

商标事典

SHANG BIAO
SHI DIAN

商标概述
商标设计
商标注册
商标使用与保护
《巴黎公约》
商标国际注册

韩家成 编著
辽宁人民出版社

商標乃企
業之生命

李維忠

一九九〇年三月

商標事典
圖文并茂
深入浅出
通俗易懂

歐陽雄

加強商標之作
多創馳名商標

李金森

一九九四年十二月廿日

前 言

商标,顾名思义即商品与服务的标记,俗称“牌子”,属于知识产权范畴。它的社会价值较高,研究范围较广,既涉及经济与法律,又涉及艺术等领域,是人们经济生活中不可缺少的媒介。随着社会的进步,文明的提高,经济的发展,商标已越来越显示其积极作用。

商标一词听起来虽不陌生,但在我国由于长期受着产品经济模式的影响,而真正了解它的人不很多。过去,人们只把商标当作是商品的标记,代表着商品的出处,并没把它摆到应有的位置上,它的作用也就没有得到充分的发挥。当今,随着商品经济的飞速发展,商标已进入市场,并且成为商品竞争的一种重要武器。有人形容商标是企业的命根子、摇钱树,这并不是在过份地夸张,恰恰说明人们的商标意识增强了。经过多年的实践,创出了一些名牌,许多人已尝到了商标的甜头。然而,目前从总体上看,企业的商标意识仍很淡薄;商品不使用商标和不注册商标的很多;能叫响的商标不多。因此,全社会都应当关心商标。为使更多人进一步了解商标,《商标事典》一书融法律、知识、理论、艺术于一身,以图文并茂的形式,对商标注册、设计与管理等方面作了较系统地阐述,力求深入浅出,通俗易懂,以谕读者。

本书适于司法、行政机关干部、企事业单位、律师和院校

师生在工作学习中参考,但由于作者水平有限,许多理论尚不成熟,有待于进一步研究,难免有些不当与错误之处,恳请读者批评指正。

特别值得一提的是,本书在编辑出版过程中,得到了有关领导和许多朋友们的支持与帮助,在此深表谢意。

作者

1994 年 11 月 30 日

目 录

商标概述

商标的概念与特征

商标	1
商标概念的几种说法	1
商标概念在中国的演变	3
哪些标记不是商标	4
商品的优质标记不是商标	4
商品的装潢不是商标	4
商品的数量、重量标记不是商标	8
商品的通用名称与标记不是商标	8
企业名称不是商标	8
商标的特征	8

商标的产生与发展

自然经济时期有无商标	9
什么时候出现的商标	9
我国商标的产生和发展	9
国外商标的产生和发展	16

商标的种类及其特点

文字商标	22
图形商标	23
记号商标	25
几何图形商标	25
自然图形商标	25
中性商标	26

组合商标	26
综合性商标	27
复合商标	27
制造商标	28
销售商标	28
集体商标	28
联合商标	28
防御商标	28
保证商标	31
等级商标	31
组集商标	35
驰名商标	35
著名商标	36
服务商标	36
亲族商标	36
个人商标	36
备用商标	36
音响商标	39
气味商标	39
立体商标	39
氙原子商标	39
双重商标	39
广告商标	40
无主商标	40
指定颜色商标	40
营业商标	40
商标的作用及价值	
商标具有区别商品质量的作用	45

商标具有沟通生产者、经营者与消费者的桥梁作用	45
商标具有广告宣传的作用	45
商标具有促进商品经济发展的作用	46
商标具有美化商品的作用	46
商标的经济价值	46
商标的权利价值	47
商标的信誉价值	47
商标的艺术价值	47

商标法制概述

商标法制的沿革

商标法制	49
最早制订商标法规的国家	50
较早颁布商标法的国家	50
我国商标法制的沿革	50
我国清朝时期的商标法制	51
中华民国时期的商标法制	52
中华人民共和国成立以后的商标法制	53

我国商标法制的特点

商标注册的民主性	57
调整经济关系的协调性	58
立足国内,兼顾国际	58
保护商标专用权的有效性	58
通过商标管理,监督商品质量	59
自愿注册和强制注册相结合	60
体现了经济组织间的大协作,充分发挥商标的作用	61
商标管理的服务性	61

