



Shangbiao Pinpai Zhisheng Fanglue

THE GREAT WINNER

巨天中/编著

大赢家之

商标品牌致胜方略



民主与建设出版社

图书在版编目(CIP)数据

大赢家:商标品牌致胜方略/巨天中编著. —北京:民主与建设出版社, 2002. 10

ISBN 7-80112-526-6

I. 大… II. 巨… III. ①企业管理②产品-质量管理

IV. F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 079018 号

策 划/李 仁

责任编辑/李保华

封面设计/宋双成

出版发行/民主与建设出版社

电 话/(010)65523123

社 址/北京朝外大街吉祥里 208 号

邮 编/100020

印 刷/河北省永清县印刷厂

开 本/880×1230 1/32

印 张/15.625

字 数/350 千字

版 次/2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

书 号/ISBN 7-80112-526-6/F·234

定 价/32.00 元

注:如有印、装质量问题,请与出版社联系。

目录

第一章 商标注册与商标设计方略

第一节 商标基本知识

第二节 怎样办理商标注册

第三节 商标注册审查实例

第四节 商标设计战略

第五节 《商标法》与商标权

第二章 现代商标、品牌命名方略

第三章 国际商标注册、取名方略

第一节 怎样办理国际注册商标

第二节 国际化取名

第三节 商标品牌国际化

第四节 国际商标纠纷实例

第五节 网站域名商标注册

第四章 驰名商标品牌致胜方略

第一节 怎样成为驰名商标

第二节 中外驰名商标龙虎榜

第三节 经营你的驰名商标品牌

第四节 “老字号”品牌的经营

第五节 知名品牌的商标纠纷

第五章 企业商标品牌致胜方略

第一节 企业为何实施品牌战略

第二节 企业品牌化战略设计

第三节 企业如何实施品牌战略

第四节 企业商标品牌经营实例

第六章 企业商标侵权纠纷案例

第一节 企业商标注册异议案件

第二节 企业商标侵权实例

第一章 商标注册与商标设计方略

第一节 商标基本知识

商标是品牌的核心，也是无形资产的重要组成部分，它能给企业在较长时间持续带来超额的巨大利润，因此一个商标、品牌价值连城，经济学家常把商标或品牌比喻为“永动的制钞机”。创造、拥有一个著名的商标或品牌，享受其巨大价值和无限商机，往往是许多企业梦寐以求的最高经营境界。

一、什么叫商标

商标俗称“牌子”，是商品生产者或经营者在市场竞争中，为了使自己生产或经营的商品与他人的商品相区别而使用的一种独特的标记。这种标记通常由文字、图形构成，或由文字图形组合而成。商标经过注册登记后即具有专用权并受法律的保护。商标的作用主要是：

- 1、表示商品来源，代表企业信誉，维护企业正当权益；
- 2、表示商品的质量和特色，便于商家推销商品和消费者辨认商品；
- 3、促进对外贸易和国际间经济往来；
- 4、有利于工商行政管理部门和消费者对商品质量的监督，维护消费者利益；
- 5、起美化商品和强化广告宣传效果的作用。

商标是知识产权保护手段之一。商标代表了一种服务与产品的质量、信誉。

经中华人民共和国国家工商行政管理部门商标局核准注册的商标为中华人民共和国注册商标。

自然人、法人或者其他组织，对其生产，制造，加工，经销的商品，提供的服务项目在中国境内需要与他人区别、并要求法律保护的，应当申请商标注册。

此外，互联网相关知识产权：网站名称作为信息服务标识，需要专用权的，应当注册为商标。

二、商标的产生及作用

商标的产生

商标是外来语，英文为“Trade Mark”。19世纪以来曾把它译成“商标”、“商牌”、“贸易牌号”、“货牌”。后来，人们将这些名词统一称为“商标”。

商标是商品经济下的产物，是由于商品竞争的客观需要应运而生的。

在我国发现最早也较完整的品牌(商标)是北宋时期济南刘家功夫针铺所使用的“白兔”商标。整个商标图文并茂，突出宣传了商品的质量和售买方法，而居中的则是一只白兔以铁杵捣药的图形。

商标就是商品的牌子。按照我国商标法律和商标使用的实践，商标可以定义为：商品生产者或经营者为了使自己的商品同他人的商品相互区别而使用的一种具有显著特征的标记。这种标记通常用文字、图形单独构成，或由文字、图形组合构成。

商标是一个特定范围内对某一种商品的规范化称呼。商品名称在特定的范围内是通用的，不允许任何人独占使用，因此，本商品的通用名称不能作为该商品的商标使用，更不允许申请注册而取得专用权。商标所有人在使用商标时，要避免自己的商标由于使用不当而演化为商品名称，从而掩盖其显著性。

商标的作用

在市场经济高度发达和全球经济一体化的现代社会，竞争已成为普遍规律。商标就应运这种竞争现象而产生了，反过来商标的应用又加剧了商家的竞争，变成商品竞争的武器。只有符合法律和道德规范的商标策略，才能使竞争更加公正、合理、有序地进行。

商标战略运用的好坏，常常关系到企业经营的成败得失。于是众多的企业家都在精心尽力地策划，全面推行 CI 计划(即企业识别系统，英文 Corporation Identity System 的规范简称)。CI 计划的核心是塑造企业新形象。商标是企业识别系统中最具传播力和感染力、公众接触面最广的部分，对内可以产生凝聚力和激励效应，对外可以提高产品的知名度和认同感。可见商标与消费群体的日常生活紧密相连，还与企业的商业信誉、企业效益息息相关。在全球经济一体化和商业竞争如此激烈的今天，商标的作用更是发挥得淋漓尽致。商标的作用主要体现在以下几方面：

●区分商品的不同来源

这是商标最本质的作用。在商品经济社会，来源于不同生产者的产品，只有将其明显地区分开，才能开展有效的竞争，而这种区别是通过商标来完成的。当我们一说“长城”牌彩电是指天津厂商的产品，“牡丹”牌彩电是指北京厂商的产品，再提起“凯歌”牌时就明白是上海的产品了。这用唐代诗人李益“问姓惊初见，称名忆旧容”一句诗来比喻再巧妙不过了。

