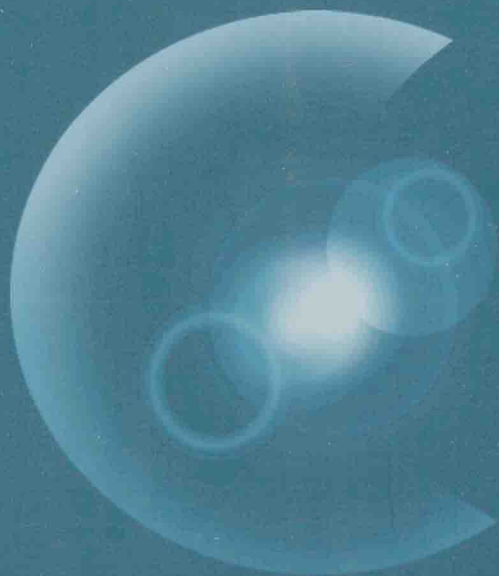


© 耿 明 陈铁水 著

实施商标品牌战略的 法律策略研究

——以云南省实施商标品牌战略为视角



 云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

◎ 耿 明 陈铁水 著

实施商标品牌战略的 法律策略研究

——以云南省实施商标品牌战略为视角

 云南大学出版社
YUNNAN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

实施商标品牌战略的法律策略研究: 以云南省实施
商标品牌战略为视角/耿明, 陈铁水著. -- 昆明: 云
南大学出版社, 2014

ISBN 978 - 7 - 5482 - 1983 - 5

I. ①实… II. ①耿… ②陈… III. ①管业管理—品
牌战略—研究—云南省 ②商标法—立法—研究—世界
IV. ①F279.277.4 ②D913.04

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 080712 号



实施商标品牌战略的法律策略研究

——以云南省实施商标品牌战略为视角

耿明 陈铁水 著

责任编辑: 叶枫

封面设计: 周 凡

出版发行: 云南大学出版社

印 装: 昆明市五华区教育委员会印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 24.625

字 数: 438 千

版 次: 2014 年 6 月第 1 版

印 次: 2014 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5482 - 1983 - 5

定 价: 58.00 元

社 址: 云南省昆明市翠湖北路 2 号云南大学英华园内

邮 编: 650091

发行电话: 0871 - 65033244 65031071

网 址: <http://www.ynu.edu.cn>

E - mail: market@ynu.edu.cn

目 录

导 论	(1)
-----------	-----

第一编 云南省商标品牌概况

第一章 云南省商标品牌历史与发展	(12)
第一节 云南商标历史	(12)
第二节 改革开放后云南省商标事业的发展	(18)
第三节 二十一世纪对商标品牌的要求	(30)
第二章 云南省商标品牌战略的实施	(39)
第一节 云南省商标品牌战略的出台	(39)
第二节 云南省商标品牌战略的目标	(42)
第三节 云南省商标品牌战略的实施	(47)
第三章 云南省“十二五”商标品牌战略	(54)
第一节 “十一五”成就奠定基础	(54)
第二节 云南省“十二五”商标规划明确目标	(59)
第三节 “两强一堡”战略的历史机遇	(68)

第二编 实施商标品牌战略的基本法律策略

第四章 实施商标品牌战略的法律策略概说	(78)
第一节 法律策略概说	(78)
第二节 发达国家的经验借鉴	(91)
第三节 法律策略的选择和运用	(106)

第五章 实施商标品牌战略的法律策略选择	(111)
第一节 商标品牌战略的分析	(111)
第二节 实施商标品牌战略的法律策略选择	(116)
第三节 运用法律策略的价值评价	(121)
第六章 实施商标品牌战略的基本法律策略	(127)
第一节 商标创建的法律策略	(127)
第二节 商标运用的法律策略	(130)
第三节 商标保护的法律策略	(144)
第四节 商标管理的法律策略	(149)