我国现行的商标法律制度

中华人民共和国商标法	62
对商标法修改的内容有哪些	63
中华人民共和国商标法实施细则	64
商标法的基本原则	64
确认商标专用权的原则	65
保护商标专用权原则	65
申请在先原则	65
使用在先原则	65
商标审查原则	65

我国商标机构及其职责

中华人民共和国国家工商行政管理局	66
国家工商行政管理局的职责	66
商标局及其职责	67
商标评审委员会及其职责	69
省、自治区、直辖市工商行政管理局及其职责	69
省辖市工商行政管理局及其职责	70
县(市)、区工商行政管理局及其职责	70
商标代理组织及其职责	70
中国工业产权研究会	71
国际保护工业产权协会中国分会	71

商标设计

商标设计的重要意义

商标设计关系到能否获得注册	73
商标设计关系到是否符合民族习俗	73
商标设计是时代精神的写照	73
商标设计是商标战略的第一步	74

商标名称的选择

商标名称不能与他人的商标名称雷同	74
商标名称要简洁明了,便于称谓	74
商标名称要有独特性	74
商标名称要有时代感	75
商标名称要有商业性	75
商标名称要易于传达信息	75

商标图形的艺术特征

图形商标要清晰、夺目,易于识别	76
图形商标要具有个性特征	77
图形商标要易于传达信息	77
图形商标应具有时代感	79
图形商标应以小见大,以少胜多	80
商标的图案美	82

商标的形象感觉

正方形形象感觉	86
圆形形象感觉	86
椭圆形形象感觉	86
五边形形象感觉	86
多边形形象感觉	86
三角形形象感觉	86
五角形形象感觉	86
多角形形象感觉	88
梯形形象感觉	88
菱形形象感觉	88
矩形形象感觉	88
不规则图形形象感觉	88
旋转形形象感觉	88

色彩感觉与应用

冷、暖色感觉及其应用	89
对比色及其作用	89
色彩的韵律	89
红色感觉	89
黄色感觉	89
橙色感觉	90
绿色感觉	90
蓝色感觉	90
紫色感觉	90
黑色感觉	90
金色与银色感觉	90
色彩明度给人的感觉	90
色彩纯度给人的感觉	90

商标图案的艺术构想

深刻的主题思想,高度的艺术概括	91
典型的艺术形象	94
独创性和象征性	98

商标形象的艺术处理

贵在传神	101
化无形为有形	103
避免雷同,别具一格	105
想象与虚构,幻想与夸张	107

商标的要求和表现形式

表达内容和具体要求	109
艺术处理与表现方法	111

商标图案的形式规律

变化与统一	113
-------------	-----

对比与调和	114
均衡与安定	114
反复与条理	118
几何形商标的变化	
多边形商标	120
四方形商标	120
圆形商标	120
回转形商标	121
螺旋形商标	122
扩散式的四方形商标	122
创造形象与改造形象	
创造形象	123
改造形象	124
文字商标的构成	
文字商标的构成原则	126
普通形式的文字商标	127
图案化的文字商标	127
形象化的文字商标	128
拉丁字母的书写方法	128
外文商标艺术变形	130
汉语拼音商标的构成	130
各国对象彩的喜与忌	
印度人对色彩的禁忌与喜爱	132
菲律宾人对色彩的禁忌与喜爱	132
埃及人对色彩的禁忌与喜爱	132
泰国人对色彩的禁忌与喜爱	132
马来西亚人对色彩的禁忌与喜爱	132
日本人对色彩的禁忌与喜爱	133
伊拉克人对色彩的禁忌与喜爱	133

