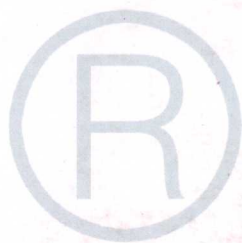


朱旭 著



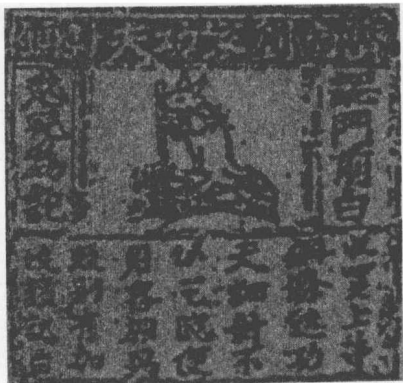
HUASHUO SHANGBIAO

话说商标



凤凰出版传媒集团
江苏人民出版社

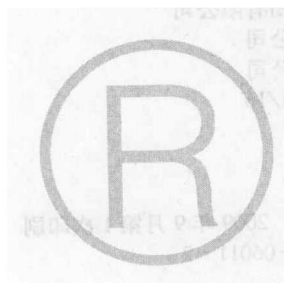
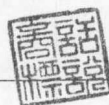
朱旭 著



中国书画函授大学南京分校（5009）建校二十周年纪念册

HUASHUO SHANGBIAO

话说商标



凤凰出版传媒集团
江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

话说商标/朱旭著. —南京:江苏人民出版社,2009.9

ISBN 978-7-214-06011-2

I. 话… II. 朱… III. 商标—基本知识 IV. F760.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 165345 号

- 书 名 话说商标
著 者 朱 旭
责任编辑 王保顶
出版发行 江苏人民出版社(南京湖南路1号A楼 邮编:210009)
网 址 <http://www.book-wind.com>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京湖南路1号A楼 邮编:210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 江苏凤凰制版有限公司
印 刷 者 南京碧峰印务有限公司
开 本 1000×1436 毫米 1/16
印 张 25.25 插页 32
印 数 1—8000
字 数 500 千字
版 次 2009年9月第1版 2009年9月第1次印刷
标准书号 ISBN 978-7-214-06011-2
定 价 50.00 元
(江苏人民出版社图书凡印装错误可向本社调换)

序

余义和

商标,作为重要知识产权,在当代经济社会生活中的地位、作用愈来愈突出、愈来愈显现。

胡锦涛总书记在党的十七大报告中强调,要“提高自主创新能力,建设创新型国家”,积极“实施知识产权战略”。温家宝总理指出,“世界未来的竞争,就是知识产权的竞争”。这表明,党中央、国务院高度重视包括商标在内的知识产权工作,把这一工作摆在了促进经济平稳较快发展、建设创新型国家的重要战略地位。

随着经济全球化的深入发展,知识经济大潮扑面而来。实施国家知识产权战略,大力提升知识产权创造、运用、保护和管理能力,是增强自主创新能力,建设创新型国家的重要支撑,对于加快我国现行经济结构转型升级具有十分重要的催化作用。商标作为一项重要的知识产权,其意义早已从最初的识别功能,扩展为企业自主创新能力的载体。作为企业的重要无形资产,正确使用商标、维护商标信誉、培育驰名商标,用以提升企业的核心竞争力,已成为越来越多企业的共识。从一定意义上讲,拥有较多高知名度商标群体,已日益成为一个地区乃至一个国家经济的核心竞争力和文化软实力的重要标志。

大力实施商标战略,充分保护企业的创新成果和商标权益,既是落实国家知识产权战略的迫切需要,也是各级政府推动经济发展的重要抓手。工商行政管理部门承担商标监督管理的重要职能。多年来,江苏工商系统把推进实施商标战略作为服务经济社会发展的重要切入点,坚持一手抓商标行政执法工作,一手抓驰名、著名商标等高知名度商标群体的培育发展工作。全省注册商标、中国驰名商标总量跃居全国前列;一大批拥有自主品牌和自主知识产权的优势企业迅速崛

起,有力地支撑了江苏从经济大省向经济强省的跨越。

当前,全球金融危机还在延续。这对于以出口拉动型为主要增长方式的我国经济运行已产生了很大影响,尤其是我省作为外向型经济特征明显的地区,所受到的影响愈加深刻。而在继续扩大出口且又努力扩大内需的并行格局下,品牌(商标)的力量则日前增强,即现在和未来的竞争就是品牌的竞争,是品牌外在形式下所包涵的各种要素组合的整体竞争。

