

目 录

一、保护服务商标的意义·····	(1)
二、实行服务商标注册的法律规定·····	(2)
三、服务商标注册应了解的几项基本原则·····	(3)
四、服务商标的形态·····	(4)
五、商标的种类·····	(4)
六、什么是服务商标·····	(5)
七、服务商标所指的服务是什么·····	(6)
八、服务商标的类别·····	(6)
九、服务与商品的区别·····	(7)
十、服务商标与商品商标的异同·····	(7)
十一、服务商标与商号的关系·····	(8)
十二、服务商标与企业名称的关系·····	(9)
十三、服务商标与厂商徽标的关系·····	(10)
十四、服务与加工·····	(11)
十五、服务与商店·····	(11)
十六、服务与商品的类似·····	(12)
十七、服务与服务的类似·····	(12)
十八、服务商标的申请人·····	(13)
十九、服务商标注册申请的一表一类·····	(13)
二十、服务商标的优先权·····	(14)
二十一、服务商标注册和不注册的区别·····	(14)
二十二、同一企业经营若干服务项目使用同一商标 时,应当怎样申请·····	(15)

二十三、以服务为主的企业同时经营商品的怎样申请	(15)
二十四、以生产商品为主的企业同时经营服务项目的怎样申请	(15)
二十五、过渡期服务商标的确权原则	(16)
二十六、如何判定服务商标的使用与时间	(16)
二十七、如何判定服务商标的驰名度	(17)
二十八、服务商标使用证明的要求	(17)
二十九、集团公司的服务商标怎样取得保护和使用	(18)
三十、过渡期内总公司与分公司申请同一已使用服务商标的使用权的判定	(19)
三十一、台湾企业与大陆企业申请注册同一服务商标怎么办	(20)
三十二、服务商标继续使用	(20)
三十三、如何办理服务商标注册申请	(21)
三十四、设计服务商标的注意事项	(22)
三十五、商标法的禁用条款	(23)
三十六、服务商标注册申请的驳回	(24)
三十七、服务商标的驳回复审	(25)
三十八、服务商标的异议及异议复审	(26)
三十九、注册商标的有效期限	(27)
四十、注册商标的争议程序	(27)
四十一、商标注册不当	(28)
四十二、使用注册商标的注意事项	(28)
四十三、注册商标的变更	(29)
四十四、注册商标的转让	(30)
四十五、服务商标的许可使用	(31)
四十六、如何判定服务商标的侵权与假冒	(31)

四十七、服务商标的马德里国际注册·····	(32)
四十八、《巴黎公约》与服务商标·····	(33)
四十九、《马德里协定》与服务商标·····	(33)
五十、《尼斯协定》与服务的国际分类·····	(34)
五十一、世界最早保护服务商标的国家——美国·····	(35)
五十二、泰国的服务商标制度·····	(36)
五十三、德国对服务商标的保护·····	(37)
五十四、香港地区服务商标的制度·····	(39)
五十五、日本服务商标制度与实施·····	(41)

一、保护服务商标的意义

实行服务商标的注册，保护服务商标的专用权，对社会的经济发展具有深远的意义。

第一，是促进社会主义市场经济发展的需要。社会前进了，机关、学校、团体等单位小而全的现状必将打破，迫切要求服务的社会化，要求第三产业有较大的发展。只有与第一、第二产业同步协调发展，我国的经济才能持续稳定增长。实行服务商标注册，保护服务商标专用权是保障第三产业和其它服务业健康发展的一项得力措施。

第二，是加强对服务市场的客观调控、保护正当竞争的一种手段。目前，我国第三产业的发展速度很快，服务商标陆续出现于市场，有国营的、集体的、私营的、个体的及中外合资的，难免泥沙俱下，鱼目混杂，不正当竞争屡见不鲜。通过服务商标注册，保护服务商标专用权，提倡正当竞争，反对不正当竞争，促使企业不断提高服务质量，使我国的服务行业顺利发展。

