制度等勾勒出市场交易的基本脉络。这也正是民商法与市场经济体制之间存在密切的内在联系的原因所在。民商法是私法，它调整平等主体之间的财产关系和人身关系，强调意思自治原则的指导地位；民商法是权利法，它以权利为基本的逻辑起点，又通过权利制度确认当事人的行为规则。

我国民商事立法虽然起步较晚，但自改革开放以来却取得了长足的进步，不仅有了起着民商事基本法作用的《民法通则》，而且还制定了大量的单行法、特别法，如《婚姻法》、《继承法》、《合同法》、《著作权法》、《商标法》、《专利法》、《公司法》、《证券法》、《信托法》、《保险法》、《票据法》、《海商法》、《企业破产法》，尤其是经过13年的努力，《物权法》今年已获通过并即将实施。另外，《侵权责任法》、《人格权法》也已纳入立法规划。可以说，有中国特色的社会主义市场经济的民商法律框架已经初步形成，而民法典在未来的出台更将为这一框架奠定坚实的核心。

如同国外的成熟经验一样，立法的每一步进展都离不开理论研究的支撑。二十多年来，我国民商法学研究在不断探索中，逐渐走出了计划经济时代的低迷，市场经济的不断发展和完善为我国民商法学者提供了广阔的历史舞台。如今，大量民商法学者参与国家立

法、司法实践，为社会主义法治建设事业作出了重要贡献。更为可喜的是，越来越多的青年才俊投身于民商法事业，新一代的青年民法学者如雨后春笋般涌现出来，他们既有扎实的民商法功底、良好的学术素养，又有较高的外语水平，对国外的经验和最新发展动态比较了解，他们的许多研究成果令人耳目一新。从他们身上，我们看到了我国民商法学未来的希望。

中国法学会民法学研究会自成立以来，一直倡导严谨求实的学风，营造宽松的氛围，提倡百家争鸣的风气，并注重培养新人、提携后进。中国人民大学出版社立足于高等教育，以繁荣学术、服务教学为己任，是我国人文社会科学教材的出版中心。由此，这两家机构决定合作推出全部由崭露头角的青年学者所撰写的“21世纪民商法学系列教材”。我们坚信，这一合作在推动我国民商法学的发展方面将是一次有益的尝试。

这套教材具有以下特点：第一，选题全面，规模宏大。不仅细分了传统民商法的各个部门，也包括了许多边缘学科，如民法哲学、民法的经济分析等，共计六十余种，可供不同层次、不同需要的读者选用。第二，体例新颖，结构完整。不仅打破传统教材的编写体例，而且还大胆引进英美法教材的编撰模式。每本教材除了体系化地讲授本课程的基本内容之外，还穿插引用资料、案例或事例加以评析，每章之后还列出推荐学生进一步阅读的著述，并以本章的重点难点为主，采取各种题型考查学生对本章知识的掌握程度。第三，理论与实践相结合。不仅全面反映了最新的理论发展，而且深入讨论了实务中的热点、疑点、难点问题。教材中还特辟“理论探讨”与“实务研究”专栏，选取理论界和实务界的争议问题，列举各派观点，论证自己的主张。

应当注意的是，撰写一部好的教材绝非易事，其难度之大不亚于一部优秀的专著！虽然入选本系列的教材均是相关青年学者的精品之作，但其中的缺点在所难免。我们欢迎广大读者不吝指正，这也有助于这些青年学者的学术思想更趋成熟。

衷心祝愿我们早日完成建设社会主义法治国家的宏伟蓝图！在这一过程中，我们有充分理由期待青年学者们取得的更大成就。

是为序！



2007年9月

编写说明

在当今社会，商标在经济生活中的作用日益明显，越来越多的企业更加重视商标的品牌保护问题。我国在1982年颁布的《商标法》在保护商标权人的利益，维护商标信誉，保障消费者的利益等方面发挥了非常重要的作用。随着社会生活的发展，我国又于1993年和2001年对《商标法》作了两次修订，从而适应了时代的要求。进入新世纪后，国内外形势都发生了重要的变化，《商标法》在实施过程中也遇到了许多新问题。为此，我国于2005年下半年启动了《商标法》的第三次修订工作。

