

我国商标法制的 理论与实践

沈关生 著

人民法院出版社

一九九三年二月

前 言

商标是商品经济的产物。商标与商品经济之间有着内在的必然的联系。商标既取决于商品经济的发展，又对商品经济的发展起着积极的推动作用。

商标是商品生产者、经营者在其商品上使用的与竞争者相区别的标志。生产者、经营者努力创立商标信誉，以此开拓市场，占有市场，参与竞争。由于商品质量是商标信誉的物质基础，市场竞争则是商品品种、质量、价格之争，这些又是靠商标为媒介的。因此，商标把生产者、经营者、消费者联结起来，把商品送入最终的消费领域。近年来，我国的新科技、新工艺、新材料、新产品层出不穷，它们最终都以商品形式与消费者见面。

商标是知识产权的重要组成部分，商标法律制度通过保护商标专用权，把企业利益、国家利益和消费者利益统一了起来。商标专用权的确立和对假冒行为的制裁，使得企业在商品生产和交换中遵循公平竞争的原则，充分体现出知识产权的价值。因此，商标法制是保护生产力、促进生产力发展的重要制度，是促进社会主义商品经济发展的重要法律制度。

本书力求在商标法制的理论、实践、知识、资料的结合上做一深入地探讨和研究。为法院、检察、工商、企业、律师、院校的工作者在工作上提供参考。但由于作者水平和所见有限、缺点和错误之处，请读者批评指正。

在写作过程中，得到各级法院、各级工商行政部门和大中型企业，特别是商标局的大力支持和提供材料，特此致谢。

沈关生

1992年6月1日

(京) 新登字051号

责任编辑：胡玉莹

技术编辑：姚家清

封面设计：马少展

我国商标法制的理论与实践

沈关生 著

人民法院出版社出版发行

新华书店经销

北京市朝阳区东华印刷厂印刷

850×1168毫米 大32开 10.625印张 251千字

1993年2月第1版 1993年2月第1次印刷

印数：00001——10,000

ISBN7—80056—169—0/D·345 定价：5.60元

目 录

第一章 概 论

第一节 商标的概念.....	(1)
一、商标的作用.....	(2)
二、商标的种类.....	(5)
第二节 商标法的概念.....	(14)
一、商标保护制度.....	(14)
二、商标法的调整对象.....	(16)
第三节 商标权的概念.....	(19)
一、商标权的主体和客体.....	(19)
二、商标权的行使.....	(21)

第二章 我国商标法制的形成和发展

第一节 我国商标法制的形成.....	(22)
一、我国商标的由来.....	(22)
二、我国封建官府对于商标涉讼案件的处理.....	(26)
三、旧中国商标法规的由来.....	(28)
四、半封建半殖民地时期的商标涉讼.....	(29)
五、解放前,我国民族资本主义工商业使用商标 情况.....	(31)
六、我国社会主义商标法制的形成.....	(34)

第二节 我国社会主义商标法制的发展	(37)
一、在实践中逐步健全了社会主义商标法制.....	(37)
二、十年浩劫, 商标法制遭到严重破坏.....	(39)
三、拨乱反正, 商标法制重获新生.....	(40)
四、改革开放, 商标法制不断发展.....	(42)

第三章 我国商标法制的主要特点

第一节 1983年实施的《商标法》特点	(45)
一、贯彻了社会主义民主和社会主义法制的基本 方针.....	(45)
二、具备了我国经济立法三种类型的特色.....	(46)
三、立足国内, 兼顾国际.....	(48)
四、保护商标专用权是商标法制的基本原则.....	(52)
五、通过商标管理, 监督商品质量.....	(57)
六、自愿注册和强制注册相结合的商标注册制度.....	(62)
七、集中注册, 分级管理.....	(65)
八、对商标设计的审查、管理与辅导.....	(67)
九、商标注册后的行政管理工作.....	(72)
十、为经济的改革开放服务.....	(73)
第二节 随着经济体制的进一步改革开放, 商标法制将 更趋完善	(75)
一、在现行商标法的宗旨和原则下完善商标法制.....	(75)
二、完善商标法制的几个具体建议.....	(78)
三、开拓农业领域的商标注册和使用.....	(82)

第四章 商标的注册申请和行政管理

第一节 商标的注册申请、审查和核准	(84)
一、商标的注册申请.....	(84)
二、商标注册的审查与核准.....	(89)
三、我国台湾企业在大陆的商标申请注册.....	(95)
第二节 商标注册后的行政管理	(98)
一、对注册商标使用的管理.....	(98)
二、对未注册商标使用的管理.....	(101)
三、对商标的续展、变更和转让的管理.....	(102)
四、对企业使用商标的辅导.....	(106)
第三节 加强对商标的行政管理	(107)
一、把商标的行政管理工作深入到企业中去.....	(108)
二、发挥行政管理职能, 保护商标专用权.....	(110)