本书作者长期从事商标监督管理工作,在繁忙的工作之余,他勤于学习,善于思考,这本《话说商标》就是其多年来辛苦耕耘的结晶。该书对商标知识产权的创造、管理、保护、运用等环节,作了全景式、俯瞰式的透视与剖析,并对商标使用及管理中的迷茫与困惑作了创新性的探讨。我认为,该书内容涉猎广泛,宏观与微观相印、历史与现实交融、理论与实践兼备、图形与文字并茂,对于商标管理机关、商标代理机构、企业经营者与高层管理人员,以及高等院校相关专业师生等,是一部重要读物和参考工具书。

我衷心地希望,广大企业经管理者、商标理论工作者和商标实务工作者进一步携起手来,以科学发展观为指引,全面深刻领会《国家知识产权战略纲要》,紧密联系实际,继续深入研究和探索商标问题,为建设创新型国家,促进经济社会又好又快发展,全面建设小康社会作贡献。基于此,应作者之邀,欣然作序。

二〇〇九年八月十二日

(该序系江苏省工商局局长所撰)

万新光学概况

Introduction of Enterprise



始于1973年，最本土化的眼镜生产企业之一，最早实现国际化的本地眼镜生产商之一。万新是国内历史最为悠久的眼镜生产型企业之一，与其他企业相比，我们服务于更多世界性客户，产品遍布欧美近40个国家和地区。

以日产量6万副树脂镜片、1万副镜架的生产实力，成为亚洲首屈一指的眼镜产品生产基地。我们将专业知识与全球服务网络相结合，为全球客户提供更完美的视光学产品与完善的售后服务。

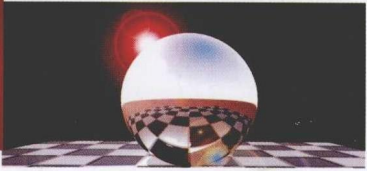
在服务全球与打造民族品牌之间寻求平衡，正是万新孜孜不倦的追求。凭借着万新雄厚的实力，先后与国际尖端技术、原料、设备供应商取得合作，美国Corning集团——全球变色片的发明者，德国Leybold集团——全球顶级真空镀膜设备集团，美国PPG集团——全球顶尖的树脂原材料供应商都先后与万新达成战略合作关系。

与国内客户共战共赢的合作使我们更加洞悉在品牌之路有所建树的重要性，而与国际客户良性持久的合作所汲取的经验，又为我们走品牌之路提供了无限契机。

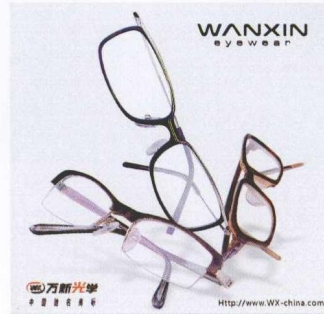
截至2008年，万新已发展为集镜片、镜架、太阳镜、老花镜、纸业生产、销售为一体的集团型企业。



我们提供1.499-1.740 各种折射率的镜片
 我们提供近视、远视、双光各种设计的镜片
 我们提供变色片、偏光片、染色片各种功能的镜片
 我们提供青少年渐进、青少年近视控制、中老年渐进等各种满足您特殊需求的镜片



[Http://www.wx-china.com](http://www.wx-china.com)



雅鹿
倡导温暖新生活
Advocating Warm New Life

形象代言人
赵薇
陈坤

会呼吸的羽绒服



中国驰名商标



中国名牌产品



中国环境标志产品



雅鹿生产基地之一



雅鹿城市广场

37年锐意进取，让雅鹿这个曾经名不见经传的镇办企业逐步发展成国内规模最大、技术最先进，集科研、设计、生产、加工、销售于一体的现代化服装企业之一。

2008年，雅鹿以“会呼吸”的概念成功区隔市场，在销量整体下滑的同类市场中，保持了强健的增长势头。

2009年7月，总投资3.6亿元的雅鹿城市广场成功封顶，标志着雅鹿自此进入了一个全新的时代.....

雅鹿集团股份有限公司
YALU GROUP STOCK CO., LTD

地址(ADD): 江苏省太仓市璜泾镇雅鹿工业园区
电话(TEL): 0512-53128888 传真(FAX): 0512-53825366



大象漆
Elephant

- 江苏省高新技术企业
- 中国科技名牌500强
- 国家863科技成果产品生产企业



中国名牌产品



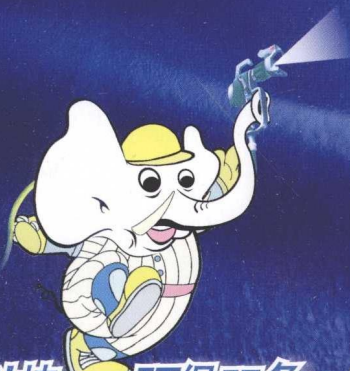
中国驰名商标



中国环境标志

千锤百炼 出类拔萃

科技的、环保的、优质的——大象漆



科技品质 环保服务
纳米技术 无处不在!

