



中国工商行政管理分论丛书
商标注册与管理

Series for Specific Theories of China's Administration for Industry and Commerce
Trademark Registration and Administration

国家工商行政管理总局 编著

中国工商出版社



中国工商行政管理分论丛书
商标注册与管理

Series for Specific Theories of China's Administration for Industry and Commerce
Trademark Registration and Administration

国家工商行政管理总局 编著

中国工商出版社

责任编辑/杨爱军 袁 泉

特约编辑/王 霞

封面设计/慧 子

图书在版编目(CIP)数据

商标注册与管理/国家工商行政管理总局编著.

—北京:中国工商出版社,2012.6

(中国工商行政管理分论丛书)

ISBN 978-7-80215-525-1

I. ①商… II. ①国… III. ①商标管理—中国

IV. ①F760.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 117293 号

书 名/商标注册与管理

编著者/国家工商行政管理总局

出版·发行/中国工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/680 毫米×960 毫米 1/16 印张/23.25 字数/350 千字

版本/2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷

社址/北京市丰台区花乡育芳园东里 23 号(100070)

电话/(010)63730074,83610373 电子邮箱/zggschs@163.com

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 978-7-80215-525-1/F·767

定价:43.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

丛书编委会

主 任 周伯华
副主任 刘玉亭
成 员 付双建 甘 霖 王东峰
钟攸平 何 昕

编委会办公室

主 任 于法昌
副主任 刘显华 梁艾福 刘红亮
成 员 燕 军 方跃林 王培章
王 磊

《商标注册与管理》卷

执行编委会

主 任	许瑞表	何训班		
副主任	李建昌	李亚莉	吕志华	闫 实
	陈文彤	黄家华	陈 卓	李志军
	吴 群	张国鹏	任 刚	
成 员	庄培基	吴建平	陈晓华	孙张岩
	刘 琰	龚建中	张永芳	张 文
	陈 奎	何京萍	姚 坤	徐志松
	彭 文	欧阳少华	夏 青	李 勇
	张笑蕾	吕志诚	于巍巍	原 琪
	张俊琴	程 萌	熊 文	田明珠
	汪 泽	张 健	王继红	何 敏
	薛寅君	张力伟	李晓力	杨 萍
	臧宝清			

序 言

我们党高度重视理论建设。胡锦涛总书记在庆祝建党 90 周年大会上指出:“理论上的成熟是政治上坚定的基础,理论上的与时俱进是行动上锐意进取的前提”。党的十七届六中全会也要求我们高度重视理论建设,“坚持以重大现实问题为主攻方向,加强对全局性、战略性、前瞻性问题研究,加快哲学社会科学成果转化,更好服务经济社会发展”。近年来,总局党组把理论建设摆在更加突出的位置,坚持以中国特色社会主义理论体系为指导,全面贯彻落实科学发展观,系统总结工商行政管理实践经验,不断深化对工商行政管理职能任务、地位作用和发展规律的认识,形成了一系列理论创新成果,基本建立了以“四个统一”、“四化建设”、“四个转变”、“四个只有”、“四高目标”和“五个更加”为核心的工商行政管理理论。

为全面反映工商行政管理理论创新成果,2009 年我们出版了《中国工商行政管理概论》,填补了工商行政管理基础理论著作的空白。为进一步深化工商行政管理专业理论研究,全面阐释工商行政管理基本职能,满足广大工商行政管理干部理论研究和业务知识学习的迫切需求,从 2010 年下半年开始,我们调动全系统力量,凝聚全系统智慧,组织编写了“中国工商行政管理分论”丛书(以下简称“分论”丛书)。“分论”丛书包括《市场主体准入与监

管》、《竞争执法与市场秩序维护》、《消费者权益保护》、《商标注册与管理》、《广告业发展与监管》、《直销监管与禁止传销》、《流通环节食品安全监管》等七卷。作为工商行政管理理论建设的又一项重大工程,“分论”丛书的出版标志着以《中国工商行政管理概论》为统领、以“分论”丛书为骨干的工商行政管理理论与实践成果体系初步形成,全面构建了具有时代特征、突出行业特点、结构合理、门类齐全的工商行政管理理论体系。在“分论”丛书编写过程中,总局机关各职能司局和相关直属单位精心组织、认真编写,投入了很大精力;系统干部积极响应、热情参与,给予了大力支持;专家学者认真审读、反复论证,提出了宝贵意见。在此,我谨代表总局党组和丛书编委会向所有为“分论”丛书编写工作付出辛勤劳动、作出积极贡献的同志们表示诚挚的谢意和崇高的敬意。