本书的编写正是在这样的背景下完成的。本书全面系统地讲述了商标法的基本理论，对商标法的发展、商标权的客体、商标权的主体、商标权的内容、权利转让、权利保护等制度作了全面的阐述。在分析中，本书注重吸收国内外学者有关商标研究的最新成果，紧扣商标法的发展动态，力求反映国内外商标法发展的最新动向。为了使理论与实践有机结合，本书在论述时还引用了若干司法案例并作出分析，在此基础上提出了一些完善我国商标法制度的见解。尽管这些建议尚不太成熟，但可以开阔读者的视野。

为了便于读者学习，本书在每章中设有导言指出本章的重点和难点，以帮助读者把握本章中的重要内容；在章节中穿插引用了一些典型案例，以帮助读者将商标法基本理论与实践有机结合起来；在每章后附有思考题，以启发读者学以致用。

本书在编写过程中，得到了中国人民大学王利明教授的关心与支持，得到了中国人民大学出版社郭虹编辑的热心帮助，还得到了许多同仁的关心和支持，在此一并致以谢意。因笔者水平有限，本书难免有不少缺憾，恳请学界同仁和广大读者批评指正。

胡开忠

2007年11月于武汉



作者简介

胡开忠，法学博士，中南财经政法大学知识产权研究中心副教授，民商法专业硕士研究生导师。教育部高校人文社科重点研究基地、国家保护知识产权工作研究基地——中南财经政法大学知识产权研究中心副主任、专职研究员，中国高校知识产权研究会理事，上海知识产权研究所兼职研究员。已在《法学研究》、《法商研究》、《法律评论》、日本《知的财产法政策学研究》等刊物上发表论文60余篇，著有《无形财产权制度研究》（合著）、《权利质权制度研究》、《知识产权法比较研究》等多部著作，曾获2002年度司法部法学教材和法学科研优秀成果奖一等奖、武汉市科技进步奖二等奖。

“21 世纪民商法学系列教材”

学术委员会

总主编 王利明

委 员 (按姓氏笔画排序)

马俊驹	马新彦	尹 田	王卫国	王 军
王利明	王学政	王胜明	王家福	田土城
刘士国	刘凯湘	刘保玉	孙华璞	孙宪忠
江 平	余能斌	吴汉东	张广兴	张新宝
李开国	李国光	杨 震	杨立新	陈小君
周贤奇	孟勤国	屈茂辉	姚 红	费安玲
赵万一	赵中孚	唐德华	徐国栋	郭明瑞
钱明星	高在敏	崔建远	梁慧星	黄松有
傅鼎生	温世扬	魏振瀛		

目 录

第一章 商标概述	1
第一节 商标的起源	1
资料介绍 白兔儿商标	3
第二节 商标的概念与特征	4
一、商标的概念	4
二、商标的特征	7
第三节 商标的功能	8
第四节 商标与相关标记的关系	11
一、商标与商品名称	11
二、商标与商品装潢	12
三、商标与商号	13
四、商标与商务标语	13
五、商标与特殊标志	14
六、商标与地理标志	14
典型案例 浙江省食品有限公司控告浙江省金华市生产 金华火腿的企业侵犯“金华火腿”商标案件	15
第五节 商标的分类	16
一、商品商标与服务商标	16
典型案例 四川南充制冷技术开发公司诉北京安迅金融 设备系统有限公司侵犯注册商标专用权案	18

二、制造商标与销售商标	18
三、个体商标、共有商标和集体商标	19
四、联合商标、防御商标与证明商标	20
五、驰名商标和著名商标	21
第二章 商标法概述	22
第一节 国外商标法律制度的产生和发展	22
一、国外商标法律制度的产生和发展	23
二、商标保护的国际化	24
第二节 我国商标制度的产生和发展	25
一、旧中国时期的商标制度	25
二、新中国的商标制度	27
第三节 商标法的概念、调整对象和渊源	31
一、商标法的概念	31
二、商标法的调整对象	32
三、商标法的渊源	32
第四节 商标法的内容和作用	35
一、商标法的内容	35
二、商标法的作用	37
第三章 商标的构成	39
第一节 商标的构成要素	39
一、可视性标记	39
二、可视性标记的分类	40
第二节 商标的显著性	44
一、显著性的含义	45
二、显著性的判断	45
典型案例 “奇妙特翘” 商标驳回复审案	47
典型案例 “夜光” 商标注册案	48
典型案例 四川宜宾杞酒厂“杞”字商标的显著性	51
第三节 标志的合法性	53
一、不得违反商标法规定的禁用条款	53
典型案例 “萨达姆” 商标注册案	55

