

怎样在欧盟注册商标 和保护商标(共同体商标)

——欧盟商标注册与保护指南

Guidelines for Trademark Registration and Protection
in the European Union

Indications concernant l'Enregistrement et
la Protection des Marques au sein de l'Union européenne

欧洲内部市场协调局 编写
国家工商行政管理总局商标局 翻译

中国工商出版社



怎样在欧盟注册商标 和保护商标 (共同体商标)

——欧盟商标注册与保护指南

Guidelines for Trademark Registration and Protection
in the European Union
Indications concernant l'Enregistrement et
la Protection des Marques au sein de l'Union européenne

欧洲内部市场协调局 编写
国家工商行政管理总局商标局 翻译

中国工商出版社

责任编辑 袁 泉

封面设计 欣 然

图书在版编目(CIP)数据

怎样在欧盟注册商标和保护商标(共同体商标):欧盟商标注册与保护指南/欧洲内部市场协调局编.北京:中国工商出版社,2003.5

ISBN 7-80012-790-7

I. 怎… II. 欧… III. 欧洲联盟-商标管理-指南
IV. F760.5-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 007855 号

书名/怎样在欧盟注册商标和保护商标(共同体商标)

——欧盟商标注册与保护指南

编者/欧洲内部市场协调局

翻译/国家工商行政管理总局商标局

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/880×1230 毫米 1/32 印张/20.5 字数/390 千

版本/2003 年 5 月第 1 版 2003 年 5 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)63730074,63748686

出版声明/版权所有,侵权必究

书号:ISBN 7-80012-790-7/D·193

定价:38.60 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

序 言

自二十世纪七十年代末实行改革开放政策以来,尤其是自二十世纪九十年代建立和不断完善社会主义市场经济体制以来,中国与欧盟的经济联系日益密切,经贸往来日益增多,相互投资日益增长。据统计,2002年,中国与欧盟的进出口商品额达867.6亿美元,占中国与欧洲进出口额的77.0%,占中国与全球进出口总额的14.0%;2002年底,欧盟15国在中国的投资企业共有9004家,注册资本达327.1亿美元,占在中国的外商投资企业总数的4.3%,占外商在中国注册资本总额的8.1%。随着经贸关系的迅速发展和欧盟在中国投资的不断增多,欧盟各成员国的企业在中国寻求商标保护的需求日趋强烈,申请注册的商标数量逐年大幅度上升。1982年,欧盟现在的15个成员国在中国的有效注册商标仅为848件,占外国在中国注册商标总数的6.4%,而到2002年底,欧盟15国在中国的有效注册商标累计达147653件,占外国在中国注册商标总数的46.7%。

随着商标在经济发展和 社会进步中地位和作用的不断提高,中国的商标保护工作不断加强。1982年颁布的《商标法》,不仅是对新中国建立以来的商标法规的完善和重大发展,也是中国改革开放以后在知识产权保护领域制


定的第一部法律。《商标法》实施近二十年来,中国的商标事业取得了令人瞩目的成就:(一)商标法制经过不断地补充、修改、完善和加强,已形成了以《商标法》为基础,内容比较完备、体系比较健全的商标法律制度。(二)商标注册工作不断走向现代化,完成了和正在完成商标注册用商品和服务分类由国内分类向国际分类的转换、商标受理形式由核转制向代理制的转变、商标注册工作手工作业向广泛使用计算机作业的过渡、商标注册流程由纸件运转向无纸化办公的过渡。(三)商标的执法工作不断加强,形成了行政保护和司法保护并行的“双轨制”的执法体制。尤其是各级工商行政管理机关充分发挥商标行政执行网络遍布全国的优势,不断拓宽商标监管领域,加大商标行政执法力度,严厉打击商标侵权行为,查处了大量侵犯商标专用权的案件。据统计,从1983年至2002年,各级工商行政管理机关共查处商标侵权案件28万多件。(四)全社会的商标法律意识明显增强,消费者认牌购物渐成风尚,企业申请商标注册的积极性不断高涨,商标注册申请量不断上升,商标注册年申请量从1983年的2.1万件上升至2002年的37.2万件,有效注册商标也从1982年底的8.4万件上升至2002年底的166.5万多件。