第五章 企业对商标的管理

第一节 企业对商标重视不够的情况	(113)
一、企业对商标重视不够的原因.....	(113)
二、企业对商标重视不够的表现.....	(116)
第二节 企业如何管理好商标的使用	(118)
一、要明确一个企业使用几个商标才合适.....	(118)
二、商标注册后要长期稳定使用.....	(119)
三、企业要建立注册商标管理制度.....	(120)
第三节 企业在设计商标时要注意的问题	(122)
一、商标的选定.....	(122)
二、商标设计中应防止的问题.....	(122)

三、字号、人名与商标·····	(123)
四、地名、装潢与商标·····	(124)
第四节 几个重视商标权益和利用商标促进经济效益的	
企业·····	(126)
一、“娃哈哈”商标,使企业乐哈哈·····	(127)
二、“琴岛海尔”商标的战略与策略·····	(129)
三、“虹雨”商标日臻成熟·····	(132)

第六章 商标纠纷的行政处理

第一节 驳回商标注册申请,不予公告·····	(136)
一、违反商标法禁用条款·····	(136)
二、在同一种或类似商品上与别人注册或初步审定的	
商标相同或者近似的·····	(137)
三、申请在先和使用在先的原则·····	(138)
第二节 对初步审定予以公告的商标提出异议·····	(139)
一、公告、异议和裁定·····	(140)
二、初步审定公告商标的异议案例·····	(142)
第三节 对已注册商标有争议的处理·····	(143)
第四节 对撤销注册商标的决定申请复审·····	(145)
一、自行改变注册商标的文字、图形或者其组合·····	(145)
二、自行改变注册商标的注册人名义、地址或者其他	
注册事项·····	(146)
三、自行转让注册商标·····	(147)
四、连续三年停止使用·····	(149)
五、商品粗制滥造,以次充好,欺骗消费者·····	(149)
第五节 商标评审委员会对纠纷的评审·····	(150)
一、商标评审委员会的职责范围·····	(150)

二、评审案例·····	(151)
三、由行政机关处理的商标侵权纠纷·····	(154)

第七章 人民法院对商标侵权和使用 许可合同纠纷案件的审理

第一节 未经注册商标所有人的许可，在同一种或者 类似商品上使用与其注册商标相同或者 近似的商标·····	(158)
一、在同一种商品上使用与注册商标相同的商标·····	(158)
二、在同一种商品上使用与注册商标相近似的商标·····	(164)
三、在类似商品上使用与注册商标相同的商标·····	(167)
四、在类似商品上使用与注册商标相近似的商标·····	(167)
第二节 擅自印制和销售他人注册商标的标识·····	(168)
一、擅自制造他人注册商标标识·····	(168)
二、销售他人注册商标标识·····	(169)
第三节 给他人的注册商标专用权造成其他损害的·····	(171)
一、制造侵犯他人注册商标专用权的商品·····	(173)
二、经销侵犯他人注册商标专用权的商品·····	(174)
第四节 商标使用许可合同纠纷·····	(177)
一、商标使用许可合同的形式和内容·····	(177)
二、当前商标使用许可合同中存在的问题·····	(181)
三、对商标使用许可合同纠纷案件的审理·····	(183)
第五节 对商标侵权行为的认定和损害赔偿的计算·····	(185)
一、商标侵权行为具有的法律特征·····	(185)
二、构成商标侵权行为应具备的要件·····	(186)
三、商标侵权的损害赔偿计算·····	(187)

第八章 人民法院对商标行政和刑事案件 案件的审理及诉讼程序

第一节 商标行政案件	(191)
一、使用注册商标的商品粗制滥造，以次充好，欺骗 消费者的行政案件	(192)
二、国家规定必须使用注册商标的商品，未经核准注 册而商品在市场销售的行政案件	(194)
三、未注册商标冒充注册商标和违反商标法商标禁用 条款规定的行政案件	(195)
四、对侵犯商标注册专用权情节严重的行政案件	(198)
第二节 商标刑事案件	(200)
一、构成假冒商标罪的要件	(200)
二、如何认定假冒商标	(204)
三、假冒商标追究刑事责任案例	(206)
四、假冒商标和投机倒把	(209)
第三节 审理商标案件的诉讼程序	(210)
一、商标案件的法院管辖问题	(212)
二、商标案件的诉讼当事人	(213)
三、商标案件的执行	(214)

第九章 典型商标案例分析和 有关问题的研讨

一、商标侵权与不正当竞争	(215)
二、商品名称与商标名称	(219)
三、商品名称、原料、功能与商标名称	(222)

