

全国“九五”出版重点选题

工商行政管理法律
理解与适用丛书

E
卷



编委会主任/王众孚

SHANGBIAO
FALULIJIE
YU
SHIYONG

商标 法律理解 与适用

94

工商出版社

工商行政管理法律理解与适用丛书 E 卷

商标法律理解与适用

工商行政管理法律理解与适用丛书编委会

工商出版社

策划编辑 王庆十
责任编辑
封面设计 孙 宇

图书在版编目 (CIP) 数据

商标法律理解与适用/《工商行政管理法律理解与适用丛书》编委会编. -
北京: 工商出版社, 1998.9
(工商行政管理法律理解与适用丛书)
ISBN 7-80012-422-3

I. 商… II. 工… III. ①商标法-解释-中国②商标法-法律适用-中国
IV. D922.294.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 25817 号

工商行政管理法律理解与适用丛书 E 卷

书名/商标法律理解与适用

编著者/工商行政管理法律理解与适用丛书编委会

出版·发行/工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/8.4375 字数/210 千

版本/1998 年 9 月第 1 版 1998 年 9 月第 1 次印刷

印数/01—20000 册

社址: 北京市丰台区花乡纪家庙 (100071)

电话: (010) 63730074

出版声明/版权所有, 侵权必究。

书号: ISBN7-80012-422-3/D·65

定价: 全六卷 108.00 元 每卷 18.00 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

序

工商行政管理部门是国家主管市场监督管理和行政执法的职能部门,随着社会主义市场经济体制的建立,其地位和作用日益重要。市场经济要健康发展、有序运行,必须要有一个权威的执法部门来监管,来维护公平竞争的市场秩序。这个部门主要是工商行政管理部门。在建立和维护社会主义市场经济秩序中,工商行政管理部门承担着重要职责:一是依法确认市场主体资格,把好市场准入关。工商行政管理部门通过贯彻执行《公司法》、《企业法人登记管理条例》以及外商投资企业和个体私营经济管理法律法规,行使登记注册职能,依法确认各类市场主体的企业法人资格或合法经营地位,为其平等参与市场竞争创造必要的基础条件。二是健全市场规则,规范市场行为。多年来,工商行政管理机关积极承担或参与起草了《反不正当竞争法》、《消费者权益保护法》、《广告法》、《商标法》、《公司法》、《合伙企业法》等多部法律,并根据行政执法工作的需要,适时制订了一批法律法规的配套规章,不仅为依法行政提供了必要的依据,也为健全市场规则、规范市场行为作出了积极的贡献。三是清除市场障碍,维护市场秩序。工商行政管理部门通过强化行政执法工作,依法严厉打击制假售假、走私贩私、商业欺诈,以及各种不正当竞争和损害消费者合法权益的违法违章行为,积极参与“扫黄”、“打非”、“禁毒”斗争,促进了市场秩序的改善和公平竞争市场环境的建立。

江泽民总书记在党的十五大报告中指出:要健全市场规则,加

强市场管理,清除市场障碍,打破地区封锁、部门垄断,尽快建成统一开放、竞争有序的市场体系。在建立社会主义市场经济体制新的历史时期,工商行政管理部门任重道远,我们一定要以更高的要求、更高的水准,努力做好各项工作。第一,进一步提高广大干部的政治素质和业务素质。首要的任务是用十五大精神统一和武装干部的思想,高举邓小平理论的伟大旗帜,自觉贯彻执行党的基本路线和方针、政策,坚持与江泽民同志为核心的党中央保持高度一致。要按照十五大提出的“建设一支高素质的专业化国家行政管理干部队伍”的要求,大力开展业务学习和培训,注重实践锻炼,努力造就一支懂经济、懂法律、懂现代化管理的专家型或专业化行政执法队伍。第二,进一步完善工商行政管理法制,促进依法行政。要继续加快立法立规步伐,既积极参与国家立法和地方立法,又适时制定行政规章,为行政执法提供完备的法律依据,为健全社会主义法制作出积极的贡献。第三,进一步探索改革行政执法的方式和手段,做到科学执法,规范执法,不断提高执法的水平和权威。

为普及工商行政管理法律法规知识,提高广大工商行政管理干部的业务素质,适应新形势下加强市场监管和行政执法的需要,工商出版社约请国家工商行政管理局有关司局的同志撰写了六卷本《工商行政管理法律理解与适用丛书》。这套丛书涉及由工商行政管理机关执行的各重要法律法规,融法律规定及其含义、配套规章和行政解释、执法实例及理论评析为一体,并对法律、法规和规章的具体适用进行了探讨,可作为广大工商行政管理人员学习法律法规的参考书目。希望广大工商行政管理干部利用这套丛书学好法,用好法,切实促进依法行政,进一步提高执法水平。