第三，是对商标保护国际化的需要。近两年来，外国的服务商标通过中外合资或若干城市设立办事处的形式涌入我国，我国的服务行业也到国外投资，不仅有饭店，酒店，还有咨询机构，法律事务机构。他们强烈要求通过商标注册保护其服务商标的专用权，这关系到进一步同国际惯例接轨，扩大对外开放的需要。

所以，实行服务商标的注册，是我国经济发展的必然要求。

实行服务商标注册，对企业本身也具有实际意义。

第一，注册和使用服务商标，可以区别相同或类似的服务项目，指示服务的来源，吸引消费者，便于广告宣传，从客观上保证提高服务质量的作用。

第二，注册和使用服务商标，为创名牌提供法律上的保障。服务商标的使用，一旦在消费者心目中树立起商业信誉，就可以充分显示服务商标所有人的服务特色，代表其服务质量，从而更

有效地吸引消费者，提高经济效益。在这种情况下，假冒服务商标的侵权行为就可能发生，如果不进行服务商标注册，对假冒侵权行为就可能束手无策，只有将服务商标注册，才能以法律的武器保护服务商标专用权，依靠工商行政管理机关、司法机关查处打击侵权行为。

第三，服务商标的注册，能促进企业自身事业的兴旺发达。保护企业的自身利益有各种法律，包括宪法、民法、企业法、商标法以及将要制定的制止不正当竞争法，而商标法的保护是直接有力的一种。修正公布的商标法加大了打击假冒注册商标及侵犯商标专用权的力度，刑法有了保护商标专用权的补充条款，这就能更好地维护企业的合法权益。假冒商标犯罪及其他商标侵权案件，由工商行政管理机关、司法机关直接承办与查处较有力量。所以，企业申请服务商标注册有百利而无一弊，早注册比晚注册好。

总之，服务商标保护制度的建立，标志着我国商标法规更趋于完善，接近于国际惯例，也意味着我国对知识产权的保护向前迈进了一步。

二、实行服务商标注册的法律规定

我国立法保护商标已有几十年历史，但我国以往的商标法规，仅明确保护使用于商品上的商标，未明确对服务商标的保护。随着市场经济的迅猛发展和对外开放政策的实施，我国政府要求加速第三产业的发展，以适应新形势的需要。我国服务行业的经营者迫切要求从法律上保护服务商标；各国知识产权界人士也要求我们与国际惯例接轨，以便更好地保护服务商标的专用权，扩大在我国的投资。因此，我国从立法上保护服务商标的时机已经成熟。

全国人民代表大会第七届第三十次常务委员会于1993年2月22日审议通过了《中华人民共和国商标法（修正案）》。修订后

的商标法增设服务商标的条款，使之成为商标法的一部分。

修订后的《商标法》将第四条修改为：“企业、事业单位和个体工商业者，对其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商品商标注册”。

“企业、事业单位和个体工商业者，对其提供的服务项目，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请服务商标注册”。

“本法有关商品商标的规定，适用于服务商标”。

修订后的《商标法》将商品商标和服务商标的使用对象作了限定，并给予服务商标与商品商标相同的地位。因此有关服务商标注册和办理其他服务商标事宜的规定与商品商标基本相同。

三、服务商标注册应了解的几项基本原则

（一）注册原则

注册原则是确认商标专用权归属的原则。世界各国的商标制度，对商标权的生效，分别采用“注册原则”和“使用原则”。注册原则相对使用原则而言。所谓注册原则，是指不管商标实际使用与否，该商标在主管机关注册，商标权才产生，其商标专用权受法律保护。

（二）申请在先原则

两个或两个以上的申请人，在同一种商品、服务或者类似商品、服务上以相同或者近似的商标申请注册，初步审定并公告申请在先的商标。我国商标法第十八条规定：同一天申请的，初步审定并公告使用在先的商标，驳回他人的申请，不予公告。这是申请在先原则的例外。