典型案例 “红河”商标注册案	56
二、不得与他在先取得的合法权利相冲突	56
典型案例 冯维音等人诉三毛集团侵犯其著作权案	57
三、不得侵犯他人的注册商标专用权	58
典型案例 “LAN-COME 兰金”商标近似案	60
四、禁止恶意抢注	61
第四章 商标注册	63
第一节 商标权的取得依据	63
一、使用取得	64
理论探讨 使用取得商标权制度的优缺点	64
二、注册取得	66
典型案例 “小天地”商标被抢注案	67
三、因驰名而取得商标权	68
第二节 商标注册的概念和意义	69
第三节 商标申请注册的原则	70
一、自愿注册原则	70
二、一申请一商标原则	71
三、先申请原则和同日申请先使用原则	72
典型案例 “神立得”商标注册案	74
四、优先权原则	76
典型案例 优先权原则的适用	77
第四节 商标注册申请人	78
一、商标注册申请人概述	78
修法背景 自然人能否成为商标注册申请的主体	78
二、共同申请人	79
三、外国商标注册申请人	80
四、商标代理	81
第五节 商标注册的文件和要求	83
一、申请商标注册应当提交的文件及费用	83
二、申请商标注册的要求	84

第六节	商标注册的审查和核准	86
	一、商标注册的形式审查	86
	二、商标注册的实质审查	87
	三、商标异议程序	88
	典型案例 H 图形商标异议案	89
	理论探讨 商标异议程序的完善	90
	四、核准注册	91
	五、商标复审	92
第五章	注册商标无效的撤销	95
第一节	注册商标无效的撤销	95
	一、注册商标无效撤销的概念	96
	二、商标注册无效的原因	96
	三、商标注册无效的撤销程序	98
	典型案例 漳州市中一番食品有限公司诉石狮市佳祥食品 有限公司、石狮市华祥食品有限公司、石狮市 德祥食品有限公司商标侵权纠纷一案	101
第二节	注册商标争议程序	103
	一、注册商标争议的概念	103
	二、注册争议的提出条件	103
	三、注册商标争议程序的特点	104
	四、注册商标争议裁定的程序	105
	典型案例 “娃哈哈”注册商标争议案	107
第三节	注册商标无效的法律后果	107
第六章	商标权的内容、保护期限和终止	109
第一节	商标权的概念	109
	一、商标权的概念	109
	理论探讨 商标权与商标专用权的概念区分	111
	二、商标权与相关概念的区别	112
第二节	商标权的内容	113
	一、使用权	113
	二、禁止权	114

典型案例	天津狗不理包子饮食(集团)公司诉哈尔滨 天龙阁饭店、高渊案	116
三、许可使用权		117
四、转让权		117
五、出质权		118
第三节	商标权的保护期限	118
典型案例	续展期内商标权的保护问题	120
第四节	商标权的终止	122
一、商标的注销		122
二、商标的撤销		123
第七章	商标权的利用	125
第一节	商标权的许可	125
典型案例	奥维兰服装服饰公司诉民生行股份有限公司 商标许可使用合同违约案	128
第二节	商标权的转让	130
典型案例	明佳服装有限责任公司诉嘉林服装有限责任 公司商标侵权案	133
第三节	商标权的质押	134
一、商标权质押的概念		134
二、商标权质押的对象		135
三、商标权质押的程序		136
四、商标专用权质押的效力		137
第八章	商标权的限制	138
第一节	商标的合理使用	138
典型案例	“三株”商标纠纷案	141
第二节	非商业性使用	143
第三节	商标先用权	144
第四节	商标权的用尽	146
理论探讨	平行进口的合法性问题	147
第九章	商标管理	150
第一节	商标管理概述	150