四、版权、外观设计与商标专用权·····	(229)
五、侵犯企业名誉权与侵犯商标专用权·····	(233)
六、商品包装与商标侵权·····	(233)
七、商标合法注册与商标特殊侵权·····	(236)
八、注册在先和使用在先的保护·····	(243)
九、注册不当的商标专用权不受法律保护·····	(246)
十、未标明“注册商标”的商标所有人被侵权，能否 提起侵权诉讼·····	(252)
十一、商品流通环节中商标侵权行为的认定和处理··	(255)
十二、金质奖属于商标注册人，还是没有商标专用权 的生产企业·····	(258)

第十章 涉外商标的注册

第一节 外国人、外国企业的商标注册 ·····	(261)
一、过去我国商标法规对外国人、外国企业商标注册 的规定·····	(261)
二、改革开放以来，外国人、外国企业的商标注册 情况·····	(263)
第二节 我国商标的国外申请注册 ·····	(264)
一、国外申请商标注册的意义·····	(264)
二、如何进行国外商标注册·····	(266)
第三节 外国对商标的立法、注册、商标专用权的 保护 ·····	(274)
一、外国的商标立法简况·····	(274)
二、外国的商标注册制度·····	(276)
三、外国对商标专用权的保护·····	(283)

第十一章 与商标有关的国际 条约和组织

第一节	世界知识产权组织公约	(287)
一、	世界知识产权组织的宗旨和职责	(289)
二、	知识产权包括的内容	(289)
三、	成员资格	(290)
四、	权利能力、特权和豁免	(290)
五、	组织机构	(290)
第二节	保护工业产权巴黎公约	(291)
一、	工业产权的保护范围	(292)
二、	在成员国之间实行国民待遇的原则	(292)
三、	在成员国之间相互给予优先权的原则	(293)
四、	同一商标在不同国家所受保护相互独立的原则	(293)
五、	商标的使用	(294)
六、	对驰名商标的保护	(294)
七、	其他共同规则	(295)
第三节	商标国际注册马德里协定	(296)
一、	商标的国际注册	(296)
二、	申请国际注册的内容	(297)
三、	国际注册的效力	(297)
四、	国际注册的有效期	(297)
五、	国际注册与国内注册的关系	(298)
第四节	商标注册条约	(298)
一、	条约的主要规定	(299)
二、	马德里协定和商标注册条约的主要区别	(299)
第五节	尼斯协定和维也纳协定	(303)

一、尼斯协定.....	(301)
二、维也纳协定.....	(301)

附件:

一、中华人民共和国商标法.....	(304)
二、中华人民共和国商标法实施细则.....	(311)
三、商标印制管理办法.....	(321)

第一章 概 论

知识产权是当前世界上一个十分重要的国际化概念，也是一个保护知识成果的法律概念，它随着科学技术和现代化生产的发展而迅速发展和完善起来，并越来越被人们重视。它从法律上确认和保护知识劳动成果的专有权；它是一种无形的财产。

专利权、商标权、版权等无形财产的专有权统称为知识产权。

商标权保护的对象从表面上看是保护某一种商品的标记，其实质是保护这个商标所代表的某一项技术、某一种工艺、某一类产品的质量及其出处、以及它在市场上的信誉，因此它所保护的是一种创造性的劳动成果。它属于知识产权的范畴，也称之为工业产权。因为知识产权包括两部分，一是工业产权；二是版权。工业产权主要是指专利权和商标权。

第一节 商标的概念

商标是商品生产者或经营者为了使自己所生产或销售的商品，在市场上同其他商品生产者或经营者的商品相区别而使用的一种标记。这种标记通常用文字、图形或文字、图形的组合构成。商品除了自己的通用名称外，还有特殊名称，有名有姓，这就是商标。

从以上定义可以看出，商标的使用是商品的生产者或经营者，而不是消费者；标志物是商品而不是非商品的物；标志的目的是为了出售自己的商品，而不是为了赠予、铭志而用的标志。

因此，商标是商品经济的产物，商标与商品经济之间有着内在的必然的联系。商标既取决于商品经济的发展，又对商品经济的发展起着重要的积极的促进作用。在高度社会化大生产和科技高度发展的现代经济生活中，商标制度对于企业的兴衰，国家经济的发展，都起着不可忽视的作用。

