



主 编 卞耀武 副主编 李 飞 吴高盛

当代外国经济法律译丛

当代外国 商标法

CONTEMPORARY
FOREIGN
TRADEMARK
LAW

译者 李 萍 郑 冲 裘敬梅
王 宏 袁 强 左 羽

人民法院出版社

THE PEOPLE'S COURT PRESS

·当代外国经济法律译丛·

主 编 卞耀武

副主编 李 飞 吴高盛

当代外国商标法

译 者 李 萍 郑 冲 裘敬梅
王 宏 袁 强 左 羽

人 民 法 院 出 版 社
THE PEOPLE'S COURT PRESS

图书在版编目(CIP)数据

当代外国商标法/卞耀武主编. - 北京:人民法院出版社,
2003.3

ISBN 7-80161-506-9

I. 当… II. 卞… III. 商标法-外国 IV. D913

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 013467 号

当代外国商标法

主编 卞耀武

责任编辑 胡玉莹

出版发行 人民法院出版社

地 址 北京市朝阳区安慧北里(亚运村)安园甲 9 号(100101)

电 话 (010)65290564(责任编辑) 65290516(出版部)
65290558 65290541 65290543(发行部)

网 址 www.courtpress.com

E - mail courtpress@sohu.com

印 刷 北京人卫印刷厂

经 销 新华书店

开 本 850×1168 毫米 1/32

字 数 382 千字

印 张 14.375

版 次 2003 年 4 月第 1 版 2003 年 4 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80161-506-9/D·506

定 价 26.00 元

版权所有 侵权必究

(如有缺页、倒装,请与出版社联系调换)

前 言

当前，随着国际经济贸易关系的不断扩大和深入，人们越来越多地需要了解和运用有关的行为规则，特别是对若干重要国家的有关法律规定的了解和研究，更成为发展对外经济贸易关系并保持正常运行的重要前提，并且在我国扩大开放，大量参与国际经济交流的情况下，这种需要更为迫切，更有实际意义，从而也就更需要做深入的、有系统的对一些有关法律制度的介绍工作，使人们从准确的了解规则开始，掌握运用有关国家的法定规则，沿着可行的轨道运作。为此，我们有计划地、比较系统地介绍国际上的一些重要法律，翻译出版《当代外国经济法律丛书》，拟分别翻译介绍外国商标法、专利法、著作权法、保险法、反垄断法、反倾销、反不正当竞争法等相关法律。在这套丛书中，选择列入的法律主要考虑是：在参与国内外经济贸易活动中有较大实用价值和参考价值的；一些主要国家的或者其法律制度影响较大的；从时间上是最新制定或者修改的。所以作这样的选择，目的是希望这套译丛有实用性、可信程度高，尽可能地适应研究和实用的需要。

应当说，在现代社会中，参与国际经济贸易活动的，无论是作为市场主体的决策层、管理层、实际操作的人员，还是作为国际经济活动的研究者、提供咨询者、准备进入者，都应关注以至投入较多的精力了解掌握国际上有影响的、相关国家的有关法律规定，这是一项基础工作、基本功夫。

全国人大常委会法制工作委员会作为立法工作机构，经过多



年的积累和努力，形成了一支有多语种的外国法律研究队伍，培养出若干对一些国家法律有深入研究的专家，特别是对外国法律的翻译介绍颇有造诣，前几年曾经翻译出版了当代外国公司法、证券法，以其翻译质量和选材的精当，受到了多方面的欢迎和重视。现在再以这支力量负责编译这套译丛，他们也会以严谨的态度为社会作出贡献。

现在，首先出版的是《当代外国商标法》。商标法律制度是知识产权法律制度的重要组成部分，在国际经济活动中无处不在，有广泛的作用，也产生复杂的法律关系，人们借助商标开拓市场，树立信誉，也凭借商标体现权利，维护权益。因此了解在国际市场上有重要影响的一些国家的商标制度，是很有积极意义的，在贸易活动中有实际作用，也可以借鉴他人的经验来发展自己。这次所收入的为几个市场经济发达国家和商标立法比较完备的国家的新近的商标法，反映这些国家在商标立法上新的发展。