（三）自愿注册原则

使用的商标注册与否，由商标所有人自己决定，未注册的商标不受法律保护。

（四）审查原则

我国商标注册采用审查原则，商标审查分形式审查、实质审

查两个方面：

(1) 形式审查主要审查商标注册申请书的填写是否正确，手续是否完备。

(2) 实质审查是根据商标法第七、八、十七、十八条的规定对商标合法性进行审查，驳回申请的理由分两个方面：

申请商标的文字、图形或其组合不具备显著特征的或属于商标法规定禁用的文字、图形。

与他人在同一种商品或类似商品，同一项服务或类似服务上已注册的或初步审定（申请在先）的商标相同或者近似的。

四、服务商标的形态

我国商标法第七条规定，商标是由文字、图形或者其组合而成。虽然商标法未对申请注册的商标形态作具体规定，但我国历来只受理平面商标的注册申请。服务商标也仅受理平面商标。

文字、图形或其组合的平面商标，这是最常见的商标。例如，使用在书报、信笺上的平面商标，使用于饭店的牌匾上的“全聚德”商标，都是文字、图形或其组合的平面商标。

下述商标形态我国不予受理：

1. 立体商标：使用仿人形态的图形商标，造形独特的容器商标。

2. 音响商标：例如独创乐曲、拟声。音响商标必须通过演奏效果区别他人的标志，属看不见的靠听觉区分的商标。

3. 气味商标：以独特的气味区别其他经营者的标志。

4. 灯光色彩商标：几种颜色的特殊组合，并配有灯光、灯光色彩商标多数是立体形态，可以是静态的，也可以是动态的。例如霓虹灯、经营场所摆列的标牌等。

五、商标的种类

(1) 商品商标

商品商标是我们通常所指的使用在商品上的商标。例如：“虹雨”商标使用化妆品上即称为商品商标。

(2) 服务商标

服务商标,是指提供服务的经营者,为将自己提供的服务与他人提供的服务区别开而使用的标志。例如“虹雨”商标使用在美容业服务上即称为服务商标。

(3) 集体商标

集体商标,指社团、协会等组织所拥有的商标,该商标可由其成员使用于商品或服务项目上,以便与非成员所提供的商品或服务相区别。集体商标仅仅表明商品或服务来源于某一集体组织。

(4) 证明商标

证明商标,也称保证商标,是用来证明商品或服务的来源、原料、制造方法、质量或其他的特点。这种商标一般是由商会或其他团体申请注册,申请人应对商品或服务具有检测和控制能力,并负保证责任。证明商标与一般商标相反的是,商标注册人不能使用该商标。

商标的种类还包括联合商标、防御商标。

六、什么是服务商标

服务商标是指提供服务的经营者,为将自己提供的服务与他人提供的服务区别开而使用的标志。

例如:香格里拉饭店、友谊宾馆、红星旅店提供的都是旅馆业的服务,但各自使用的标志是不同的,这种标志即服务商标。

服务商标也称劳务标志,具有区别不同的服务出处的功能,表明服务质量特点,如大众律师事务所、大地律师事务所、友谊会计事务所等。服务商标的使用方式通常是依靠各种形式的广告实行。

七、服务商标所指的服务是什么

服务商标所指的服务主要为以下几种形式：1.使信息移动的服务，例如：广告业、通信业、商业信息代理。2.使货币移动的服务，例如：金融、保险业、邮局的汇款业务。3.以物的租赁为内容的服务，例如：租赁业、典当经纪、信托。4.使物质移动的服务，例如：搬运业、搬家公司的业务、邮电局的包裹投递业务。5.使人移动的服务，例如：交通业中的铁路、航空、旅游安排业务。6.提供智力的服务，例如：律师事务、会计事务、工程制图业务。7.提供教育、娱乐的服务，例如：学校、戏剧院。8.提供特殊或专门技术的服务，例如：美容业、修理业、酒店。