近年来,中国与欧盟在商标领域保持着密切联系,在交流与合作方面取得了一些有意义的进展。此次由欧洲内部市场协调局编写、中国国家工商行政管理总局商标局翻译出版的《怎样在欧盟注册商标和保护商标(共同体商标)》一书,就是中国与欧盟在商标领域成功合作的一个成果。希望双方能够继续保持并不断加强在商标这一重要

知识产权领域的合作。

随着中国加入世界贸易组织,中国将在更大范围内和更深层次上参与经济全球化过程。欧盟市场是国际市场的重要组成部分。中国企业在积极开拓国际市场的过程中,要重视欧盟市场,强化商标国际保护意识,积极了解并充分利用欧盟的商标法律保护体系,维护自己在欧盟的商标权益。有理由相信,《怎样在欧盟注册商标和保护商标(共同体商标)》一书在中国的出版,将有助于中国企业了解欧盟的商标法律制度和商标注册程序,方便中国企业在欧盟注册和保护商标,为中国企业在欧盟的开拓和发展奠定良好的商标法律基础;并将有助于中国商标注册与管理人、商标代理人、法律界人士、学者以及其他人员了解欧盟的商标法律制度。

中华人民共和国国家工商行政管理总局

商标局局长 

二〇〇三年二月二十四日

PREFACE

Since the opening up and reform policy was adopted in late 1970s, in particular since 1990s with the establishment and gradual perfection of the socialist market economy, China and European Union have strengthened their economic links, developed their trade relations and increased their interinvestments. According to statistics, the imports and exports between China and EU in 2002 reached as high as 86.76 billion USD, accounting for 77.0% of the total imports and exports between China and Europe, 14.0% of those between China and the rest of the globe. By the end of 2002, the 15 EU countries had invested in a total of 9004 enterprises in China, whose registered capital had amounted to 32.71 billion USD, accounting for 4.3% of the total number of foreigninvested enterprises in China and 8.1% of the gross registered capital by foreign businesses in China respectively. With the rapid development of trade relations and increased investments by EU in China, businesses in its member states have a growing demand for trademark protection in China, and the number of trademark applications has surged. In 1982, there were only 848 trademarks in force registered in

China by owners from the 15 EU countries, accounting for 6.4% of registered trademarks by foreign countries in China, whereas by the end of 2002 the number had soared to 147,653, accounting for 46.7% of registered trademarks by foreign countries in China.

With trademarks playing an increasingly important role in economic development and social progress, China has reinforced its trademark protection. *The Trademark Law of the People's Republic of China* promulgated in 1982 is an improvement and major development of trademark regulations established since 1949. It is also the first intellectual property legislation in China. Over the 20 years since the promulgation of *the Trademark Law*, China's trademark cause has obtained great achievements: (1) increasingly strengthened trademark legislation after supplement, modification and perfection. A comparatively complete and comprehensive legal system of trademarks has come into being, based on *the Trademark Law*. (2) modernization of trademark registration system. The transfer of domestic classification of goods and services for the purposes of trademark registration to the international one has been successfully achieved. Formerly domestic applications for trademark registration had to be transmitted by administrative authorities for industry and commerce (AICs) to the Trademark Office, whereas nowadays they can be filed by way of trademark agencies. Trademark registration process has been updated from traditional

manual work to paperless workflow; (3) strengthening of trademark enforcement. A “double-track” enforcement system including administrative protection and judicial protection has been formed. By bringing the advantages of nationwide administrative enforcement network into full play, infringement on exclusive trademark rights has been effectively cracked down on. Outstanding achievements have been made in respect of trademark registration and protection. According to statistics, from 1983 to 2002, the AICs at all levels handled 280,000 trademark infringement cases in total; (4) obvious promotion of public awareness of trademark laws and regulations. Consumers’ brand awareness plays an increasingly decisive role in making purchases. Enterprises show a similar eagerness in applying for trademark registration. In 1983, there were only 21,000 trademark applications, with registered trademarks in force totaling 90,000. In contrast, trademark applications had amounted to 372,000 by the end of 2002, with registered trademarks in force of 1.665 million.