王众孚

一九九八年八月

工商行政管理法律理解与适用 丛书编辑委员会

主任:王众孚

副主任:韩新民 甘国屏 白大华
惠鲁生 李建中 于水生

委员(以姓氏笔划为序)

王东峰	李必达	赵 锐
王纪平	宋育英	胡修干
王和平	宋 襄	柳万东
王学政	张仁敬	钟攸平
王盛榜	张 经	侯 林
尤兆忠	努尔买买提·克里木	贾 丹
孔祥俊	陈章进	聂振光
甘忠泽	欧阳松	徐 长
石 栋	屈建民	徐光宇
母建华	旺其嘎	郭志斌
孙田民	卓扎多基	尉端恩
刘宗胜	周桂根	韩得明
刘佩智	金起农	谢建增
刘增民	金德水	富荣武
安青虎	岳同生	蒲明发
汤彤海	赵觉荣	戴子钧
李太银		

前 言

在世纪之交的时候，50余万工商行政管理干部有一种共同的愿望：抓住机遇，开拓进取，把一个适应社会主义市场经济体制的工商行政管理带入二十一世纪。市场经济一定意义上说是法制经济，社会主义市场经济必然是法制经济。党中央、国务院提出依法治国、建设社会主义法制国家的基本方略。对于工商行政管理机关来说，严格执法、依法行政就是依法治国基本方略的具体化。

如今作为我国整个社会主义市场经济法律体系重要组成部分的工商行政管理法规，从体系上得到了基本确立，在内容上正逐步走向完善，有力地推动了工商行政管理机关执法职能到位，对维护社会主义市场经济秩序起到了积极作用。同时，随着自身素质的不断提高，特别是通过连续几年开展的“工商形象建设年”和“公平交易执法年”活动，工商行政管理人员依法监管执法的水平越来越高。但是，就完成好党的十五大提出的“建设一支高素质的专业化国家行政管理干部队伍”和“健全市场规则，加强市场管理，清除市场障碍”的要求来说，我们需要进一步做好许多基础工作。一方面，要抓好政治素质的提高，用邓小平理论武装头脑，使广大干部在思想上、政治上与以江泽民同志为核心的党中央自觉地保持高度一致，并树立正确的世界观、人生观和价值观；另一方面，要抓好业务素质的提高，确保履行岗位职责的能力和监管执法的水平适应建立和完善社会主义市场经济体制新

形势对我们提出的更高要求。

进一步提高工商行政管理人员依法监管执法素质水平是一项十分紧迫的任务。例如，这些年地方绝大多数工商行政处罚案件适用《投机倒把行政处罚暂行条例》和地方法规，没有适用新颁布的法律法规，如《反不正当竞争法》等。其原因除近年来工商执法手段有些弱化外，与部分执法人员对新法理解掌握不够有很大关系。又如，《行政处罚法》在保证行政处罚规范有效和增强力度的同时，也使行政处罚的实施程序比以前变得复杂和严格了。工商行政管理执法人员对此既要严肃认真地对待，又不能有所消极畏难情绪。实施行政处罚必须做到程序合法，处罚适当。

为此，我们组织编写了这套《工商行政管理法律理解与适用》丛书。本丛书包括《反不正当竞争法律理解与适用》、《消费者权益保护法律理解与适用》、《企业登记管理法律理解与适用》、《经济合同管理法律理解与适用》、《商标法律理解与适用》、《广告法律理解与适用》六卷，分别由国家工商局各有关司局业务骨干撰写。丛书内容涵盖了已出台的以工商行政管理为主要执法机关的6部法律、大部分专门的行政法规和工商行政管理规章，具有准确权威、通俗易懂、条理清晰和简明实用的特色，可以说是把握现行有效的工商行政管理法律规范的得力工具。我们相信这套丛书的出版，对于促进各级工商行政管理机关依法行政、公正执法，提高工商行政管理人员的法律素养与实务水平，增强各类市场主体依法经营及维护自身合法权益的自觉性，都会有所裨益。

主要由于法律本身的特色，本丛书各卷体例不尽相同，但都本着帮助理解，方便适用的主旨，比较准确地阐述了有关法律、行政法规、行政规章和行政解释的本意，研究了监管执法工作中遇到的热点、难点和前沿性问题，总结了监管执法工作的经验。

参加本丛书撰写的有（按姓氏笔划排列）：王树军、王培章、

水志东、孔祥俊、卢艳刚、吕志华、吕志诚、杨一平、吴东平、吴利明、肖学文、初开荣、张培侃、周石平、孟禾、孟军、赵小坚、赵刚、赵践、胡茜、郑善爱、袁有祥、董保霖、褚小强、熊治康、滕佳材等。

