



C2012048340

驰名商标 撤销制度研究

CHIMING SHANGBIAO CHEXIAO
ZHIDU YANJIU

张兵 毛晓刚◎著



和识产权出版社

全国百佳图书出版单位

驰名商标 撤销制度研究

CHIMING SHANGBIAO CHEXIAO
ZHIDU YANJIU

张兵 毛晓刚◎著



C2012048340



知识产权出版社
全国百佳图书出版单位

内容提要

必须有一种制度建构,让那些已经“非驰”、“伪驰”的驰名商标有尊严地、体面地结束其法律意义上的生命。唯如是,中国驰名商标制度才会更显理性、完整性、真实性。怎样判定“非驰”、“伪驰”?又如何结束其生命?这便构成了本书要回答的两大问题。

责任编辑:张水华

图书在版编目(CIP)数据

驰名商标撤销制度研究/张兵,毛晓刚著. —北京:知识产权出版社,2012.3

ISBN 978-7-5130-1122-8

I. ①驰… II. ①张…②毛… III. ①名牌商标—商标法—研究

IV. ①D913.04

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第031366号

驰名商标撤销制度研究

CHIMINGSHANGBIAO CHEXIAO ZHIDU YANJIU

张兵 毛晓刚 著

出版发行:知识产权出版社

社 址:北京市海淀区马甸南村1号

邮 编:100088

网 址:<http://www.ipph.cn>

邮 箱:bjb@cnipr.com

发行电话:010-82000893

传 真:010-82000860

责编电话:010-82000860 转 8389

责编邮箱:zhangshuihua@cnipr.com

印 刷:知识产权出版社电子制印中心

经 销:新华书店及相关销售网点

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:14.75

版 次:2012年5月第1版

印 次:2012年5月第1次印刷

字 数:218千字

定 价:39.00元

ISBN 978-7-5130-1122-8/D·1416 (4002)

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

前 言

1985 年我国加入《巴黎公约》之后，对驰名商标的保护就开始进入人们的视野。我国商标局认定的第一个驰名商标是 1987 年必胜客公司的“PIZZAHUT”，自此驰名商标的保护在立法和实践层面都拉开了序幕。

驰名商标一方面具有较高的声誉，另一方面在相关公众中具有较高知名度。很多不法商家会借助驰名商标的高商誉，实施搭便车行为。搭便车行为一方面侵犯了商标权人的权利，另一方面误导公众，侵犯公共利益。驰名商标权人一方面通过控制不正当竞争的形式保护自己的特殊利益；另一方面也保护公众免于被欺诈或者混淆。^① 为了有效制止搭便车行为，各国都会建立驰名商标制度。驰名商标制度通过对未注册驰名商标提供同类保护和对注册商标提供特殊保护，可以有效地遏止搭便车行为。驰名商标制度的立法宗旨是为了保护较高商誉的商标，驰名商标制度若能正常运行，则能为维护商标秩序发挥重要作用。

我国市场经济的建设虽然已达 30 余年，但是处在金字塔底层的中小企业在利益的追逐面前仍然表现地极不理性。在市场主体相对不成熟的情况下，驰名商标制度发生了严重的异化。一些企业对驰名商标的认定狂热追求，其申请驰名商标并不是为了保护商标的商誉不被侵犯，而只是追求驰名商标带来的宣传价值。地方政府往往也将其行政管辖区域内的驰名商标数量纳入政绩考核范围，鼓励企业申请驰名商标，甚至对获得驰名商标的企业进行奖励。而一些驰名商标认定机关并没有认识到驰名商标泛滥的危害，在审查过程中降低审查标准，为驰名商标放行。这些因素导致我国的

① Sidney A. Diamond. Practice Approach to Patent Trademark. 1981. P59.