第三编 实施商标品牌战略法律策略专论

第七章 商标创建的法律策略	(154)
第一节 商标设计的法律要求	(154)
第二节 商标设计的法律策略	(167)
第三节 创建驰名商标的路径	(176)
第八章 商标注册的法律策略	(185)
第一节 商标国内注册之策略	(185)
第二节 商标域外注册之路径	(195)
第三节 商标域外注册之策略	(200)
第九章 知名未注册商标的在先权保护	(206)
第一节 未注册商标概说	(206)
第二节 知名未注册商标在先权的法律保护	(217)
第十章 商标反抢注的法律策略	(234)
第一节 商标被抢注概况	(234)
第二节 反抢注法律制度	(240)
第三节 防范抢注之法律策略	(251)
第十一章 在先权保护的法律策略	(261)
第一节 在先权概说	(261)

第二节 在先权冲突的情形	(265)
第三节 避免权利冲突的原则及措施	(271)
第四节 适用在先权制度的法律策略	(280)
第十二章 驰名商标保护的策略	(293)
第一节 驰名商标保护的意义	(293)
第二节 驰名商标保护的强化	(298)
第三节 驰名商标保护的策略	(313)
第十三章 地理标志保护的策略	(325)
第一节 云南地理标志概况	(325)
第二节 地理标志保护的价值取向	(332)
第三节 地理标志保护的法律体系	(335)
第四节 地理标志的国际保护	(346)
附一：地理标志作为一般商标注册——金华火腿的教训	(348)
附二：“普洱茶”地理标志证明商标申报过程、使用规则	(352)
附三：全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国商标 法》的决定	(357)
附四：中华人民共和国商标法（2013 年修正）	(367)
参考文献	(382)
后 记	(386)

导 论

一、问题的提出

商标品牌战略是现代国家知识产权的一项基本战略,它是指为获得与保持市场竞争优势,以运用商标制度提供的各种手段,达到树立产品和服务形象、促成产品或服务占领市场的总体性长期的规划。商标品牌战略的直接目标是创立、发展和保护一个国家、一个地区、一个企业的商标品牌,以体现一个国家、一个地区、一个企业的经济实力和竞争力。

“截至2013年8月,我国商标累计注册申请量达1253.9万件,累计商标注册量为833.5万件,商标有效注册量为695.3万件,均居世界第一。商标注册年申请量从1980年的2.6万件增加到2012年的164.8万件,增长了62倍,较好促进了创新型国家发展。”^①并涌现出一批享誉海内外的驰名商标。从统计数据可看出,我国确实是商标大国,但是,我国不是商标强国,我国目前在国际市场上还没有足够强大的世界品牌。

纵观国内外经济发展,谁拥有了品牌,谁就拥有更高的市场占有率,谁就拥有了强大的核心竞争力。温家宝同志曾多次指出:“品牌就是知识产权,她代表竞争力和利益,”“世界未来的竞争就是知识产权的竞争,集中表现在一流的技术、一流的产品。我们要从实现国家繁荣昌盛和民族伟大复兴的战略高度出发,鼓励我国的优秀企业争创世界顶级品牌。”厉以宁先生也指出:“品牌国际化将成为中国企业向外拓展的主流方向,中国企业将由产品营销转换为品牌营销。”当前,在国家知识产权总体战略的指导下,全国各地纷纷制定和实施“品牌战略”“精品名牌工程”,创造品牌,转变经济增长方式,推动经济发展。

2008年6月5日国务院发布了《国家知识产权战略纲要》。“《国家知识

^① 张茅:《学习贯彻新〈商标法〉服务经济社会发展》,载《人民日报》2013年9月13日。

产权战略纲要》将知识产权的能力建设分为创造、运用、保护、管理四个方面。就这四个方面的关联性而言,创造是前提、运用是目的,保护是手段,管理是基础。一般认为,实施知识产权战略,就应坚持激励创造、有效运用、依法保护、科学管理十六字方针。”^① 2009年5月26日国家工商总局发布了《关于贯彻落实〈国家知识产权战略纲要〉大力推进商标战略实施的意见》,其中明确商标战略目标:到2020年,把我国建设成为商标注册、运用、保护和管理水平达到国际先进水平的国家。具体目标是:(一)商标保护制度更加完善。(二)企业自主商标拥有量进一步增加。(三)企业管理和运用商标的能力明显增强。(四)全社会的商标意识普遍提高。