“分论”丛书涵盖了工商行政管理基本职能,具有很强的时代性、理论性和实用性,是全国工商行政管理系统广大干部学习业务知识、提高理论水平的基本读物,是总局行政学院大规模培训干部的基础教材,是向社会宣传工商行政管理职能、让社会了解工商行政管理工作的重要工具。“理论的活力植根于实践,学习的目的在于运用。”各级工商行政管理机关要从加强工商行政管理理论建设和理论宣传普及、推动工商行政管理科学发展的战略高度,组织全系统干部学好用好“分论”丛书,不断增强用科学理论武装头脑、指导实践、推动工作的自觉性和坚定性。要把握正确方向,把学习“分论”丛书与贯彻落实科学发展观结合起来,与落实“十二五”时期工商行政管理发展的各项目标任务结合起来,紧紧围绕经济社会发展大局,围绕科学发展这个主题和加快转变经济发展方式这条主线,全面系统地组织学习,切实提高服务科学发展的能力和水

平。要坚持学以致用,把学习“分论”丛书与市场监管和行政执法实践结合起来,紧紧围绕工商行政管理中心工作,立足工商行政管理基本职能,全面掌握和积极运用好这一理论武器,切实增强把握监管规律、破解监管难题的能力,全面提高市场监管、服务发展、消费维权、依法行政的效能。要立足队伍建设,把学习“分论”丛书与实施人才战略结合起来,紧紧围绕全系统人才队伍建设的需要,有针对性地开展培训,推动建设高素质领导人才队伍、专业化监管执法人才队伍、高水平技术支持人才队伍、复合型基层实用人才队伍、高效能综合管理人才队伍。

实践发展永无止境,认识真理永无止境,理论创新永无止境。各级工商行政管理机关要以组织学习“分论”丛书为契机,以科学的理论武装干部、以先进的思想引导干部、以优秀的成果鼓舞干部,努力做到学以致用、用以促学、学用相长,努力做到理论创新每前进一步,理论武装就前进一步,不断推动工商行政管理理论大发展大繁荣,不断推动工商行政管理文化大发展大繁荣,不断推动社会主义文化大发展大繁荣,为“十二五”规划的顺利实施,为促进经济平稳较快发展和社会和谐稳定作出新的更大的贡献,以优异成绩迎接党的十八大胜利召开!

周伯华

2012.3.19.

目 录

第一章 商标法律制度	(1)
第一节 中国商标法律制度的历史沿革	(1)
一、新中国成立前的商标法律制度	(1)
二、新中国成立后到改革开放前的商标法律制度	(3)
三、改革开放后的商标法律制度	(6)
第二节 中国现行的商标法律制度	(15)
一、商标法的地位、作用与原则	(15)
二、商标法律制度的渊源	(23)
三、商标法的基本制度	(31)
第三节 与商标有关的主要国际条约	(48)
一、中国已加入的商标国际条约	(48)
二、其他与商标有关的国际条约	(67)
第二章 商标注册	(75)
第一节 商标概述	(75)
一、商标的概念	(75)
二、商标的特征	(81)
三、商标的功能	(82)
第二节 商标注册申请	(83)
一、商标注册办理流程	(83)
二、商标注册申请主体资格	(86)

三、商品和服务分类	(89)
四、注册申请的商标标志	(92)
第三节 商标注册审查	(95)
一、不得作为商标的标志的审查	(96)
二、商标显著特征的审查	(104)
三、商标相同、近似的审查	(110)
四、几种特殊商标和标志的审查	(118)
五、典型案例	(141)
第四节 商标异议	(145)
一、商标异议案件的受理	(145)
二、商标异议案件的审理	(153)
第五节 商标评审	(161)
一、商标评审案件的形式审查	(161)
二、商标评审案件的审理	(169)
三、商标评审裁决的司法审查	(197)
第六节 商标注册的后续程序	(201)
一、注册商标和注册申请的变更	(201)
二、注册商标和注册申请的转让	(205)
三、注册商标的续展	(210)
四、注册商标的注销	(212)
第七节 商标国际注册	(215)
一、商标国际注册马德里体系的概况	(215)
二、马德里商标国际注册的申请	(220)
三、马德里商标国际注册领土延伸的审查	(223)
四、马德里商标国际注册后续业务的程序	(225)
第三章 商标管理	(234)
第一节 商标使用的管理	(234)