驰名商标制度变质走形：驰名商标满天飞和驰名商标不驰名。驰名商标异化不仅误导公众，而且严重阻碍我国本土企业的品牌建设。很多立法者和学者已经认识到驰名商标异化的危害，纷纷提出使驰名商标走上正轨的对策；将驰名商标司法认定定性为事实认定；规定驰名商标只能“按需认定、被动认定”，规定驰名商标只能“个案认定、个案有效、它案参考”。在这样的背景下，国家工商行政管理总局开始考虑通过撤销机制来清退不再驰名的驰名商标。

我国的驰名商标被企业广泛宣传，一些已经不再驰名的驰名商标仍然以“中国驰名商标”的名义进行宣传，所以驰名商标撤销机制的建设在我国很有必要。但是国内学者对驰名商标撤销机制的研究才刚刚起步，关注驰名商标撤销机制的学者相对较少，发表的理论成果也相对较少，只是有些论文试探性地对撤销机制进行探讨。笔者在查阅大量资料的基础上开始探讨驰名商标撤销机制的相关理论。

本书第一部分介绍了驰名商标的基本理论，重点介绍了驰名商标的概念、立法脉络、法律效力；第二部分，笔者重点论述了驰名商标异化的原因、表现。第三部分，笔者对驰名商标撤销行为进行了较为深入的讨论，提出了撤销驰名商标时的一些理论困惑，并重点论证了驰名商标具有可撤销性；第四部分，提出了撤销驰名商标的标准，为了增强标准的可操作性，对几种具体情况进行了深入探讨。第五部分，从主动撤销和被动撤销两个层面架构了驰名商标撤销的程序，以及驰名商标撤销后的效力。本书根据以上结构，采用语义分析法、历史分析法、实证分析法和比较分析法等法学方法对驰名商标撤销问题进行研究和论述，并对这一制度的建设提出自己的设想。

目 录

前言	1
第一章 驰名商标基本问题	1
第一节 驰名商标的概念	1
第二节 驰名商标的立法	3
一、驰名商标的出现	3
二、驰名商标的立法	4
三、驰名商标立法完善	5
第三节 我国的驰名商标保护制度	6
一、未注册驰名商标的特殊保护	6
二、已注册驰名商标的特殊保护	12
三、驰名商标享有的其他特殊保护	14
第二章 驰名商标的异化	21
第一节 驰名商标的异化与法律规制	21
一、驰名商标异化的概念	21
二、驰名商标的异化背离了驰名商标的立法宗旨	22
三、关于驰名商标的法律规制	24
第二节 驰名商标异化的原因	29
一、历史原因	30
二、政府原因	31
三、企业原因	32
四、消费者的误解	33

五、社会整体环境的综合影响·····	34
第三节 驰名商标异化的表现·····	35
一、驰名商标数量不断增加·····	36
二、驰名商标异化的分类·····	38
第四节 驰名商标的本质意义·····	43
一、反淡化理论·····	43
二、驰名商标的本质·····	43
第五节 商誉·····	45
一、商誉的概念·····	45
二、驰名商标制度保护的是商标背后的高商誉·····	46
三、驰名商标与商品质量之间的关系·····	48
第六节 驰名商标异化的积极意义·····	49
一、有利于品牌意识的提高·····	49
二、有利于法律规范的补充和完善·····	50
三、有助于我国品牌的创造·····	50
第七节 我国驰名商标撤销机制的缺失·····	53
一、驰名商标撤销机制缺失的原因·····	53
二、驰名商标撤销机制缺失的危害·····	54
三、建立驰名商标撤销机制的必要性·····	56
第三章 驰名商标撤销行为 ·····	60
第一节 驰名商标司法认定的性质·····	60
一、驰名商标司法认定性质的几种理论·····	60
二、驰名商标司法认定不仅仅是事实认定·····	63
第二节 司法认定的驰名商标具有可撤销性·····	66
一、撤销司法认定驰名商标的理论困境·····	66
二、司法认定驰名商标具有可撤销性·····	68
第三节 驰名商标行政认定的性质·····	70
一、驰名商标行政认定的条件·····	70
二、驰名商标行政认定的性质·····	71