云南省省委、省政府高度重视并提出商标品牌战略。

“十五”期间,截至2005年底,云南省商标申请数累计近4万件,核准注册约2.5万件,有效注册商标数约2.1万件;从2003年开始启动云南省著名商标认定工作,共认定了云南省著名商标317件;另外还拥有了中国驰名商标4件;正式注册了“文山三七”“呈贡宝珠梨”“普洱茶”和“宣威火腿”等四件地理标志证明商标。

“十一五”期间,明确提出商标战略的主要目标:提高商标注册的数量和质量,确保商标注册申请数量每年增幅不低于5%;全面实施商标战略,力争地理标志商标达到15件左右,云南省著名商标也要突破500件,中国驰名商标达到10件左右;继续以保护注册商标专用权为核心,加大商标保护力度,切实维护商标所有人和广大消费者的合法权益;实施有效监管,促进社会和谐发展;运用计算机加强对商标的管理,商标监管行政执法队伍建设进一步提高。

2008年6月5日国务院发布《国家知识产权战略纲要》之后,2008年8月29日,云南省政府发布《云南省人民政府关于推进商标战略工作的实施意见》(云政发〔2008〕170号),对云南省推进商标战略的实施提出总体目标要求,加速云南商标事业的发展和商标战略的进程。“十一五”期末截至2010年12月底,云南省拥有有效注册商标4.1万件,著名商标总数达到957件,中国驰名商标总数20件,地理标志证明商标总数达到18件。^② “十一五”期间,云南省顺利和超额完成“十一五”任务,实现了预期的战略目

^① 周家贵:《商标侵权原理与实务》,法律出版社2010年版,第1页。

^② 《云南工商“十一五”推进商标战略实施纪实》,载《云南政协报》2011年1月21日。

标,推动云南省实施商标战略进入到快车道,迅速发展。

云南省“十二五”商标战略规划实施比较顺利,开局之年就有较快增长,截至2012年6月底,云南省共有有效注册商标6.5万件,地理标志证明商标52件,中国驰名商标45件,云南省著名商标1117件,驰名、著名商标企业已成为推动云南省经济增长的主要力量。2011年,云南省中国驰名商标企业总产值1372亿元,占全省GDP的16%,云南省著名商标企业总产值2721亿元,占全省GDP的31%。“宣威火腿”“文山三七”“蒙自石榴”等一批优质特色地理标志产品,走向全国、走出国门,成为促进农业增效、农民增收和地方经济发展的“金字招牌”。^①

截至2013年6月底,云南省“全省有效注册商标累计达到8.1万件;已注册和初步审定的地理标志证明商标达到69件;去年云南省又获准认定中国驰名商标22件,是年度认定数的历史最高纪录,驰名商标总数达到56件;去年新认定云南省著名商标245件,著名商标总数达到1398件”^②。为全面实现《云南省商标发展“十二五”规划》奠定了坚实基础。

如何贯彻落实《国家知识产权战略纲要》和《关于贯彻落实〈国家知识产权战略纲要〉大力推进商标战略实施的意见》,切实实现《云南省人民政府关于推进商标战略工作的实施意见》和云南省“十二五”商标战略规划,将商标战略的“创造、运用、保护、管理”四个方面有机地统一,达到国际先进水平,需要认真地研究和探讨法律策略的谋划和运用问题,运用法律策略提高“创造、运用、保护、管理”的效益和水平。本书的研究重点就是实施商标品牌战略中运用什么样的法律策略以及如何运用。

二、商标品牌战略的研究意义、价值

商标品牌是市场占有的体现,没有商标品牌就没有市场、没有利益。云南省是商标品牌小省,与全国发达省市区相比差距很大,即便与西部地区比较,也是处于末位;同时,云南省面临外来商标品牌的挤压和冲击,缺乏强有力的商标品牌予以抗争和阻击;贯彻“走出去”战略,扩大市场份额,缺乏具有国际竞争力的商标品牌。

