

商标与商标法

朱锡森 豫石 著
孙安娜 张永民



《商标法》实施以来，商标局受理的商标注册申请日益增加。截止1985年底，我国共有有效注册商标127,000多个，其中外国商标19,000多个。我国商标史上注册申请的最高数字的一年，是1985年，为48,500多个。据不完全统计，1983年全国共查处商标违法案件为8,100余件，1984年全国共查处商标违法案件为9,200余件。

为了适应经济体制改革和对外经济贸易发展的需要，有必要从以下三个方面来进一步贯彻执行《商标法》：第一，进一步明确商标使用人应承担的法律责任，加强商标管理工作。企业使用注册商标应标明“注册商标”字样或者注册标记；商标注册人许可他人使用其注册商标必须签订商标使用许可合同并报送备案。而且使用注册商标或者未注册商标的商品应当标明企业名称或者地址。第二，加强对商标违法行为的处罚手段，更有效地保护商标专用权。对于严重破坏商标注册人的信誉，损害广大消费者的利益，制造和倒卖他人已注册商标商品的违法犯罪活动，必须给予有力的打击。因而，有必要加强对假冒、侵权行为的处罚手段，违反其他工商法规的，还应合并处理，对自行销售商标标识等行为也应予以处罚。第三，进一步健全商标注册的审批制度。以县级以上行政区划名称、外国首都名称和公众知晓的外国行政区划名称作商标，在绝大多数国家中是不准许注册的，主要是与商品产地标记混淆，缺乏显著性。因此，以这类名称作商标申请注册的应不予核准。

商标与商标法

朱锡森等 著

工人出版社出版(北京安外六铺炕)

新华书店北京发行所发行

通县曙光印刷厂印刷

开本787×1092毫米 1/32 印张: 6.875字数: 146,000

1986年11月第1版 1986年11月北京第1次印刷

印数: 1—8,320册

统一书号: 6007·11 定价: 1.20元

绪 论

全国人民代表大会常务委员会于1982年8月23日通过颁布，并自1983年3月1日起实施的《中华人民共和国商标法》（以下简称《商标法》），是调整我国商标专用权的基本法律。

我国是一个有着悠久历史的国家，很早就出现了商品交换，与商品交换相联系的商品标记，在距今两千多年以前即已存在。例如，一些出土的铜器、陶器等历史文物上，不少标有工匠、作坊的名称或符号、标记。工匠在自己生产的商品上署名，不仅是为了在商品交换中与他人商品相区别，而且还要对商品质量负责。

商标作为现代企业在自己的商品上使用的特定标记，其信誉十分重要。商标信誉是在消费者的购货比较中自然形成的。商品保证质量、价格公道、适用消费者经济水平和实用需要，才能建立较高的商标信誉，成为名牌。因而，商标是商品竞争的工具，商标信誉是企业的生命。

《商标法》规定，经商标局核准注册的商标，注册人享有商标专用权，受法律保护。这就把我国的商标工作转到了以保护商标专用权为中心内容的法制轨道上来了，从而有利于建立社会主义商标工作的正常秩序，有利于保护企业法人和个体工商户的商标专用权，有利于维护消费者的利益，有利于加强我国商标领域的对外交往和合作，适应我国大力发展社会主义商品经济和对外开放政策的需要。所以《商标法》在我国现代化建设事业中日益显示出积极的作用。

目 录

绪 论

第一章 商标和商标法	1
第一节 商标	2
趣话小引.....	2
商标的概念.....	4
文字商标.....	6
图形商标.....	7
文字图形组合商标.....	8
服务商标.....	9
集体商标.....	9
联合商标.....	10
防御商标.....	10
保证商标.....	10
驰名商标.....	11
立体商标.....	11
音响商标.....	11
商标的作用.....	12
第二节 商标法	16
商标注册试办章程.....	16
1923年商标法.....	18
1935年商标法.....	20
苏皖边区商品商标注册暂行办法.....	20

晋冀鲁豫边区商标注册办法	22
华北区商标注册办法	23
华北区商标注册办法施行细则	24
陕甘宁边区商标注册暂行办法	25
商标注册暂行条例	28
商标注册暂行条例施行细则	31
商标管理条例	32
商标管理条例施行细则	34
附：商品分类表	36
中华人民共和国商标法	39
关于申请商标注册要求优先权的暂行规定	43