Over the last few years, China and EU countries have kept close contact and established sound exchanging and cooperative relationships. *Trade mark Registration and Protection in the European Union—the Community trade mark* edited by the Office for Harmonization in the Internal Market, translated by the Trademark Office of China is a positive result of successful cooperation between China and

EU in the field of trademarks. It is my sincere hope that our two Offices continue and strengthen cooperation in the field of trademarks.

With China's accession to the WTO, China will participate in the economic globalization to a greater extent and deeper degree. The EU market is a significant part of the international market. Chinese enterprises should attach importance to the EU market, intensify the awareness of protecting trademarks, study the EU's trademark protection system and safeguard their trademark rights in EU countries in their efforts to exploit the international market. I am confident that the publication of the book will definitely facilitate Chinese enterprises to understand EU trademark legal systems and registration procedures as well as to apply for registration in EU countries in order to better protect their trademark rights, thus establishing a sound legal basis for Chinese enterprises to develop in EU countries. It also serves as a helpful reference book to Chinese trademark practitioners, legal staff, scholars and other people who are interested in learning the trademark legal system of the European Union.

AN Qinghu
Director General
Trademark Office
State Administration for Industry and Commerce
People's Republic of China

PRÉFACÉ

La Chine et l'Union européenne ont renforcé leurs liens économiques, développé leurs relations commerciales et augmenté leurs investissements réciproques depuis l'instauration de la politique d'ouverture et de réforme, vers la fin des années 1970, et en particulier depuis 1990, suite à l'établissement et au perfectionnement progressif de l'économie de marché socialiste. D'après les statistiques, les importations et les exportations entre la Chine et l'UE en 2002 ont atteint près de 86.76 milliards de dollars US, soit 77.0% de l'ensemble des importations et exportations entre la Chine et l'Europe.

À la fin de 2002, les 15 pays de l'UE avaient investi dans 9004 entreprises en Chine dont le capital social atteignait 32.71 milliards de dollars US, soit respectivement 4.3% de l'ensemble des entreprises à capitaux étrangers en Chine et 8.1% capital social du brut investi par des entreprises étrangères en Chine. Grâce au développement rapide des relations commerciales et à l'augmentation des investissements par l'UE en Chine, les entreprises de ses États membres ont un besoin croissant de protection de marques en Chine et le

nombre de demandes de marques a augmenté considérablement. En 1982, on ne comptait que 848 marques en vigueur enregistrées en Chine par des titulaires des 15 pays de l'UE, soit 6.4% des marques enregistrées par des pays étrangers en Chine, alors qu'à la fin de 2002, le nombre de marques était de 147,653, soit 46.7% des marques enregistrées par des pays étrangers en Chine.

Les marques jouant un rôle de plus en plus important dans le développement économique et le progrès social, la Chine en a renforcé la protection. *La loi sur les marques de la République populaire de Chine* promulguée en 1982 constitue une amélioration ainsi qu'un développement majeur des lois sur les marques établis depuis 1949. Il s'agit par ailleurs de la première législation sur la propriété intellectuelle en Chine. Durant les 20 ans qui ont suivi la promulgation de la loi sur les marques, la Chine a connu de grandes réalisations dans ce domaine: (1) une législation relative aux marques constamment complétée, modifiée et renforcée. Un système juridique concernant les marques a vu le jour, il est relativement complet et exhaustif et se fonde sur la loi sur les marques. (2) la modernisation du système d'enregistrement des marques. Le transfert de la classification nationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques à la classification internationale est une réussite. Les anciennes demandes nationales d'enregistrement de marques ont dû être transférées à l'Office des marques par l'Administration