第四节 驰名商标撤销行为的性质	72
一、因认定错误被撤销	72
二、认定正确但因商誉下降被撤销	73
第四章 撤销驰名商标的认定标准	75
第一节 商标被撤销	76
一、注册不当的撤销	77
二、使用不当的撤销	80
第二节 因虚假诉讼而获得驰名商标认定	82
一、驰名商标虚假诉讼的概念和特征	82
二、驰名商标司法认定中的虚假诉讼与真实诉讼的区别	86
三、虚假诉讼泛滥的原因	88
四、虚假诉讼的甄别	90
五、撤销因虚假诉讼获得的驰名商标认定的合理性	93
第三节 商品质量出现严重问题	96
一、商品质量作为撤销驰名商标标准的合理性	97
二、发生重大安全责任事故或重大质量责任事故	100
三、商品粗制滥造、以次充好	104
第四节 市场占有率严重下降	105
一、对市场占有率的误解	105
二、市场占有率作为撤销驰名商标参考标准的正当性	106
三、撤销驰名商标应考虑市场占有率	107
第五节 相关公众中的知晓程度严重下降	107
一、相关公众的理解	108
二、地域标准的理解	109
三、检测知名程度的具体方法	109
第六节 判定因素的关系及特殊情况	110
一、判定因素之间的关系	110
二、其他应撤销的特殊情况	112

第五章 我国驰名商标的撤销程序	114
第一节 行政机关撤销程序	114
一、行政机关撤销主体	114
二、行政机关撤销情况	115
三、行政机关撤销程序	115
四、行政机关撤销的救济	116
第二节 法院撤销程序	117
一、法院撤销方式	118
二、撤销程序的启动	119
三、启动撤销程序的主体	119
四、撤销的具体程序	122
第三节 当事人申请撤销程序	124
一、撤销的主体	124
二、撤销的情况	126
三、撤销的程序	126
第四节 驰名商标被撤销后的效力	128
结 语	130
附 录	132
中华人民共和国商标法.....	132
中华人民共和国商标法实施条例.....	143
驰名商标认定和保护规定.....	154
最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律	
若干问题的解释.....	157
最高人民法院关于建立驰名商标司法认定备案制度的通知.....	162
最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件	
适用法律若干问题的解释.....	162
最高人民法院关于审理商标案件有关管辖和法律适用范围	
问题的解释.....	164
最高人民法院关于全面加强知识产权审判工作为建设创新型	

国家提供司法保障的意见·····	167
最高人民法院审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用 法律若干问题的解释·····	174
国家工商行政管理总局驰名商标认定工作细则·····	177
国家工商行政管理总局关于禁止仿冒知名商品特有的名称、包装、 装潢的不正当竞争行为的若干规定·····	183
北京市高级人民法院审理商标民事纠纷案件若干 问题的解答·····	185
北京市高级人民法院关于商标与使用企业名称冲突纠纷案件审理中 若干问题的解答·····	193
河北省著名商标认定和保护条例·····	196
浙江省著名商标认定和保护条例·····	202
成都市著名商标认定和保护规定·····	207
四川省著名商标认定和保护条例·····	212
后 记(一)·····	217
后 记(二)·····	219
后 记(三)·····	222

第一章 驰名商标基本问题

驰名商标制度建立之后，我国自主品牌建设得到了较好的发展。在我国由于某些媒体的不当宣传，公众对驰名商标的概念和内涵理解地并不全面。社会公众尤其是消费者混淆了驰名商标和著名商标等概念，并不知悉驰名商标是一种特殊的商标保护机制，因此首先需要厘清驰名商标的概念。

第一节 驰名商标的概念

我国的知识产权法律制度是从国外移植来的，很多知识产权规范都源自国际条约，商标法也不例外。各国关于驰名商标的概念和立法大都来自于《巴黎公约》和《与贸易有关的知识产权协定》（以下简称《TRIPS 协议》），但是这两个公约并没有明确提出驰名商标的概念，也没有概括驰名商标应该包含的因素。国外的立法虽然也都对驰名商标进行特殊保护，但是同样没有明确驰名商标的概念。对于“什么是驰名商标”这样一个最基础性的问题，在世界范围内至今尚无明确答案。^①

我国国家工商行政管理总局在《驰名商标认定和保护规定》中对驰名商标的概念做了较为明确的规定：在中国为相关公众广为知晓并享有较高声誉的商标。这个定义否定了之前《驰名商标认定和管理暂行规定》给出的定义，成了众多学者研究驰名商标时的重要参考。

有些学者在给驰名商标下定义时强调驰名商标的商誉。如：有学者认

① 葛龙. 论我国驰名商标制度的完善 [硕士学位论文]. 中国政法大学, 2007.