●促进生产经营者的竞争

有商品竞争，才有商标；有商标，更促进了商品的激烈竞争，二者互为因果。商品借助商标进入市场，参加竞争。没有区别，就没有竞争；没有商标，所谓竞争也就无从谈起了。当然社会道德和法律允许的是合理的竞争。

现在不同企业生产的同种商品的差异越来越小，同种商标品牌的产品竞争也就越来越激烈了。某一产品的特色很难被一种品牌所垄断。如现在在我国电器行业中，空调大战中的奥克斯、格兰仕、春兰、海信、长虹等等。手机市场中出现的商标品牌更是层出不穷，有摩托罗拉、诺基亚、海尔、康佳、爱立信、TCL、西门子……

同一商标品牌的产品也不断地更新换代。“海尔”牌洗衣机顺次推出：1994 年年底推出中国第一台“三合一”型；1995 年推出第一代小电流双功率型滚筒机；1996 年又开发出中国第一台超薄型滚筒洗衣机；1997 年开发出顶开式滚筒洗衣机；1998 年推出健康型洗衣机；2000 年又推出国际 A 级节水滚筒洗衣机，AA 级、AAA 级滚筒洗衣机。

●宣传产品、宣传企业

由于时下商标的生命周期愈来愈短，广告费愈来愈贵，因此如何利用最少经费达到最大宣传效果成了所有企业最关心的话题。好的商标具有较大的宣传效果。看到“美加净”商标，我们就会想到这是由上海一家化厂生产的，这一厂家是中国最老的化妆品民族企业；以唱片业为偶像型歌手的(C、D、录音带特别好销，想到“惠妹”马上会让人联想到她是“点将”唱片公司，想到“上华”唱片公司，马上又与“刘德华”结合在一起。

商标作为企业的一种特殊财产，不仅可以有形的价值去衡量，有时甚至比有形财产更为重要。据说，美国可口可乐公司的财产统计表上，“可口可乐”商标被估价 33 亿美元。该公司有人说，即使公司被大火烧为一片废墟，世界上任何银行都会愿意为它贷款。原因是，“可口可乐”商标就代表着滚滚而来的财源。

三、中外商标制度溯源

中国商标制度溯源

宋代。山东济南刘家功夫针铺所有的“白兔商标”是我国最早较为完整的商标。

清代。1904 年清政府颁布了我国第一部商标法——《商标注册试办章程》。

民国时期。1923 年颁布《商标法》44 条及细则 37 条，并在农商部设立商标局，这是真正付诸实施的我国第一部商标法。

新中国成立以来。1950 年 7 月政务院颁布《商标注册暂行条例》。1982 年 8 月 23 日颁布《商标法》，2001 年又重新修订。

外国商标制度溯源

法国。1809 年颁布备案商标保护法令，这是最早的保护商标权的成文法，1857 年又颁布了一部更系统的商标保护法《商标权法》，首次确立了全面注册商标保护制度。

英国。1875 年颁布了第一部注册商标法。

美国。1870 年颁布了注册商标法。

德国。1874 年颁布了注册商标法。

四、商标注册用商品和服务分类

中国商品分类的历史

众所周知，商标是区别商品或服务来源的一种标志，每一个注册商标都是指定用于某一商品或服务上的。如提到长虹，人们会想到彩色电视机；提到茅台，人们会想到酒；提到美加净，人们会想到化妆品等等。应该说，离开商品或服务而独立存在的商标是不存在的。所以在办理商标注册申请时，正确表述所要指定的商品或服务及其所属类别，是商标申请人(代理人)首先会遇到的问题。

许多不同的部门出于管理、统计等工作需要，都要对商品进行分类。如从国民经济管理的角度，通常将商品分为工业品和农产品两大类，工业品中又分重工产品和轻工产品，重工业产品中又可划分为冶金工业产品、机械工业产品等等。国家商标主管机关为了商标注册和管理的需要，也需要对商品进行分类。商标注册和管理，应该说是一项庞大、复杂的系统工程，商品及服务分类是商标局的一项基础工作。我国目前已有注册商标 70 多万件，如果没有一套科学的分类管理体系，要想检索、查询、调阅一个商标，就像大海捞针一样，几乎是不可能的。

正是为了商标检索、审查、管理工作的需要，把某些具有共同属性的商品组合到一起，编为一个类。将所有商品及服务共划分为 42 个类别，形成了我们这里所要叙述的“商标注册用商品和服务分类”。如将“工业用油及油脂、润滑剂，吸收、喷洒和粘结灰尘用品，燃料(包括马达用的汽油)和照明剂，蜡烛，灯芯”等组合在一起，形成一个类(第 4 类)；又如，将“外科、医疗、牙科和兽医用仪器及器械，假肢、假眼和假牙、矫形用品、缝合材料”等组合在一起，形成另一个类(第 10 类)。商标局的查询检索系统是按照商品及服务的类别设立的；《商标公告》按照类别编排；申请人申请商标注册也要按照类别提出；商标局发给注册人的商标注册证上也必须注明商品或服务及其所属类别。

商品分类又是作为申请商标注册，办理手续及缴纳费用的基本单位。即一个商标在一个类别上申请注册办理一份手续，缴纳一份基本费用。如一个申请人在医用化学药品、中成药、中药材、药酒、医用营养物品、空气净化制剂、兽药、农药、卫生巾、牙填料上申请注册商标，虽然其指定的商品多达 10 项，但因这些商品均属同一类别(5 类)，所以只需办理一份手

续，缴纳一份基本费用(即一标一类)。而另一企业申请注册的商标虽然仅需使用在绘画笔和绘画颜料上，但需填写两份申请书，在两个类别分别申请，并缴纳两份基本费用，因为这两种商品分别属于两个类别，即绘画笔属于第 16 类，绘画颜料属于第 2 类。

以往，都是由各国的商标主管机关根据本国的国情及对商品的理解，制定各自的商品分类表，供商标主管机关及商标注册申请人使用。商品分类表不是一成不变的。它会随着商品的丰富及人们对商品的认识而逐步增加及修订。我国自 1923 年起，先后制定公布过 5 个商品分类表。到 20 世纪 50 年代，世界经济得到了较大的发展，国际间的交往更加频繁。一些国家认为，各国使用各自的商品分类表已不能适应有关商标事务的国际联系，给商标所有人到国外注册带来了麻烦，不利于商标事业的发展和经济发展。这些国家的商标主管机关认为，需要有一个国际统一的商标注册用商品分类表。在这种情况下产生了尼斯协定。