发展和培育云南本土的商标品牌,是实施商标品牌战略的重要步骤,但

^① 《中国商标年会在昆明召开》,载《昆明日报》2012年9月7日。

^② 李晗:《2013年度云南省著名商标初审认定审查工作情况报告》,2013年10月29日。

云南的企业在商标品牌战略的实施上似乎还没有做好充分的准备,研究和拟定相应的实施策略仍显不足,法律策略更为欠缺。

法律策略,就是在现有法律制度的框架下,充分运用法律提供的各种方式和手段制定相应的谋略,是具合法性、策略性、可供实际操作和具有长远效益的具体方式方法,是全面提高“创造、运用、保护、管理”效益和水平的手段。

法律策略的研究和运用,是极具重要理论意义和实用价值的,它可以有效地推进商标品牌战略的实施,有利于提高注册商标的数量和质量;有利于争创驰名商标,增强市场竞争力和扩大市场占有率;有利于商标品牌的国际化,支持企业实施“走出去”战略,打造国际品牌,引领云南企业“走出去”开展国际竞争。

法律策略的研究和运用意义在于:

第一,促进企业自主商标拥有量进一步增加。

促进我国企业国内和国际商标注册数量稳步增长,市场主体拥有注册商标数量进一步增加,使国内注册商标总量与我国总体经济规模相适应;促进国际注册商标数量与我国的对外贸易地位相适应,使拥有自主商标的出口产品和服务所占对外贸易份额大幅提升。要使商标成为我国企业参与市场竞争和实施“走出去”战略的有力支撑。

第二,提升企业管理和运用商标的能力。

促使企业商标管理制度进一步健全,对维护商标权益的投入大幅度增加,运用商标参与市场竞争的能力明显提升,使商标成为更多企业的核心竞争力和提高经济效益的重要因素,进而成为国家核心竞争力和综合实力的重要组成部分。通过“商标富农”“商标兴企”发展品牌特色经济,培育、发展一大批在国内外市场占有率高的驰名商标,成为我国转变经济发展方式、统筹城乡区域发展的重要手段。

第三,推动争创中国驰名商标。

在商标注册、评审和管理工作中,积极支持和帮助企业争创驰名商标,维护驰名商标的知名度、美誉度和忠诚度,提高企业的核心竞争力。

第四,引导和鼓励企业实施“走出去”战略。

支持企业提高对外开放水平,积极参与国际竞争。大力宣传、普及商标国际注册知识,引导企业在国际贸易中使用自主商标,积极进行商标国际注册,逐步提高自主商标商品出口比例。鼓励企业积极应对海外商标纠纷,运用当地法律和国际规则制止海外商标抢注行为和商标假冒侵权行为。畅通海

外维权投诉和救助渠道,建立健全海外商标侵权预警机制,提高海外维权效率。

第五,提高全社会的商标意识。

逐步形成高度重视商标工作,尊重劳动、尊重知识、崇尚创新、诚信守法的知识产权文化,基本建立符合社会主义市场经济特色的商标文化。促进“知识产权意识深入人心,自觉抵制假货”的健康消费理念进一步增强。商标知识日益普及,各类商标专业队伍得到大力发展。尊重和保护商标的社会环境、文化环境、法治环境日臻完善。

第六,加大商标的保护力度。

在商标注册、评审和管理工作中严格依法保护企业商标;净化市场,打击假冒侵权、治理商标市场乱象,切实保护商标所有人合法权益。

三、研究的背景——第三次《商标法》的修改

“当前,世界各主要发达国家都把依靠发展创新、实施知识产权战略作为促进本土经济复苏的战略选择。欧盟、日本等近几年不断对商标法律进行修改和调整,其意图就是要强化自身在全球竞争中的知识产权优势地位。2010年,美国商标密集型产业占GDP总额的31%,我国仅占6.44%。据统计,目前我国拥有自主品牌的外贸企业约占外贸企业总数的20%,自有品牌产品出口额约占出口总额的11%。今年上半年,国内企业提交马德里国际商标注册申请972件,累计仅有1.6万件。在2012年度‘世界品牌500强’中,我国仅占23席,其中排在前100名的品牌仅有4个,与我国世界第二大经济体的地位很不相符。适应国际经济竞争复杂形势的要求,亟须对现行《商标法》进行修改完善,全面提升我国的商标注册、运用、保护和管理水平。”^①

