

《工商行政管理教学指南》之六

商标监督管理

主编：陈俊茹 李 权

吉林大学出版社

0.5



《工商行政管理教学指南》之六

商 标 监 督 管 理

主 编 陈俊茹 李 权

副主编 刘亚莉 徐向阳

主 审 郭志斌 王子集

Y1804/09



3 0119 2014 1

吉林大学出版社



C

347422

《工商行政管理教学指南》之六

商标监督管理

主编 陈俊茹 李 权

责任编辑、责任校对：王大椿 封面设计：张沐沅

吉林大学出版社出版 吉林大学出版社发行
(长春市东中华路 29 号) 哈尔滨红盾印刷厂印刷

开本：787×1092 毫米 1/32 1995 年 9 月第 1 版
印张：5. 156 1995 年 9 月第 1 次印刷
字数：114 千字 印数：1—5000 册

ISBN 7-5601-1797-X/F·391 定价：48 元
(共 7 册，每册 6. 80 元)

东北三省五市工商行政管理
教学指南编写委员会

主任委员 刘凤江

副主任委员 (按姓氏笔划为序)

于连涛 王秀全 王 霞

杜欣然 陈俊茹 张 萍

姚殿林

前 言

《工商行政管理教学指南》是以国家工商行政管理局组织编写的《全日制中等专业学校工商行政管理专业课》统编教材为基础，结合东北三省五市学（干）校的教学实际编写的。它对于进一步深化教学改革，全面提高教学质量具有积极的作用。

《工商行政管理教学指南》共七册：《工商管理概论》、《企业法人登记注册与管理》、《市场监督管理》、《公平交易监督管理》、《个体私营经济监督管理》、《商标注册与管理》、《广告监督管理》。主要内容包括：一、内容提要：即每章的基本知识和重点掌握的内容；二、习题配置：即根据每章的基本知识和重点内容，合理配置习题；三、习题答案：即习题答案要点；四、案例分析：即根据每章内容，精选若干案例加以分析及处理的结论等。书中体现的内容较新，针对性较强，适用面较广。反映了当前社会主义市

经济和工商管理管理的新动态,并注重实践知识的推广,可以作为工商管理学(干)校教师辅助教材和学生自学复习考试的指南,对广大工商管理干部的培训、自学也将会有所帮助。

这套丛书的完成,体现了东北三省五市各校领导的敬业精神和务实态度,凝聚着东北三省五市学(干)校全体专业教师的心血和汗水,同样也与东北三省五市各工商行政管理局领导的支持分不开,对此,我们表示感谢和敬意。

希望各工商管理学校积极开展教学研究,在全面提高教学质量,培养合格的工商管理人才上继续狠下功夫。同时,通过教学实践,积极帮助充实、完善这套丛书。

国家工商行政管理局
宣传教育与国际合作司

郭志斌

一九九五年十月四日

目 录

第一章	导论	(1)
	内容提要	(1)
	练习题	(5)
	练习题参考答案	(6)
第二章	商标权	(9)
	内容提要	(9)
	练习题	(11)
	练习题参考答案	(12)
第三章	商标管理概述	(14)
	内容提要	(14)
	练习题	(18)
	练习题参考答案	(21)
第四章	商标注册的申请与受理	(25)
	内容提要	(25)
	练习题	(28)
	练习题参考答案	(32)
第五章	商标注册申请的审查与核准	(36)
	内容提要	(36)
	练习题	(39)
	练习题参考答案	(42)
第六章	注册商标的续展、变更、转让与终止	(46)

	内容提要	(46)
	练习题	(50)
	练习题参考答案	(54)
第七章	注册商标专用权的保护	(57)
	内容提要	(57)
	练习题	(62)
	练习题参考答案	(66)
第八章	商标使用管理	(71)
	内容提要	(71)
	练习题	(75)
	练习题参考答案	(83)
第九章	商标档案管理	(89)
	内容提要	(89)
	练习题	(91)
	练习题参考答案	(92)
第十章	涉外商标的注册与管理	(94)
	内容提要	(94)
	练习题	(95)
	练习题参考答案	(98)
第十一章	有关商标保护的国际公约	(101)
	内容提要	(101)
	练习题	(102)
	练习题参考答案	(107)
第十二章	国外商标管理简介	(112)
	内容提要	(113)
附录	案例	(120)
后记		(159)