一、注册商标使用的管理	(234)
二、未注册商标使用的管理	(251)
三、商标印制的管理	(252)
第二节 商标专用权保护	(256)
一、商标侵权的表现形式	(256)
二、商标侵权行为的认定	(259)
三、商标侵权行为的行政处理	(279)
第三节 驰名商标的认定和保护	(293)
一、中国认定和保护驰名商标的基本情况	(293)
二、驰名商标认定的标准	(294)
三、驰名商标行政认定和保护的程序	(298)
四、典型案例	(308)
第四章 改革与展望	(317)
第一节 中国商标工作改革成效	(317)
一、解决商标审查和评审积压	(317)
二、商标法律制度的完善	(319)
三、商标管理体制的完善	(321)
四、商标管理理论的建立	(323)
五、商标档案管理和信息化建设	(324)
六、商标人才队伍建设	(325)
第二节 商标战略的制定与实施	(328)
一、商标战略的制定	(328)
二、商标战略的实施	(330)
第三节 商标工作面临的形势	(337)
一、当前商标工作面临的国际形势	(338)
二、当前商标工作面临的国内形势	(339)

第四节 商标工作展望	(341)
一、创新商标工作机制	(342)
二、完善商标法律制度	(345)
三、推进商标信息化建设	(349)
四、加强商标队伍建设	(351)
后 记	(354)

第一章 商标法律制度

根据马克思历史唯物主义的观点,“人们在自己生活的社会生产中发生一定的、必然的、不以他们的意志为转移的关系,即同他们的物质生产力的一定发展阶段相适合的生产关系”。中国的商标法律制度也同样随着人们的社会生活在不断演变,根据商标工作的实际情况,在不同的历史阶段确立了不同的商标法律制度。改革开放三十多年来,中国已经建立了包括法律、行政法规、规章及司法解释组成的既与国际接轨也符合当前国情的商标法律体系。相信,随着经济社会的持续发展变化及商标法律理论的创新,中国的商标法律体系将日益完善,必将走在国际商标立法领域的前沿。

第一节 中国商标法律制度的历史沿革

中国使用商标具有悠久的历史,从出土的陶器、铜器、铁器等文物上,便可以看到两千多年前工匠、作坊的名称、符号或者标记。宋代时,已有较为完备的商标。我国商标法律制度也经历了从无到有、再到不断完善丰富的发展历程。

一、新中国成立前的商标法律制度

(一) 中国古代的商标制度

唐朝时期,中国手工业生产已相当发达,官府开始重视对产品标记使用的管理。《唐律疏议》发展了春秋时期关于“物勒工名,以考其诚,工有不当,必行其罪,以究其情”(见《礼记·月令》)的记载,规定:“物勒工名,以考其诚。工有不当,必行其罪。”说的是唐朝时的一些官府,为了提高和保证产品

质量,规定某些产品必须注明工匠名字或店铺、作坊的名称(即物勒工名),然后才可以上市销售,如果制造商违背了有关规定,就要被官府治罪。

(二) 中国近现代的商标制度(1840~1949年)

1. 清政府商标法律制度

清末商标法律的制定,最初是从清政府与一些帝国主义列强所签订的通商行船条约中反映出来的。当时制定商标法规来保护自己产品商标权的要求,最早是由外国驻华使节和在华商人向清末政府提出的。如1902年9月5日中英两国签订《中英续议通商行船条约》(又称《马凯条约》),1903年10月8日中美两国签订《中美通商行船续订条约》、中日签订《中日通商行船条约》等。

1904年,海关总税务司按照中英《续议通商行船条约》的要求拟定了《商牌挂号章程》,这是中国历史上第一部商标法律的原始稿。但该章程完全只顾及英国政府及英商的在华利益,还带有很浓的殖民主义色彩。