为,驰名商标是指作为特定业务有关的商品标志,已在交易者或消费者中间为公众所熟悉的商标;^①又有学者认为,一个商标之“驰名”与否,实际上就是潜在购买者对该商标之“熟知”(well-known)与否;^②另有些学者认为,从一般意义上说,驰名商标是指公众所知的享有卓越声誉的商标。^③

有的学者在给驰名商标下定义时,将市场因素纳入考虑范围,并且从声誉和知名度两个层面来分析,如:有学者认为,驰名商标是指在市场上享有较高声誉的商标;^④又有学者认为,驰名商标是指经过长期使用,在市场上享有较高声誉,并为公众所熟知的商标;^⑤有学者认为,驰名商标是在相关市场上具有很高知名度且声誉良好的商标;^⑥有学者认为,驰名商标是相关商品或服务正常行销区域内的消费者,对其标示的商品或服务的优质性给予肯定性评价,是其长期的客观活动在该群体范围内产生的一种高度信誉的标志。^⑦有的学者认为:“驰名商标,通常是指那些在市场享有较高声誉,为相关公众所熟知,并且有较强竞争力的商标。”^⑧有的学者认为:“驰名商标又称为周知商标,著名商标,高信誉商标,世所周知的商标,是指在一定地域范围内,具有较高知名度并为相关公众所知晓的商标。”^⑨还有的学者认为:“驰名商标并不是商标法上的一种特殊商标,而是法律为所有商标提供的一种可能的特别保护。”^⑩还有学者将驰名商标的概念如此表述:“驰名商标并非特殊的商标种类,商标法上驰名商标的意义在于可能获得的特殊保护,是对以注册原则为基础的商标制度的补充”。^⑪

① 纹谷畅男著. 商标法 50 讲 [M]. 魏启学译. 北京: 法律出版社, 1992: 69.

② 吴汉东主编. 知识产权基本问题研究 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 616.

③ 张俊浩主编. 民法学原理 [M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2001: 606.

④ 黄勤南主编. 新编知识产权法教程 [M]. 北京: 法律出版社, 2003: 380.

⑤ 王连峰. 商标法通论 [M]. 河南: 郑州大学出版社, 2003: 187.

⑥ 郭禾主编. 商标法教程 [M]. 北京: 知识产权出版社, 2004: 120.

⑦ 杨可飞. 加强我国企业驰名商标的域外保护 [J]. 北京: 法学, 1996 (8): 13.

⑧ 刘春田主编. 知识产权法 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2000: 320.

⑨ 张玉敏主编. 知识产权法学 [M]. 北京: 法律出版社, 2002: 330.

⑩ 唐光良, 李炳和. 知识产权的国际保护人 [M]. 北京: 知识产权出版社, 2002: 359.

⑪ 吴汉东. 知识产权法 [M]. 北京: 法律出版社, 2007: 237.



综上所述,驰名商标有以下几个重要特征:首先,驰名商标具有较高的声誉,能在一定广度上得到相关公众的积极评价,不享有较高声誉的商标甚至享有恶名的商标是不能认定为驰名商标的;^①其次,驰名商标具有较高的知名度,从广度层面反映出商标在相关公众中的知悉度;第三,驰名商标应该在相关市场上进行认定。不能要求一个驰名商标是人人皆知的,这样的驰名商标是不存在的,只要在相关公众中被熟知就可以被认为是驰名商标。所以,笔者认为,驰名商标是在市场上经过较长时间的使用,具有较高声誉,并被相关公众所熟知的商标。

第二节 驰名商标的立法^②

不同于西方国家先建立驰名商标法律规范后进行驰名商标认定的模式,我国的驰名商标立法具有一定的特殊性:先实践,后立法。首先产生了认定驰名商标的需求,并且在认定驰名商标的实践之后,驰名商标的立法才逐步得到完善并最终建立起来。^③

一、驰名商标的出现

我国在1985年加入《巴黎公约》,该条约要求对未注册驰名商标提供同类保护。当时我国国内法并没有驰名商标的相关规定,但是为了履行该条约,产生了认定驰名商标的需要。1987年8月,商标局在一起商标权益纠纷中,认定美国必胜客国际有限公司的“PIZZAHUT”商标为驰名商标。这是我国认定的第一个国外驰名商标。我国认定的第一个国内驰名商标是“同仁堂”。当时同仁堂商标在日本被抢注,中方代表在日本的维权诉讼中不占优势,日本地方法院要求中方企业提供同仁堂商标为驰名商标的相关证据。在这种情况下,国家工商行政管理总局商标局开始了认定工作,最终认定同仁堂为驰名商标。至此,我国产生了认定驰名商标的实际需求,

① 周雁武. 驰名商标认定新探 [J]. 求索, 2004 (7): 116.