以上是服务活动的几种主要形式，不等于服务商标注册申请用服务分类。随着市场经济的发展变化，服务的种类、形式、范围也将不断地发展变化。

八、服务商标的类别

我国商标注册申请采用《尼斯协定》的《商标注册用商品和服务国际分类》。国际分类服务分成八大类，即国际分类的第三十五到第四十二类。

三十五类：广告，实业经营，实业管理及办公事务。

三十六类：保险，金融事务，货币事务及不动产事务。

三十七类：房屋建筑，修理，安装服务。

三十八类：电信。

三十九类：运输，商品包装和贮藏，旅行安排。

四十类：材料处理。

四十一类：教育，提供培训，娱乐，文体活动。

四十二类：饮食供应，临时住宿，医疗，卫生及美容服务，兽医及农业服务，法律服务，科学及工业研究，计算机编程及其他不属别类的服务。

九、服务与商品的区别

服务与商品的共同点：一是提供服务与提供商品给消费者，二是服务与商品都是经济交易的对象。

服务与商品的区别主要为三点：

1.商品都是看得见的物品；服务则是为他人提供的劳务活动，是某种行为。两者形态不同。

例如：化妆品是商品，在国际分类中属商品分类第3类，而美容业是服务，在国际分类中属服务分类第42类。

2.商品的经营者将商品直接作经济交易的对象，而服务的提供者可以借助于商品作提供服务的工具。例如：汽车制造商销售的商品是汽车，而运输业使用的汽车则是实施服务的工具。

3.商品可以流通，一般没有地域界限，而服务则是以其设施为中心在一定范围内的活动。

十、服务商标与商品商标的异同

服务商标与商品商标的相同：1.都是用于区别不同的经营出处的标志，功能相同。2.都是用文字、图形或文字与图形组合或其他特殊形象所表示的标志，商标的形态相似。3.都是工业产权，同属商标法保护范围。

服务商标与商品商标的不同：1.标的“物”不同，使用于服务的商标称服务商标，使用于商品的商标称商品商标。例如：化妆品上使用的“虹雨”商标是商品商标，而美容业上使用的“虹雨”商标是服务商标。2.使用方式不同，商品是有具体形态的，商品商标可以直接缀附在商品上；服务是某种行为，服务商标的使用不可能都缀附在行为上，而是通过服务场所、广告或其他的方式使用。例如：化妆品使用的“虹雨”商标，可以将“虹雨”商标直接贴在化妆品上，而美容业服务使用的“虹雨”商标，只能通过服务场所、广告宣传，或在美容业服务的有关工具

上使用“虹雨”商标。3.使用的宣传效果不同，商品商标可以随着商品流通，让消费者识别。由于服务商标的使用不可能直接缀附在服务上，所以服务商标的使用比商品商标更需要借助宣传媒体作广告，也可以说，服务商标的使用都是以宣传广告的方式进行。因此，服务商标的广告功能强于商品商标。

十一、服务商标与商号的关系

商号，也称字号。商号由文字构成，书写或刻印于牌匾上挂在店堂上。我国商界使用商号的很多，相当一部分商号历史悠久，驰名中外。

商号、厂商字号，可以作为企业名称中的一部分登记注册。商号作企业名称登记时必须加上所属行业或表明经营特点的文字。例如：“全聚德”是商号，“全聚德烤鸭店”是其登记的企业名称。

商号具有区别不同经营出处的功能，所以商号与服务商标、商品商标的关系极为密切。但商号并不都等于服务商标或商品商标。

使用于商品上的商号是商品商标。例如：“全聚德”使用于在市场上出售的烤鸭商品上时是商品商标。

使用于服务项目的商号是服务商标。例如：“全聚德”使用在烤鸭店服务业时是服务商标。

商号作商品商标或服务商标使用时必须经核准注册，才能受到商标法律的保护，才享有商标专用权。

商号与服务商标都是工业产权，都有区别不同经营者出处的功能。但服务商标仅区别服务的不同出处，商号既可区别不同服务的出处，也可区别不同商品的出处。商号都是由文字构成的，服务商标可以由文字，也可以由图形或其他特殊形象表现，因此，商号与服务商标的构成要素及表现形态也是不尽相同的。