其后,在外国使节和外商的多次敦促下,商务部在原有《商牌挂号章程》的基础上,又拟定了内容更为完备的《商标注册试办章程》。该章程对办理商标注册的工作人员、查处假冒商标的立案部门作了较大修改,同时又增加了商标的定义、商标注册机构、商标注册程序和建立商标档册等内容。商务部呈请光绪皇帝钦定的这部《商标注册试办章程》是中国商标历史上第一部正式颁布的商标法律。而后,商务部、农工商部虽对该章程进行过3次修改,但均因外国势力横加干涉而中途停止。

2. 北洋政府时期的商标法律制度(1912~1928年)

北洋政府时期所建立的商标法律制度,在中国近现代商标法律史上占有极其重要的地位。1913年,北洋政府设立了专门商标工作机构,即农商部商标登录筹备处。该筹备处在原清政府制定又3次修改的《商标注册试办章程》的基础上,重新厘定成《商标章程》。但1914年第一次世界大战爆发后,北洋政府便无暇顾及商标法律修订工作了。

北洋政府执政后期,是中国商标法制建设的重要阶段。这一时期,诞生了许多个商标史上的“第一”,对以后各届政府制定商标法律和依法进行商标管理,都产生过重大影响。1923年5月3日,经过数次艰难修改后的《商

标法》对外公布,成为中国近现代商标法律与管理的一个重要分水岭。另外,这一时期北洋政府还依法颁布了第一个商标组织机构法规——《商标暂行章程》;正式成立了中国商标史上第一个商标组织管理机构——北洋政府农商部商标局;编辑出版了中国商标史上第一本宣传商标法律、依法进行商标管理的综合性刊物——《商标公报》等。

3. 国民政府时期的商标法律制度(1925~1949年)

国民政府在执政时期,为了对商标行政事务进行管理,在各个时期均对外颁布过很多商标法律。国民政府于1925年7月在广州成立后,随即于同年9月正式对外颁布《商标条例》及《商标条例施行细则》。1927年12月1日,国民政府成立了全国注册局,商标管理也属于全国注册局的管理内容之一。此时,全国注册局和工商部商标局依法核准注册商标,都是沿用原北洋政府《商标法》来进行审定核准。为适应商标工作的需要,1930年5月6日,国民政府颁布了重新拟定的《商标法》,后来经过多次修改,在中国台湾地区一直沿用至今;此外,国民政府于1930年12月30日颁布了《商标法施行细则》,于1930年2月26日拟定并对外公布了《商标代理人规则》。

4. 各解放区政府的商标法律制度(1946~1949年)

人民解放战争时期,解放区已开始办理商标注册,并制定商标注册管理办法。当时,解放战争尚未结束,各个解放区还没有连成一片,各解放区的商标注册办法只适用于本地区范围。如晋察冀边区制定了《晋察冀边区商品牌号专用登记办法》,晋冀豫抗日根据地制定《冀南区商标注册暂行办法》等。这些注册登记办法的内容虽不尽相同,但主要原则精神是一致的,即:(1)宗旨都是为保护生产、发展经济、保障供给;(2)明确规定对商标专用权给予保护;(3)采用注册原则,经核准注册的商标享有商标专用权,未注册的商标不享有商标专用权;(4)商标注册由解放区人民政府工商行政管理局(厅)办理。

二、新中国成立后到改革开放前的商标法律制度

(一)新中国成立初期的商标法律制度(1949~1956年)

1. 新中国第一部商标法规的颁布

新中国成立初期,解放战争仍在持续,全国政令尚未统一,个别新解放

的地区曾制定临时性的商标注册办法。全国的新、老解放区各自存在着办理商标注册的一些地方性商标法规。全国解放之后,这种状况不能适应商标专用权保护的需要。为此,1950年7月28日,中央人民政府政务院第43次政务会议批准《商标注册暂行条例》,并于8月28日公布。同年9月29日,中央人民政府财政经济委员会制定颁布了《商标注册暂行条例施行细则》(共23条并附商品分类表)。

