

经济法专题、资料选编丛书之十二

商 标 法 概 说

郭鸥一 戚庆英 编

华北人才技术开发公司
河北大学科研处

经济法专题、资料选编丛书之十二

商 标 法 概 说

郭鸥一 戚庆英 编

华北人才技术开发公司
河 北 大 学 科 研 处

前 言

本书主要是由山西财经学院经济法教研室郭鸥一老师编写，其中部分是河北大学法律系经济法教研室戚庆英老师为河北大学经济系同学讲授《商标法》时编写，现经戚庆英老师整理成册，定名《商标法概说》可供政法、财经院校师生，以及政法、财经、工商、科研、生产等实际部门同志和自学高考经济法者参考。

本书在编印过程中，承蒙河北大学科研处、河北大学法律系、华北人才技术开发公司等领导同志热情关怀和大力支持，在此一并致以衷心的感谢！由于编者水平所限，时间又仓促，疏漏不妥之处，敬希读者予以指正。

编 者

1984年5月

(13) 监督的商标注册未用对怀 (二)

(25) 冒牌对号 (三)

目 录

一、商标法的概述 (1)

二、商标知识 (2)

(一) 商标的概念 (2)

(二) 商标的历史演变 (3)

(三) 商标的种类 (5)

(四) 商标的本质 (8)

(五) 商标的构成 (9)

三、我国商标注册制度 (11)

(一) 申请注册 (11)

(二) 商标的审核 (14)

(三) 商标公告 (16)

(四) 批准注册 (16)

(五) 变更注册事项的手续 (16)

(六) 注册商标的续展、转让和使用许可 (17)

(七) 注册商标争议的裁定 (18)

四、商标权 (19)

(一) 商标的独占使用权 (19)

(二) 商标的禁止权 (20)

五、商标的使用和管理 (20)

(一) 对注册商标使用的管理 (20)

(二) 对使用未经注册商标的管理..... (21)

(三) 侵权和假冒..... (22)

六、商标法的作用..... (23)

附有关资料.....

1、《中华人民共和国商标法》..... (24)

2、保护商标专利权(任中林就《商标法(草案)》

向全国人大作说明..... (31)

3、工商行政管理总局关于恢复全国商标统一注册

工作的通知..... (32)

4、工商行政管理总局关于调整国内商标注册费
的通知..... (36)

5、工商行政管理总局关于调整国内商标注册费
的补充通知..... (37)

6、工商行政管理总局关于企业申请商标注册若
干注意事项的函..... (38)

7、《假冒商标罪》..... (39)

8、优质产品标志实施办法..... (45)

9、关于出口商品使用商标问题的联合通知..... (48)

10、关于纺织品恢复使用商标问题的报告..... (51)

11、关于改进酒类商品商标的联合通知..... (54)

12、关于商标工作问题解答..... (56)

13、商标法中几组易被混淆的法律概念..... (63)

14、商标注册申请表格..... (66)

.....

一、商标法的概述

商标法是调整商标关系，即保护商品生产、经营者的商标专用权，制止不法者侵权行为的法律规范。

所谓商标，简言之，即商品的标志，商品的牌子，如“飞鸽”牌“永久”牌自行车，“大中华”“大前门”牌香烟等等。以表示商品生产的厂商、产地以及产品的质量不同，便于吸引消费者选购，促进生产者提高产品质量。

商标的产生，是伴随着商品经济的产生发展而产生发展的。为了保护商品生产者的合法权益，保护广大消费者利益，制止不法者假冒他人商标的侵权行为，维护经济秩序，商标法也就应运而产生了。据有关资料记载，世界上最早制定商标法的是法国，法国在一八〇三年就制定了“工厂、制造厂和作坊法，其中就把假冒商标定为伪造文件罪。目前世界上很多国家先后制定商标法，据不完全统计已有八十多个国家制定了商标法。我国在新中国成立之后，于一九五〇年就颁布了《商标暂行条例》和《商标注册条例实施细则》一九六三年又颁布了《商标管理条例》一九八二年八月二十三日由全国人民代表大会五届二十四次会议通过，正式颁布了《中华人民共和国商标法》。

(二) 对使用未经注册商标的管理..... (21)

(三) 侵权和假冒..... (22)

二、商 标 知 识

六、商标法的作用..... (23)