我国《商标法》于1982年制定,先后在1993年和2001年进行了两次修改,自第二次修改以来,我国所面临的国际国内形势有了很大变化,商标法的一些条款(包括两次修订中涉及的条款)已不再适应新形势的发展需要,现行商标法一些内容出现了不适应实践需要的情况,如:商标注册程序比较烦琐,商标确权时间过长;驰名商标制度在实践中出现偏差;恶意抢注商标情况比较常见,商标代理活动不够规范,商标领域的不正当竞争现象比

^① 张茅:《学习贯彻新〈商标法〉服务经济社会发展》,载《人民日报》2013年9月13日。

较严重；商标侵权尚未得到有效遏制，注册商标专用权保护有待加强等。

因此，《商标法》的第三次修改就提上议事日程。2003年，国家工商总局受国务院的委托，承担了商标法第三次修改的具体准备工作。经过近六年的努力，总局在深入基层调查研究、广泛征求社会各界意见、认真听取专家学者建议的基础上，反复修改形成了《商标法》修订送审稿，于2009年11月18日报请国务院审议。2011年9月1日，为了进一步增强立法的公开性和透明度，提高立法质量，国务院法制办公室决定，将《中华人民共和国商标法（修订草案征求意见稿）》全文公布，征求社会各界意见，以便进一步研究、修改后报请国务院常务会议审议。2012年10月31日，国务院常务会议讨论通过了《中华人民共和国商标法修正案（草案）》，并提交全国人大常委会先后三次进行审议。2013年8月30日十二届全国人大常委会第四次会议表决通过新修改的《商标法》。修改后的《商标法》从2014年5月1号起施行。

此次修改《商标法》，在与我国参加的国际条约保持一致的前提下，重在立足国内实际需要进行修改，同时借鉴吸收了世界主要国家的先进经验和成熟做法，围绕实践中存在的突出问题对商标法律制度进行了完善。突出了四个方面：

第一，调整商标注册审查制度，为申请人提供更加方便快捷的商标注册服务。新法取消了现行法对商标注册的可视性要求，将国际上申请和审查标准相对比较成熟的声音商标纳入到商标可申请注册的范围。允许申请人通过互联网以电子方式向商标主管部门直接提交申请，规定一份申请文件注册范围可以涵盖多类商品，与国际通行做法接轨。增加了审查意见沟通程序。在审查过程中，商标局可以要求申请人对其商标申请做出说明或者修正。完善商标注册异议制度，简化了确权程序，限制了商标异议主体，有利于缩短商标注册周期。

第二，对商标注册、使用和商标代理中的不正当竞争行为进行规制，维护公平竞争的市场秩序。新《商标法》增加了诚实信用原则的有关内容，明确界定并禁止了商标抢注行为。明确规定将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《反不正当竞争法》处理。加强了对商标使用行为的引导和保护。增加了商标代理机构的法律责任和义务，有利于促进商标代理市场健康发展。

第三，厘清了驰名商标保护制度，引导驰名商标回归其立法本意。驰名商标是一个法律概念，其认定是对扩大商标保护范围而设立的特别保护制

度,也是国际上通行的做法,对于规制仿冒名牌行为起到了有效作用。但在实际执行中,有的企业把“驰名商标”当成荣誉称号进行片面宣传,构成了不正当竞争,扰乱了市场秩序。新《商标法》在坚持实行驰名商标认定保护制度的同时,禁止生产、经营者将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上,或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中,促使企业在尊重市场规则的前提下加强自主品牌的培育,真正提升自身的市场竞争力。

第四,加大对注册商标专用权的保护力度,保护商标权利人的合法权益。增加了商标侵权行为的种类,规定了对商标侵权行为的法定从重处罚情节,并根据涉案金额进一步规范了工商行政管理部门行政处罚的标准。引入了惩罚性赔偿规定,将法定赔偿额上限从50万元提高到300万元,加大了侵权人的违法成本。减轻了商标权利人举证责任,有效防止因权利人‘举证难’导致损害赔偿数额偏低的现象。^①