一、商标的作用

商标的作用，主要有以下几个方面：

（一）有利于生产

√ 商标是商品生产者、经营者在其商品上使用的与竞争者相区别的标志。为了切实发挥商标的区别作用，建立和维护公平竞争的经济秩序，建立商标制度，确立生产经营者对其商标的独占、使用和处分的权利，商标专用权受到法律的保护。商标成为商标专用权所有人荣誉的代表。生产者、经营者努力创立商标信誉，以此开拓市场，占有市场，参与竞争。商品质量是商标信誉的物质基础，市场竞争是商品品种、质量、价格诸因素之争。而品种、质量、价格等信息则靠商标作载体传送给消费者和用户。从这个意义上来说，商标是代表商品一定质量的标志，企业使用商标，就等于在商品质量保证书上签了字，通过商标，对商品的质量向国家和人民负责，接受社会监督，这可以增强企业的责任心，保证和提高商品质量。由于名牌商标不是轻易得来的，它是企业广大职工长期坚持不断提高商品质量，增加花色品种的结果。商品质量好，取得了消费者的信任，商标在市场的影晌就大，群众就指牌要货，这就对企业生产起到促进作用。

消费者依据什么去选择自己所需要的商品？就是根据这些商品的商标信誉去选择。而商标的信誉和商品质量是紧密联系在一起的。商标法把保护商标专用权同监督商品质量结合起来，有力地促进了生产的发展。

（二）有利于消费者

商标的作用之二是**有利于消费者。认牌（商标）购货，已成为商品交换中的普遍现象，是消费者公认的购买规律。商标把生产者、经营者、消费者联结起来，把商品送入最终消费领域。商标的一项很主要的作用在于把不同的生产者或经销者的商品区别开来。它主要在商品流通领域中发挥作用，成为企业与广大消费者之间的桥梁、购销活动的纽带。企业在商品上使用商标的目的之一就是便于消费者凭商标选购商品。

由于商品品种多，商品的质量、等级、规格、花色、特点等各不相同，企业用商标把它们区分开来，使消费者根据商标去认识商品。价廉物美的商品的商标，给消费者以深刻的印象，消费者根据自己的习惯和经济条件借助商标去挑选商品。如有的消费者喜欢留兰香味的牙膏，他就去选购“美加净”商标的牙膏。有的消费者按自己的经济条件和卷烟香型，购买“牡丹”商标的卷烟。消费者习惯于指牌要货。如果商品质量下降，消费者立即会提出意见，促使企业提高商品质量。十一届三中全会以来，改革开放的大量实践证明，商标已在积极地保护先进生产力和促进社会生产力的发展了。

（三）有利于对外贸易

实行对外开放以来，我国的对外贸易有很大发展，商标的作用也越来越显著。因为在国际贸易中，商标是极其重要的，国际间的贸易离不开商标。进出口交易签订合同，都是指牌定货。商标在国外注册，受到法律保护，这对维护商品在当地的合法权益，扩大出口，有着重要的作用。

商标还标志着出口商品的技术水平，表明商品的质量，代表国家的生产水平和信誉，起到促进外贸的作用。

树立商标信誉，在国际市场上创名牌、保名牌，有利于加强我国出口商品在国际市场上的竞争能力，促进我国对外贸易的发

展。

（四）有利于广告宣传

商标作为一种标志体现了商品的质量和信誉，这样，商标就自然成为商品广告十分有效的手段。有很多名牌商标是通过广告宣传而向消费者介绍，经消费者使用后，感到商品质量好，不仅消费者自己在今后认牌购货，而且还会向别人宣传。宣传的中心是商标，什么牌子（商标）的东西好。所以对于不了解这种商品，尤其是新商品的消费者，企业往往通过广告宣传的手段，诱发他们来购买。如果商品没有商标，就无法称呼。当前各类商品广告中，商标简单明显，容易记忆，并且放在最醒目的位置加以表现，以增强广告效果，给消费者留下深刻的印象。

总之，发挥商标的广告作用，通常有两种方法：一是通过赠送样品，让消费者试用带商标的商品，使他们对商品的特性、质量、用途等留下深刻良好的印象，使试用消费者成为该商标商品的常客，并把这种印象传递给其他消费者，扩大基本消费者的队伍；另一种是通过电视、电台广播、报纸、杂志、路牌广告等广告宣传活动，诱发消费者的购买兴趣，先使他们指牌要货，然后成为“认牌购货”。

（五）有利于美化商品

一个设计得美观的商标，等于给商品穿上一件漂亮的衣服，可以增加商品的美感。有些商标是和商品的包装联在一起的。人家称我们有些商品在国际市场上是一等原料三等包装，抬不起价格，消费者不愿买。所以商标设计得好，不仅可以美化商品，还可以帮助商品提高竞争能力。当然，不是说只要用商标把商品美化了就行了，就可以不要讲究商品质量了。相反地，只有在质量的基础上，把商标设计得美观一些才能真正增强竞争能力。如果一种商品质量很差，就是把商标设计得再美，也无济于事。俗称“绣花枕套里塞的烂稻草”，上当只是一次。