

中国民商法理解适用
与案例评析丛书 R 卷

● 编委会主任:马 原 江 平

● 主编:高 言 黄 富

商 标 法 理 解 适 用 与 案 例 评 析

人民法院出版社

中国民商法理解适用
与案例评析丛书 R 卷

商标法

理解适用与案例评析

编委会主任：马 原 江 平
主 编：高 言 黄 富
副 主 编：王海波 陈雄伟 袁海英
柳 伟 王成伟 钱雪瑾

人民法院出版社

责任编辑 辛 言 金 风 高晓林

姚力平 曹 欣 余立文

王凤林 王华平 刘希文

技术编辑 辛 叶 文 浩

封面设计 秋 夫 余 韵

中国民商法理解适用与案例评析丛书

编委会主任/马 原 江 平

商标法理解适用与案例评析

主编/高 言 黄 富

出版发行/最高人民法院出版社

社址/北京市东交民巷 27 号 (最高人民法院机关大院)

邮编/100745 **电话**/65136849 65299981 65134290

开户银行/中国工商银行北京王府井分理处

开户名称/人民法院出版社 **帐号**/046061—68

(通过本社邮购另加 15% 邮费)

经销/各地新华书店和其他书店 **印刷**/保定市大丰彩印厂

开本/850×1168 毫米 大 32 **印张**/11.75 **字数**/295 千

版本/1996 年 9 月第 1 版 **印次**/1996 年 9 月第 1 次

印数/0001—7000 **定价**/18.00 元

书号/ISBN7 80056 483 5/D·555

版权所有 侵权必究

中国民商法理解适用与案例评析丛书 编辑委员会

主 任

- 马 原 中华人民共和国最高人民法院原副院长、中国法官协会副会长、法学教授
- 江 平 七届全国人大常委会法律委员会副主任，中国政法大学教授、民商法学博士生导师

委 员 （以姓氏笔划为序）

- 丁巧仁 江苏省高级人民法院副院长
- 于世平 天津市高级人民法院副院长
- 于建伟 北京市朝阳区人民法院副院长
- 于新年 最高人民法院出版社副编审
- 孔祥俊 国家工商行政管理局公平交易司、民商法学博士后
- 方 向 中华全国律协副秘书长、《中国律师》总编辑
- 文海兴 中国人民银行条法司、民商法学博士
- 王惠安 广东省高级人民法院民事审判庭、民商法学博士
- 王继安 河北省高级人民法院民事审判庭庭长
- 王柏山 吉林省四平市铁西区人民法院院长
- 王 军 山东省高密市人民法院院长
- 毛端稚 最高人民法院经济审判庭副庭级审判员
- 孙小虹 云南省昆明市中级人民法院院长
- 田景春 吉林省高级人民法院副院长
- 刘兰芳 北京市海淀区人民法院副院长
- 刘志新 最高人民法院经济审判庭副庭长

KPF 6/10

- 刘俊海 中国社会科学院法学研究所、民商法学博士
刘克希 江苏省人大常委会法规室主任
回沪明 最高人民法院人民法院出版社社长兼总编辑、编审
孙 权 吉林省白山市副市长
吕玉兰 辽宁省高级人民法院法律业大分校副校长
纪 敏 最高人民法院告诉申诉审判庭副庭长
李 凡 最高人民法院民事审判庭副庭长
李国荣 国荣律师事务所主任、中国政法大学客座研究员
闵治奎 最高人民法院人民法院出版社副社长、副编审
陈锡可 广东省湛江市中级人民法院副院长
邹川宁 山东省青岛市中级人民法院副院长
何 山 全国人大常委会法工委副局级巡视员
何 昕 北京市高级人民法院告诉申诉审判庭庭长
吴邦海 海南省海口市中级人民法院院长
沈庆中 江西省高级人民法院研究室副主任
张 勇 深圳市中级人民法院审判员、法学博士
张兰珍 中华全国律协常务理事、德州大公律师事务所主任
杨亚平 最高人民法院人民法院出版社副社长
杨振山 中国政法大学教授、民商法学博士生导师
施 文 海南省海口海事法院院长
柯昌信 湖北省武汉市中级人民法院副院长
奚晓明 最高人民法院经济审判庭副庭长
高圣平 中国煤炭工业进出口总公司法律事务部
郭星亚 深圳市星辰律师事务所主任、一级律师
曹守晔 最高人民法院研究室民经处处长
宿 迟 北京市第一中级人民法院副院长
曾嘉源 四川省高级人民法院办公室主任
傅长禄 上海市第一中级人民法院副院长
童兆洪 浙江省高级人民法院副院长
蒋志培 最高人民法院知识产权办公室副主任