新闻出版署将本丛书列为全国“九五”重点图书。我们谨以此书向工商行政管理系统恢复和重建二十周年献礼。

编委会

一九九八年八月

目 录

第一章	商标法总则·····	(1)
第一节	《商标法》的立法宗旨·····	(1)
一	商标概述·····	(1)
二	我国商标立法的沿革·····	(2)
三	《商标法》的立法宗旨·····	(3)
四	《商标法》在我国商品经济发展中的作用·····	(5)
第二节	《商标法》的基本原则·····	(6)
一	注册原则·····	(7)
二	申请在先原则·····	(7)
三	诚实信用原则·····	(8)
四	自愿注册原则·····	(9)
五	集中注册、分级管理的原则·····	(10)
六	行政保护与司法保护相并行的原则·····	(10)
第三节	商标权的概念·····	(11)
一	商标权的含义·····	(11)
二	商标权的性质·····	(12)
三	商标权的特点·····	(13)

四	商标权的内容	(13)
五	商标权的基本表现形态	(15)
第四节	商标权的主体	(19)
第五节	商标权的客体	(20)
一	商标权客体的含义	(20)
二	商标权客体的分类	(21)
三	商标的构成形式及显著性	(23)
四	禁用条款	(25)
第六节	对国外商标权的保护	(27)
一	商标跨国保护的原则	(28)
二	涉外商标代理	(29)
第二章	商标权的取得	(31)
第一节	商标权的取得方式	(31)
一	商标权产生的方式(原则)	(31)
二	自愿注册原则及其例外	(32)
第二节	商标注册申请的形式审查	(33)
一	商标注册申请及其形式要件	(33)
二	商标注册用商品和服务国际分类	(36)
三	特殊商品商标注册申请的形式要件	(37)
四	集体商标、证明商标注册申请的形式要件	(38)
五	商标注册申请的补正	(39)
六	商标注册申请的退回	(40)
七	商标注册申请的代理	(40)
第三节	商标注册申请的实质审查	(44)
一	商标是否具有显著特征的审查	(45)
二	关于禁用条款的审查	(52)
三	商标相同、近似的审查	(67)

四	相同、类似商品的判定·····	(73)
五	证明商标、集体商标、报刊杂志及特殊服务 行业商标的审查·····	(75)
第四节	商标审查意见书及商标注册申请书的修正···	(76)
一	商标审查意见书及商标注册申请书的修正···	(76)
二	商标放弃部分专用权的审查·····	(78)
第五节	商标审定抽签程序·····	(79)
第六节	初步审定,异议及裁定·····	(80)
一	商标的初步审定·····	(80)
二	商标异议程序·····	(80)
三	商标异议的复审·····	(82)
四	商标公告·····	(83)
第七节	商标的注册·····	(85)
一	商标注册簿·····	(85)
二	商标注册证·····	(85)
第三章	驳回复审及争议裁定 ·····	(87)
第一节	商标评审制度·····	(87)
一	现行商标评审制度的确立·····	(88)
二	商标评审工作的内容与范围·····	(89)
三	商标评审标准的有关问题·····	(90)
四	商标评审案件当事人应注意的几个问题·····	(93)
五	《商标评审规则》的产生和作用·····	(94)
第二节	商标注册申请的驳回复审·····	(95)
一	设置商标驳回复审程序的必要性和重要性···	(95)
二	商标驳回复审的申请程序·····	(95)
三	商标驳回复审实例·····	(96)
第三节	注册不当商标的撤销·····	(102)

一	商标注册不当的含义·····	(102)
二	商标注册不当的几种情形·····	(103)
三	撤销注册不当商标的程序·····	(107)
第四节	注册商标争议裁定·····	(109)
第五节	注册不当及争议商标撤销的效力·····	(110)
第四章	续展、变更、转让及使用许可·····	(113)
第一节	注册商标的续展·····	(113)
一	商标续展注册的含义·····	(113)
二	商标续展注册的申请·····	(114)
第二节	注册商标的变更·····	(117)
一	注册事项变更的含义·····	(117)
二	注册事项变更的程序·····	(118)
第三节	注册商标的转让·····	(119)
一	商标转让的概念·····	(119)
二	商标转让注册申请的审查·····	(120)
三	商标价值的评估·····	(122)
四	转让申请的撤回·····	(126)
五	转让注册的撤销·····	(126)
第四节	注册商标的使用许可·····	(128)
一	商标使用许可的含义·····	(129)
二	商标使用许可合同的基本条款·····	(131)
三	商标使用许可的行政管理·····	(133)
四	商标使用许可合同的效力及其他有关问题·····	(136)
第五章	商标使用的管理·····	(142)
第一节	注册商标的管理·····	(142)
一	使用注册商标的义务·····	(142)
二	不得擅自改变注册商标·····	(143)