商标注册用商品和服务国际分类

尼斯协定是一个有多国参加的国际公约，其全称是《商标注册用商品和服务国际分类尼斯协定》。该协定于 1957 年 6 月 15 日在法国南部城市尼斯签订，1961 年 4 月 8 日生效。尼斯协定的成员国目前已发展到 43 个。我国于 1994 年 8 月 9 日加入了尼斯联盟。尼斯协定的宗旨是建立一个共同的商标注册用商品和服务国际分类体系，并保证其实施。目前，国际分类共包括 42 类，其中商品 34 类，服务项目 8 类，共包含一万多个商品和服务项目。申请人所需填报的商品及服务一般说来都在其中了。不仅所有尼斯联盟成员国都使用此分类表，而且，非尼斯联盟成员国也可以使用该分类表。所不同的是，尼斯联盟成员可以参与分类表的修订，而非成员国则无权参与。目前世界上已有 130 多个国家和地区采用此分类表。我国自 1988 年 11 月 1 日起采用国际分类，至今已有十几年多了。从这些年的情况看，采用国际分类是成功的，大大方便了商标申请人，更加规范了商标主管机关的管理，密切了国际间商标事务的联系。尤其是 1994 年我国加入尼斯协定以来，我们积极参与了对尼斯分类的修改与完善，已将多项有中国特色的商品加入尼斯分类中。尼斯分类表一般每五年修订一次，一是增加新的商品，二是将已列入分类表的商品按照新的观点进行调整，以求商品更具有内在的统一性。我们目前使用的分类表是 1997 年 1 月 1 日起实行的第七版。

尼斯分类表包括两部分，一部分是按照类别排列的商品和服务分类表，一部分是按照字母顺序排列的商品和服务分类表。

按照类别排列的分类表将商品和服务按照 1—42 类的顺序排列。每类有一个类别号和标题，每类的标题概括了本类所包含商品的特征及范围，最后列出了本类包括的所有商品或服务项目，每项商品或服务均有一个顺序号，以便查找。另外，每一类有一个注释，对本类主要包括哪些商品，本类与相关类别的商品如何区别，如何划分边缘商品的类别作了说明，这个注释对划分一些易混淆商品的类别有很大帮助。如第 3 类，类名为“洗衣用漂白剂及其他物料，清洁、去渍及研磨用制剂，肥皂、香料、精油、化妆品、香水、牙膏、牙粉。”“注释”为：“本类主要包括洗澡用品和化妆品。尤其包括：个人用除臭剂；化妆用卫生用品。尤其不包括：清洁烟囱用化学制品(第 1 类)；生产过程中用的去渍用品(第 1 类)；磨石或手磨砂轮(第 8 类)；非个人用除臭剂(第 5 类)。

另一部分是按字母顺序排列的商品和服务分类表。世界知识产权组织出版了按英文、法文顺序排列的商品和服务分类表。我国商标主管机关也编排印制了按汉语拼音顺序排列的商品和服务分类表。使用这个表查阅一般商品的类别就像查字典一样方便。如某一生产电视机和录像机的企业，要在这两种商品上申请商标注册，按照汉语拼音顺序，很容易就能查到这两种商品都属于第 9 类；又如，某一生产食品的企业要在牛奶和冰淇淋上申请商标注册，借助该表，也可以很快查到这两种商品分别属于第 4 类(牛奶)和第 30 类(冰淇淋)。

商品及服务分类遵循的原则

世界知识产权组织对商品及服务进行分类时，一般遵照下列原则，各国管理机关及申请

人在遇到分类表上没有的商品及服务项目，需要进行分类时，也可按照以下标准划分。

1.商品

(1)制成品原则上按其功能、用途进行分类，如果分类表没有规定分类的标准，该制成品即按字母排列的分类表同类似的其他制成品分在一类，也可以根据辅助的分类标准，即根据这些制成品的材料或其操作方式进行分类；

(2)多功能的组合制成品(如钟和无线电收音机的组合产品)可以根据产品中各组成部分的功能或用途，把该产品分在与这些功能或用途相应的不同类别里，若类别表中没有规定这些标准，则可以采用第(1)条中所示的标准；

(3)原料、未加工品或半成品原则上按其组成的原材料进行分类；

(4)商品构成其他商品某一部分，原则上与其他商品分在一类，但这种同类商品在正常情况下不能用于其他用途。其他所有情况均按上述标准(1)进行分类。

(5)成品或半成品按其组成的原材料分类时，如果是由几种不同原材料制成，原则上按其**主要原材料进行分类。

(6)用于盛放商品的盒、箱之类的容器，原则上与该商品分在同一类。

2.服务

(1)服务原则上按照服务分类类名及其注释所划分的行业进行分类，也可以按字母排列分类表中类似的服务进行划分。

(2)出租业的服务，原则上与通过出租物所实现的服务分在一类别。(如出租电话机，分在第 38 类)

(3)按照标准(1)无法进行分类的服务，原则上划归在第 42 类。

商品及服务名称的填写

商品名称是整个商标注册工作的中心环节之一，它决定了注册商标保护的**范围。因此，在申请商标注册时，必须指明具体的商品和服务名称。并且，一份申请书上填报的商品或服务只能限定在一个类别之内。商品名称力求具体、准确、规范，以便明确指定该商标的保护范围。一般说来，一个商品在商品分类表中有正规名称时，应使用分类表中的规范名称。某些人们日常生活中约定俗成的商品称谓，在申请商标注册时是不允许使用的。如“家用电器”，因为它包括的范围过大，涉及商品分类表中至少五个类别的商品。例如第 7 类的洗衣机、家用电动碾磨机；第 8 类的电动刮胡刀；第 9 类的电熨斗、电热卷发器；第 10 类的电动按摩器；第 11 类的电冰箱、电热水器等。诸如此类的情况还有“塑料制品”、“皮制品”等。

