

· 经济法知识丛书 ·

商标法知识

国家工商行政管理局商标局编写小组 编著

杨景宇 审稿

中国经济出版社

前 言

为了适应健全社会主义法制的需要，宣传普及商标法律知识，我们编写了这本《商标法知识》。本书包括商标法规资料、知识和现行规定的具体做法三个方面的内容。它是企业和个体工商业者正确运用商标法规的实用工具书，也是党政干部学习商标法律知识的实用性学习辅导书。

本书由国家工商行政管理局商标局《商标法知识》编写小组编写，编写小组由商标局许道乐副局长负责，董葆林、田承志、孙晓峰执笔，董葆林对全书总纂。

由于我们水平有限，时间紧迫，难免有不当之处，敬请广大读者批评指正。

1986年5月

内 容 简 介

本书主要内容有：基本知识问答，详尽阐述了商标的产生、特点、作用，商标的申请、注册、保护，以及商标的管理、违法案件的处理；名词解释，明确解释了常用的商标法律术语的基本概念；商标法规文件资料，包括了现行的主要的商标法律法规。本书的阐述理论联系实际、通俗易懂。本书兼有普及性常识读本、辅助性教材和资料性工具手册的特点。

商 标 法 知 识

国家工商行政管理局商标局编写小组 编著

杨景宇 审稿

中国经济出版社出版

(北京翠微路22号)

北京印刷三厂印刷

新华书店北京发行所发行

各地新华书店经售

787×1092毫米 32开本 6印张 120千字

1987年5月第1版 1987年5月第1次印刷

印数：00,001—10,100

统一书号：6395·19 定价：1.50元

《经济法知识丛书》编委会

主 任：有 林

副主任：杨景宇 王世荣 曲格平 齐向武
胡志新 杨逢春 张载伦（常务）

编 委：（按姓氏笔划为序）

丁家桃	万光明	王梦奎
吕孔恕	刘述意	陈应革
陈胜昌	张 森	张月娇
李时荣	李树桥	洪日明
戚天常	梁传运	曾 普
谢明干	霍恩德	

编写说明

随着经济体制改革的深入进行和国民经济的进一步发展，越来越要求把更多的经济关系和经济活动的准则用法律的形式固定下来，使法律成为调节经济关系和经济活动的重要手段。为适应这种客观要求，全国人大及其常委会近几年来制定了一批重要的法律，国务院也制定了一批行政法规，今后仍将抓紧有关经济方面的立法工作。现在的问题是，有法不依、执法不严的现象在一些地方和方面仍然存在，已经制定的法律和行政法规还没有得到充分的遵守和执行。为了增强广大干部和群众的法制观念，学会运用法律武器，1985年11月22日全国人大常委会通过了《关于在公民中基本普及法律常识的决议》。我们的这套丛书，就是为配合普及法律常识而编写的。它着重介绍有关经济方面的法律基本知识，并附有关法律和行政法规，旨在为广大党政干部、国营企业和集体企业的厂长（经理）、各类事业的负责人以

及其他经济工作者和教学人员提供一套具有实用价值的工具书。

丛书以分册的形式出版，每个或每个方面的法律或行政法规为一个分册。我们计划1987年底完成现行经济方面的法律和行政法规的编写工作，以后随着新的法律和行政法规的颁布再陆续编写。

丛书定名为《经济法知识丛书》，介绍有关经济方面的法律和行政法规。既介绍调整政府对经济的管理、国家和企业之间以及企业内部等纵向的经济关系或行政管理关系的法律法规，即通常所说的“经济法”；也介绍作为平等主体的公民之间、法人之间、公民和法人之间的财产关系、经济关系，即横向的财产关系、经济关系的法律、法规。

《经济法知识丛书》由编委会组织有关经济部门和法律、经济理论工作者编写，由中国经济出版社出版。编委会由有林、杨景宇、王世荣、曲格平、齐向武、胡志新、杨逢春、张载伦等25人组成。