十二、服务商标与企业名称的关系

服务商标与企业名称都有区别不同经营出处的功能，两者的区别是：

1.服务商标仅区别不同的服务出处，企业名称则识别不同企业的经营，包括服务与商品。一个企业可以有多个服务商标，但企业名称一般只能有一个。

2.法律程序不同：服务商标只要有其显著性，没有侵犯他人的商标权，不经注册就可以使用。企业名称则必须经国家指定的主管机关核准登记注册才能使用。

3.专用权范围不同：服务商标经注册后在全国范围内享有专用权；企业名称只在规定的区域内享有专用权。

4.表现形式不同：服务商标的表现形式是文字、图形或其组合，也可以是其他特殊形象的标志；企业名称只能由文字表示。

5.构成要素不同：服务商标只能由与众不同的显著部分构成，不得包括行政区划名称或表示企业行业及组织的文字；企业名称一般由以下部分依次组成：字号、行业或者经营特点、组织形式，还包括行政区划名称。

6.适用法律不同：各国规范企业名称的法律有很大的差异；而服务商标则都是用《商标法》予以规范，或辅之以《制止不正当竞争法》来确定。

7.服务商标、厂商字号同属工业产权：服务商标可以依法单独转让他人使用，企业名称不能单独转让；服务商标可以依法许可他人使用，企业名称不可以许可他人使用。

服务商标与企业名称的法律关系应当进一步明确。目前，我国企业名称登记管理实行分级登记管理的制度，相同的企业名称可以在不同的地区同时存在，这在企业登记上是合法的。然而，由于一方面服务商标（特别是文字性服务商标）与企业名称之间存在紧密联系，另一方面法律又给予这两者以不同的法律地位，

必然会产生行政执法与司法实践中难以解决的问题：服务商标注册后在全国范围内享有专用权，受《商标法》保护，而他人却可以将该服务商标的文字作为企业名称登记，并在相同服务上使用，受到《企业法人登记管理条例》的保护。因此，企业在使用或申请注册服务商标之前，最好查询已登记的企业名称，而企业名称在着手登记之前，应查询已注册的商标，使用的商标应设计特殊表现形式的文字或者加上图形，使服务商标与企业名称更容易区别，更好地受到法律的保护。

十三、服务商标与厂商徽标的关系

企业徽标，俗称“司标”、“厂标”或“集团标记”，用于识别企业实体或集团，有区别不同经营出处的功能。

企业徽标通常是文字、图形，或其组合的平面标志。多数由企业名称的简称或缩写，或有象征意义的图形表示。企业徽标的使用越来越普遍，寻求保护的呼声也越来越高。

由于人们往往将服务商标所指的服务理解为广义上的服务，因而将企业徽标与服务商标混淆。尤其是，企业徽标的使用方式类似于服务商标，更使人们将企业徽标与服务商标视为同一事物。

虽然企业徽标可以作服务商标使用，但必须使用在具体的服务项目上时才是服务商标。同样，企业徽标如果使用在具体商品上时也就是商品商标。因此，在企业徽标寻求保护无门的现实中，有商标意识的企业往往寻求《商标法》的保护，将其经营业务与商标注册的商品或服务“对号入座”，采用“分散”保护的办法让其企业徽标在一定的范围内得到法律的保护。实践证明，这是个行之有效的办法。

企业徽标必须符合《商标法》的有关规定，才能作为服务商标或商品商标注册，取得商标专用权。

十四、服务与加工

我国《商标法》第四条规定，企业、事业单位和个体工商户加工商品的，需要取得商标专用权的，可以申请商品商标注册。但是，在《商标注册用商品和服务国际分类》中，有些加工又属于服务项目，例如：羊毛加工、面粉加工、皮革加工以及刺绣业等等。那么什么样的“加工”属于使用商品商标的范畴，什么样的加工属于使用服务商标的范畴呢？

商品和服务国际分类的要求是：只有在为他人加工的情况下，才属于使用服务商标的范畴；在将他人加工的物品进行交易的情况下，属于使用商品商标的范畴。判断“加工”是使用商品商标还是使用服务商标，主要在于看这个加工是为自己加工还是为他人加工。为他人加工使用的是服务商标，为自己加工商品使用的是商品商标。