第一章 导 论

内容提要

〔商标的概念和特征〕 什么是商标?商标就是由文字、字母、图形记号等构成,用以区别不同生产者和经营者的商品或服务的标记。

商标有哪些特征? 1. 构成商标的文字、图形等要受到多方面的限制。一方面,商标的文字、图形要独具特点;另一方面,商标的文字、图形不得违反商标法的禁用条款。2. 商标的物质实体即商标标识。3. 商标获得专用权后,可以成为其所有人的一种财产。商标经过注册,能够获得一种专有使用的权利。通过建立商标信誉,取得市场竞争优势;进行商标使用许可、转让,使商标的财产性质更趋完备。

〔商标与其它相邻标志的联系与区别〕 商标与商品装璜的联系与区别。商品装璜是附于商品或商品包装上旨在装饰、美化和宣传商品的花纹、图案、色彩、文字说明。商标与商品装璜一起使用在商品上,但两者有区别: 1. 从使用目的看,使用商标是为了区别不同企业的产品或服务,而商品装璜,着力于美化、宣传商品。2. 从构成要素的限制方面看,商品装璜图案的设计随意性要大一些,而商标要受到法律方面的许多限制。3. 从权利方面看,商标经注册,受法律保护,成为企业的一种产权,而商品装璜一般不具有产权性质。4. 从使用过程看,商标一经注册,不得随意更改注册商标的文字、图形,而商品装璜的变更一般不受有关产权规定的制约,可以随时变动。

商标与企业名称的联系与区别。企业名称,即商号,或厂商名称,在实际生活中,商标与企业名称有着十分密切的联系,同时也有着严格的区别:1. 从构成要素方面看,商标一般由文字、图形记号及其组合所构成。企业名称,为称呼上的方便,则全是由文字组成。2. 从拥有量方面看,一个企业只能有一个名称,却可以拥有多个商标。3. 从法律保护方面看,商标一经注册可以在全国或更大范围内受到法律保护,而企业名称只是在一定区域内不许重名,受到保护。4. 从法定有效期方面看,企业名称一经注册之后,是随着企业一起同生死,共存亡。商标一经注册后,都有一定的有效期限,目前,我国《商标法》规定,注册商标有效期限为10年。

商标同产地名称、原产地名称联系与区别。产地名称是生产某种产品的那个国家、地区或地方的地理名称,它表明该产品是在该国或该地方生产的。原产地名称是生产某种产品的那个国家、地区或特定地方的地理名称,它用于表明产于该地的产品的质量特点和部分或完全取决于该地区的自然因素或人为因素。产地名称、原产地名称一般和商标共同使用,两者和商标一样,同属于工业产权的内容。它们与商标既有密切的联系,又有明显的差异:1. 从使用目的方面看,商标是用来区别不同的生产者和经营者的产品或服务,而产地名称和原产地名称则是用来表示产品的来源地,表示商品的特定质量或风味。2. 从权利拥有人方面看,商标注册后,归注册人所有,而产地名称、原产地名称是一种集体权利,一般不归某一个企业或某一个人所有。3. 从构成要素方面看,产地名称、原产地名称都是一种地理名称,而商标一般不允许用地理名称作为构成要素。

商标与商品名称的联系与区别。商品名称是某一类具有

共同性质的商品的总的称谓。商品名称和商标一般同时出现在产品或产品包装上,而且消费者选购产品时习惯于把两者结合起来呼叫,商标与商品名称在特定条件下可以相互转化。商标与商品名称的区别:1. 从形成过程方面看,商品名称是使用过程中自然形成的,而商标则多是由使用者自行设计的。2. 从使用权方面看,商标经过注册,只能由其注册人专有专用,而商品名称是各企业通用的。3. 从产生功能方面看,商标可区别商品或服务不同来源,而商品名称是表示商品本身的性质。

〔商标的起源和发展〕 商标的雏形。在物品上使用标记,可以追溯到公元前二三千年的远古时代。在古代中国的一些文物中,如陶器、砖瓦、金银器皿都有一些标志。汉唐时期,由于商品经济进一步发展,产品上使用标记逐渐增多,应用的范围逐渐广泛。从某种意义上讲,它们都是商标的雏形。