丛书对于法律和行政法规的介绍，力求准确和通俗易懂。

本丛书在编写过程中得到有关部门和许多同志的大力支持，谨致谢意。

《经济法知识丛书》编委会

1986年5月

目 录

前 言

一、基本知识问答

- (一) 什么叫商标? (1)
- (二) 商标是怎样产生的? (1)
- (三) 商标有哪些主要作用? (3)
- (四) 企业具备什么条件才可以办理商标注册申请? (5)
- (五) 企业在商品上是否允许使用未注册商标?
..... (6)
- (六) 国家关于药品必须使用注册商标的具体规定
是什么? (6)
- (七) 国家关于卷烟必须使用注册商标的具体规定
是什么? (8)
- (八) 允许使用未注册商标有什么好处? (8)
- (九) 既然使用未注册商标有好处, 企业商标何必
还要注册呢? (9)
- (十) 注册商标比未注册商标的好处何在? (10)

- (十一) 对商标注册申请有什么具体要求? (10)
- (十二) 商标注册申请书到哪里索取? (12)
- (十三) 怎样选定使用注册商标的商品? (12)
- (十四) 商标注册申请书中的“商品名称”一栏应该怎样填写? (13)
- (十五) 交送商标图样有哪些要求? (14)
- (十六) 彩色商标图样为什么要求附送墨稿? (14)
- (十七) 图形、名称相同的商标能否在不同的商品类别中使用? (14)
- (十八) 在同一类的商品上是否可以使用几个不同的商标? (15)
- (十九) 什么是商品分类? (15)
- (二十) 什么是类似商品? (16)
- (二十一) 什么是商标的相同或近似? (16)
- (二十二) 什么是商标标识? (17)
- (二十三) 商标标识图样是否可以作为商标注册? (17)
- (二十四) 因申请手续不齐备而退回的申请应如何办理手续? (17)
- (二十五) 企业、事业单位使用注册商标应注意哪些事项? (18)
- (二十六) 《商标注册证》如有遗失或者损毁怎么办? (19)
- (二十七) 《商标法》实施以前注册的商标有效期如何计算? (19)
- (二十八) 补证的商标有效期如何计算? (19)
- (二十九) 转让商标的有效期如何计算? (20)

(三十) 对《商标法实施细则》第三十三条规定应如何理解?	(20)
(三十一) 什么是商标管理?	(20)
(三十二) 商标管理工作的主要内容是什么?	(22)
(三十三) 什么是商标专用权?	(23)
(三十四) 商标专用权的范围如何规定?	(24)
(三十五) 商标专用权的特点是什么?	(24)
(三十六) 什么是商标侵权行为?	(25)
(三十七) 什么是假冒商标罪?	(26)
(三十八) 对假冒商标罪的管辖有何规定?	(26)
(三十九) 对于侵权行为应当如何处理?	(27)
(四十) 国家对注册商标如何管理?	(29)
(四十一) 国家对未注册商标如何管理?	(31)
(四十二) 什么是商标使用许可?	(33)
(四十三) 商标使用许可制度的理论依据是什么?	(34)
(四十四) 实行商标使用许可制度有何好处?	(34)
(四十五) 商标使用许可必须遵循的原则是什么?	(35)
(四十六) 如何对商标印制进行管理?	(37)
(四十七) 我国商标管理有哪些主要特点?	(38)
(四十八) 出口商品商标为什么要到国外注册?	(40)
(四十九) 办理到国外的商标注册申请有几条渠道?	(41)
(五十) 到国外申请商标注册应作哪些准备?	(45)
(五十一) 我国参加了哪些涉及商标保护的 国际组织和条约?	(45)

二、名词解释

(一) 商标	(54)
(二) 商标法	(57)
(三) 商标注册	(58)
(四) 注册商标	(59)
(五) 商标专用权	(59)
(六) 商标注册申请人	(59)
(七) 商标注册人	(60)
(八) 商标使用人	(60)
(九) 商标注册的申请日期	(60)
(十) 《商标注册簿》	(61)
(十一) 商标信誉	(61)
(十二) 商标名称	(62)
(十三) 商标图形	(62)
(十四) 注册标记	(63)
(十五) 商标代理	(63)
(十六) 对等原则	(65)
(十七) 商标事宜	(65)
(十八) 商标国际条约	(65)
(十九) 商标协议	(68)
(二十) 商标注册申请	(68)
(二十一) 《商标注册申请书》	(69)
(二十二) 《商品分类表》	(70)
(二十三) 同一类的其它商品	(70)
(二十四) 变更	(71)
(二十五) 同一种商品	(71)