使用商品分类表中规范的商品及服务名称，有助于加快商标的注册进程，确保申请人及时获得商标专用权。

商标类别划分

商标图形要素应根据其形状，列入不同的类、组、项中，而不考虑其组成材料或其组成物体的用途。

因而，娃娃、动物和车子等玩具，分别列入人物、动物和车辆的类别中。

同样，任何绘画或雕塑的人物、动物或物品，应分别列入有关人物、动物或物品的类别中。但假如绘画或雕塑是众所周知或享有名气的，则也可按这种意图划分，列入 22.5 中。

若某物品是另一物品的组成部分，它的图形应列入后者所在的类、组、项中，除非它已明确列入其他的类、组、项。

如摩托车机体，作为摩托车列入 18.1.5，而摩托车的车胎、车轮和方向盘等部件，则已明确地列入 18.1.21。

假若用这种办法还不能确定一种图形要素属于某个组和项，就可考虑把它列入两个组和项中。已特别注明不属于某个组、项的除外。

例如，一个人的图形，无法辨明是男人还是女人，那么这个图形可同时列入 2.1 和 2.3。

一个物体或生物的图形与某一项别提到的物体或生物的图形相似,即使该项别或其他项别没有明确地提到它,也可把它例入这种相似的物体或生物图形项别中。

一个商标如果由几种具有明显特征的图形要素组成,它们分属于不同的类、组、项,它们将分别列入相应的不同类、组、项中。

例如,一个瓶子的商标图形由一座城堡和一种有特色的书法组成,那么它将分别列入相应的第 7 类和第 27 类中。

同样,一个穿军服、骑马并吹小号的男子,可同时列入 2.1.2, 2.1.20 和 2.1.9 三个项别中。

商标图形要素编码大致分为两种:主项编码(前不带“A”者)和辅助项编码(前带“A”者).编码的记法主要为“类、组、项”或“类、组、项+辅助项”.类、组、项之间以“.”相隔,项与辅助项之间以“—”隔开。

例如:龙图形的编码为“4.3.3”,金鱼图形的编码为“3.9.1—10”。

辅助项在记法上不可作为独立的编码,而必须与适当的主项连用,且主项在“—”号前,辅助项在“—”号后。

商标图形要素国际分类正文项中带“—”符号的项目为根据中国商标图形实际情况所加,所加项目均尽量与原项目相协调.带“@”符号的项目为在原版本某项注释中提及,而正文项中又未具体列出的项目.为方便查阅者,在我国再版本中特列出这些项目,并冠以“@”符号。

中国商标局在划分图形编码时,将部分辅助项编码视为主项编码。

具体编码如下:

A2.1.23

A2.5.22

A3.1.24

A3.2.24

A3.3.24

A3.4.24

A3.5.24

A3.7.24

A3.9.24

A3.11.24

A3.13.24

A5.5.20

A29.1.11

有两种确定图形编码的方式:

- 1.天体,自然现象,地图
- 2.人类
- 3.动物
- 4.超自然的、寓言中的、幻想的或无法辨别的生物
- 5.植物
- 6.风景
- 7.建筑,广告设施,门或栅栏
- 8.食品
- 9.纺织品,服装,缝纫用配件,帽,鞋
- 10.烟草制品,烟具,火柴,旅行用品,扇子,梳子用具

- 11.家庭用具
- 12.家具，卫生设备
- 13.照明设备，无线电电子管，供暖、炊事或冷藏设备，洗涤
- 14.五金器具，工具，梯子
- 15.机器，电动机，发动机
- 16.电信，音响录制或复制，计算机，摄影，电影摄影，光学
- 17.钟表，珠宝，衡器和量器
- 18.运输，畜具
- 19.容器和包装，各种混杂产品的图形
- 20.书写、绘画用品，办公用品，文具和书刊报纸
- 21.娱乐品，玩具，体育用品，旋转木马
- 22.乐器及其附件，音乐附属品，铃，图画，雕塑
- 23.武器，弹药，盔甲
- 24.纹章，硬币，标志，符号
- 25.装饰图案，装饰表面或背景
- 26.几何图形和立体
- 27.书写体，数字
- 28.颜色

五、商标的种类

一位美国企业的董事长在面临困境，必须做出要商标还是要工厂的抉择时，放弃了工厂，而选择了商标。这个典型的历史事实曾招致一些攻读工商管理硕士学位(MBA)的人的嘲笑。只有立足于市场的实践者才能真正领会到企业持有一个好商标的意义。

当今整个世界的工商业几乎完全建立在制造或贸易商标的概念之上，有些著名企业与其持有的著名商标成了同一概念；与此同时，广大的消费者也生活在商标每时每刻起着快速区别市场上的产品和服务的无法替代作用的环境之中。因此不论是在某一个国家之内，还是在国与国之间的经济交往中，商标都发挥着巨大的作用。

商标(Trademark)俗称“品牌”(Brand)，是制造商或经销商加在商品上的标志。品牌一般由名称(Name)、名词(Term)、符号(Sign)、象征(Symbol)、设计(Design)或它们的组合所构成。商标用来区别一个企业出售的产品和与其竞争的企业出售的同类产品。

文字商标

所谓“文字商标”，是指仅用文字构成的商标，包括中国汉字和少数民族字、外国文字和阿拉伯数字或以各种不同字组合的商标。

文字商标目前在世界各国使用比较普遍。其特点是比较简明，便于称谓，有的词表示一定的含义，可以使商品购买者产生亲近之感。

如“雪花”牌商标，用在饮料商品上，会给人一种凉爽、清洁这感；“海鸥”、“梅鹿”等商标，在日用品和服装等商品上使用，会给人一种轻松、自如、欢畅之感。

文字商标还有使用人名签字商标和企业名称缩写的。这种商标能使人对其商标的所有人加深印象，直接知道其商品的生产者或经营者，从而树立企业形象。

如“张小泉”剪刀，是张小泉剪刀厂生产的；

“沈汽发”汽车发动机，是沈阳汽车发动机厂生产的；“盛锡福”帽子，是盛锡福店经营的。

还有以数字作商标的。如“555”、“414”、“999”等，这种商标虽然不一定表示什么意

思，但其特点是不落俗套，别具一格，也逐渐被一些人所认识，同样可以收到较好的效果。

但是，文字商标也有其不足之处，就是受着民族、地域的限制。比如汉字商标在国外就不便于识别。同样，外文商标在我国也不便于识别。还有少数民族文字，也受着一定地域所限；因此，在使用民族文字的同时，一般需要加其他文字说明，以便于识别。