序

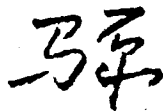
社会主义市场经济是以先进技术武装起来的社会化、集约化、国际化、大生产的现代化市场经济，是以公有制成份为主，多种经济成份并存，倡效率、竞争，崇公正、共同富裕的社会主义性质的市场经济，具有中国特色。市场经济的运作离不开法律的规制，而民商法作为“将经济关系直接翻译为法律原则”、“以法律形式表现了社会生活条件的准则”的法律，是市场经济的主要法律体现和基本法律形态。市场经济法律的基本要素和框架已为民商法中的“主体法、权利法、行为法、责任法”所勾勒。

著名英国法律史学家亨利·梅因在其经典名著《古代法》中说：“一个国家文化的高低，看它的民法和刑法的比例就能知道。大凡半开化的国家，民法少而刑法多，进化的国家，民法多而刑法少。”这句名言虽非绝对真理，但却道出民商法以其独有的精神反映着社会进步和开化程度，民商法是否发达是整个社会文明程度高低表征的一个重要方面。因为，民商法促进市场的健全，民商法的发达有利于克服封建思想和小农意识，树立起适应现代社会的价值观念、效益观念、时间观念、信息观念；有利于社会主义民主政治建设；民商法的发达可以大力促进科学技术的发展，清除社会愚昧落后。

我国目前虽无民商法典，但民商法典的基本构架已基本为我国现行民商法律所充实。民法通则、经济合同法、技术合同法、涉外经济合同法、著作权法、专利法、商标法、反不正当竞争法、企

业法（含工业企业法、三资企业法等）、公司法、票据法、担保法、海商法、保险法、破产法、房地产法、继承法、婚姻法等民事法律的公布施行，使其对社会经济生活的调整日益周延，使我国社会主义市场经济民商法律体系渐趋完备。

最高人民法院和有关理论界、实务界的专家、学者携手合作共同编撰的这套《中国民商法理解适用与案例评析丛书》，以现行有效的法律规范为基础，以问题解答与案例解析相结合的独特体例，对我国民商法的主要涵面作了较为全面的介绍和较为深入的分析，对民商事纠纷中的主要问题作了较为透彻的阐释。该套丛书有民商法总则、公司法、企业法、物权法、债权法、合同法、担保法、银行法、票据法、海商法、保险法、证券法、破产法、期货交易法、房地产法、著作权法、专利法、商标法、反不正当竞争法、继承法、劳动法、消费者权益保护法、人身权法、婚姻家庭法、民事诉讼法、仲裁法等二十六卷组成，是我国关于民商法理论与实务研究中第一套比较全面、系统和权威的书籍。我相信此套丛书的出版，对于促进各级人民法院依法审理民商事纠纷案件，提高司法、行政执法工作者和律师的民商法理论素养与实务水平，增强公民、法人等市场主体维护自身合法权益的自觉性，都会有所裨益。



一九九六年八月

前 言

在人类即将走过 20 世纪、迈向 21 世纪之时，令炎黄子孙骄傲的是，中国社会主义市场经济体制的建设已取得丰硕成果，并将持续、稳定、健康地向前发展，中国的名字越来越响亮。在这个过程中，商标法发挥了其应有的作用。

