

苏雪丹 翟达清 编著



商标广告

管理实用手册

黑龙江人民出版社

前 言

目前，我国有计划的商品经济正面临着一个大的发展。商标和广告作为促进商品经济发展的重要工具，其特有的作用已经在商品生产、流通、分配和消费过程中得到日益显著的发挥，逐步受到社会各方面的重视。但是，还有不少企事业单位，个体工商业者以及行政管理和行业管理机关，对商标和广告的重要性缺乏足够的认识，尤其缺乏从法律角度重视商标广告工作，因而致使不少企业受到不同程度的损失，同时，一些商标侵权案件和虚假广告也在社会上造成了极坏的影响。因此，妥善使用和管理商标广告的任务日益繁重。

为了使工商企业、个体工商业者、工商管理、司法部门和大、中专院校的有关专业以及广大读者比较全面而系统地了解商标广告实用知识和有关法律规定，本书以《商标法》、《广告管理暂行条例》为依据，总结商标广告工作的具体经验，详细解答了各种实际问题，并汇集了有关商标广告的名词概念，法律法规，书式表格，以便学习、查存。由于时间仓促，水平有限，难免有疏漏和不当，欢迎批评指正。

本书在编写过程中得到国家工商局、黑龙江省工商局、

河南省工商局的领导和许多同志的热情支持与指导，在此谨致谢意。

编 者

1986年9月

目 录

第一部分 名词解释

1. 商标	1
2. 商标注册	1
3. 商标管理	2
4. 商标权	2
5. 商标法	3
6. 全面注册	3
7. 监督商品质量	4
8. 禁用条款	4
9. 初步审定	5
10. 申请在先原则	5
11. 使用在先原则	6
12. 异议	6
13. 复审	6
14. 注册标记	7
15. 相同或近似	7
16. 商品分类	7
17. 类似商品	8
18. 注册商标有效期	8
19. 续展	8
20. 宽展期	9

21. 转让	9
22. 撤销 注销	9
23. 商标评审委员会	10
24. 使用许可	10
25. 商标公告	11
26. 商标争议	11
27. 商标侵权	11
28. 假冒商标罪	12
29. 商标互惠协议	12
30. 对等原则	12
31. 商标代理	13
32. 商标查询	13
33. 驰名商标	14
34. 服务商标	14
35. 集体商标	14
36. 保证商标	15
37. 联合商标	15
38. 防御商标	15
39. 知识产权	16
40. 工业产权	16
41. 巴黎公约	17
42. 商标国际注册马德里协定	17
43. 商标注册条约	18
44. 尼斯协定	18
45. 维也纳协定	19

46. 世界知识产权组织.....	19
47. 国际保护工业产权协会.....	19
48. 文字商标.....	20
49. 图形商标.....	20
50. 组合商标.....	21
51. 销售商标.....	21
52. 制造商标.....	21
53. 双重商标.....	22
54. 备用商标.....	22
55. 工商行政管理.....	23
56. 工商行政管理部门.....	24
57. 行政处罚.....	24
58. 行政处分.....	24
59. 经济制裁.....	25
60. 批评教育.....	25
61. 罚款.....	25
62. 代理.....	26
63. 代理人、被代理人、代理权.....	26
64. 广告.....	26
(1) 报纸杂志广告.....	27
(2) 电视广告.....	28
(3) 广播广告.....	28
(4) 路牌广告.....	28
(5) 霓虹灯广告.....	28
(6) 交通广告.....	29

(7) 橱窗广告.....	29
(8) 招贴广告.....	29
(9) 邮寄广告.....	30
(10) 实物馈赠广告	30
(11) 经济广告.....	30
(12) 文化广告.....	30
(13) 社会广告	30
(14) 政府公告.....	30
65. 广告管理.....	31
66. 广告管理暂行条例.....	31
67. 广告的思想性.....	32
68. 广告的计划性.....	32
69. 广告的真实性.....	33
70. 广告的艺术性.....	33
71. 广告的民族风格.....	33
72. 广告刊户.....	34
73. 广告经营单位.....	34
74. 广告佣金.....	34
75. 广告咨询.....	35
76. 分类广告.....	35
77. 中国广告协会.....	35
78. 中国广告学会.....	36