图形商标

所谓图形商标是指仅用图形构成的商标。

这种商标丰富多彩，千变万化，可采用各种动物、植物以及几何图形等图形构成。图形商标的特点是比较直观，艺术性强，并富有感染力。图形商标还有一大特点，就是不受语言的限制，不论哪国人讲何种语言，一般都可以看懂，有的一看即可呼出名称，有的即使不能直呼名称，也可以给人留下较深的印象。

记号商标。记号商标属于图形商标的一种，是指用某种简单符号构成图案的商标。记号商标的特点是标志性较强。

几何图形商标。几何图形商标是以较抽象的图形构成的商标，与记号商标类同。

自然图形商标。所谓自然图形商标，是以人物、动植物、自然风景等自然的物象为对象所构成的图形商标。

有的是以实物照片，有的则经过加工提炼、概括与夸张等手法进行处理的自然图形所构成的商标。

中性商标。中性商标是指无含义的商标，与图形的记号商标类同；中国文字的与外文的商标，图形的与记号商标类同；

中国文字的与外文的音译近似。这种商标虽然无含义，但不易与他人的商标混同，比较容易获准注册，文字的叫起来又比较有现代感。目前许多企业采用这种商标。

组合商标

组合商标是指由两种或两种以上成分相结合构成的商标，也称复合商标。如带马的商标图形加上文字后，有的叫“军马”，有的叫“飞马”，也有的叫“奔马”等，既便于识别与称谓，同时又使其内容更加深化，也就更具有感染力。也有的是以汉字、外文字与阿拉伯数字相组合的商标，分别表示不同的含义。

服务商标

服务商标是指用来区别与其他同类服务项目的标志，如航空、导游、保险和金融、邮电、饭店、电视台等单位使用的标志，就是服务商标。

营业商标。营业商标是指生产或经营者把特定的标志或企业名称用在自己制造或经营的商品上的商标。这种标志也有人叫它是“厂标”、“店标”或“司标”。

制造商标。制造商标也称工业商标、生产商标，有时也作为主商标或厂标使用。制造商标在中国是最常见的，是企业主要的使用形式。这种商标的特点是突出企业的形象，不仅可以把别的生产者区别开，而且有利于创名牌，增强消费者的信赖感。

销售商标。销售商标亦称商业商标、推销商标，即销售者为了表示自己销售的商品而使用的商标。如盛锡福帽店的“盛锡福”、辽宁粮油进出口公司的“红梅”商标就是销售商标。销售者使用销售商标，不是在宣传生产者的商标，而是在宣传者自己的商标，这样有利于经营者获得经营的信誉，从而扩大销售。

广告商标。广告商标为专门用于广告宣传的商标。

个人商标。个人商标是指批发商和零售商在商品上不使用生产企业的商标，而仅仅使用自己的商标。如辽宁省茨榆坨市场上的服装批发商，为了使自己经销的商品与他人的商品区别开来，不使用服装加工人或其他经销商的商标，而是使用自己的王某某、李某某等商标。

集体商标

集体商标是由某一集体组织(如合作社、协会、工会等)申请注册的商标。其所有权归集

体所有，并由集体成员共同享用。集体组织成员根据需要，制定章程，规定使用条件、权利与义务。

驰名商标

驰名商标是指知名度较高，众所周知的商标。按国际条约规定，驰名商标需经国家商标主管机关认定。中华人民共和国首届认定的驰名商标有“霞飞”、“凤凰”等10个。

著名商标。著名商标是指较为驰名的商标。它不是国际上的专用名词，在我国曾经以省级名誉评选过。

防御商标

防御商标是商标所有人在非类似商品上将其商标分别注册，以扩大其保护范围，一般较驰名的商标采取这种方法。

联合商标。联合商标是指同一商标所有人在相同或类似商品上注册的几个相同或者近似的商标，有的是文字近似，有的是图形近似。

这种商标注册后，不一定都使用，其目的是为了防止他人仿冒或注册，从而更有效地保护自己的商标。

备用商标。备用商标也称储藏商标，是指同时或分别在相同商品或类似商品上注册几个商标，注册后不一定马上使用，而是先储存起来，一旦需要时再使用。注册备用商标，从商标战略角度，主要有三种考虑：一是某商品虽然没投产，但一旦投产时，即可及时使用，而不会影响产品销售；二是为了保证名牌商标信誉，一旦由于某种原因，商品质量达不到要求时，可使用备用的商标(所谓副标)暂时代替；三是万一砸了牌子，可以及时换上备用商标。

等级商标。等级是指在商品质量、规格、等级不同的一种商品上使用的同一商标或者不同的商标。这种商标有的虽然名称相同，但图形或文字字体不同，有的虽然图形相同，但为了便于区别不同商品质量，而是以不同颜色、不同纸张、不同印刷技术或者其他标志作区别，也有的是用不同商标名称或者图形作区别。如：沈阳啤酒厂就是以不同的商标来区分等级的，故称等级商标。

组集商标。组集商标是指在同类商品上，由于品种、规格、等级、价格的不同，为了加以区别而使用的几个商标，并把这个几个商标作为一个组集一次提出注册申请的商标。组集商标与等级商标有相似之处。

亲族商标。亲族商标是以一定的商标为基础，再把它与各种文字或图形结合起来，使用于同一企业的各类商品上的商标，也称“派生商标”。如美国柯达公司以“KODAK”商标为基础，创造派生出“KODACHROME”、

“KODAGRAPH”、“KODASCOPE”等商标，就是亲族商标。

证明商标

亦称保证商标。在国际上一般是由某协会申请注册，协会对使用商标的商品质量、原料、制造方法及其他特征有检验能力，并保证负责其质量。使用保证商标，由协会认可，使用商标的商品质量规格等必须达到保证的标准。这种商标也可用于服务项目上，证明某项服务的特点等。目前，在美国、英国等二十几个国家对此都有具体法律规定。如：中华人民共和国农业部注册的“绿色食品标志”就是证明商标。