新中国成立之后，由于种种原因，我国的商标法制一直未能完备起来，商标法规也寥若晨星，只有 1950 年的《商标注册暂行条例》及其《施行细则》、1963 年的《商标管理条例》及其《施行细则》，其规定亦多有疏漏。十一届三中全会以后，党和国家的工作重点转移到以经济建设为中心的社会主义现代化建设上来。商标法制也随之迎来了一个新时期。1978 年 9 月，国务院决定成立了国家工商行政管理局，下设商标局。1982 年 8 月 23 日，第五届全国人大常委会第 24 次会议通过了《中华人民共和国商标法》，该法经 1993 年 2 月 22 日第七届全国人大常委会第 30 次会议修正，为我国现行商标法。1983 年 3 月 10 日国务院发布施行了《商标法实施细则》，该细则经 1988 年 1 月 13 日、1993 年 7 月 15 日、1995 年 4 月 25 日三次修订，至今有效。上述两项，是我国商标法的根本。可以说，商标法是随着“社会主义商品经济”理论的提出而产生的；该商标法的制定实施，标志着我国知识产权保护制度的正式诞生。另外，我国继 1980 年加入《建立世界知识产权组织公约》和 1985 年 3 月 19 日成为《保护工业产权巴黎公约》成员国之后，1988 年 11 月 1 日起正式采用《商标注册用商品和服务国际

分类》和《商标图形要素国际分类》，1989年正式加入《商标国际注册马德里协定》，这样，我国成为商标权多边国际保护大家庭中的一员，也标志着我国商标法制的进一步完善。可以说，我国已构造了基本完备的商标法律制度。

商标法实施以来，我国商标事业蓬勃发展。1950年至1979年，我国注册商标总数仅3.2万件，涉及18个国家和地区，外国商标5130件；至商标法施行前，涉及26个国家和地区，外国商标13148件。而到1995年底，全国有效注册商标达54万件，外国商标达8万件。据不完全统计，“八五”期间，各级工商行政管理机关共查处商标侵权假冒案件64319件，罚款12646万元，责令赔偿被侵权人损失2548万元，移送司法机关追究刑事责任案件630件。我国商标制度的建立和完善，既是改革开放的成果，又为改革开放的扩大和深化提供了有力保证。

现行商标法确立了保护商标专用权的原则，注册确认商标专用权归属的原则，申请在先原则，自愿注册原则和审查核准授予商标专用权的原则。其主要特点是：

保护商标专用权与维护消费者权益相结合。这一点由立法宗旨加以明确并贯穿了商标法始终。商标法的立法宗旨是：“加强商标管理，保护商标专用权，促进生产者保护商品质量和维护商标信誉，以保障消费者的利益”，促进社会主义市场经济的发展。商品注册商标与服务注册商标均受法律保护。使用商标的商品，应保证质量，不得坑害消费者，否则应承担相应的法律责任。

统一注册与分级管理相结合。国家工商行政管理局商标局统一负责国内外商标的注册申请审查、核准登记、续展、异议审查、撤销、转让等工作。国家工商行政管理局与地方各级工商行政管理局负责执法工作，查处商标违法、侵权、假冒等案件，并对商标使用许可和商标印制等进行管理。

商标侵权纠纷实行行政处理与司法审理相结合。各级工商行政管理机关有处理商标侵权纠纷的行政执法权。被侵权人可以请求行政处理，也可直接向人民法院起诉；当事人对行政处理决定不服的，仍可向法院起诉。

为帮助广大读者掌握商标法的内容和上述特点，我们编写了本书。本书包括问题解答与案例评析两大部分。问题解答部分就商标法的有关理论与实践问题，结合我国法律规定作了深入浅出的解释、说明。案例评析部分中共有 11 个案例，是从近年来我国发生的实际审判案例中精选出来的，按照商标法的构架顺序排列，便于读者的学习、研讨。