(二十六)类似商品	(72)
(二十七)相同商标	(72)
(二十八)近似商标	(73)
(二十九)申请在先的商标	(73)
(三十)使用在先的商标	(74)
(三十一)商标审查	(74)
(三十二)初步审定	(76)
(三十三)商标公告	(77)
(三十四)驳回申请	(77)
(三十五)驳回商标的复审	(78)
(三十六)异议	(79)
(三十七)异议人	(80)
(三十八)商标评审委员会	(80)
(三十九)终局决定	(81)
(四十)核准注册	(81)
(四十一)商标注册证	(81)
(四十二)注册商标的有效期	(82)
(四十三)续展	(83)
(四十四)注销	(85)
(四十五)转让	(85)
(四十六)商标使用许可合同	(87)
(四十七)注册商标争议裁定	(87)
(四十八)答辩	(89)
(四十九)终局裁定	(89)
(五十)相同的事实和理由	(90)
(五十一)使用	(91)
(五十二)撤销	(91)

(五十三)限期改正	(92)
(五十四)通报	(93)
(五十五)冒充注册商标	(93)
(五十六)核定使用的商品	(93)
(五十七)侵犯注册商标专用权	(94)
(五十八)假冒	(95)
(五十九)刑事责任	(96)
(六十)费用	(96)
(六十一)收费标准	(96)
(六十二)《商标法实施细则》	(97)
(六十三)本法施行以前已经注册的商标继续有效	(97)

三、商标法规文件资料

中华人民共和国商标法	(98)
中华人民共和国商标法实施细则	(105)
商品分类表	(127)
关于申请商标注册要求优先权的暂行规定	(131)
商标业务收费项目及标准	(133)
商标注册申请注意事项	(134)
中华人民共和国刑法 (节录)	(137)
中华人民共和国中外合资经营企业法 (节录)	(138)
关于使用未注册商标几点意见的通知 (摘要)	(139)
关于商品使用未注明商标时应当标明企业名称或地 址的通知 (摘要)	(140)
关于坚决制止企业销售残次零部件和废次商标标识 的通知	(141)

中华人民共和国药品管理法（节录）	(143)
关于药品必须使用注册商标的几个问题的联合通知	(144)
关于药品使用注册商标若干具体问题的通知(摘要)	(146)
烟草专卖条例（节录）	(149)
关于卷烟、雪茄烟使用商标、文字等有关问题的通 知（摘要）	(150)
关于在酒类商品商标标识上使用产地名称问题的通 知（摘要）	(151)
最高人民法院关于个人非法制造、销售他人注册商 标标识而构成犯罪的应按假冒商标罪惩处的批复	(153)
最高人民法院关于商标侵权如何计算损失赔偿额和 侵权期间问题的批复	(154)
商标印制管理暂行办法	(155)
商标注册用商品和服务国际分类	(167)

一、基本知识问答

(一) 什么叫商标?

在各国法律中，商标的定义并不完全一样，但绝大部分国家，对商标的实质的理解是一样的。一般认为：商标是商品生产者或经营者在其商品上使用的，供消费者辨别商品来源的显著标志。世界知识产权组织在其出版物中谈到的商标定义是：“商标是用来区别某一工业或商业企业或这种企业集团的商品的标志（如同‘服务标记’是用来区别服务一样）”。按照我国商标法有关条款综合起来，可以这样表述：商标是企业、事业单位和个体工商业者在其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品上所使用的，由文字、图形或者其组合构成的，具有显著特征，便于识别商品来源的标志。

(二) 商标是怎样产生的?

商标是商品经济的产物，随着商品经济的产生而产生，又随着商品经济的发展而发展。商品是用于交换的劳动产品。商标正是在商品交换中根据生产者和消费者共同的要求产生的。从生产者来说，同一行业的商品生产者之间，生产