第二章 商标注册的法定程序 45

第一节 商标注册的申请 45

商标注册申请	45
商标注册申请书	46
商标注册申请人	47
外国商标注册申请人	47
商标名称	48
商标图形	48
商品名称	49
商品类别	49
商品分类表	49
商标档案	51
商标图样	51
同类商品	52
分别申请	52

另行申请	53
重新申请	54
变更申请	54
商标注册申请的手续	55
申请注册商标的核转	56
商标注册规费	58
商标注册的申请日期	58
商标目录	59
商标查询	59
外国人或外国企业商标注册申请书	60
商标申请人国籍证明书	60
商标代理	61
商标代理委托书	61
外国人或外国企业申请商标注册代理办法	62
第二节 商标注册的审查和核准	63
商标注册申请的受理	64
商标审查	64
商标审查标准	65
商标审查员	66
初步审定	66
商标公告	67
附：初步审定商标公告	69
驳回申请	70
同一种商品	71
类似商品	72
相同商标	72
近似商标	73

申请在先原则	74
使用在先原则	74
商标异议	75
异议人	75
商标异议的复审	76
商标异议复审终局裁定	76
驳回商标的复审	76
复审	77
终局决(裁)定	78
核准注册	78
商标注册证	78
商标争议事宜	79
第三节 商标的注册	79
登录商标注册簿	80
发放商标注册证	80
发布商标公告	80
附：注册商标公告	81
建立企业商标档案	81
注册商标争议	82
商标评审委员会	83
续展注册	84
附：续展注册商标公告	85
宽展期	87
转让注册	87
附：转让注册商标公告	88
变更注册	90
附：变更注册商标公告	91

第三章 注册商标专用权的保护	92
第一节 商标专用权	92
商标专用权.....	92
核准注册的商标.....	93
核定使用的商品.....	93
注册商标转让.....	93
商标使用许可.....	94
附一：关于转交“齿轮”商标使用许可合同 并予备案的函.....	96
附二：齿轮牌商标使用许可备案书.....	97
附三：齿轮牌商标使用许可合同.....	98
注册商标的有效期.....	98
避免误认的措施.....	99
第二节 对商标侵权行为的制止	100
商标侵权行为.....	100
注册商标标识.....	101
制止商标侵权行为的行政手段.....	101
侵犯“飞跃”商标专用权案.....	102
商标整顿通告.....	104
维护商标专用权的声明.....	105
制止商标侵权行为的诉讼手段.....	107
第三节 对假冒他人注册商标的制裁	109
假冒他人注册商标.....	109
制裁假冒注册商标的刑事手段.....	111
假冒“飞鸽”商标案.....	113

商标的管理	115
第一节 注册商标的管理	115
商标管理机关.....	115
注销注册商标.....	116
撤销注册商标.....	116
附：撤销注册商标公告.....	117
责令限期改正.....	118
通报.....	119
罚款.....	119
第二节 未注册商标的管理	120
未注册商标.....	121
冒充注册商标.....	121
第三节 商标印制管理	122
商标印制管理暂行办法.....	122
第四节 企业商标管理	125
商标管理小组.....	125
企业商标管理制度.....	126
加强质量管理，维护名牌声誉.....	127
积极查处伪造、冒牌事件.....	128
附：上海家用化学品厂商标管理暂行 规定.....	128
第五章 外国商标法律制度	130
第一节 外国商标机构	130
商标局.....	130
商标局职权.....	131
商标局人员编制.....	131

政府间商标联合机构.....	131
第二节 外国商标法	132
商标专用权的确认.....	132
使用原则确认商标权.....	132
注册原则确认商标权.....	133
使用原则与注册原则相结合.....	133
注册原则与使用原则相结合.....	134
商标注册申请.....	134
审查.....	135
注册.....	135
商标注册的有效期和续展.....	136
商标侵权.....	136
美国商标法对侵权的处理.....	136
日本商标法对侵权的处理.....	137
法国工业、商业或服务行业商标法对侵权的 处理.....	138
南斯拉夫商标和服务商标法对侵权的处理.....	139
第三节 出口商品商标在国外的注册保护	139
出口商品的商标设计.....	140
及时申请注册.....	140
委托代理人向国外申请商标注册.....	141
办理商标查询.....	142
准备文件.....	142
代办国外申请注册的手续.....	143
申请至国外注册商标委托函.....	144
注册商标的使用.....	144
注意市场动向, 保护权益.....	145