本书力求既具有一定的理论深度，又注重实践操作。期望本书能对读者有所裨益。由于作者水平有限，不当之处在所难免，请读者诸君不吝指正。

编著者

一九九六年八月

- 〔问 14〕: 按照商标的结构组成或状态划分, 商标可分为哪几种? (20)
- 〔问 15〕: 什么是文字商标? (20)
- 〔问 16〕: 什么是图形商标? (21)
- 〔问 17〕: 什么是组合商标? (23)
- 〔问 18〕: 什么是记号商标? (24)
- 〔问 19〕: 什么是立体商标? (25)
- 〔问 20〕: 什么是非形象商标? (25)
- 〔问 21〕: 按照商标使用的对象划分, 商标可分为哪几种? (26)
- 〔问 22〕: 什么是产业商标? (26)
- 〔问 23〕: 什么是商业商标? (27)
- 〔问 24〕: 什么是服务商标? (27)
- 〔问 25〕: 按照商标使用的动机划分, 商标可分为哪几种? (28)
- 〔问 26〕: 什么是联合商标? (29)
- 〔问 27〕: 什么是防御商标? (30)
- 〔问 28〕: 什么是证明商标? (31)
- 〔问 29〕: 按使用目的不同, 商标可划分为哪几种? ... (32)
- 〔问 30〕: 按照商标的使用状况划分, 商标可以分为哪几种? (33)
- 〔问 31〕: 按商标注册与否划分, 可以将商标分为哪几种? (33)
- 〔问 32〕: 什么是驰名商标? (34)
- 〔问 33〕: 商标分类中哪几种分类更富有法律意义? ... (37)
- 〔问 34〕: 什么是商标的构成要件? 怎样理解商标必须是文字、图形或其组合这一要件? (37)

- 〔问 35〕：对商标须具有显著性、可识别性这一商标的构成要件应如何理解？ (39)
- 〔问 36〕：对商标必须具有合法性（非法律禁用性）应如何理解？ (40)
- 〔问 37〕：如何保护绿色食品商标标志？ (43)
- 〔问 38〕：地理名称是否受法律保护？可否用作商标？ (45)
- 〔问 39〕：如何选择商标？ (46)
- 〔问 40〕：商标的设计要注意哪些问题？ (49)
- 〔问 41〕：商标的使用应注意什么问题？ (50)
- 〔问 42〕：企业如何管理好自己商标的使用？ (51)
- 〔问 43〕：“娃哈哈”营养食品公司是怎样重视商标权益、利用商标促进经济效益的？ (55)
- 〔问 44〕：以“琴岛海尔”商标的战略与策略说明企业为谋求发展在商标工作中应注意什么问题？ ... (58)
- 〔问 45〕：注册商标的意义何在？什么样的商标必须注册？什么样的商标不得注册？ (61)
- 〔问 46〕：商标注册后是否必须使用？注册人使用注册商标的权利义务有哪些？ (63)
- 〔问 47〕：使用商标是否必须注册？商标注册的条件是什么？ (64)
- 〔问 48〕：使用未注册商标应注意哪些问题？ (66)
- 〔问 49〕：什么是注册不当的商标？ (67)
- 〔问 50〕：国家对药品、烟草制品及酒类使用的商标有哪些规定？ (68)
- 〔问 51〕：商标与其他和商品生产经营有关的标志区别何在？ (70)

四、商标权人的权利和义务 (72)

〔问 52〕：商标权人享有哪些权利？ (72)

〔问 53〕：商标权人的义务有哪些？ (74)

五、商标权的取得 (74)

〔问 54〕：何谓商标权的取得？ (74)

〔问 55〕：什么叫做商标权的原始取得？ (76)

〔问 56〕：如何理解商标权原始取得的使用原则？ (77)

〔问 57〕：使用原则中“使用”的含义是什么？ (78)

〔问 58〕：如何理解商标权原始取得的注册原则？ (80)

〔问 59〕：我国实行的是哪种注册原则？ (81)

〔问 60〕：如何理解商标权原始取得的混合原则？ (83)

〔问 61〕：如何理解商标权原始取得的并行原则？ (83)

〔问 62〕：商标权原始取得的主体条件是什么？ (84)

〔问 63〕：确认商标权主体资格时应注意哪些问题？
..... (86)

〔问 64〕：商标权原始取得的客体条件是什么？ (88)

〔问 65〕：哪些商标在法律上是禁止使用的？ (90)

〔问 66〕：地理标记能作为商标吗？ (92)

〔问 67〕：姓氏能作为商标进行注册吗？ (94)

〔问 68〕：产品的外形或容器的外形能作为商标使用吗？
..... (95)

〔问 69〕：用报纸杂志名称作为商标注册应注意什么问题？ (95)

〔问 70〕：商标注册申请办法的内容是什么？ (96)