江苏大象东亚制漆有限公司

地址：中国江苏吴江经济开发区瓜泾路1号

服务专线：(86) 0512-6345 3666 6345 4666

传真：(86) 0512-6345 5666

Http://www.dydxp.com

免费服务电话：800 828 2997





双登是以开发新能源高新技术产品为主，集工、商、贸、新能源产品研发为一体的国际化的上市公司。其已获得近百项专利，是业内首家“国家环境友好企业”、“中国驰名商标”称号获得者，是“中国科技名牌 500 强”、“国家重点高新技术产业集团”、“中国电子信息百强企业”和“国家重合同守信用企业”。

双登是相关产品行业标准的起草者。目前主要研发和生产工业电池、电动自行车电池、卷绕电池等一批新能源高科技产品。已拥有 30 多项具有自主知识产权的核心技术，并参与或独立起草了 AGM、胶体、富液、风光互补电源系统等多类产品的国家标准。建有科技发展研究院、博士后科研工作站、院士工作站和国家级企业技术中心。

双登秉承能量不间断，服务无极限的理念，凭借卓越的产品实力，在国内主流通信运营商市场占有率多年稳居首位，并为全球 30 多个国家的运营商提供优质的产品和服务，已和 Indus tower, Reliance, Airtel, Emerson, GE, Nokia Siemens 等全球顶级运营商建立了长期合作关系。

目 录

开篇断想	(1)
一、商标的起源	(7)
(一) 最早的商标究竟起源于何时	(8)
(二) 我国考古学上发掘的最早的实物商标	(9)
(三) 我国古文献上记载的最早的文字商标	(9)
(四) 我国现存早期最具典型的、完全意义上的商标	(10)
二、现代商标法律制度的确立及其沿革	(12)
(一) 现代商标法律制度是西方国家最早建立的	(12)
§ 1. 现代商标法律制度是在欧洲工业革命以后出现的	(12)
§ 2. 西方主要国家及地区性国际组织的商标法律制度	(13)
1. 美国的《兰哈姆法》	(13)
2. 法国重新制定商标法	(13)
3. 《比荷卢统一商标法》	(13)
4. 《欧洲共同体商标条例》	(13)
5. 南美洲的《卡塔赫那协定》	(13)
6. 《北美自由贸易协议》	(13)
§ 3. 全球性国际组织及商标法律制度	(14)
1. 世界知识产权组织及《保护工业产权巴黎公约》	(14)
(1) 国民待遇原则	(14)
(2) 优先权	(14)
(3) 共同规则	(14)
① 商标的独立性	(14)
② 对国家标志的保护	(15)
③ 商标的使用	(15)

④ 示意保护的标注	(15)
⑤ 代理人或代表人未经授权不得注册或使用商标	(15)
⑥ 续展的宽限期	(15)
⑦ 国际博览会上的临时保护	(15)
⑧ 驰名商标	(15)
⑨ 服务商标	(15)
⑩ 集体商标	(15)
2. 《建立世界知识产权组织公约》	(15)
3. 《商标国际注册马德里协定》	(16)
4. 《商标国际注册马德里协定有关议定书》及主要优点	(17)
5. 世界贸易组织(WTO)及《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPS)	(18)
6. 《商标法律条约》	(20)
7. 《商标注册用商品和服务国际分类尼斯协议》	(20)
8. 《制止虚假或欺骗性商品产地标记马德里协议》	(20)
9. 《保护原产地名称及其国际注册里斯本协议》	(20)
10. 《保护奥林匹克会徽内罗毕条约》	(21)
§ 4. 附:商标国际注册的几个概念	(21)
1. 商标国际注册	(21)
2. 原属国	(21)
3. 领土延伸申请	(21)
4. 基础注册和基础申请	(22)
5. 优先权	(22)
(二) 我国商标法律制度的诞生及演变	(22)
§ 1. 我国早期商标法律制度的萌芽	(22)
§ 2. 我国现代商标法律制度诞生于清朝末期	(23)
1. 我国现代商标法律制度的序幕	(23)
2. 《商标注册试办章程》——我国首部商标法律出笼	(24)
3. 北洋政府正式颁布《商标法》	(25)
4. 国民政府的商标法律制度	(26)
5. 新中国商标法律制度的沿革	(27)
(1) 1949—1956 年商标简况	(27)