四、研究的重点、难点、创新点

《国家知识产权战略纲要》将知识产权的能力建设分为创造、运用、保护、管理四个方面。

(1) 重点:本书重点分析云南省商标品牌实施战略中创造、运用、保护环节存在问题的准确性,法律策略的设计和具体操作安排的适当性。

从现代化大生产与市场贸易的发展趋势来观察,商标品牌战略在一个国家、一个地区知识产权战略体系中的地位及其作用。明确商标品牌战略是现代国家知识产权的一种基本战略,是为获得与保持市场竞争优势,以运用商标制度提供的各种手段,达到树立产品或服务形象、促成产品或服务占领市场的总体性长期的规划。强调商标品牌战略的直接目标是创立、发展和保护一个国家、一个地区、一个企业的商标品牌,是体现一个国家、一个地区、一个企业的经济实力和竞争力的路径。

以国际大环境为视角,分析研究美、日等发达国家为了谋求其在全球经济中的霸主地位,把知识产权战略作为国家重要的长期发展战略,对世界经济局势产生的重大影响;以知识产权作为重要的竞争手段对经济增长方式的转变,以及这种转变反映出未来世界经济发展模式的改变对我国经济的影响。同时,面对我国商标被动挤压和被围追堵截的局面,研究探讨维护我国

^① 张茅:《学习贯彻新〈商标法〉服务经济社会发展》,载《人民日报》2013年9月13日。

商标权和反抢注商标的策略和方法。

分析云南省“十五”“十一五”商标品牌实施战略的成绩与不足：“十五”期间，以中国驰名商标为例，2005年底中国共有驰名商标435件，云南省仅有4件，占全国的1.35%；素有植物王国美誉的云南省，仅有4件地理标志证明商标；“十一五”期间，中国驰名商标总数20件，地理标志证明商标总数达到18件。^①虽然“十一五”期间，云南省商标战略的实施取得显著成绩，但与周边省区、发达省区同比，差距仍然很大。凡此种种，与云南省的经济社会发展极不适应。

分析差距成因，我们认为云南省实施商标品牌战略的薄弱环节主要存在于商标的创造、运用、保护等方面，其中创造、运用与保护商标、创建品牌方面，忽略商标法律策略的设计和运用是原因之一。法律策略的科学设计和合理运用，对形成规模化的商标品牌群体，形成具有国际竞争力的国际化商标品牌，具有重要的促进和维护作用。

评析外国的经验与外资公司的策略：世界上大多数国家和地区都采取注册在先原则，即谁先在该国和该地区注册商标，谁就拥有商标的专用权。根据商标保护地域性的规定，商标一旦抢注成功，被抢注商标的企业就不得在该国或该区域内使用该商标，若违反则构成侵权。外商在我国实施商标战略的主要手段包括：广告宣传；提供赞助，在国际体育盛会（比如奥运会）、文化活动、慈善事业上强化和扩大跨国公司的商标影响；合资经营，冻结和扼杀我方的商标；外资公司以收购、代理、专营、商标特许等手段，在中国实施其商标战略。

本书的重点，在于分析借鉴外国与外资公司的经验，拟定云南省商标品牌实施战略中创造、运用、保护的具体法律策略。

（2）难点：设计实施商标战略的总体法律策略；设计法律策略的充分性和合法性；实现运用法律策略的可行性与安全性的有效统一。

本书注重商标创建、运用、保护、管理等环节的基本法律策略与商标保护法律策略专论的选择与衔接，并尽可能使商标保护法律策略专论的设计与实践需要高度吻合。

①商标创建包括：商标设计策略。商标设计不仅仅是艺术形式的构想与再现，更要充分了解和有效运用商标法律知识。既要考虑到能否获得注册，

^① 《云南工商“十一五”推进商标战略实施纪实》，载《云南政协报》2011年1月21日。

取得有效商标；也要兼顾商标防伪、防假冒、防不正当竞争等功能。商标注册策略。在现代市场经济条件下，商标只有通过注册才能取得法律认可和法律保护；注册既要合法取得有效商标权，更要运用法律手段积极在国内外申请注册，以防范和阻止他人抢注。