第六章 商标的国际保护	146
第一节 世界知识产权组织	146
世界知识产权组织(WIPO)的沿革.....	146
WIPO的宗旨.....	147
WIPO管理的条约.....	148
WIPO的成员国.....	149
参加WIPO成员国的条件.....	149
关于工业产权的国际保护.....	150
第二节 商标国际条约	151
保护工业产权巴黎公约.....	151
商标国际注册马德里协定.....	155
商标注册条约.....	156
尼斯协定.....	157
维也纳协定.....	159
附 录	160
附录一：中华人民共和国商标法.....	160
附录二：中华人民共和国商标法实施细则.....	167
附录三：商标印制管理暂行办法之附件.....	186
附录四：各国商标基本规费和有效期 参考表.....	194
附录五：各国商标法正式通过的年度表.....	199

第一章

商标和商标法

我国是有着悠久历史的国家，在我国很早就出现了商品交换关系。而与商品交换关系相联系的商品标记，在两千年以前即已存在。在一些出土的铜器、陶器等历史文物上，已经发现不少标有工匠、作坊的文字或符号的标记。在唐代的《唐律疏议》一书中，已有“物勒工名，以考其诚，功有不当，必行其罪”的记载。这说明工匠在商品上署名，不仅是为了与他人生产的商品相区别，而且还是要对自己生产的商品质量负责。北宋时期图文并茂的商标已较完美。中国历史博物馆现保存的一块“白兔儿”商标铜版，就是当时山东济南刘家针铺所使用的商标。铜版上有白兔儿图形，兼有“白



济南刘家功夫针铺，
认门前白兔儿为记。收买
上等钢条，造功夫细针，
不误宅院使用。客转与
贩，别有加饶，请记白。

图一 我国现存的最早商标

兔儿为记”的字样。(见图一)

(这是我国目前发现的最早的商标图形，系北宋年代山东济南刘家功夫针铺商标铜版。现保存在中国历史博物馆。)

在我国历史上记载官府查处的商标诉讼案件也不乏其例。如清朝初期1736年，对苏州府布商黄友龙冒牌案件，就判为“奉督、抚、藩各宪批准，勒石永禁”。在1904年（清光绪三十年），清朝政府颁布了《商标注册试办章程》，但商标申请仅由海关挂号而已。1923年中国北洋政府颁布了《商标法》，设立了商标局，开始办理商标注册。1930年国民党政府颁布了《商标法》，并于1935年进行了修订。

新中国成立前夕，解放区人民政府已办理商标注册。苏皖、晋冀鲁豫、华北和陕甘宁人民政府曾于1946~1949年，先后制定并实行了商标注册办法。1949年中华人民共和国成立后，于1950年7月28日颁布了《商标注册暂行条例》，1963年4月10日公布施行《商标管理条例》。《中华人民共和国商标法》(以下简称《商标法》)于1982年8月23日公布，自1983年3月1日起施行，1983年3月10日颁布了《中华人民共和国商标法实施细则》(以下简称《细则》)。我国又于1984年11月14日加入《保护工业产权巴黎公约》。这样，在我国逐步形成了一个保护商标专用权的良好法律环境。

第一节 商 标

趣话小引

龙虎人丹与仁丹之争，这是《经济史一页》上一个小题

目，其内容摘录如下：

1910年上海黄楚九先生筹设“龙虎公司”，制销的“龙虎”牌人丹颇有疗效。后来，“龙虎公司”改为“中华制药公司”。当时，日本“仁丹”大量倾销我国市场。于是黄楚九大做路牌广告，凡有翘胡子仁丹广告之处，龙虎人丹都插上一脚，从此打开了销路。

日商见竞争不过，便以“冒牌”之罪提起诉讼。黄楚九专聘一位律师，据理申辩。两方争执不下，法院难以判决，官司一直打到北京大理院，案件延宕十年之久。至1927年北伐以后，中华制药公司才获胜诉。

日商见打官司不能取胜，又以金钱利诱，托人向黄楚九疏通，愿以巨款收买龙虎人丹的商标和制造权，但被黄先生拒绝。后来，在“提倡国货，抵制外货”的浪潮中，龙虎人丹更驰名全国。