以色列人对色彩的禁忌与喜爱	133
叙利亚人对色彩的禁忌与喜爱	133
摩洛哥人对色彩的禁忌与喜爱	133
巴基斯坦人对色彩的禁忌和喜爱	133
突尼斯人对色彩的禁忌与喜爱	134
土耳其人对色彩的禁忌与喜爱	134
加纳人对色彩的禁忌与喜爱	134
奥地利人对色彩的禁忌与喜爱	134
保加利亚人对色彩的禁忌与喜爱	134
德国人对色彩的禁忌与喜爱	134
荷兰人喜欢的色彩	134
法国人对色彩的禁忌与喜爱	134
爱尔兰人对色彩的禁忌和喜爱	135
意大利人喜欢的色颜	135
挪威人喜爱的色彩	135
瑞典人对色彩的喜厌	135
英国人喜欢的色颜	135
瑞士人对色彩的喜好	135
美国人对色彩的喜厌	136
拉丁美洲国家对色彩的喜厌	136
巴西人忌讳的色彩	136
墨西哥人喜欢的色彩	136
古巴人喜欢的色彩	136
秘鲁人对色彩的喜厌	136
西班牙人喜欢的色彩	137
斯里兰卡人忌讳的色彩	137
各国对图形的禁忌与喜爱	
印度人忌讳和喜爱的图形	137

埃及人忌讳的图形	137
伊斯兰教国家忌讳的图形	137
英国人忌讳和喜爱的图形	138
瑞士人忌讳的图形	138
日本人忌讳和喜爱的图形	138
西班牙人喜欢和忌讳的图形	138
法国人和比利时人对图案的喜厌	138
中东一些国家喜欢和忌讳的图案	138
北非一些国家忌讳的图形	138
前苏联人忌讳的图案	138
意大利人喜欢和忌讳的图形	138
澳大利亚人喜欢的图形	139
非洲国家喜欢的图形	139
欧洲国家普遍忌讳的图形	139
“蝙蝠”在国外是否受人欢迎	139
日、月、星图形在国外是否受欢迎	139
澳洲国家忌讳的图形	139
国外所忌讳的商标名称	
“白象”名称为什么在国外不受欢迎	139
“黄鹤”名称为什么在国外不受欢迎	140
“帆船”在国外为什么不受欢迎	140
“紫罗兰”名称在国外为什么不受欢迎	140
“孔雀”二字在国外为什么不受欢迎	140
“芳芳”名称为什么在国外不受欢迎	140
“4”在国外为什么忌讳	140
“13”在国外为什么不受欢迎	140
“3”、“7”作商标在哪国不受欢迎	140
“14”在国外为什么不受欢迎	141

“11”、“17”在国外为什么不受欢迎	141
---------------------------	-----

商标注册办法

商标注册的有关原则

我国现行的商标注册原则	142
自愿注册原则	142
强制注册原则	143
全面注册原则	143
必须使用注册商标与使用商标必须注册	143
为什么实行自愿注册与强制注册相结合的原则	143
商标注册申请人及其条件	144
外国人或者外国企业在中国申请商标注册的原则	144
商标核转制	144
一级核转	144
二级核转	145
商标代理制	145
我国是何时开始实行商标代理制的	145
实行商标代理制有哪些好处	145
商标代理组织的认可与指定	145
直接办理制	146
商标代理与直接办理的利与弊	146

商标注册的申请

申请商标注册报送商标图样的要求	146
索取商标注册申请书	148
国内申请人应使用哪种商标注册申请书	148
外国、地区及中国台湾申请人应使用哪种商标注册 申请书	148
怎样填写商标注册申请书	154

申请商标注册使用何种商标代理委托书	165
如何填写商标代理委托书	165
申请商标注册应附送的文件材料	167
外国、地区及中国台湾申请人在中国申请商标注册， 可否不委托代理	168
商标注册的审查	
形式审查	168
退回的商标注册申请书件可否再上报	168
形式审查的内容	169
实质审查	170
实质审查的内容	170
商标注册审查结果	172
初步审定	172
初步审定公告及其内容	173
初步审定公告的效力	173
初步审定公告的作用与目的	173
驳回申请及其效力	173
商标异议	174
商标异议期限	174
异议人	174
商标异议的内容	174
提出异议的方式	175
商标异议裁定程序	175
商标异议裁定的结果	175
商标异议裁定的效力	175
商标核准注册	
注册商标公告及其内容	177
商标注册簿	177