②商标运用策略：商标的运用是一个既包含法律知识，又必须考量市场因素的综合系统，其中，从法律层面思考可运用的方式方法，谋划具有长远效益又符合法律的措施。

③商标保护策略：保护分为自我保护、法律保护 and 国内保护、国际保护。自我保护包括创新对品牌商标的保护、积极开发和应用防伪技术的保护、商标开发防御性保护等。法律保护是指运用法律武器予以保护，包括参与政府的打假、打“傍名牌”等侵权行为，通过法律诉讼对商标品牌的保护。

④商标保护法律策略专论包括：商标品牌创建策略；商标注册策略；未注册商标保护策略；反抢注策略；在先权保护策略；驰名商标保护策略；地理标志证明商标保护策略。

⑤未注册商标的保护策略：在国内外使用未注册商标的情况时有发生，虽然不是商标使用的主流和普遍现象，但仍然需要对未注册商标的保护事先做出相应的谋划，制定相应的保护策略，以确保一旦使用未注册商标就有相应的保护预案，以不变应万变。

⑥商标反抢注策略：我国《商标法》强调诚实信用原则，明确界定并禁止商标抢注行为。明确规定将他人注册商标、未注册的驰名商标作为企业名称中的字号使用，误导公众，构成不正当竞争行为的，依照《反不正当竞争法》处理。但是，如何才能有效地防止自有商标被他人抢注，则需要加强法律意识，提高维护商标权益的技能技巧，充分运用法律资源保护自有商标以促进商标事业的健康发展。

⑦申报驰名商标策略：国家驰名商标的认定，是为保护知识产权、维护企业的合法权益采取的一种具有法律意义的手段。被认定为驰名商标，不仅是企业的一种荣誉，也是提高产品声誉、商标及企业的知名度的有效手段，更重要的是这些商标将受到国家的重点保护。申报驰名商标需要一定的策略，可以按照现行的法律框架，有选择地利用行政认定、法院裁判等路径获得认定。

⑧地理标志保护策略：由于我国地理标志法律保护制度建立的时间较晚，加之很多偏远地方的民众法律意识缺乏，我国很多地方，尤其是经济发

展滞后的地区,存在很多事实上的地理标志,由于不懂、不知或者不重视,没有及时申请注册商标。但是,从保护利益人和维护公平竞争的秩序出发,地理标志注册商标后将获得更强的保护。

(3) 创新点:本书结合新修订的《商标法》谋划实施商标战略的法律策略。

在《商标法》自1982年制定以来第三次修改的背景下,按照新修订的《商标法》谋划实施商标战略的法律策略。

为了适应经济、社会的发展,商标法分别在1993年和2001年历经两次修订,进一步完善了我国商标制度。但是,该法自第二次修改以来,我国所面临的国际国内形势有了很大变化,《商标法》的一些条款(包括两次修订中涉及的条款)已不再适应新形势的发展需要。因此,《商标法》的第三次修改提上议事日程。从2006年开始,国家工商行政管理总局商标局即开始启动商标法第三次修改工作。2013年8月30日,十二届全国人大常委会第四次会议表决通过了关于修改商标法的决定,新修订的商标法针对当前商标注册程序比较烦琐、商标确权时间过长、恶意侵犯商标权屡禁不止等问题做出一系列修改和调整,有望进一步方便申请人注册商标、维护公平竞争的市场秩序、加大对商标侵权行为的打击力度。

按照新修订的《商标法》,在法律的框架内从商标品牌战略的创造、运用、保护等环节梳理云南省商标品牌弱势现状的原因及症结,摸清情况,从众多原因中分析评价缺乏法律策略的影响力,提出基本法律策略,细论具体策略,如创造商标品牌策略、商标设计策略、注册商标策略、反抢注策略、未注册商标保护策略、在先权运用策略、驰名商标保护策略、地理标志证明商标保护策略,分析法律策略的实际运用,以提升商标法律意识,提高充分运用法律的自觉性和技巧性,为云南省商标品牌战略的实施提供可资参考的具体思路和方法。

2013年8月30日十二届全国人大常委会第四次会议表决通过新修改的《商标法》,新修改的《商标法》对2001年的《商标法》做了53处修订,本书以新法条文为标准,新旧法比较对照,对本书所涉内容阐述新法的相关规定。为便于区分论述,本书以2001年《商标法》和2013年《商标法》区别新法与旧法。

云南省商标品牌概况