

商标法实用问答

孙国瑞 编著

SHANGBIAOFA SHIYONG WENDA

知识产权问答丛书

知识产权出版社

知识产权问答丛书

商标法实用问答

孙国瑞 编著

知识产权出版社

图书在版编目(CIP)数据

商标法实用问答/孙国瑞编著. —北京:知识产权出版社, 2001. 12

ISBN 7-80011-622-0

I. 商… II. 孙… III. 商标法—中国—问答
IV. D923.435

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 088182 号

本书的所有版权受到保护, 未经出版者书面许可, 任何人不得以任何方式和方法复制抄袭本书的任何部分, 违者皆须承担全部民事责任及刑事责任。

知识产权问答丛书

商标法实用问答

孙国瑞 编著

责任编辑:李琳

责任校对:韩秀天

特邀编辑:卢海鹰

责任出版:杨宝林

装帧设计:段维东

知识产权出版社出版、发行

(北京市海淀区蓟门桥西土城路 6 号 邮编:100088)

<http://www.cnipr.com>

(010)62026893 (010)82086765 转 8252

知识产权出版社电子制印中心印刷

新华书店经销

2003 年 4 月第一版 2003 年 4 月第一次印刷

850mm×1168mm 1/32 印张:4.5 字数:97 千字

印数:1~5 000 册

ISBN 7-80011-622-0/D·050

定价:10.00 元

如有印装质量问题,本社负责调换。

内 容 提 要

我国已成为世界贸易组织大家庭的成员,知识产权正日益走近每一个公民。了解、掌握相关的知识产权法律知识,对于我们有效地参与国际经济竞争,解决其中难免出现的纠纷将起到事半功倍的作用。

本书紧紧围绕我国商标法及其实施条例、相关司法解释的具体规定设问作答,旨在以浅显易懂、深入浅出、简洁明快的手法,综合分类、系统地向我国公众尤其是企业管理人员普及我国商标法的基本知识、注册申请程序、商标注册的审查、管理以及保护等多方面知识,还特别对域名与商标之间在新技术环境下产生的法律冲突作了对比介绍,使人们更加充分地了解我国相关法律规定,熟悉并掌握正当竞争中的知识产权游戏规则,明确在尊重他人知识产权权利的同时如何捍卫自身的知识产权。

序

2001年11月10日,随着多哈会议上的槌声,中国终于完成了“入世”的实际步骤,成为世界贸易组织(WTO)的一员。WTO的成员在享受WTO规则所提供的诸多权利的同时,也需要履行相应的义务,尊重与保护知识产权就是WTO的成员应当履行的重要义务之一。

众所周知,知识产权制度是“舶来品”,它产生于三四百年前的西方国家。知识产权制度在中国生根、开花、结果,则只是20世纪80年代以后的事情。十几年来,虽然我们不遗余力地进行了知识产权法的普及宣传,但由于经济发展水平以及传统的思想、文化、道德等多方面因素的掣肘,效果还不够理想,在某种程度上甚至还浮于表面。在保护知识产权方面,我们还任重道远。“入世”以后,为了使知识产权保护工作更加卓有成效,进一步提升、强化国民的知识产权保护意识,普及有关知识产权知识就显得十分迫切。

本套知识产权问答丛书就是为达到上述目的而设计的。本丛书的编写人员或者是多年从事知识产权教学研究的大学教师,或者是在知识产权管理部门从事专利、商标实际工作的专家,或者是在知识产权实务方面具有丰富经验的专利、商标代理人,他们长期工作在我国知识产权领域第一线,对知识产权的相

关问题有着比较深刻、准确的认识,在指导读者学习、掌握、运用知识产权知识等方面也有一些很好的方法,所以,本套丛书具有较强的实用性、普及性。我们期待着这套知识产权问答丛书能够在社会上引起较热烈的反响,帮助各界读者积极应对“入世”后所面临的一些复杂形势,对促进、发展我国的知识产权事业有所贡献。

北京大学知识产权学院教授



前 言

人类已经进入 21 世纪。在这个充满希望的新世纪,科学技术和文学艺术高速发展并将取得更加辉煌的成就。伴随着信息社会和知识经济的到来,知识产权的保护与经济、科技和文化发展之间的矛盾、发达国家与欠发达国家之间的矛盾日显突出,同时,知识产权制度在促进经济发展、科技进步和文化繁荣等方面也将发挥越来越重要的作用。