(2) 1956—1966 年商标简况	(27)
(3) 1966—1978 年商标简况	(28)
(4) 改革开放后我国商标工作逐步走上正轨	(28)
三、现代市场经济条件下的商标作用	(30)
(一) 经济全球化——现代市场经济的特征与趋势	(30)
(二) 识别性——仍然是现代市场经济条件下商标的基本功能 或本质特征	(30)
(三) 通过商标载体传承,可以促进生产者、经营者素质的提高	(31)
(四) 在知识经济时代,商标成为指导消费、引导消费的主要标志	(32)
(五) 商标作为无形资产具有收益功能	(34)
(六) 在买方市场条件下,高知名度商标成为企业获得超过社会平均 利润即超额利润的重要手段	(35)
(七) 商标专用权对科技创新成果发挥着识别、维护和放大优势的功能	(36)
(八) 在市场营销中,商标的广告作用,其特有的、优越的显性功能是其 其他任何形式都难以替代、无法比拟的	(39)
(九) 通过保护注册商标专用权,可以起到维护公平正义,促进社会 和谐与进步	(40)
(十) 商标作为无形资产,具有财务价值,并成为最主要的资产价值 形态	(41)
(十一) 商标权作为投资手段,具有产业资本价值	(43)
(十二) 商标无形资产用作抵(质)押,具有融资和清偿的功能	(44)
(十三) 商标——特有的文化载体,是民族文化和软实力的重要标志	(45)
(十四) 商标的多寡及其知名度的高低,能够反映出企业、一个 地区以至一个国家的经济综合实力	(47)
四、实施商标战略是国家实施知识产权战略的重要内容	(50)
(一) 实施商标战略已成为事关西方国家整体经济战略中的国家利益 ..	(50)
(二) 经济全球化的迅猛发展,迫切要求加快实施商标发展战略	(51)
(三) 大力推进实施商标战略,主动迎接国际市场的竞争和考验	(54)
(四) 树立科学发展观,实施商标战略应遵循的一般原则	(55)

1. 企业主体与政府推动相结合的原则	(55)
2. 统筹协调与分类指导相结合的原则	(56)
3. 整体推进与重点突破相结合的原则	(56)
4. 市场导向与品牌带动相结合的原则	(56)
5. 技术领先与质量保障相结合的原则	(56)
6. 正确处理从加工、制造到创造的递进关系,把创造作为普世原则	(56)
7. 创新与创业相结合原则	(57)
8. 有形财富与无形财富并重、创新与保护并举的原则	(57)
(五) 围绕打造国际制造业基地,培育发展一批具有较强竞争力的制造业品牌	(58)
(六) 切实关注“三农”问题,运用商标利器,发展农村经济	(60)
(七) 坚持传统服务业与新兴服务业并重,着力完备社会服务体系,创立有一定影响力的服务品牌	(61)
§ 1. 加快发展服务业具有深远而现实的重大意义	(62)
1. 加快发展服务业,有利于拓展新的发展空间,培育新的经济增长点	(62)
2. 加快发展服务业,有利于转变经济增长方式,增强可持续发展能力	(62)
3. 加快发展服务业,有利于扩大就业途径	(63)
4. 加快发展服务业,有利富民优先方针的落实	(63)
§ 2. 我国已具备加快发展各类服务业的主客观条件	(63)
1. 消费结构加快升级,为服务业发展提供了多层次的市场需求	(63)
2. 城市化加快推进,为服务业发展创造了良好条件	(64)
3. 制造业的快速发展,催化生产性服务业相应发展是制造业进一步发展的迫切需要	(64)
4. 服务领域加快开放,为服务业发展提供了重大机遇	(64)
§ 3. 在加快发展服务业进程中,必须把行业提升与品牌扩张有机结合起来	(65)
1. 传统服务业和生活类服务业亟须创新创优,把品牌做大做强	(65)
2. 在生产类服务业和新兴服务业领域,需要急起直追,同样也应走品牌发展之路	(66)
(1) 为农业生产服务的第三产业相对滞后,更缺失大品牌的支撑	(66)

(2) 新兴(现代)服务业领域,要抓住机遇,乘势而上,创立高知名度的品牌企业 (67)

五、与《商标法》有关的基本知识点及企业商标工作实务(设问式) (71)

〔简要说明〕 (71)

§ 1. 什么是商标? (71)

§ 2. 商标是由哪些要素构成的? (72)

§ 3. 什么是商标标识? (72)

§ 4. 商标有哪些类型? (72)

§ 5. 什么是注册商标? (73)