三	不使用注册商标的撤销·····	(145)
四	商标注册标记·····	(146)
第二节	未注册商标的管理·····	(147)
一	未注册商标的法律地位·····	(147)
二	对使用未注册商标的禁止规定·····	(148)
第三节	商标印制的管理·····	(151)
一	商标印制的概念·····	(151)
二	商标印制管理的意义·····	(152)
三	商标印制管理制度·····	(153)
四	商标印制违法行为的处理·····	(158)
第六章	注册商标专用权的保护·····	(160)
第一节	注册商标专用权的保护范围·····	(160)
一	商标专用权的权利范围·····	(160)
二	商标专用权的权利保护范围·····	(161)
三	商标专用权保护的特点·····	(161)
四	商标专用权的质押·····	(163)
第二节	侵犯注册商标专用权行为·····	(165)
一	商标侵权的概念·····	(165)
二	商标侵权的表现形式·····	(169)
三	商标侵权的认定·····	(173)
第三节	商标侵权的法律责任·····	(184)
一	商标侵权行为的行政查处程序·····	(185)
二	商标侵权行为的行政责任·····	(193)
三	商标侵权行为的民事责任·····	(196)
四	假冒商标犯罪的刑事责任·····	(198)
第四节	与商标侵权有关的几个法律问题·····	(200)

一	商标侵权案件涉及异议、争议等程序的处理问题 (200)
二	假冒他人注册商标的不正当竞争行为与商标 侵权问题..... (202)
三	企业名称权与商标权的冲突问题..... (203)
四	外观设计专利与商标权的冲突问题..... (206)
五	著作权与商标权的冲突问题..... (209)
第五节	商标案件的行政复议和行政诉讼..... (211)
一	有关商标案件的行政复议..... (211)
二	商标行政诉讼..... (214)
三	商标行政复议与诉讼中的有关问题..... (216)
第六节	驰名商标的保护..... (219)
一	驰名商标保护问题的由来..... (219)
二	驰名商标的认定..... (221)
三	驰名商标的保护..... (223)
第七章	商标的国际合作及商标国际注册..... (227)
第一节	《建立世界知识产权组织公约》..... (227)
一	建立世界知识产权组织..... (227)
二	知识产权的概念..... (228)
三	成员资格..... (228)
四	组织机构..... (228)
第二节	保护工业产权巴黎公约..... (229)
一	国民待遇原则..... (230)
二	优先权..... (231)
三	共同规则..... (232)
第三节	《尼斯协定》及《维也纳协定》..... (234)
一	《尼斯协定》..... (234)

二	《维也纳协定》·····	(235)
第四节	《商标法律条约》·····	(236)
第五节	《与贸易有关的知识产权协议》·····	(237)
第六节	《马德里协定》及其有关议定书·····	(239)
一	《商标国际注册马德里协定》及其议定书·····	(240)
二	商标国际注册的几个概念·····	(244)
三	我国企业办理商标国际注册的实施办法·····	(245)
四	我国作为被指定国(领土延伸国)时的主要工作 程序·····	(251)

第一章 商标法总则

第一节 《商标法》的立法宗旨

一、商标概述

商标,就是人们通常所说的“牌子”,在社会生活中随处可见。商标的本质作用是区别商品的来源或服务的提供者。譬如,我们比较熟悉的白酒商标“茅台”,人用药品商标“同仁堂”,饮料商标“健力宝”,就是区别商品来源的标志。而中国国际航空公司的“凤凰”标志则是区别服务提供者的标志。商标是商品经济的产物。在商品经济条件下,生产和经营同类商品的企业日益增多,商品生产或经营者之间的竞争也日趋激烈。为了促进商品的销售,一些生产者在自己的商品上使用有别于他人的标志,目的在于区别商品的出处,通过逐步建立商标信誉来吸引消费者购买自己的商品,从而使消费者能够认牌购货。所以,区别性是商标的一项基本功能或称本质特征。但是,要使消费者认牌购货,仅靠商标自身的区别性是不够的,还需要有一定的法律来保障。因为,在同一市场上,若不同的生产或经营者在相同或类似的商品上使用的商标相同或近似,就会在公众中引起混淆,使消费者选购商品时难分彼此,商标也就失去了其基本功能——区别性。因此,在相同或者类似商品上,商标应当只由一家企业注册使用,其他人未经允许不得使用。这就需要确立和保护商标的专用权,需要商标法律制度,因此,目前世界上绝大多数国家都制订了商标法律。