在这本书的翻译介绍中，疏漏之处，请读者指正。

卞耀武

2002年11月



译者说明

《当代外国商标法》一书，收录了美国、英国、德国、法国、日本、俄罗斯等国家的商标法和有关商标的法律规定。

在美国，商标同时受到联邦法案——兰哈姆法案（Lanham Act）（美国法典 U.S.C. 第 15 编第 1051 至第 1127 条）以及州法案或衡平法律的保护。国会根据宪法的授权（参见美国宪法第 1 款第 8 节第 3 条）制定了兰哈姆法案（Lanham Act）用以规范州际贸易和对外贸易。按照兰哈姆法案（Lanham Act）注册的商标在全国受到保护。（参见本法典第 1115 条）

根据兰哈姆法案（Lanham Act），销售商向专利与商标局申请注册商标。该标识可以是已经使用的或将在未来使用的。（参见本法典第 1051 条）。专利与商标局有关商标的行政法规可以在《联邦行政法规总汇》第 37 编第 1 至第 7 部分找到。如果商标通过初审，经评审员（examiner）批准将公布于专利与商标局的官方公报上，以告知其他当事方该商标正在等待批准，看是否有反对意见（参见本法典第 1062 条至 1063 条）。如果驳回商标申请，本法案还提供了上诉程序（参见本法典第 1070 条至 1071 条）。各州有关商标的成文法案的条款各不相同，但绝大多数采用了《模范商标法》（Model Trademark Bill, MTB）或者是《防止欺骗性贸易行为统一法案》（Uniform Deceptive Trade Practices Act, UDTPA）的某一版本。《模范商标法》（MTB）规定了商标的注册，而《防止欺骗性贸易行为统一法案》（UDTPA）则没有。对商标的进一步保护可以查阅《1930 年关税法》。（参见本法典第



19 编第 1526 条)

由于本法是截取于《美国法典》2002 年修订版,因此在章节及条款安排上与单行法略有不同。

英国商标法自 1934 年立法之后到 1994 年根据欧共体“商标条例”和“单一商标指令”制定新的商标立法。译文是根据英国 The Stationery Office Limited 出版社的 The Stationery Office Bookstore 中的 1994 年商标法翻译而成。

德国商标法的译文系根据德国贝克出版社 2000 年版《工业产权保护、竞争法、著作权法汇编》中的《商标法》翻译而成。此后至 2002 年 7 月 23 日,该法又经过 8 次修改,译者根据相应的德国《联邦法律公报》翻译了各次修改所涉及的条款。

法国第一部商标法颁布于 1857 年,1964 年制定了现代商标法。1992 年 7 月 1 日第 92—597 号法律,将有关知识产权的单行立法汇编成为《知识产权法典》,商标法收入其中。此后,法国又先后数次对该法典进行了修改和补充,最近一次修改是在 2001 年 7 月 25 日。译文是根据达露丝出版社 2002 年版本的商法典翻译而成。

日本商标法自昭和 34 年(1959 年)4 月 13 日公布以来,历经多次修订,于平成 14 年(2002 年)4 月 17 日进行了最后的修订。译文参考了日本总务省行政管理局法令数据提供系统的资料(其最终更新日期为 2002 年 7 月 9 日)。鉴于日本历法的特点,译文采用了原文的纪年方式,即昭和元年为 1925 年;平成元年为 1988 年。另外,为了读者便于阅读,译文中多次涉及到的有关日元的金额,可以参考外汇管理局发布的信息(2002 年 10 月 22 日,100 日元=6.6224 人民币)。

现行的《俄罗斯商品商标、服务商标和商品原产地名称法》由俄罗斯联邦最高苏维埃于 1992 年 9 月 23 日通过。本文译自俄

罗斯出版的杂志《法律》2000年第4期刊登的《俄罗斯商品商标、服务商标和商品原产地名称法》。由于该法未作及时修改，致使个别条款与现实有明显出入，如第7条第2款第4项“俄罗斯联邦最高苏维埃”的提法，就是一个突出的例子。为忠于原文，译文未作相应的变动。