早期商标。我国早期商标出现,一般认为是在宋代。以“白兔”商标的出现为标志。“白兔”商标是山东济南一家刘家功夫针铺制造并出售锈花针所用,它基本具备了现代商标的全部外貌。在宋代,由于农业、手工业和商业的高度发展,商标的使用日渐增多。到了元、明、清时期,由于商品经济发展缓慢,商标发挥作用的领域受到很大限制,商标发展缓慢。

现代商标。伴随商标保护制度的确立而发展起来的现代商标,是西方产业革命以后出现的,是资本主义经济发展的产物。西方各主要资本主义国家相继于19世纪中叶或末期制定专门的商标法,建立商标制度,把商标作为资本家的个人财产加以确定和保护。由此使商标的性质和使用发生了根本性变化。

我国现代商标发展的历史比较短,商标工作的真正繁荣

局面是在近十多年成长和发展起来的。商标使用的主体已从过去单纯的生产企业扩大到经销企业和提供运输、保险、广告、咨询等服务的企业。使用商标的商品从制成品发展到半成品、零部件、原料产品，甚至象大米、蔬菜、水果等产品也使用了商标。商标设计、商标的宣传、企业商标意识等方面都发生了很大的变化。随着我国改革开放的深化和市场经济的进一步发展，我国商标事业必将不断走向繁荣。

〔商标的分类〕 从不同角度，商标可被划分成许多种类。

根据商标本身构成分类：1. 文字商标，即由文字构成的商标。2. 图形和记号商标，即没有文字，仅由图形和记号构成商标。3. 组合商标，是由文字、图形或记号相互结合构成的商标。4. 立体商标，是以产品外型或产品的实体包装作为商标。目前，我国不受理立体商标的注册申请。

根据使用对象分类：1. 商品商标，即使用于有形商品上的商标。2. 服务商标，是经营各种服务业的单位或个人为使自己的业务同他人的业务相区别而使用的标记。

根据商标的法律状态分类：1. 注册商标，是经商标注册机关核准注册，享有商标专用权，受到商标法保护的商标。2. 未注册商标，即没有商标专用权，不受商标法保护的商标。

用其它方法分类：1. 联合商标，是指同一商标所有人，将某一商标以及该商标相近似的、容易发生混淆的若干个商标，在同一种商品或类似商品上注册所形成的一系列商标。2. 防御商标，指商标所有人将其某一商标（一般是著名商标）在不同且不类似的多种商品上分别予以注册，以防备别人在这些商品上注册该商标。防御商标注册，是对驰名商标的一种特殊保护手段。3. 证明商标是用来证明商品的产地、原料、制造方式、质量、精确度或其它特点的标记。这种商标是用来证明产

品的某种性质和特征。4. 集体商标,是由集体组织申请注册,归集体组织所有,由其成员共同使用于商品或服务项目上的商标。

〔商标的作用〕 商标是繁荣市场、开展对外贸易、维护生产者和消费者利益的有利工具,对发展商品经济有着重要的作用。1. 区别商品来源的作用。2. 促使企业稳定、提高商品质量。3. 广告宣传的作用。4. 财产价值作用。5. 促进国际贸易发展。

练习题

一、名称解释

1. 商标
2. 原产地名称
3. 注册商标
4. 联合商标
5. 防御商标
6. 证明商标
7. 集体商标

二、填空

1. 按其本身构成,商标可以分成()商标、()商标、()商标和()商标。
2. 经()核准注册的商标为注册商标。
3. 我国现行商标法规定,注册商标有效期限为()年。
4. 迄今为止,我国发现的最早最完整的商标是()代,山东济南刘家功夫针铺所用的()商标。

三、判断

1. 一个企业在同一种商品或类似商品上不能注册两个以上商标。()

2. 在商品的标贴上商标、企业名称、产地名称、商品名称,这些都构成商标,起商标的作用。()

3. 同仁堂、王麻子、王致和是老字号,又是注册商标。()

4. 集体商标一经注册后,由集体组织成员共同使用于商品或服务项目上,所以每个成员都拥有此商标权。()

四、简答

1. 商标的特征有哪些?