双重商标。双重商标是指在同种商品与服务上同时使用两个或两个以上的商标。严格说它不算作商标的一种种类，只是在客观实际中人们对它的一种称谓。它们的出现有种种原因：

一是企业虽然使用注册商标，但很不显著，往往习惯地为商品起个别名，并且突出使用，久而久之，这种别名创出了牌子，人们也就自然称其为商标。这就形成了双重商标。“兴达”牌“菊花”啤酒就是一例，

二是生产企业使用一个注册商标，商业企业又注册一个商标，同时使用两个商标。“长城”牌“汾”酒即是一例，其“长城”是某外贸公司的商标，其“汾”字是厂家的商标。

三是企业同时使用总商标(代表企业形象)和产品商标(突出使用形象)。“康泰克”缓释胶囊感冒新药就是突出使用“康泰克”商标,同时又使用“SKSF”商标(总商标)和“CONTAC”商标。

四是分别注册两种文字商标,同时使用,以方便消费者。如饮料商标同时使用中文“可口可乐”和外文“COCACOLA”就是一例。

音响商标。以音符编成的一组音乐或以某种特殊声音作为商品或服务的商标即是音响商标。如美国一家唱片公司使用 11 个音符编成一组乐曲,把它灌制在他们所出售的录音带的开头,作为识别其商品的标志。这个公司为了保护其音响的专用权,防止他人使用、仿制而申请了注册。音响商标目前只在美国等少数国家得到承认。

气味商标。气味商标就是以某种特殊气味作为区别不同商品和不同服务项目的商标。目前,这种商标只在个别国家被承认它是商标。

立体商标。以立体物作为商品标志的商标为立体商标。如特殊的商品包装、容器等可以区别不同商品的立体物质。

氩原子商标。氩是一种化学元素,美国国际商用机器公司两个研究人员唐·爱格勒和埃·施维仁用氩原子设计一个“IBM”商标,其长度只有 6600 亿分之一英寸,是当今世界上最小的商标。这个商标即为氩原子商标。

无主商标。由于某种原因,商标注册人已经不存在了,这个商标即为无主商标。

六、中国注册商标居世界之首

商标意识增强推动商标申请上升,我国注册商标已逾 145 万件服装、电子、食品类商标注册量位列三甲。

国家工商总局商标局统计显示,截至 2001 年底,我国累计有效注册商标已逾 145 万件。而 2001 年当年,在全球经济增长明显减缓的情况下,我国的商标申请量仍迅猛增长,达 27 万多件,是我国《商标法》实施以来申请量最多的一年。从一个侧面证明我国经济保持了健康稳定的增长势头。

我国商标注册申请量大幅增长的原因主要有:一是我国经济保持了较快的增长势头,客观上促进了我国商标注册申请量的逐年增长;二是随着我国市场经济的深入发展,整个社会的商标法制意识日益增强,主观上推动我国商标注册申请量的逐年增加;三是我国商标法律能有效保护商标权人的合法权益,从而吸引众多的国内外申请人申请注册商标。我国商标注册申请量的大幅增长,从一个侧面反映出我国经济的快速稳定发展,说明整个社会的商标法律意识明显增强,表明我国商标事业的蓬勃发展。四是去年我国《商标法》作了较大的修改,使其完全符合世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协议》;我国的商标注册与管理自动化系统二期工程经过 4 年的开发建设开始试运行,实现了商标注册流程的无纸化办公,大大提高了我国商标注册与管理的现代化水平。

2001 年,国家工商总局商标局共受理商品和服务商标注册申请 270417 件,比上年增加 47240 件。其中,国内申请量达 229775 件,比上年增加 48058 件,占总申请量的 85%;国外申请 23234 件,占总申请量的 8.6%;马德里国际商标注册领土延伸申请 1.7408 件,占总申请量的 6.4%。从申请类别看,服装、电子、食品类商标申请量位列前三,其次是餐饮、医疗、美容、计算机编程等和药品。截至 2001 年底,我国的有效注册商标达 1452277 件。

在积极促进商标事业发展的同时,全国各级工商行政管理机关商标管理部门紧紧围绕整顿和规范市场经济秩序的中心工作,以保护注册商标专用权为核心,充分发挥商标行政执法优势,加大商标办案力度,重拳出击,严厉打击侵犯注册商标专用权行为和假冒注册商标行为,依法查处了老人头鞋、“BIC:”笔、“高露洁”牙膏、鳄鱼服装、“丰田”汽配、“朝阳”

轮胎等重大商标侵权案件，切实保护了商标权人和消费者的合法权益，为改善我国的市场经济环境、维护公平竞争的市场经济秩序做出了卓有成效的工作。据统计，2001 年全国共查处各类商标违法案件 41163 件。

第二节 怎样办理商标注册

我国《商标法》规定，商标申请注册实行自愿申请与强制注册相结合的原则；实行分级核转与集中注册相统一的原则。所谓自愿申请注册，是指一般商品，生产、经营企业凡是需要取得商标专用权的，可以依据法律规定，申请注册商标，同时又可以根据法律赋予的权力，行使和保护专用权，运用注册商标这一武器，在商品竞争的舞台上大显身手，发展生产，促进企业经济腾飞；对于那些一时生产还不稳定、产品还没定型，或产品销路范围小，即允许他们在商标管理范围内使用未注册商标，避免了他们产品转轨变型或企业关停并转而引起的麻烦。所谓强制注册是指国家规定必须使用注册商标的商品，必须申请商标注册，未经核准注册，不得在市场上销售。必须使用注册商标的商品是(商标法实施细则)第七条规定的人用药品和烟草制品。人用药品指化学制药、生化制药、中成药和药酒；烟草制品指卷烟、雪茄烟和有包装的烟丝。