② 安青虎. 驰名商标和中国的驰名商标保护制度 [J]. 工商行政管理, 2004 (19): 68.

③ 张玉敏主编. 知识产权法学 [M]. 北京: 法律出版社, 2002: 330.



但是当时我国却没有可以遵照的相关法律依据。

1993 年我国《商标法》进行了第一次修改,与此相配套的《商标法实施细则》也进行了修改。修改后的《商标法实施细则》第 25 条规定:违反诚实信用原则,以复制、模仿、翻译等方式,将他人已为公众熟知的商标进行注册的,属于第 27 条第 1 款所指的“以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的行为”。^①该细则虽然没有明确提出驰名商标的概念,但实质上是为驰名商标提供跨类保护。

1993 年 9 月,我国制定了《反不正当竞争法》,其中第 5 条第 2 项规定:经营者不得擅自使用知名商品特有的名称、包装、装潢,或使用与知名商品近似的名称、包装、装潢,造成和他人的知名商品相混淆,使购买者误认为是该知名商品。^②

综上所述可以看出,1993 年以前虽然我国开始认定驰名商标,也出现了对驰名商标进行跨类保护的法规,但是这些法规没有明确提出“驰名商标”的概念,也不成体系,而是零散出现在各种法规中。

二、驰名商标的立法

1996 年 8 月,国家工商行政管理总局发布了《驰名商标认定和管理暂行规定》。该规定最有特色的地方在于给出了驰名商标的定义:“在市场上享有较高声誉并为相关公众所熟知的注册商标”。该规定可以给驰名商标提供跨类保护,但是要求驰名商标必须是注册商标。

2001 年 6 月 26 日最高人民法院发布了《关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》,其中第 4 条规定:“被告域名或其主要部分构成对原告驰名商标的复制、模仿、翻译或音译;或者与原告的注册商标、域名等相同或近似,足以造成相关公众的误认,应当认定被告注册、使用域名等行为构成侵权或者不正当竞争。”该解释第 6 条还规定了人民法院可以被动按需作出驰名商标司法认定。

① 姚洪军. 驰名商标相关法律问题研究 [博士学位论文]. 中国社会科学院, 2009.

② 《反不正当竞争法》.



2001年《商标法》第二次修改,其中第13条规定了对未注册驰名商标的同类保护和对注册驰名商标的跨类保护;其中第14条规定了认定驰名商标时应该考虑的因素。对驰名商标直接提供的保护从行政法规、司法解释上升到法律的规范层面。2002年10月12日最高人民法院发布的《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》在驰名商标的认定方法、认定效力和保护范围等方面做了比较具体的规定,与《商标法实施条例》一起提高了商标法的可操作性。^①

至此,我国在立法层面已经完全提出了驰名商标的概念,并且关于驰名商标的立法也基本体系化。

三、驰名商标立法完善

2003年4月,国家工商行政管理总局发布了《驰名商标认定和保护规定》,该规定明确了认定驰名商标时考虑的地域范围是中国境内,并且对驰名商标的保护也不是绝对保护,而是要参考该驰名商标的显著性和驰名程度。

2009年4月最高人民法院发布了《关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件应用法律若干问题的解释》,该解释细化了驰名商标的认定和保护等方面的规定。

2009年4月,国家工商行政管理总局发布《驰名商标认定工作细则》,其中规定由商标局、商评委成立驰名商标认定委员会。

至此,有关驰名商标的立法开始迅速发展,并逐渐细化,可操作性也逐渐增强。根据当前的法律规定,我国认定驰名商标的途径主要有四种:①国家工商行政管理总局商标局在商标管理程序中认定;②国家工商行政管理总局商标局在商标异议程序中认定;③国家工商行政管理总局商标评审委员会在商标异议复审、争议案件中认定;④人民法院在商标民事纠纷案件中司法认定。依据当前法律,我国已经通过行政途径和司法途径认定了成千上万件驰名商标,并对驰名商标进行了较为有效的保护。

① 姚洪军. 驰名商标相关法律问题研究 [博士学位论文]. 中国社会科学院, 2009.