以下是《谐音商标》一书中记录的几个小故事。

上海产家用“蝴蝶”牌缝纫机是名牌货。它的机头、脚架都分别印贴、铸造一只展翅飞舞的蝴蝶。不知底细的人，以为蝴蝶翩翩，只是取其彩羽飘逸之美，其实不然。解放前，“蝴蝶”牌缝纫机，是中国民族资本家与帝国主义经纪人竞争和斗争的产物。上海方言“蝴蝶”即“无敌”，取其谐音，是抵制“洋货”而言的。而最早以“无敌”与洋货相抗衡者，当推“蝴蝶”牌牙粉。

三十和四十年代，日本等帝国主义国家，向我国大量倾销商品。在抵御外侮的同时，不少民族资本家提倡改良国货，以保民族利益。

正泰橡胶厂生产的“回力”牌球鞋，不仅有回天之力的寓意，而且商标图案以武士张弓射日形象，暗喻抵制日货之

意。时至今日，还是广大消费者信得过的产品。

消费者所熟悉的“414”牌毛巾，其商标不仅简单好记，还是请你“试一试”的谐音。“固本”肥皂，有仅顾血本兼有固本强国之含义。

商品的成功靠的是货真价实，而有一个好的商标，就能相得益彰。

商标的概念

商标是商品的标记，是商品生产者或者经营者在自己的商品上附加的显著标志，用来与他人的同一种或类似商品严格地加以区别。商标通常用文字、图形，或者用文字、图形的组合构成。

商标象征某一企业的信誉。商标信誉是商标使用人在长期经营中提高商品质量，降低成本，适当定价，热心服务等辛勤劳动的结晶，是消费者公认的商标的信用、声望和名誉。在商品经济发达的社会里，商标声誉就是企业的生命。在我们的社会主义商品生产和商品交换活动中，商标的信誉更加重要。信誉高的商标被人们称为名牌。比如“蝴蝶”牌缝纫机，“永久”、“凤凰”、“飞鸽”牌自行车，“红梅”牌味精，“张小泉”剪刀等等。这些牌子的商品一到市场，人们就争相购买，这就是商标信誉的特殊功能。在国际市场上，商标信誉更为重要。外商与我外贸单位签订合同，就是指牌子定货，比如“梅林”罐头，“齿轮牌”煤油炉，“雄鸡牌”蚊香，“三角牌”瓷砖等等。同种商品几个牌子，他就认准他所信任的商标，别的不论你如何宣传，他也不肯轻易签订定货合同。近年来，我国在经济体制改革过程中，工业和外贸部门都感到商标信誉对商品生产和商品交换

十分重要，有较高信誉的老商标多的口岸，生意都做得好；新商标信誉不高，外商不敢大胆定货，一些口岸因此商品积压出不了口，生产部门也因产大于销，不但发展不了生产，甚至改产，转产。

商标必须具有显著特征，具有区别力。使用商标的目的在于把两家或多家企业的商品相区别，以防以假乱真，张冠李戴。这就要求商标具有显著特征。显著特征是指能够区别出商品来源于哪一企业的能力。不具备这种区别能力的标志，则没有显著特征。比如，使用商品的通用名称、图形，和直接叙述本商品质量、主要原料、功能、用途、重量、数量等特点的文字、图形，不能做为企业间商品的区别性的标志。因为这些文字、图形不具备自身商标所应有的显著特征。商标的区别能力，在于商标图形应使人一目了然，美观新颖，给人以联想，这样的商标图形较易注册，亦能给消费者留下深刻印象。商标名称(即使用文字)应易呼、易记，幽默含蓄，使商标具有魅力。比如，“傻子”瓜子商标就很有风趣。自然，商标在商品名称和装璜位置上也要有显著性。但商标在人们心目中享有信誉，必须以商品质量作为基础，并长期固定使用一个商标，才能取得消费者的信任。同时，也要注意制止他人的侵权行为，保护自己的商标信誉。对自己的商标切忌被他人当做商品通用名称，以至于完全丧失商标的显著性。如湖北园林青酒厂生产的“园林青”牌汾酒，湖南国营钱粮湖酒厂生产的“555”牌五粮液酒，河南孟县酒厂生产的“武松”牌四特酒等，尽管其中“园林青”、“武松”等商标已经注册，但“汾酒”、“五粮液”、“四特”均系其它企业的注册商标，因而侵犯了他人注册商标的专用权。