所谓商标注册的分级核转，是指我国地方核转一般实行两级核转制，就是商标申请人提出商标注册申请，经由申请人所在地县级工商行政管理机关签署意见后，转送省级工商行政管理局，再由省级工商行政管理局签署意见后向国家工商行政管理局商标局报送，商标注册核准是由国家工商行政管理局商标局承担，这就是集中注册。国家工商行政管理局于 1990 年 5 月做出决定，推行商标代理制，各省、自治区、直辖市建立商标事务所，承担商标注册的各项事务。

一、办理商标注册申请的基本要求

商标专用权的获得以及变更、转让、注销或撤销，当事人提出申请是首要程序。申请人学习、了解《商标法》及《商标法实施细则》的有关规定，以及商标注册机关的有关要求，对商标注册申请人依法提出申请和及时获得权利是非常有益的。商标申请文件包括注册、续展、转让、变更、补证、注销和撤销他人不使用或注册不当商标等。各类申请既有共同的基本要求，又有不同的具体要求。

1.商标申请文件(含商标注册、续展、转让、变更、补证、注销和撤销申请书)应用钢笔或毛笔填写，提倡用电脑打印；文字书写必须合乎规范，字迹工整、清晰。

2.随同申请提供的商标图样必须清晰，便于粘贴，使用光洁耐用的纸张或用照片代替，长和宽不大于 10 厘米，不小于 5 厘米；商标图样方向不清的，应用箭头标明上下方；申请卷烟、雪茄烟商标，图样可以与实际使用时所需大小相同。

3.商标申请书、委托书必须加盖申请人的章戳、申请人名称及章戳应当与核准登记的企业名称完全一致；申请书和委托书上还须加盖代理人章戳；对于国外申请人，要详细填写中英文企业名称和地址；委托书可由企业负责人或法定代表人签名。

4.一份商标申请书中只能填写一个类别的商品或服务项目，商品名称或服务项目名称应当依照《商标注册用商品和服务国际分类表》所列的具体、规范名称填写。

5.申请书和委托书所填各项不得随意改动；如确需改动的，应当在改动之处加盖代理人或申请人章戳，或由修改人签名。

6.申请日期以商标局收到申请文件的日期为准；申请手续齐备并按照规定填写的申请书

件，编定申请日期和申请号，发给受理通知书；申请手续不齐备或未按规定填写的申请文件，不予受理。

申请手续基本齐备或申请文件的填写基本符合规定，但是需要补正的，商标局通知申请人或代理人补正，申请人或代理人应在收到通知之日起 15 天内，按指定内容补正后交回商标局；限期内补正交回商标局的，保留申请日期和申请号；未作补正或超过限期补正的，予以退回，申请日期不予保留。

7.商标注册申请文件应当使用中文；外文文件应当附送中文译本。

8.各项申请都需按规定交纳费用。

二、如何办理商标注册申请

1.商标注册申请人资格。商标注册申请人必须是依法成立的企业、事业单位、社会团体、个体工商户或者合伙企业。对其生产、制造、加工、或经销的商品仰或提供的服务，需要取得商标专用权的，可以提出商标注册申请；外国人、外国企业根据有关协议或条约也可以成为商标注册申请人。

2.国内商标注册申请人可通过以下两个途径办理商标注册申请手续：(1)商标注册申请人可委托商标代理机构办理商标注册申请事宜，由商标代理机构代其向商标局提出商标注册申请；(2)商标申请人也可以持本人身份证、企业介绍信和营业执照副本或经发证机关签章的营业执照复印件，直接到商标局办理商标注册申请手续。

3.外国人和外国企业需要在中国取得商标专用权的，可以按其所属国和我国签订的协议或共同参加的国际条约向商标局提出商标注册申请，或按对等原则办理。外国人或外国企业办理商标注册申请和其他有关事宜，必须委托国家指定的具有涉外代理权的商标代理机构代理。

4.办理一件商标注册申请必须具备的文件：

(1)《商标注册申请书》一份。委托商标代理组织代为办理的，还应提交《商标代理委托书》一份。

(2)商标图样 10 张(指定颜色的彩色商标，应交着色图样 10 张，黑白墨稿 1 张)。

(3)提交企业《营业执照》副本或经发证机关签章的《营业执照》复印件，申请填报的商品或服务项目不得超过核准登记的经营范围。

集团公司或跨国公司如果要以申请人的名义注册某一商标，如其登记的《营业执照》注明经营范围包括其下属子公司或分公司的营业范围，可以提供下属公司的《营业执照》复印件。

国家规定必须使用注册商标的人用药品和烟草制品以及一些特殊行业或特殊商品的商标注册申请，还应提交下列文件：

A.办理人用药品、医用营养食品、医用营养饮料和婴儿食品等商标注册申请，应附送卫生行政部门发给的证明文件，即《药品生产许可证》或者《药品经营许可证》；还未取得以上两证的药品生产经营企业，持卫生行政部门出具的同意成立药品生产或经营企业的批复文件，也可提出商标注册申请；办理人用消毒剂商标注册申请，应附送卫生防疫部门的证明，外国申请人申请时，也必须提交其所属国卫生行政部门出具的相应证明文件。

B.提交卷烟、雪茄烟和有包装烟丝的商标注册申请。应当附送国家烟草主管部门批准生产的证明文件。

C.报刊、杂志名称作为商标申请注册的，应当提交新闻出版署：(局)发给的全国统一刊号(“CN”)的报刊登记证。

直接到商标局办理商标注册申请的，还应提交：

A.经办人身份证复印件。

B.企业介绍信。

C.企业《营业执照》复印件，同时出示《营业执照》副本原件或提交经发证机关签章的《营业执照》复印件。

5.办理集体商标和证明商标注册申请还应提交集体商标、证明商标的申请人主体资格证明和商标使用管理规则。

办理证明商标注册申请，同时还应提交有关主管部门出具的说明申请人生产该种商品或提供该项服务的特定品质及其所具备的检测和监督能力的证明文件。

所谓主体资格证明，指依法登记并具有法人资格的工商业团体，即具有法人资格的企业、事业单位、协会及其他团体组织的证明文件。

主管部门是指中央或省级的业务主管部门。外国申请人也应提交主体资格证明和相应的主管部门的证明文件，并附送中文译本。.