从 20 世纪 80 年代初期开始,《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国专利法》和《中华人民共和国著作权法》(以下简称《商标法》、《专利法》和《著作权法》)等知识产权方面的法律法规先后出台,我国仅用了十几年的时间就建立起了比较完备的知识产权保护制度。1992 年和 1993 年,我们又分别对《专利法》和《商标法》进行了修订。然而,随着国内经济、科技和文化发展水平的提高以及国际交流与合作的日渐频繁,我国在知识产权立法和执法上所暴露出来的问题越来越明显,特别是我国在 2001 年 12 月成为 WTO 大家庭的一员之后,在享受 WTO 为我们提供的种种便利和机会的同时,应当按照 WTO 的规则履行成员方相应的义务,我国知识产权法的修改不可避免。为了应对“入世”并与知识产权保护的国际公约相协调,我国的《专利法》在 2000 年 8 月完成了第二次修改,并于 2001 年 7 月 1 日开始实施。《商标法》的第二次修改和《著作权法》的第一次修改于 2001 年 10 月 27 日同时完成。知识产权三大法的此次修

改是中国知识产权事业发展史上新的里程碑,我们期盼着知识产权立法能够为我国经济、科技和文化在 21 世纪的加速度发展,为中华民族的复兴,提供强大的法律支持和保障。

一个国家的知识产权保护状况如何,不仅仅要看其知识产权立法的多寡,更重要的是看它的知识产权法是否为社会公众所了解,以及知识产权法被实际遵守和得到贯彻执行的情况怎样。而知识产权法是否能够得到切实的遵守和执行,国民的知识产权保护意识的普及和提高是关键因素之一。为了在社会公众中间普及知识产权法律知识,树立知识产权保护意识,我们编写了本套丛书。本套丛书采用问答的形式,语言简洁流畅,通俗,易懂,具有实用性、针对性和系统性的特点。我们渴望通过这套丛书的出版,能够为我国国民的知识产权保护意识和尊重知识产权自觉性的提高,为改善我国的知识产权执法环境尽绵薄之力。

孙国瑞

目 录

序 前言

一、基本知识

1. 什么是商标? (1)
2. 商标是如何演变成今天这个样子的? (2)
3. 什么是集体商标? (4)
4. 什么是证明商标? (5)
5. 商标有哪些特征? (6)
6. 商标有哪些作用? (7)
7. 商标与商号有什么区别? (10)
8. 商标的种类有哪些? (11)
9. 我国《商标法》规定了哪几种商标? (15)
10. 什么是产地标记? (15)
11. 商标与装潢有什么区别? (16)
12. 商标与外观设计专利有什么区别? (17)
13. 商标设计应当注意哪些问题? (17)
14. 什么是商标专用权? (18)
15. 商标专用权有哪些法律特征? (19)
16. 什么是商标法? (20)
17. 我国《商标法》是何时颁布实施的? (20)
18. 我国《商标法》有哪些特点? (21)

19. 我国《商标法》的基本原则有哪些? (22)
20. 商标由哪些要素组成? (23)
21. 哪些标志不得作为商标注册和使用? (24)
22. 认定驰名商标应当考虑哪些因素? (25)

二、商标注册的申请

23. 使用商标是否必须注册? (26)
24. 使用未注册商标应当注意哪些问题? (26)
25. 哪些人或者单位可以成为商标专用权人? (27)
26. 外国人或者外国企业可以在中国申请
 商标注册吗? (28)
27. 申请商标注册需要经过哪些步骤? (28)
28. 在商标注册方面对于驰名商标有哪些保护
 措施? (33)
29. 什么是商标代理? (34)
30. 商标代理制度有什么作用? (34)
31. 商标代理人应当具备哪些条件? (35)
32. 商标代理人从事的业务有哪些? (35)
33. 什么是商标代理机构? (36)
34. 商标代理机构的职责有哪些? (36)
35. 我国是在何时开始实行商标代理制度的? (37)
36. 哪些组织具有商标涉外代理资格? (38)
37. 怎样确定商标注册的申请日? (39)
38. 怎样确定当事人与商标管理机关之间文件、
 材料的递交和送达时间? (39)
39. 商标专用权人可以改变其注册商标的
 标识吗? (40)
40. 注册商标需要在同一类的其他商品上使用