例如：毛纺厂为毛衣厂将羊毛线进行染色，这是服务性的加工，使用的是服务商标，该企业应该为其申请服务商标注册。

毛衣厂将毛纺厂染好颜色的羊毛线织成毛衣进行出售，是生产商品，使用的是商品商标，该企业应该为其商品申请商品商标注册。

十五、服务与商店

商店，主要经销商品，但商店同时提供了购物场所，体现了服务质量及特点。商店所销售的商品上的商标，一般是生产厂家的商标，商店在销售时包装上使用的是商店自己的商标，多数人认为，这就是服务商标。不仅商店，其他从事批发、进出口的商业企业，要求按服务商标保护的呼声极高。

但是，商店直接提供给消费者的还是有形的商品，多数国家将商店或从事其他商业销售批发所使用的商标列入商业商标，不承认其为服务商标。尼斯分类也未把商店纳入《商标注册用商品

和服务国际分类》。至今为止，全世界仅有少数国家将商店作为具体的服务项目，列为国际分类第四十二类不属别类的服务中去。

我国《商标法》第四条规定，企业、事业单位和个体工商业者对其拣选或者经销的商品，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商品商标注册。

商店的业务就是经销商品的活动，应使用商品商标。我国是《马德里协定》的成员，商标国际注册采用尼斯分类。我国正准备加入《尼斯协定》，应该考虑遵从尼斯分类，暂不把商店列入服务范畴。

至于商店确有销售商品以外的服务项目的，商店可以作为申请人，将其服务项目申请注册服务商标。如有的商店在出售商品的同时，开展礼品包装、夜礼服出租等业务，就属于服务范围。

十六、服务与商品的类似

服务商标专用权的保护范围与商品商标一样，限定在服务的相同与类似范围内进行保护。那么，服务与商品是否也有类似关系呢？回答是肯定的。当某项服务与其使用的商品有密切联系时，使用的服务商标和商品商标相同或近似时，消费者将对服务与商品的出处产生混淆，这在法律上称服务与商品的类似。也就是说，服务与商品的类似，取决于服务与商品联系的程度，以及消费者是否混淆其出处所决定。

例如：“美加净”商标用于化妆品上，“美加净”服务商标用于美容业，不管商标的使用者是否为同一企业，消费者均认为商品与服务出处相同，化妆品与美容业即为类似。

十七、服务与服务的类似

判断类似商品的原则同样适用于判断服务与服务之间是否类似。例如，两种标志相同或近似的服务，鉴于它们的销售渠道与消费对象相同，服务的消费者会误认为这些服务来源于同一提供

服务出处，应判断这两种服务为类似服务。例如下述服务项目应视为类似：

文娱活动与公共游乐场；
市场研究与商业询价；
银行与保险。

十八、服务商标的申请人

服务商标申请人的资格要求，应考虑国际惯例，有利于我国服务行业的经营者参与国际市场的竞争，顺应我国经济体制向市场经济发展的趋势，鼓励各种经营者根据自身的条件从事综合性的和跨行业的经营，体现个人、集体、国家一起上的原则及公平竞争的原则。

服务商标的申请人主要为以下五种：

- 1.由国家工商行政管理局和各级工商行政管理局登记注册的企业、个体工商户，以及具有法人资格的事业单位。
- 2.国家指定主管部门审批从事专门服务的经营者。例如教委主管的各类学校，司法部主管的律师事务所等。
- 3.国家垄断的服务行业：例如铁路、邮电、金融等。
- 4.其他社团。
- 5.我国《商标法》第九条规定的外国人或外国企业。

申请人申请注册服务商标，应同时附送营业执照或主管部门批示的有效证件，以供商标局对申请人资格进行审查。

十九、服务商标注册申请的一表一类

服务商标注册申请与商品商标相同，按照一份申请、一件商标、一类服务的要求办理服务商标申请。

服务商标的注册申请，必须按《商标注册用商品和服务国际分类》35类—42类所列服务项目填报。不能填写“不属别类的服务”，不得跨类申报。如在国际分类表中没有的内容按国际分类