§ 6. 什么是未注册商标? (73)

§ 7. 使用未注册商标有何弊端? (73)

§ 8. 申请人收到商标局发出的《注册申请受理通知书》,就可以使用
 商标注册标记吗? (73)

§ 9. 什么是文字商标? (74)

§ 10. 什么是图形商标? (74)

§ 11. 什么是组合商标? (75)

§ 12. 什么是商品商标? (75)

§ 13. 什么是服务商标? (75)

§ 14. 什么是制造商标? (75)

§ 15. 什么是销售商标? (76)

§ 16. 什么是联合商标? (76)

§ 17. 什么是防御商标? (77)

§ 18. 什么是等级商标? (77)

§ 19. 什么是含义商标? (78)

§ 20. 什么是无含义商标? (78)

§ 21. 什么是地理标志? (78)

§ 22. 什么是产地标志? (78)

§ 23. 什么是原产地名称? (78)

§ 24. 什么是证明商标? (79)

§ 25. 证明商标有何特征? (79)

§ 26. 地理标志与原产地名称之间是何关系? (80)

§ 27. 证明商标与普通商标有何区别?	(82)
§ 28. 什么是集体商标?	(83)
§ 29. 申请注册集体商标应具备哪些资格条件?	(83)
§ 30. 集体商标使用管理规则应包括哪些内容?	(84)
§ 31. 集体商标与证明商标有哪些异同之处?	(84)
§ 32. 商标具有哪些特征?	(85)
§ 33. 注册商标有哪些作用?	(86)
§ 34. 什么是商标权?	(86)
1. 什么是商标禁止权?	(86)
(1) 商标侵权有哪 10 种主要表现形式?	(86)
(2) 何谓商标的反向假冒?	(87)
2. 什么是商标许可权?	(88)
(1) 商标使用许可有哪三种类型?	(88)
① 什么是独占使用许可?	(88)
② 什么是排他使用许可?	(88)
③ 什么是普通使用许可?	(88)
(2) 如何办理商标许可他人使用手续?	(88)
① 何谓“当事人另有约定的除外”?	(88)
② 何谓“不得对抗善意第三人”?	(89)
③ 订立商标使用许可合同的主要内容有哪些?	(89)
④ 订立商标使用许可合同应注意哪些事项?	(89)
⑤ 办理商标许可备案手续需提交哪些材料?	(89)
⑥ “定牌加工”与“商标使用许可”有何区别?	(90)
3. 什么是商标转让权?	(91)
(1) 转让注册商标一般有几种形式?	(91)
① 合同转让	(91)
② 继受转让	(91)
③ 因行政命令而发生的转让	(91)
(2) 转让注册商标有哪些途径?	(91)
(3) 转让注册商标有哪些程序?	(92)
(4) 办理注册商标转让需注意哪些事项?	(92)
(5) 申请商标转让须向商标局提交哪些文件?	(92)

(6) 办结转让注册商标手续需多长时间?	(93)
(7) 领取《核准转让注册商标证明》需携带哪些证件?	(93)
4. 什么是商标续展权?	(93)
5. 什么是商标标示权?	(93)
(1) 怎样标示注册商标的注册标记?	(94)
(2) ®或Ⓜ及“TM”和“SM”各表示什么含义?	(94)
(3) 使用注册商标时不标示注册标记有何弊端?	(95)
6. 什么是商标请求权?	(95)
(1) 商标异议权	(95)
(2) 商标复审权	(95)
(3) 注册商标争议权	(96)
(4) 行政诉讼和民事诉讼权	(96)
(5) 诉前停止侵权行为、财产保全、证据保全请求权	(96)
7. 什么是商标财产权?	(96)
(1) 许可他人使用,收取使用费	(96)
(2) 进行商标价值评估,确认商标资产数量	(97)
(3) 转让注册商标,将无形资产转化为有形货币	(97)
(4) 将商标作价向企业投资,减少货币资本支出	(98)
8. 什么是商标继承权?	(98)
§ 35. 什么是注册商标的专用权范围?	(99)
1. 什么是核准注册的商标?	(99)
2. 什么是核定使用的商品?	(100)
§ 36. 注册商标的保护期限有多长?	(100)
§ 37. 我国商标注册的原则是什么?	(100)
1. 什么是自愿注册的原则?	(100)
2. 什么是强制注册的原则?	(101)
§ 38. 什么是申请在先原则?	(101)
1. 一般情形	(101)
2. 如何界定申请在先?	(101)
3. 特殊情形	(101)
§ 39. 何谓商标的注册原则?	(102)
§ 40. 什么是保护注册商标专用权原则?	(102)