的怎么办？	(41)
41. 商标注册人的名义、地址或者其他注册事项 发生变化时怎么办？	(41)
42. 什么是商标注册申请中的优先权制度？	(42)
43. 商标注册申请人要求优先权的,应当提交 哪些文件？	(43)

三、商标注册的审查和核准

44. 如何处理两个以上的申请人就相同的商标 提出的注册申请？	(43)
45. 我国《商标法》对于遏制商标抢注行为 有哪些规定？	(44)
46. 什么是注册原则和使用原则？	(45)
47. 什么是自愿注册原则？	(45)
48. 什么是强制注册原则？	(46)
49. 什么是商标注册中的形式审查？	(46)
50. 什么是商标注册中的实质审查？	(47)
51. 如果商标注册申请被商标局驳回,申请人 该怎么办？	(48)
52. 什么是商标注册程序中的异议程序？	(49)

四、注册商标的续展、转让和使用许可

53. 什么是注册商标的续展？	(51)
54. 在哪些情况下,商标续展注册申请可能 不被核准？	(52)
55. 什么是商标专用权的转让？	(52)
56. 什么是注册商标的使用许可？	(54)
57. 什么是注册商标的独占使用许可？	(55)

58. 什么是注册商标的排他使用许可? (56)
59. 什么是注册商标的普通使用许可? (56)

五、注册商标争议的裁定

60. 什么是注册商标的争议? (57)
61. 商标评审委员会处理哪些商标争议案件? (58)
62. 什么是商标注册或者商标评审中的回避
制度? (59)
63. 关于回避要求的提出和回避决定的作出
有哪些规定? (59)
64. 申请人申请商标评审应当符合哪些条件? (60)
65. 商标评审申请书应当具备哪些内容? (61)
66. 申请人、被申请人提交有关文书时应当注意
哪些问题? (61)
67. 商标评审的一般程序是怎样规定的? (62)
68. 商标评审应当遵循的基本原则和制度有
哪些? (64)
69. 哪些商标争议案件的评审适用独任制度? (65)
70. 在哪些情况下商标评审工作终止? (66)
71. 商标评审的决定书、裁定书的内容有哪些? (66)
72. 在哪些情况下对商标争议案件进行公开
评审? (67)
73. 公开评审正式开始前有哪些程序性的工作? (68)
74. 公开评审程序的主要内容有哪些? (69)
75. 公开评审调查的顺序是怎样规定的? (70)
76. 当事人提交外文书证等材料时应当怎样
处理? (70)
77. 商标评审委员会有权调查取证吗? (71)

78. 有关商标评审文件、材料的期间和送达是怎样规定的? (71)
79. 申请人可以撤回商标评审申请吗? (72)

六、商标使用的管理

80. 商标的使用方式有哪些? (73)
81. 什么是商标专用权的终止? (74)
82. 什么是注册商标的撤销? (74)
83. 商标局撤销注册商标决定的法律效力如何? (75)
84. 什么是注册商标的注销? (76)
85. 工商行政管理部门可以对注册商标使用人的违法行为采取哪些制裁措施? (76)
86. 工商行政管理部门可以对未注册商标使用人的违法行为采取哪些制裁措施? (77)
87. 对于违反“必须使用注册商标”的法律规定
的行为如何处罚? (78)
88. 什么是商标标识? (79)
89. 关于商标标识的印制管理有哪些规定? (79)
90. 丢失了《商标注册证》怎么办? (81)

七、商标专用权的保护

91. 商标专用权的保护期限是怎样规定的? (81)
92. 商标专用权人享有哪些权利? (81)
93. 商标专用权人应当履行哪些义务? (83)
94. 《商标法》对商标专用权有哪些限制? (85)
95. 侵犯商标专用权行为的种类有哪些? (85)
96. 侵犯他人商标专用权应当承担哪些行政
责任? (88)

97. 工商行政管理部门查处商标侵权行为时可以行使哪些职权? (89)
98. 侵犯他人商标专用权应当承担哪些民事责任? (89)
99. 人民法院可以对侵犯商标专用权人实施哪些民事制裁措施? (90)
100. 侵犯商标专用权的民事案件的管辖权是怎样规定的? (91)
101. 什么是商标相同、商标近似? (91)
102. 怎样认定商标相同或者近似? (92)
103. 什么是类似商品、类似服务? (92)
104. 怎样认定商品或者服务是否类似? (93)
105. 怎样计算侵犯商标专用权的诉讼时效? (93)
106. 怎样计算侵犯商标专用权的赔偿数额? (93)
107. 侵犯他人商标专用权是否应当承担刑事责任? (95)
108. 什么是保护商标专用权的临时措施? (95)
109. 对于商标注册、管理等部门及其工作人员有哪些约束性规定? (96)
110. 与保护商标专用权有关的国际公约有哪些? (96)