集体商标的使用管理规则应包括集体商标的宗旨、成员、条件、手续、商品或服务质量。以及集体成员的权利、义务和违反该规则应承担的责任；证明商标的使用管理规则包括使用证明商标的宗旨、条件、手续、商品或服务的特定品质和特点以及使用证明商标的权利义务和违反该规则应承担的责任。

6.用人物肖像作为商标申请注册的，必须提供肖像权人授权书并经公证机关公证。

7.外国申请人要求优先权的，须在申请书上填写初次申请国、初次申请日期及申请号，并在3个月内向商标局提交优先权证明文件，逾期不提交证明文件，其优先权请求无效。

8.商标注册申请人应依照《商标注册用商品或服务国际分类表》具体、规范地填写商品名称和服务项目，同时还应填写商品用途和主要原料。

三、怎样办理注册商标的变更

注册商标的变更，仅指注册商标需要变更注册人的名义、地址或者其他注册事项。如果商标注册入需改变注册商标的文字、图形，或扩大注册商标所使用的商品范围均涉及注册商标本身的改变，不属于“变更”范围，不能按变更手续办理，须以新商标重新提出申请。

1.变更注册人的名义：注册人名义，是指商标注册申请经核准注册后，商标权所有人的名称，即企事业单位或个体工商户的名称。注册人名义有了变动应当及时提出变更申请。从法律上讲，注册商标专用权是依法授予规定的商标所有人的。如果注册人名义改变而不及时办理变更申请，商标权的归属就会出现問題，因为法律上授权于原商标注册人，变更后的商标所有人在法律上并不拥有这件商标的权力。因而，企业名称改变后，企业并不能自动地继承它原未的某些权利，必须履行一定的手续。商标权就是这样一种需要办理一定手续后才能继续享受的权利。变更商标注册人名义，只限于商标注册人名称的改变，而不涉及商标专用权的转让或者发生变化。因此，申请变更注册人名义除应向商标局寄送(变更商标注册人名义申请书)和缴纳费用外，还应报送上级主管部门的变更证明文件，并交回原《商标注册证》。拥有注册商标的企业，若恢复老字号或由于名称不妥而改换名称，均属于变更商标注册人名义的范围，均应交送上级主管部门批准变更企业名称的证明文件。无上级主管部门的，可由企业、个体登记机关证明。

由国务院批准而改变的行政区划，注册人名义仅在变更行政区划名称情况下，不需附上上级主管部门的证明文件。商标注册人变更第二企业名称时未办理变更注册人名义手续；现已批准变更为第三个企业名称，一并办理变更手续，应分别填报变更注册人名义申请书(由甲变为乙，由乙变为丙)，即填两份申请书，并交纳两份费用。不能在一份申请书中填报两次变更情况或直接由甲名称变为丙名称。变更注册人名义，手续齐备并符合要求的，经商标局

核准后，将原《商标注册证》加注发还，并予以公告。

在经济体制改革和市场营销竞争中，一些企业由于联合、调整、合并或者改制，企业名称发生了改变，同时企业实体也发生改变，如注册商标所有者同别的企业合并并改变为新的名称，或集体所有制企业并入国有企业，或总公司同独立核算的下属企业之间转移商标。在这些情况下，有的是发生了商标所有权的转移，有的是涉及商标使用权的变化，应分别情况，或办理转让注册手续，或办理商标使用许可手续，不能作为变更注册人名义办理。’

2.变更商标注册人地址。商标注册人地址变更，也应及时办理变更手续。这样，可以便于商标主管机关与商标注册人的联系，使有关书件准时送达。另外，当消费者发现有关商品质量问题，要求退货、索赔，提起诉讼时，也便于通过商标主管机关查找商标所有人，使消费者少费周折。企业地址发生变纯后，注册商标所有人在规定的期限内未提出变更申请，当发生商标侵权时，商标所有人的权益就得不到法律的保护。变更商标注册人地址，应向商标局寄送《变更商标注册地址申请书》，以及有关变更证明各一份，并交回原《商标注册证》。经商标局核准后，将原《商标注册证》加注发还，并予以公告。

3.变更其他注册事项。其他注册事项，是指未作明文规定的其他事项，如注册人自愿减少专用权使用的商品范围。在发生这种变化时，应向商标局寄送《变更商标其他注册事项申请书》，并交回原《商标注册证》。经商标局核准后，将原《商标注册证》加注发还并予以公告。商标注册人在办理变更注册人的名义或地址时，应将其他全部注册商标一并办理变更，而不能只变更其中一个或几个注册商标。否则，因原企业名称无效而使商标也失去效力，成为不受法律保护商标。

四、如何办理注册商标的续展

注册商标的续展，是指注册商标所有人依法办理手续，延长注册商标的有效期。续展经商标局核准后，’注册商标所有人即可以继续享有商标权。续展注册可以无限制地重复申请，每次续展注册的有效期限均为 10 年。核准续展注册的有效期应与上一期有效期相衔接。注册商标所有人申请续展注册，应在注册商标有效期届满前 6 个月内提出申请。如果在规定期限内未提出申请的，在有效期满后的 6 个月内还可以提出申请，但要按规定缴纳延迟费。给予的这 6 个月的时间，称为宽展期。’如果在宽展期内仍未提出续展注册的申请，宽展期过，商标局即注销其注册商标并予公告。

注册商标所有人应在所在地县级工商行政管理局办理续展注册申请手续，填写《商标续展注册申请书》，交回原《商标注册证》，附送商标图样 5 张，缴纳申请费和注册费，由地方工商行政管理局向商标局核转。外国人、外国企业的商标续展注册申请由国家指定的商标代理机构代理。商标局对申请手续是否齐备，.商标名称、‘图形、使用商品、注册人名称地址是否发生变化等事项进行审查后，认为符合规定的，即可以予以核准，将原《商标注册证》加注发还，并予公告。商标局对于商标续展注册，一般情况均予以核准，以下情况除外：

- (1)过了宽展期提出续展申请的；
- (2)自行变更原注册商标的文字、图形的；
- (3)自行扩大原注册商标的核定使用商品范围的；
- (4)明显违反现行商标法律或有关规定的。.

商标续展申请人对商标局驳回续展注册申请不服的，应在收到驳回通知之日起 15 天内向商标评审委员会申请复审，商标评审委员会做出终局决定。