2. 商标与商品装潢有哪些区别?

3. 商标与商品名称的区别有哪些?

4. 商标在商品经济生活当中起什么作用?

练习题参考答案

一、名词解释

1. 是由文字、字母、图形记号等构成,用以区别不同生产者和经营者的商品或服务的标记。

2. 是生产某种产品的那个国家、地区或特定地方的地理名称,它用于表明产于该产地的产品,且这些产品的质量特点和部分或完全取决于该地区的自然因素和人为因素。

3. 是指经商标注册机关核准注册,享有商标专用权,受到商标法保护的商标。

4. 是指同一商标所有人,将某一商标以及与该商标相近似的、容易发生混淆的若干个商标,在同一种商品或类似商品

上注册所形成的一系列商标。

5. 指商标所有人将其商标(一般是著名商标)在不同,且不类似的多种商品上分别予以注册,以防备别人在这些商品上注册该商标。

6. 是用来证明商品的产地、原料、制造方式、质量、精确度或其它特点的标记。

7. 是由集体组织申请注册,归其所有,由其成员共同使用于商品或服务项目上的商标。

二、填空

1. 文字、图形和记号、组合、立体
2. 商标注册机关
3. 10
4. 宋,白兔

三、判断

1. ×
2. ×
3. ✓
4. ×

四、简答

1. (1)构成商标的文字、图形等要受多方面的限制。
(2)商标的特质实体一般要伴随它所标示的产品一起运动。
(3)商标获得专用权后,可以成为其所有人的一种财产。
2. (1)使用商标是为了区别不同企业的产品或服务,而商品装璜的使用是为了美化、宣传商品。
(2)商品装璜图案设计随意性要大一些,而商标要受

到法律方面的许多限制。

(3) 商标经注册, 可以成为企业的一种产权, 受法律保护, 而商品装璜一般不具有产权性质。

(4) 注册商标在使用过程中, 不得随意更改注册商标的文字、图形及其组合, 而商品装璜的变更不受有关产权规定的制约, 可以随时变动。

3. (1) 商标是区别不同企业的商品或服务(物)。而企业名称区别的是产品的不同生产者和经营者(人)。

(2) 商标一般由文字、图形记号及其组合所构成, 而企业名称全是由文字组成的。

(3) 一个企业只能有一个名称, 却可以拥有多个商标。

(4) 商标一经注册后, 在全国乃至更大范围内受到法律保护, 而企业名称的保护只是在一定区域内实行。

(5) 商标经注册后有一定的有效期, 而企业名称是随着企业一起同生死、共存亡。

4. (1) 区别商品来源的作用。

(2) 促使企业稳定、提高产品质量。

(3) 广告宣传作用。

(4) 财产价值作用。

(5) 促进国际贸易发展。

第二章 商 标 权

内容提要

〔商标权的概念与特征〕 一般认为,商标权是商标所有人对其注册商标所享有的权利。它是由商标主管机关授予商标所有人并受到国家法律保护的权利。商标是一集合概念,它包括商标所有权以及与此相联系的商标专用权、商标转让权、商标使用许可权、商标继承权、商标法律诉讼权等内容,其中商标专用权,即注册商标的专有使用权,是商标最基本也是最主要的内容。没有商标专用权,商标权也就失去了存在的意义。

商标权的特征:1. 商标权是由国家确认的一种权利。2. 商标权具有专有性。3. 商标权具有地域性。4. 商标权具有时效性。

〔商标权、工业产权、知识产权、无形财产权及其相互关系〕 无形财产权,是对“无形物”,如商誉、商业票据等享有的权利。具体地讲,无形财产权包括债权、商业票据权、合同权、股票与股份权、知识产权、商业信誉权等。这些无形财产权尤以知识产权在工商业活动中将占有越来越重要的地位。知识产权是工业产权和版权的名称,工业产权是专利权、商标权、厂商名称权、产地名称权、原产地名称权等权利的总称。在工业产权诸权利中,专利权和商标权占有极重要的地位,它们是工业产权最基本最核心的内容。

〔商标权取得的方式和原则〕 商标权可以通过两种途径