de l'industrie et du commerce (AIC), alors qu'actuellement elles peuvent être déposées par l'intermédiaire d'agences de marques. Le processus d'enregistrement des marques s'est modernisé, et du travail manuel traditionnel on est passé à un système opérationnel sans support papier; (3) renforcement de l'application du droit en matière de marques. Un système d'application du droit à deux volets comprenant à la fois la protection administrative et la protection juridique a été mis au point. L'exploitation optimale des avantages d'un réseau administratif d'application du droit à l'échelle nationale a permis d'enrayer toute infraction possible concernant les droits exclusifs de la marque. Des réalisations exceptionnelles ont eu lieu au niveau de l'enregistrement et de la protection des marques. D'après les statistiques, de 1983 à 2002, l'AIC a traité, tous niveaux confondus, 280,000 cas de contrefaçon de marques au total; (4) la promotion évidente d'une sensibilisation du public aux lois et règlements relatifs aux marques. L'importance de la marque pour le consommateur joue un rôle de plus en plus décisif dans ses achats. Par ailleurs, on assiste également à une demande d'enregistrement de marques de plus en plus pressante de la part des entreprises. En 1983, on comptait plus de 20,000 demandes de marques, avec un total de 84,000 marques enregistrées en vigueur. En revanche, à la fin de 2002, les demandes de marques atteignaient le chiffre de 372,000 et les marques enregistrées en vigueur s'élevaient à 1.665 million.

Au cours de dernières années, la Chine et les pays de l'UE ont entretenu des contacts étroits et établi de bonnes relations d'échange et de coopération. *Trade mark Registration and Protection in the European Union—the Community Trade Mark* (Enregistrement et protection des marques au sein de l'Union européenne), ouvrage réalisé par l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur, traduit par l'Office des marques de Chine, est le résultat positif d'une coopération réussie entre la Chine et l'UE dans le domaine des marques. Je souhaite sincèrement que nos Offices poursuivent et renforcent leur coopération dans ce domaine.

Grâce à l'adhésion de la Chine à l'OMC, celle-ci participera à la globalisation économique dans une plus grande mesure et d'une façon approfondie. Le marché de l'UE occupe une place importante au sein du marché international. Les entreprises chinoises sont tenues, aux fins d'exploitation optimale du marché international, d'accorder une importance au marché de l'UE, d'intensifier la sensibilisation à la protection des marques, d'étudier le système de protection des marques de l'UE et de sauvegarder leurs droits relatifs aux marques dans les pays de l'UE. Je suis persuadé que la publication de ce livre aidera les entreprises chinoises à comprendre les systèmes juridiques concernant la marque communautaire et les procédures d'enregistrement de même qu'à déposer des demandes d'enregistrement dans les pays de l'UE afin de mieux protéger leurs droits relatifs aux marques, établissant ainsi

une base juridique solide pour le développement des entreprises chinoises dans les pays de l'UE. Elle aidera également les personnes s'occupant de l'enregistrement et de l'administration des marques, les mandataires, les personnes et les savants au milieu législatif ainsi que d'autres personnes à connaître le système législatif sur les marques de l'UE.

AN Qinghu

Directeur Général

Office des marques

Administration nationale de l'industrie et du commerce

République populaire de Chine

序 言

内部市场协调局(OHIM)(商标、工业品外观设计)是欧盟负责商标、工业品外观设计管理和注册的机构。

内部市场协调局从1996年4月1日开始全面运做。从那时起,我们建立并不断加强与全世界各工业产权局之间的联系,大家都有共同的目标:适当、有效地保护工业产权所有人的权利。

1999年,我们和中国国家工商行政管理总局商标局签订了关于在商标领域开展合作的协议,加强了彼此之间的联系。

该书的出版是双方颇有成效的合作关系的成果,它包括欧盟商标体系、商标立法以及商标案例的概述。

我们希望这本书成为中国商标局人员以及其他工业产权申请人、顾问、法律阶层、学术界人士以及其他人员的参考工具。

欧洲内部市场协调局局长
伍博·德博埃

PREFACE

The Office for Harmonization in the Internal Market (Trademark and Designs) [OHIM] is an agency of the European Union entrusted with the administration and registration of the Community trade mark and design.

On the 1st of April 1996 the OHIM became fully operational. Since then relations with Industrial Property offices across the world have been formed and continue to be enhanced given the common objectives of providing expedient and sound protection for holders of IP rights.

In 1999, our relations with the Chinese Trademark Office of the State Administration for Industry and Commerce were consolidated with the agreement to pursue cooperation activities in the field of trade marks.

A significant achievement that has resulted from our fruitful relations is the publication of this book. It comprises an overview of the Community trade mark system, the legislation that created and governs the Community trade mark as well as pertinent trade mark case law.

It is hoped that this book will provide a valuable reference tool not only for the staff members of the Chinese