《商标注册暂行条例》是新中国第一部商标法规,也是新中国成立后最早的经济立法之一。它是在老解放区商标法规的基础上,结合当时多种经济成分同时存在的国民经济实际情况,根据《中国人民政治协商会议共同纲领》确定的“公私兼顾、内外交流”的政策拟定的。《商标注册暂行条例》分总则、申请、审查、注册、异议、附则6章,共34条,主要规定了立法宗旨、自愿注册原则、商标禁用条款、外国人在中国申请商标注册限制等内容及复审、异议、核准、上诉等程序性规定。

《商标注册暂行条例》是适应国民经济恢复时期的经济状况而制定的,以保护商标专用权为宗旨,从商标申请到再审的程序较为完备。尽管其在法律诉讼程序上仍有欠缺,也未规定具体罚则,但它为新中国成立后商标注册与管理制度的建立和发展打下了良好的基础。

2. 新中国第二部商标法规的颁布

1957年以后,商标工作主要依据一些行政性措施的规定来进行,如对商标实行全面注册、通过商标管理监督商品质量、废止商标审定程序等。1950年颁布的《商标注册暂行条例》实际上已停止执行。直到1963年才产生了中国第二部商标法规,即《商标管理条例》。

《商标管理条例》于1963年3月30日经第二届全国人民代表大会常务委员会第九十一次会议批准,由国务院于同年4月10日公布施行。《商标管理条例》共14条,条文十分简单,主要是把自1957年以来商标工作的重大变动,用法律的形式固定下来。其主要内容包括:确定了立法宗旨为“为了加强商标的管理,促使企业保证和提高产品的质量”;实行全面注册即强制注册;把“商标是代表商品一定质量的标志”写进条文之中,并要求“工商行政管理机关应当会同有关部门对商品的质量进行监督和管理”;经核准注册的

商标即予公告,并发注册证。《商标管理条例》既未规定商标审定程序,也未规定商标异议程序。

1963年4月25日中央工商行政管理局公布了《商标管理条例施行细则》(共21条并附商品分类表)。《商标管理条例施行细则》对此前在实际工作中采用的核转制作了明确规定:“企业申请商标注册、变更注册事项、转移注册、撤销注册和补发注册证,都应当报所在市、县工商行政管理部门核转中央工商行政管理局。”国内企业申请商标注册实行两级核转,核转制一直到1990年开始试点建立商标事务所后逐步废止。

《商标管理条例》及《商标管理条例施行细则》中,都没有涉及保护商标专用权的问题。既然谈不到专用权,注册商标的有效期限也就失去意义,自然可以无限期使用。对企业来说,使用商标就要注册,只是一种义务,得不到什么权利,商标注册在当时成为了企业的负担。

(二)“十年动乱”时期的商标法律制度(1966~1976年)

1966年至1976年“文化大革命”时期,中国商品经济遭到极其严重的破坏,商标工作也遇到了空前的灾难。1966年之后,扫“四旧”之风迅速蔓延全国,许多有名的商标被“横扫”殆尽。“张小泉”剪刀、“同仁堂”中成药、“六必居”酱菜、“白敬字”眼膏、“季德胜”蛇药、“王麻子”刀剪、“内联升”布鞋等,都是“为资本家树碑立传”;“嫦娥奔月”、“敦煌飞天”等则是“宣传封建迷信”;“长命”牌被认为“宣传活命哲学”。在“封、资、修”帽子的压力下,一些名牌被迫改换商标。如“回力”胶鞋改为“前进”牌,“梅林”罐头改为“红梅”牌,“绿宝”香皂改为“体育”牌等。在极左思潮的冲击下,对一个商标可以任意罗织罪名,无限上纲,从而使正常的商标注册与管理工作无法进行。

1966年8月27日,为了使商标管理适应“文化大革命”的形势,促进商标工作革命化,中央工商行政管理局发出《关于商标改革的通知》,对原来“下放”商标注册的“改革”作出了如下规定:(1)“文化大革命”期间,经工厂广大职工群众充分讨论同意,报业务主管部门和当地工商行政管理部门备案后,即可废除旧商标,并开始印制使用新商标,商标的混同问题待以后解决。(2)“文化大革命”期间,暂不办理商标查询、注册、发证、变更和撤销手续。原拟“下放”给地方工商行政管理局办理的内销商品商标的注册,也可