参加本书翻译工作的同志有：王宏（美国商标法）、左羽（英国商标法）、郑冲（德国商标法）、李萍（法国知识产权法典有关商标的规定）、袁强（日本商标法）、裘敬梅（俄罗斯商品商标、服务商标和商品原产地名称法）。

由于水平所限，译文中难免有不妥之处，恳请专家和广大读者指教。

译者

2002年11月

目 录

一、美国商标法 (节录)	(1)
第一部分 主簿注册	(2)
第二部分 补充注册	(27)
第三部分 一般条款	(31)
二、英国商标法	(67)
第一部分 已注册商标	(68)
第二部分 共同体商标和有关的国际事务	(110)
第三部分 行政管理和其他	(119)
第四部分 其他条款和一般条款	(149)
附件	(158)
三、德国商标法	(187)
第一章 适用范围	(188)
第二章 对商标和商业标志予以保护的前提、 内容和限制; 转让和许可	(189)
第三章 商标事项程序	(205)
第四章 集体商标	(238)
第五章 依照《马德里商标协定》和《马德里 商标协定议定书》对商标予以保护	(242)
第六章 地理产地标注	(254)
第七章 标识争议案件诉讼程序	(262)
第八章 刑事处罚和罚款处罚规定; 在进口和 出口中的扣押	(264)

第九章 过渡规定	(271)
四、法国知识产权法典(节录)	(279)
第一编 制造、商业或者服务商标及其他特别标记	(280)
第一章 商标的构成要素	(280)
第二章 商标权的获得	(281)
第三章 注册赋予的权利	(285)
第四章 商标权利的转让与丧失	(286)
第五章 集体商标	(288)
第六章 诉讼	(289)
第七章 欧盟商标	(295)
五、日本商标法	(297)
第一章 总则	(298)
第二章 商标注册以及商标注册申请	(299)
第三章 审查	(310)
第四章 商标权	(312)
第四章之二 提出注册异议	(327)
第五章 审判	(331)
第六章 再审以及诉讼	(337)
第七章 防护标志	(340)
第七章之二 依据马德里协定义定书的特例	(346)
第八章 杂则	(358)
第九章 罚则	(365)
六、俄罗斯商品商标、服务商标和商品原产地名称法	(432)
第一编 商品商标和服务商标	(432)
第二编 商品原产地名称	(442)
第三编 最后条款	(448)

一、美国商标法

(节录)

第 15 编第 22 章 商标

△第一部分 主簿注册

△第二部分 补充注册

△第三部分 一般条款



第一部分 主簿注册

-
-
- | | |
|----------|------------------------|
| 第 1051 条 | 申请注册；认证 |
| 第 1052 条 | 在主簿注册上的可注册商标；共同注册 |
| 第 1053 条 | 可注册的服务标示 |
| 第 1054 条 | 可注册的集体商标和证书商标 |
| 第 1055 条 | 相关公司对商标的使用而影响合法性和注册登记 |
| 第 1056 条 | 有关不可注册事项的放弃 |
| 第 1057 条 | 注册证书 |
| 第 1058 条 | 期限 |
| 第 1059 条 | 注册的续展 |
| 第 1060 条 | 转让 |
| 第 1061 条 | 认可书及认证书的生效 |
| 第 1062 条 | 公布 |
| 第 1063 条 | 对注册的异议 |
| 第 1064 条 | 撤销注册 |
| 第 1065 条 | 在某些条件下商标使用权的不可置疑性 |
| 第 1066 条 | 冲突；专利与商标局局长声明 |
| 第 1067 条 | 冲突、异议以及有关共同使用的注册或撤销注册的 |