技能、熟练程度不同，使用原料质量和数量不等，产品的质量也不会一样。生产优质商品的企业不愿与产品质量较差的其他企业混杂一起，便要在商品上标姓名、做记号，搞点与他人相区别的标志，以表彰自己的商品。有证可考的这种商标，在距今一千多年以前的汉唐时期即已经多见于陶瓷和铁器产品之上。《唐律疏议》中有“物勒工名，以考其诚，功有不当，必行其罪”的记载，《新唐书·百官志》也有“皆物勒工名”之语。可见我国唐代以工匠名姓作商品标志已经普遍，并有利用商品标记监督商品质量的规定了。从消费者来说，商品有了商标，便于比较哪种牌子（商标）的商品好，再买时便可认牌购货，按图索骥。这样，商标的使用，反过来又推动了商品生产和商品流通的发展。到了宋代，商标设计已经具有相当高的水平。例如，当时济南刘家功夫针铺使用于钢针商品上的“白兔儿”商标，已经是图文并茂。这件商标以一个持药杵的“白兔儿”为商标图形，并附以店铺名称“济南刘家功夫针铺”，商标名称“认门前‘白兔儿’为记”。以下为广告宣传：“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”。“白兔儿”商标铜版现珍藏在中国历史博物馆。此商标为功夫细针商标。大家知道，功夫细针是一种小商品，商标就如此完美，可见宋代商标发展的一斑。

近代商标是商品经济高度发展的结果，商标专用权作为工业产权的一种是国家法律保护的对象。当今世界各国，没有不使用商标和不保护商标的。商标被称为“商战利器”、“竞争工具”。

（三）商标有哪些主要作用？

商标同商品经济关系密切，对商品经济的发展既有积极作用，也有消极的作用。这就是通常所说的商标的两重性。我们研究商标作用，要从这两个方面进行分析，发扬积极因素，限制消极因素。

（1）商标具有区别商品来源的作用。商标从其本质上说，它是特定的企业在特定的商品上所使用的特定的标记。因此，相同商标的商品出自同一个商品生产者或者经营者。

有位日本学者，对商标作了一个很形象的比喻，称商标是商品的脸。如同一个人的脸象征一个人一样，商标也是某一特定商品的象征。有时尽管忘掉了这个人的姓名，但只要看到他的脸，就能把他与其他人区分开。在商品流通中，人们往往记不住企业的名称，习惯上是认牌子（商标）来选择商品，生产者、经营者就是凭籍商标与消费者保持联系的。

商标与企业名称、商品说明书等比较，商标的特征显著，便于识别，容易记，容易念，一目了然。因此，商标在商品流通中区别商品来源的作用是非常突出的。

（2）商标具有标志商品稳定质量水平的作用。商品质量是商标信誉的基础。商标一旦用于某种特定商品，经过长期地反复使用，在消费者心目中，便对该商标产生一种印象，这种印象自然而然地联系到该商品的质量水平，成为人们选择商品的标志。如果商品都不用商标，消费者选购商品就会产生很大的困难。

商标表示商品质量的作用，是通过与具体商品联系、长期使用形成的，是此商标商品质量与彼商标商品质量相比较而形成的。在相互比较中，商品质量好的商标，信誉就会在

消费者中树立起来。各种商品商标，都以其商品质量高低在消费者心目中形成印象。

我国《商标法》明确规定，“商标使用人应当对其使用商标的商品质量负责。”这就要求商标使用者保持其商品质量的稳定性，不得利用商标信誉欺骗消费者。

(3) 商标具有宣传、推销商品的作用。商标信誉是一种观念形态。商标经过使用，经过广告宣传，在人们心目中形成一种信任感，成为消费者在众多的商品中的选择对象。

由于商标信誉能够代表企业声誉，表示商品质量，商标又易认、易记，在商品经济高度发展的今天，商标已经成为市场竞争的重要工具。商品宣传，一是实物宣传，就是通过出售的商品的实际效用的比较，在消费者使用中产生公众评论，××牌商品好，××牌商品不好，都用商标来代表；二是通过广告媒介宣传，使商标在消费者中广为人知，产生影响，使商标发挥宣传、推销商品的作用。

(4) 商标对在国际上开辟和巩固市场，发展对外贸易和经济技术合作有重要的作用。在国际市场上创牌子、作广告、洽谈生意都离不开商标。国际市场的商品供求渠道，要靠有信誉的商标来维持和发展。在这方面，我国在外贸工作中是有深刻体会的。对很受欢迎的出口商品，商标不能轻易改变。否则出口就会受到很大影响。商标在主要市场上取得所在国的法律保护，更为重要。在以“使用在先”原则确定商标专用权的国家，必须保持首先使用的证据；在以“注册在先”原则确定商标专用权的国家，则应当及时申请商标注册。否则，失去商标专用权，就会失去外贸市场，轻则受不法商人的侵权、假冒的损害；重则被他人挤出市场。

商标的消极作用也应引起我们足够的重视。那就是不法