第二部分 问题解答

1. 商标是如何产生和发展的?	37
-----------------------	----

2. 商标在我国“四化”建设中的作用是什么?	40
3. 建国以来, 我国商标管理工作的发展经历 几个阶段?	41
4. 我国商标管理工作的主管机关及其职责是 什么?	44
5. 商标与商品装潢有什么区别?	46
6. 在我国商标专用权是怎样取得的?	47
7. 注册商标所有人依法享有的权利是什么?	47
8. 商标专用权的特点是什么?	48
9. 商标专用权丧失有哪几种情况?	49
10. 注册商标有什么好处?	50
11. 哪些商品可以不使用注册商标?	51
12. 使用未注册商标有哪些缺点?	52
13. 我国对哪些商品实行强制注册?	52
14. 《商标法》为什么要规定商标禁用条款?	53
15. 商标注册申请人选定商标时应注意的事 项有哪些?	55
16. 地名能否做为商标使用?	57
17. 怎样按照商品分类表申请商标注册?	58
18. 商品分类表中没有的商品如何申报?	5
19. 在商标注册申请书上填写商品名称应注意 的事项是什么?	59
20. 报送商标图样应注意的事项是什么?	60
21. 怎样申请商标注册?	61
22. 怎样填写商标注册申请书?	62

23. 我国参加巴黎公约, 实行优先权原则, 对 商标申请注册有什么影响?	63
24. 已经注册的商标, 如果要在核定商品以 外的商品上使用怎么办?	63
25. 注册商标的文字、图形能否擅自改变?	65
26. 变更注册人名义时怎样办理申请手续?	65
27. 变更注册人地址时需怎样办理申请手续?	66
28. 丢失、损坏商标注册证应如何申请补发?	66
29. 商标注册的核转程序是什么?	67
30. 申请在先原则和使用在先原则是如何执 行的?	68
31. 被驳回的商标要求复审怎样办 理申请手续?	68
32. 商标审查的内容包括哪些?	69
33. 对商标的异议怎样提出申请和裁定?	70
34. 怎样申请商标异议复审?	71
35. 申请争议裁定的条件是什么?	72
36. 怎样申请注册商标的争议裁定?	72
37. 如何计算注册商标的有效期?	73
38. 怎样申请商标的续展注册?	73
39. 申请续展注册是否当然核准?	74
40. 商标转让注册有哪几种形式?	75
41. 怎样办理注册商标的转让?	76
42. 商标使用许可制度的作用是什么?	77
43. 商标使用许可的适用范围是什么?	78

44. 商标使用许可可分为哪两种类型?	78
45. 怎样签订商标使用许可合同?	79
46. 办理商标使用许可应注意哪些问题?	80
47. 商标评审委员会是一个什么样的机构?	83
48. 商标评审委员会工作的范围与 内容是什么?	84
49. 企事业单位使用和管理注册商标应注意 哪些事项?	84
50. 对使用未注册商标有何规定?	86
51. 未注册商标违反《商标法》应如何处理?	87
52. 能否用企业名称做商标?	87
53. 商标与商品名称能否混用?	88
54. 通过商标管理监督商品质量包括 哪些内容?	89
55. 企业本身怎样建立商标使用的管理制度?	90
56. 企业建立商标档案的具体项目有哪些?	92
57. 连续三年停止使用的注册商标为什么要 依法撤销?	93
58. 撤销注册商标与注销注册商标 有什么区别?	93
59. 撤销、注销的商标为什么在一年内不得 申请注册?	94
60. 怎样申请被撤销商标的复审?	94
61. 印制商标需要办什么手续?	95
62. 商标印制单位在出现哪些情况时应当拒	