程序；通告；商标评审和上诉委员会

第 1068 条 冲突、异议以及共同使用的注册或撤销注册的程序
过程中专利与商标局局长的职能

第 1069 条 在当事方之间的程序中应用衡平原则

第 1070 条 就评审员的决定向商标评审和上诉委员会上诉

第 1071 条 向法院上诉

第 1072 条 注册作为所有权声明的推定通告

第 1051 条 申请注册；认证

(a) 申请使用商标

(1) 在商业中使用的商标的所有人可以要求将其商标在主簿注册中注册。他必须偿付所规定的费用，并向专利与商标局提交一份申请和一份认证声明，申请和声明的格式由专利与商标局局长规定，专利与商标局局长还可能要求提供一定数量的所使用的商标的精确复制本或样品。

(2) 申请必须包含申请人的详细住址和国籍，申请人第一次使用该商标的日期，申请人第一次将该商标用于商业的日期，与所使用的商标有关联的产品以及商标的图案。

(3) 申请必须经过申请人的认证并声明：

(A) 进行认证的人确信他或她，或者他或她代表的法人，是该寻求进行注册的商标的所有人。

(B) 据认证人所知并且相信，在申请中陈述的事实是准确的。

(C) 该商标用于商业；以及

(D) 据认证人所知并且相信，没有其他人有权在商业中以

同样的形式或以非常类似的形式使用该商标，而且将该商标使用于其他人的产品之上或与其他人的产品相关联时，不会引起混淆或导致错误或欺骗。除此之外，在申请共同使用的每一份申请中，申请人必须：

- (i) 陈述要求独占使用的例外情况；而且
- (ii) 必须据认证人所知详细说明：
 - (I) 任何由其他人所拥有的共同使用权；
 - (II) 使用该商标或与之有关联的产品，以及每一个共同使用权所存在的区域；
 - (III) 每一使用权的期限；以及
 - (IV) 申请人所希望注册的产品和区域。

(4) 申请人必须遵守专利与商标局局长所颁布的规则或行政法规。专利与商标局局长必须公布进行申请的要求以及获得提交日期的要求。

(b) 善意使用商标的申请

(1) 偿付完所规定的费用，并向专利与商标局提交一份申请和一份认证声明后，具有善意意图的人，或在某种环境下表现出诚意的人，在商业中使用商标可以申请将其商标注册于主簿注册上，申请和声明的格式由专利与商标局局长规定。

(2) 申请必须包含申请人的详细住址和国籍，与申请人善意使用的商标有关联的产品以及一份商标的图案。

(3) 申请的陈述必须经过申请人的认证并标明：

(A) 进行认证的人确信他或她，或者他或她代表的法人，有权在商业中使用该商标；

(B) 申请人有在商业中使用该商标的善意；

(C) 据认证人所知并且相信，在申请中陈述的事实是准确的；以及

(D) 据认证人所知并且相信,没有其他人有权在商业中以同样的形式或以非常类似的形式使用该商标,而且将该商标使用于其他人的产品之上或与其他人的产品相关联时,不会引起混淆或导致错误或欺骗。

除了根据本法典第 1126 条所提交的申请以外,任何商标在满足本条 (c) 款和 (d) 款的要求以前不能获得注册。

(4) 申请人必须遵守专利与商标局局长所颁布的规则或行政法规。专利与商标局局长必须公布进行申请的要求以及获得提交日期的要求。

(c) 根据本章 (b) 款规定对申请的修改必须符合 (a) 款的要求

根据本条 (b) 款规定所提交的申请在评审期间的任何时候,只需修改他或她的申请以使其满足本条 (a) 款的要求,在商业中使用该商标的申请人可以根据本章的规定主张因这种使用而带来的收益。

(d) 用于商业的商标的认证声明

(1) 根据本法典第 1063 条 (b) (2) 款的规定,有关某商标的允许公告发布给本章 (b) 款所规定的申请人以后的 6 个月以内,申请人必须向专利与商标局备案,并根据专利与商标局局长可能的要求提供一定数量的用于商业的该商标样本或精确复制品。偿付完规定的费用,提交认证声明说明该商标用于商业,并标明申请人将该商标第一次用于商业的日期,而且在允许公告中所提及的产品或服务使用该商标或者与该用于商业的商标有关联。在经过评审和接受使用声明以后,该商标可以在专利与商标局得到注册。并向该商标所代表的在使用声明中所陈述的产品或服务颁布注册证书,在专利与商标局的官方公报上公布注册公告。这种评审包括审查本法典第 1052 条 (a) 款到 (e) 款所规