第三节 我国的驰名商标保护制度

驰名商标认定时需要在相关公众中达到广为知晓的程度,因此驰名商标具有较高的商誉。在激烈竞争的市场经济环境下,高商誉商标具有较高的经济价值,因此容易被其他经营者模仿。为了制止“抢注”“搭便车”等不正当竞争行为,《商标法》给驰名商标以特殊保护。正是这些特殊保护制度,使得驰名商标成为一个法学术语,而不是被普遍误认的“荣誉称号”。正是这些特殊保护制度使得驰名商标在保护范围、保护效力、实际效果方面高于普通商标。

我国采取的是商标自愿注册原则,商标使用人可以自主决定到商标局进行注册或者不注册。但是对特殊商品采取的是强制注册原则,我国《商标法》第6条规定:“国家规定必须使用注册商标的商品,必须申请商标注册,未经核准注册的,不得在市场销售。”这类商品主要是烟草类商品。凡是经过申请,并符合商标注册条件,经过国家工商行政管理总局商标局核准注册的商标称为注册商标。未注册商标是指未经过国家工商行政管理总局商标局核准注册的商业标识。在商标申请阶段,因为该商标还未最终被商标局核准,因此也属于未注册商标。注册的普通商标与未注册的普通商标在保护范围、保护效力、保护程度方面有巨大的差异。同样的,驰名商标的注册与否也会在保护范围方面产生较大的差异,注册的驰名商标将获得更加宽泛的保护范围和更强的保护力度。

一、未注册驰名商标的特殊保护

未注册商标在国际上能顺利被认定为驰名商标,但是在我国却因为实践的缺乏,未注册商标能否被认定为驰名商标一度引发学界的争议,直到我国将蒙牛未在商标局注册的“酸酸乳”标识认定为驰名商标之后,在我国未注册商标也能得到驰名商标制度的特殊保护。未注册驰名商标主要有以下两种效力:禁止他人使用和禁止他人注册。其实禁止他人注册也属于禁止他人使用的一种,本书为了更清楚地论证未注册驰名商标的保护效力,



特划分为两类。

未注册商标是不享有商标专用权的，无法从商标法上控制他人未经许可而使用其商标。但是，未注册的商标如果是驰名商标，那么该商标持有人可以享受与注册商标大致相同的禁用权。如果发生混淆和误导公众，那么未注册的驰名商标仍然可以得到保护，享有注册商标所享有的禁用权。但是，未注册的驰名商标和注册的普通商标在侵权责任承担方式方面还是有一定的差异。未注册的驰名商标所有人只能要求侵权人停止侵害，而普通注册商标权人既可以要求侵权人停止侵害，还可以要求侵权人赔偿损失。

（一）禁止他人使用

1. 未注册驰名商标的禁用权

未注册商标能够被认定为驰名商标最早来源于《巴黎公约》。该条约第6条之二第1款规定：“本联盟各国承诺，应依职权，或依有关当事人的请求，对商标注册或使用国主管机关认为在该国已经属于有权享受本公约利益的人所有而驰名、并且用于相同或类似商品的商标构成复制、仿制或翻译，易于产生混淆的商标，拒绝或取消注册，并禁止使用。这些规定，在商标的主要部分构成对上述驰名商标的复制或仿制，易于产生混淆时，也应运用。”这说明未注册驰名商标权人行使禁用权的法定情形是侵权人复制、仿制驰名商标或者该商标的主要部分，并且产生了混淆的实际效果。产生混淆商品或服务的来源是能否被认定为驰名商标的关键，若不产生混淆，则未注册商标很难被认定为驰名商标，相应地也不能禁止他人使用。

《TRIPS 协议》第16条规定：《巴黎公约》第6条之二应比照适用于服务，也应比照适用于与商标注册的商品或服务不相似的商品或服务。这样，《TRIPS 协议》又将未注册驰名商标的保护范围从商品领域扩大到服务领域。只要模仿未注册驰名商标达到了混淆的标准，可能会使消费者产生误认，或者可能会使商标持有人的利益受到损害，未注册驰名商标所有人都可以行驶禁用权。

因为我国是将国际条约转化为国内法，因此国内法与国际条约保持一致。我国《商标法》第13条第1款规定：“就相同或者类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混