〔问 71〕：什么是商标注册的重新申请，需要履行哪些手

续?	(98)
〔问 72〕: 法律是如何规定商标注册变更申请程序的?	(99)
〔问 73〕: 什么是商品分类表?	(100)
〔问 74〕: 我国法律对商标注册的申请步骤是如何规定的?	(101)
〔问 75〕: 商标注册审批的申请在先原则指的是什么?	(103)
〔问 76〕: 商标注册审查准、驳的依据是什么?	(104)
〔问 77〕: 什么是对商标注册申请的形式审查和实质审查? 其具体要求是什么?	(105)
〔问 78〕: 何谓商标异议? 有何程序性规定?	(107)
〔问 79〕: 什么是商标注册审查核准程序的最后一个阶段?	(108)
〔问 80〕: 注册商标的争议是怎么回事?	(109)
〔问 81〕: 外国商标在我国申请注册应遵循哪些原则?	(110)
〔问 82〕: 外国商标在我国申请注册要履行哪些手续?	(111)
〔问 83〕: 商标国外注册有哪些途径?	(113)
〔问 84〕: 台湾企业在大陆的商标申请注册的情况怎样?	(113)
〔问 85〕: 台湾厂商办理商标国际注册应注意哪些问题?	(114)
〔问 86〕: 何谓商标权的继受取得?	(116)
〔问 87〕: 如何理解注册商标的转让?	(116)
〔问 88〕: 如何理解注册商标的继承?	(117)

六、商标权的期限、续展、终止与使用许可	(118)
〔问 89〕：什么是商标权的期限？	(118)
〔问 90〕：怎样计算商标权的有效期限？	(119)
〔问 91〕：什么是商标权的续展？	(119)
〔问 92〕：申请商标续展注册有哪些程序？	(120)
〔问 93〕：商标续展可以申请几次？	(121)
〔问 94〕：什么是商标续展注册的宽限期？	(122)
〔问 95〕：什么是商标权的终止？	(123)
〔问 96〕：什么是商标注销？	(123)
〔问 97〕：什么是撤销商标？	(124)
〔问 98〕：注册商标被撤销主要有哪些原因？	(124)
〔问 99〕：商标被撤销的后果如何？	(126)
〔问 100〕：商标国际注册期满或在原属国失效的后果如何？	(127)
〔问 101〕：商标使用许可合同应如何签订？	(127)
〔问 102〕：商标使用许可合同应如何备案？	(128)
 七、商标管理	(130)
〔问 103〕：什么是商标管理？	(130)
〔问 104〕：加强商标管理有哪些重要意义？	(130)
〔问 105〕：商标管理的具体内容有哪些？	(132)
〔问 106〕：我国的商标管理机关有哪些？	(132)
〔问 107〕：如何交纳商标规费？	(134)
〔问 108〕：什么是注册商标的使用管理？	(138)
〔问 109〕：现行《商标法》对注册商标的使用管理规定了哪些内容？	(139)

〔问 110〕：使用注册商标为什么必须标明注册标记？	
.....	(140)
〔问 111〕：为什么不能自行改变注册商标的文字、图形或其组合？	(140)
〔问 112〕：商标权人可以自行转让其注册商标吗？	
.....	(141)
〔问 113〕：使用注册商标时为什么必须保证商品一贯的质量？	(141)
〔问 114〕：长期停止使用注册商标有哪些后果？	(141)
〔问 115〕：国家对商标使用许可有哪些要求？	(142)
〔问 116〕：什么是商标的内部管理？	(143)
〔问 117〕：企业应当怎样建立内部的商标档案制度？	
.....	(144)
〔问 118〕：企业印制商标时应注意哪些问题？	(145)
〔问 119〕：企业应当建立哪些商标使用方面的管理制度？	
.....	(145)
〔问 120〕：为什么企业要保证商品达到注册商标时核定的质量标准？	(146)
〔问 121〕：商标权人怎样根据不同商品的不同情况使用注册商标？	(147)
〔问 122〕：什么是未注册商标？	(148)
〔问 123〕：使用未注册的商标有哪些弊端？	(149)
〔问 124〕：地方各级工商行政管理部门对未注册商标的管理都有哪些方面？	(150)
〔问 125〕：商标印制管理有什么重要意义？	(152)
〔问 126〕：什么样的印制单位可以印制商标？	(153)
〔问 127〕：商标印制单位应当核查商标委托人提供的哪	