定的方面。注册公告应该标明已注册商标所代表的产品或服务。

(2) 在本条第(1)款所规定的6个月时间到期以前,根据申请人提交的书面请求,专利与商标局局长可以续展另外6个月的期限,以便申请人根据本条第(1)款的规定提交使用声明。除了根据以上条款所提供的续展,申请人在依据本条规定所颁布的上一次续展到期之前通过提交书面请求,如果申请人提供了很好的理由,专利与商标局局长可以续展累计不超过24个月的时间以便申请人根据本条第(1)款提交使用声明。根据本条所提出的任何续展请求必须同时提供经过认证的声明,表示申请人有诚意继续在商业中使用该商标,并同时阐明申请人有诚意继续在商业中将该商标使用于允许公告中所提及的产品或服务之上,或与之相关联。根据本款规定而提出的任何续展请求应该偿付规定的费用。专利与商标局局长应该颁布法规规定判断何种事项构成本款所说的“很好的理由”的指导原则。

(3) 专利与商标局局长应该告知任何提交了使用声明的申请人接受或驳回其申请的决定,如果驳回其使用声明,应告知其驳回原因。申请人可以对其使用声明进行修改。

(4) 无法按时提交第(1)款所规定的经认证的使用声明,或者第(2)款所规定的续展请求将导致申请作废,除非能够令专利与商标局局长满意地接受延迟回复是无意的。在这种情况下提交日期可以被续展,但不得超过第(1)款和第(2)款所规定的提交使用声明的时段。

(e) 任命本土居民负责被送达和通告

如果申请人不居住在美利坚合众国境内,他必须向专利与商标局提交一份书面文件,指明居住于美利坚合众国境内的某人的姓名和住址,任命他在涉及该商标的诉讼中负责被送达或通告任务。这种被送达或通告,在按照最近一次提交的文件中所指明的



被任命人的住址留交或邮寄一份副本即告完成。如果无法按照最新的一份文件中的住址找到所指定的被任命人，这种被送达或通告在向专利与商标局局长留下或邮寄一份副本后即告完成。

第 1052 条 在主簿注册上的可注册商标；共同注册

凡是可以将申请人的物品与其他人的物品区分开的商标，都不得因其性质而被拒绝在主簿注册上注册，除非：

(a) 包含或构成了不道德、欺骗性或令人产生反感的事物；或者贬低或虚构与人（在世或已去世）、机构、信仰、国家象征有某种联系，或者藐视或丑化上述方面；地理指示在用于酒类或酒精之上或与之相关联时，表示有别于产品原产地的地点；或者第一次由申请人在 WTO 协定（本法典第 19 编第 3501 条（9）款规定）在美利坚合众国生效满 1 年之日起或满 1 年以后，将其使用于酒类或酒精之上或与之相关联时。

(b) 包含或构成美利坚合众国国旗、盾形纹章或者其他徽章，或者代表某一州或城市的旗帜、盾形纹章或其他徽章，或者任何其他外国政府的旗帜、盾形纹章或其他徽章，或者任何类似物。

(c) 在未获得本人书面同意的情况下，包含或构成识别依然在世的特定个人的姓名、肖像或签名，或者在已过世的美国总统的遗孀依然在世期间，未获得其书面同意，包含或构成已过世的美国总统的姓名、签名或肖像。

(d) 包含或构成与其他人在专利与商标局已经注册的商标相类似的标志，或者是与其他人在美国先前所使用而且并未废弃的商标或贸易名称相类似，而且使用于申请人的物品之上或与申请人的物品相关联时，容易引起混淆，或者导致错误，或者造成欺骗。但是如果专利与商标局局长认定依据不同条件和不同限制，