绝印制?	96
63. 外国及我国台湾、香港、澳门地区企业或 个人需印制商标应该怎样办理手续?	96
64. 对违反商标印制管理规定的 行为怎样处理?	97
65. 什么是侵权行为的民事责任? 其构成要 件是什么?	98
66. 侵犯注册商标专用权的行为有哪些?	99
67. 注册商标被侵权后, 如何提出控告?	100
68. 工商行政管理部门对商标侵权行为如 何处理?	101
69. 工商行政管理部门向人民法院申请对处理决 定强制执行在时限上是怎样规定的?	102
70. 人民法院对商标侵权行为如何处理?	102
71. 对假冒商标已构成犯罪的案件如何移送?	103
72. 对假冒商标罪如何制裁?	103
73. 侵权行为与假冒行为的区别是什么?	104
74. 假冒行为与假冒商标罪的区别是什么?	105
75. “两罚制”与“并罚制”有何区别?	105
76. 如何区别假冒商标罪和投机倒把罪?	106
77. 工商行政管理部门对查获的冒牌商品 如何处理?	107
78. 出口商品商标为什么应及时向运销国 申请注册?	107
79. 到国外申请商标注册有哪些渠道?	108

80. 委托中国国际贸易促进委员会商标代理处 向国外申请商标注册的手续怎么办?	109
81. 对外商定牌和来料、来件、来样以及补偿贸 易的商标使用管理应注意的事项是什么?	110
82. 在引进技术中的商标使用上应注意的问 题是什么?	111
83. 什么是《保护工业产权巴黎公约》 的三原则?	112
84. 我国的商标申请人要求享受《巴黎公约》规定的 优先权在国内应怎样办理?	113
85. 《巴黎公约》现在有哪些成员国?	114
86. 我国广告管理工作的指导方针是什么?	115
87. 社会主义广告有哪些特征?	117
88. 国家主管部门对广告经营单位应怎样 进行管理?	120
89. 我国广告管理的范围有哪些?	121
90. 我国广告管理机关有哪些职能?	123
91. 目前在我国广告事业发展过程中存在 哪些问题?	124
92. 专业广告公司应具备哪些条件?	125
93. 广告兼营单位应具备哪些条件?	125
94. 如何对广告刊户进行管理?	126
95. 如何对广告内容进行管理?	129
96. 是否可以采用新闻形式发布广告?	130
97. 新闻出版单位内部非经营广告业务的部	

门,是否可以经营或代理广告业务?.....	130
98. 如何对药物广告进行管理?.....	131
99. 如何对烟酒广告进行管理?.....	131
100. 怎样管理获奖产品广告?.....	132
101. 怎样对使用“注册商标”的产品广告 进行管理?.....	132
102. 广告公司的名称使用国家或国际字样 的应经哪级部门批准?.....	133
103. 私人能否设计、制作广告?.....	133
104. 如何对赞助广告进行管理?.....	133
105. 对企业广告费用的开支问题有哪些规定?.....	135
106. 怎样管理广播、电视、报纸广告?.....	136
107. 怎样管理印刷品广告	137
108. 怎样管理邮寄广告?.....	137
109. 怎样管理交通广告?.....	138
110. 怎样管理户外广告?.....	138
111. 怎样管理橱窗广告?.....	139
112. 怎样管理馈赠广告?.....	140
113. 怎样对广告收费标准进行管理?.....	140
114. 对违反《广告管理暂行条例》的刊户和广 告经营单位怎样处罚?.....	140