八、商标与域名

111. 什么是域名? (99)
112. 域名有哪些特征? (99)
113. 域名与商标有什么关系? (100)
114. 怎样确定域名侵权纠纷案件的管辖? (102)
115. 怎样确定域名注册、使用等行为构成侵权

或者不正当竞争？	(102)
116. 怎样确定恶意注册、使用域名行为？	(103)
117. 怎样处理域名注册、使用中的侵权行为？	(103)

附录：

一、中华人民共和国商标法	(105)
二、中华人民共和国商标法实施条例	(113)
三、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	(122)

一、基本知识

1. 什么是商标？

琳琅满目的商品丰富着我们五彩斑斓的生活，令人眼花缭乱的商品广告遍布全国城乡的大街小巷，在商品的生产和销售过程中，作为商品“脸面”的商标自然大有用武之地。无论是生产企业，还是销售商家，在利用各种媒体对自己生产或者销售的商品进行广告宣传时，都不会对自己注册商标的宣传掉以轻心。因此，可以毫不夸张地说，我们的生活被商标包围了！

既然商标这么重要，那么究竟什么是商标呢？根据我国商标法及其有关理论的解释，商标是指商品生产者或者经营者在自己的商品上使用的区别于其他商品生产者或者经营者的商品的一种专用标记。简单地说，商标是用来区别商品的标记。

1982年颁布的《中华人民共和国商标法》（以下简称“《商标法》”）没有规定保护服务商标的内容，从1993年开始，经过第一次修改后的我国《商标法》既保护商品商标，又保护服务商标。以下介绍的有关商品商标的内容，如果没有特别说明，都包括服务商标。

从商标的概念可以看出商标有三层含义：

（1）商标的使用者是特定的人，即商品生产者或者商品经营者，而不是任意的人；

（2）被标志物是特定的，是商品——用来交换的劳动产品，而不是一般物品；

（3）在商品上设立这种标志的目的是特定的，是为了区别不同商品及其生产者或者经营者，并借此来推销特定人的特定商品，除此以外，其他的标志都不是商标。

商标应当具有显著性，即显著特征。商标使用的文字应当

含蓄隽永、简明易记、朗朗上口,使商标的形象具有一定的魅力;设计商标时使用的文字、图形、字母、数字、三维标志等,应当醒目美观、简洁流畅,能够使人一目了然,容易记忆。

2. 商标是如何演变成今天这个样子的?

商标是使用在商品上的专用标记,因此,在产品还没有演变为商品的时代就不会有商标的存在空间和使用空间。商标的产生和使用可以追溯到人类文明遥远的早期历史。在原始社会以及奴隶社会的自然经济时期,人们从事生产的目的主要是自己消费,满足生产者自身的生存与繁衍的需要,生产的产品不是用来出售和交换,没有必要使用商标。虽然人类生产的简单手工业产品上已经开始出现某些标记,比如花纹、图案、铭文、年号等,但这些标记都不是商标,它们仅仅是起装饰、纪念等作用,或者是为了表明物品的归属。随着生产工具的改进,社会生产力逐步发展,出现了社会分工,使商品交换成为可能和必然,原来的劳动产品要拿到市场上去进行物物交换,劳动产品变成了商品,这时候就需要在商品上用文字、图案等打上记号,以示区别不同的商品生产者。商标伴随着商品交换的出现而产生。商品生产者利用这些标记招徕生意,宣传自己的商品,同时,这些标记也能够起到与他人生产的商品相区别、分清责任的作用。

从已有的考古发现我们看到,在我国汉朝生产的铁制器皿上就有了产地标记,从古墓葬中发掘出来的许多陶瓷制品的口沿、底部都标着横线、竖线、斜线、涡纹、三角涡纹和圆圈等符号。专家们对这些符号的确切意义目前有不同的说法,但从这些符号标注的位置和符号的形状来看,它们不具有祭祀、观赏、占卜、铭志等意义。现有研究资料表明,上述标记只能作