	一、商标管理的概念和意义	150
	二、商标管理机关及其职责	151
	修法背景 当事人的司法救济权的确立	152
第二节	商标使用管理	153
	一、注册商标使用的管理	153
	二、未注册商标使用的管理	156
第三节	商标印制的管理	157
	一、商标印制管理的概念和意义	157
	二、商标印制管理制度	158
	三、商标印制的承印和拒印	159
	四、违反商标印制管理规定的法律责任	160
第十章	商标权的保护	161
第一节	商标权的保护概述	161
	一、商标权的保护及其意义	161
	二、商标权的保护范围	162
	典型案例 商标权保护范围	163
	三、确定商标权保护范围的理论依据	164
	理论探讨 混淆的含义与混淆的认定	164
第二节	商标侵权行为	170
	一、国外有关商标侵权行为类型的立法	170
	二、我国有关商标侵权行为类型的立法	172
	典型案例 新达莱科技有限公司等六家公司侵犯注册商 标案	172
	修法背景 销售侵犯注册商标专用权的商品的行为的构 成要件	175
	典型案例 海口华威商店商标侵权案	177
	理论探讨 反向假冒行为是否构成侵犯商标权的行为	178
	典型案例 北京市京工服装工业集团服装一厂诉北京百 盛轻工发展有限公司、鳄鱼国际机构(私人) 有限公司、中国地区开发促进会侵犯商业信 誉、不正当竞争纠纷案	180

	典型案例 岳阳县茶叶特产公司侵犯注册商标专用权案	183
	典型案例 北京台联良子保健技术有限公司诉北京金 钩良子健身服务有限责任公司侵犯注册商 标专用权及不正当竞争纠纷案	184
	典型案例 宝洁公司诉晨铨公司侵犯其注册商标案	186
第三节	侵犯商标权的法律责任	187
	一、商标侵权案件的处理机关	187
	二、侵犯商标权的民事责任	188
	修法背景 商标侵权行为的赔偿额的计算	189
	典型案例 北京天朝公司诉北京市通州区运河化工厂 商标侵权案	191
	三、侵犯商标权的刑事责任	192
	四、侵犯商标权行为的行政责任	194
	理论探讨 完善商标侵权的法律责任制度的思路	195
第十一章	驰名商标的认定和保护	196
第一节	驰名商标概述	196
	一、驰名商标的概念	196
	二、驰名商标保护的意义	199
第二节	驰名商标的认定	201
	一、驰名商标的认定机构	201
	典型案例 荷兰英特艾基系统有限公司诉北京国网信息 有限责任公司商标侵权及不正当竞争纠纷案	204
	二、国际公约规定的驰名商标的认定标准	205
	三、我国对驰名商标的认定标准	208
	四、驰名商标的认定程序	209
	五、驰名商标认定的法律效力	210
第三节	驰名商标的保护	210
	一、国际公约规定的对驰名商标的保护	210
	二、我国对于驰名商标的保护	215
	理论探讨 完善我国驰名商标保护的思路	216

第十二章 与商标有关的国际公约	218
第一节 成立世界知识产权组织公约	218
一、世界知识产权组织的宗旨和职能	219
二、世界知识产权组织的机构和成员资格	219
三、世界知识产权组织的法律地位	221
第二节 保护工业产权巴黎公约	221
一、《保护工业产权巴黎公约》的产生与修订	221
二、商标保护的國際原则	222
三、有关商标的专门规定	223
第三节 世界贸易组织《知识产权协定》	228
一、世界贸易组织的职能和组成	228
二、《知识产权协定》的主要内容	229
三、《知识产权协定》中有关商标权的具体规定	231
第四节 商标国际注册马德里协定	233
一、《马德里协定》的适用	234
二、商标国际注册申请的当事人、商标以及申请文件	234
三、国际申请的提出与受理	235
四、国际注册的法律效力	236
第五节 商标国际注册马德里协定义定书	238
第六节 其他商标条约	240
一、商标注册条约	240
二、商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定	241
典型案例 成都市蜀荣饮料厂商标侵权案	242
三、商标图形要素国际分类维也纳协定	243
参考书目	245