附录: 有关商标法规

一、中华人民共和国商标法	143
二、中华人民共和国商标法实施细则	150

三、国家工商行政管理局卫生部国家医药管理局《关于药品使用注册商标若干具体问题的通知》·····	156
四、国家工商行政管理局关于颁发《商标核转工作若干规定》的通知·····	158
五、国家工商行政管理局关于公布《商标印制管理暂行办法》的通知·····	162
六、国家工商行政管理局商标局关于《商标使用许可合同备案注意事项》的通知·····	166
七、国家工商行政管理局商标局关于印发《商标注册申请注意事项》的通知·····	168
八、国家工商行政管理局、国家经济委员会、对外经济贸易部、农牧渔业部《关于使用未注册商标几点意见的通知》·····	171
九、国家烟草专卖局、国家工商行政管理局《关于卷烟、雪茄烟使用商标、文字等有关问题的通知》·····	172
十、国家烟草专卖局、国家工商行政管理局《关于卷烟、雪茄烟使用商标、文字等有关问题的补充通知》·····	174
十一、我国商品分类(组别)表·····	175
十二、广告管理暂行条例·····	229
十三、国家工商行政管理局、文化部、商业部、中国人民银行、国家体育运动委员会《关于加强对各种奖券广告管理的通知》·····	233

十四、国家工商行政管理局、广播电视部、文化部《关于报纸、书刊、电台、电视台经营、刊播广告有关问题的通知》·····	234
十五、国家工商行政管理局、财政部《关于对赞助广告加强管理的几项规定》·····	236
十六、国家工商行政管理局、卫生部关于发布《药品广告管理办法》的通知·····	238
十七、国家工商行政管理局、文化部、教育部、卫生部《关于文化、教育、卫生、社会广告管理的通知》·····	241
十八、各种有关书式 ·····	243

第一部分 名词解释

1. 商 标

商标是区别不同商品生产者和经营者的商品的标记，通常用文字、图形或者二者兼用组成。随着商品经济的发展，商品生产者或经销者为了便于在市场上出售自己的商品，逐渐在自己的商品上加上标记，以区别于其他生产者或经销者的商品，并培植自己商品的信誉，使购买者认牌购货。在资本主义制度下，商标是进行广告宣传，倾销商品，开展商业竞争的有力工具。一个享有声誉的商标，成为一种工业产权，可以转让买卖。这种工业产权并且受到各国法律的保护。在我国社会主义条件下，商品经济不但仍然存在而且需要有一个大的发展，作为商品标记的商标是必不可少的。在社会主义现代化建设的过程中，商标是促进生产、繁荣市场、扩大对外贸易、维护生产者和消费者利益的一个有力工具，对发展社会主义商品经济具有不容忽视的作用。

2. 商 标 注 册

商标使用人按照法定手续向国家商标主管机关申请商标注册，经核准后，由商标主管机关将核准注册的商标载入商标注册底簿，并将商标注册证发给申请人。在我国，商标注册是确定商标权的重要程序和依据，而不是象在有些国家那

样把首先使用作为确定商标权的依据。只有经过注册的商标，法律才给予保护。注册商标不准仿冒，也不准任何人再在同一种商品或者类似商品上注册与它相同或者近似的商标。商标主管机关受理商标注册申请，应当按申请先后的顺序办理。如果两个或者两个以上的申请人，在同一天以相同或者近似的商标提出注册申请，则核准使用在先的商标注册。

3. 商 标 管 理

在我国，商标主管机关除办理商标注册以外，还担负对商标使用进行行政管理的任务。例如，对应当使用商标并申请注册的商品，要督促生产者或经营者及时申请商标注册。对已注册商标，遇有转让、变更或者许可他人使用等情况，要督促依法办理规定手续。对未注册商标，也要由地方负责商标工作的部门加以管理，防止违法使用未注册商标，侵犯注册商标专用权。对于违反商标管理的活动，商标管理部门可以进行教育、制止、罚款，以至撤销注册商标。

4. 商 标 权

经过核准注册的商标，商标注册人即拥有该商标的商标权。商标权包括专用、转让、继承和使用许可等项权利。其中最重要的是商标专用权。所谓专用，是指注册商标只能由商标注册人专用，禁止他人仿制、伪造，或者在同一种商品及类似商品上使用与这个注册商标相同或者近似的商标。否则，即为侵犯商标权，法律要给予制裁。假冒注册商标，构