(一) 商标的概念

什么是商标?商标就是商品的标记,通过用文字,图形或者兼用二者组成。具体说,商标就是商品的生产或者经营者用来标明其商品,并与他人生产或经营的商品有所区别的标记。

商标代表着一定的商品质量,它通常注明在商品或商品包装材料及其宣传上面。我国商标是社会主义性质的商标,在社会主义现代化建设新时期,它是促进生产,繁荣市场,开展对外贸易、持护生产者和消费利益的一种工具,对发展社会主义商品生产和流通具有不容忽视的重要作用。

商标作为商品的标志,它在现代生活中不可缺少的,它只所以是现代生活中不可缺少的原因有:

○从消费者方面说,第一、现代商品无论从品种、规格、性质、产地等方面说,都是繁多的。消费者不能、也不可能同那么多的、那么远的大规模机械化生产者保持联接关系,只能凭靠一种有法律保障、信誉可靠的商标来连接购销关系。第二、现代化商品如被讲究装璜的包装材料所遮盖,或因为商品本身结构复杂、技术性高,一般消费者缺乏这方面的商品知识,很难选购,只好以人们信得过的商标作为选择的凭据。第三、现代市场的繁华和自动化售货的发展,尤其是超级市场的出现和广告事业的发达,更加突出了商标的形象和地位,为消费挑选商品提供方便的作用就更大。商标被

人们誉之为“商品的脸”其在现代生活中的重要性可想而知。

(二) 商标的历史演变

商标是商品经济的产物，它依附于商品，随着商品经济的发展而发展的。人类社会处于自然经济时期，人们的生产是为解决自己的需要，而不是为了交换。所以，也不存在什么商品，那么依附于商品的商标也不存在。虽然当时一些产品上刻有铭记、年号，也不过是作为纪念意义之用的。之后，随着商品经济的发展，商品生产和商品交换出现了，为适应商业上的需要，于是商标便应运而生。

我国早期的商标，也是伴随着商品经济的产生和发展而出现的。虽然，在我国已出土的北周时期（公元556至580年）的陶器上，刻有工匠“郭彦”的名子，那也不是现代意义上的商标。在我国发现最早的商标，是宋代（公元960至—1279年）山东济南刘家针铺，就以白兔的图案作为其细针商品的商标。在其针的色装袋上用铜版印有白兔的图案。并刻有“认前门白兔儿为记”的字样。到目前为止，这是我国目前发现最早的宣传印刷商标的铜板。

我国商标注册法令始于1904年（清光绪三十年），从1904年至1923年，申请注册的商标约二万五千三百件。1923年北洋政府制定了商标法，1930年国民党政府制定商标法，1935年修订。到抗日战争前注册商标有二万四千七百四十七件。1949年国民党政府垮台时，全国有注册商标五万件。

总的说，旧中国是半封建半殖民地社会，商品经济并没有得到高度发展，因此商标也没有得到广泛的应用。

商标在欧洲的起源与我国商标的历史大致相同。据记载，欧洲的商标最早起源于西班牙的游牧部落。他们为了便于牲畜交换时与他人烙印的牲畜相区别，于是在自己的牲畜身上打上烙印。英文的“牌号”一词“BRAND”就是烙印的意思。之后，由于商品经济的发展，开始出现了行铺，作坊，这时用于商品上的标记逐渐趋于复杂。到了公元十三世纪，欧洲商业行会开始使用自己的特定的印章（即商标），目的在于保证产品具备一定的规格和质量。到了资本主义社会，商品经济发展到了最高阶段，商标的使用范围得到了空前广泛，商标成了资本家牟利的手段。资本家为了在市场倾销自己的商品，与对手争夺市场，进而垄断市场，因此，不惜耗费巨额资金进行广告宣传，以抬高商品商标的信誉。这时的商标已由简章的文字，图形发展到使用刺激性的图样，以引诱消费者，甚至采用仿造，假冒别人商品商标手段，以推销自己的商品。有的资本家为了挫败对手，用金钱收买对方商品，使之变质腐烂后投入市场销售。借此败坏对方商标信誉，还有的资本家高价收卖对方商品，使对方商品不能在市场上销售，借此倾销自己的商品。旧中国，外国资本家为了追逐高额利润，通过商标压榨我们。例如：上海福昌烟公司生产的“小囡牌”香烟受消费者欢迎，使英美烟公司的“红锡包”香烟的销路大受影响。于时英美烟公司用20万元高价收买了“小囡牌”香烟商标，并限制福昌烟公司不得再使用它。与此同时，英美烟公司还使用种种卑劣手段，迫使我国南洋兄弟烟草公司的“双喜”“三喜”牌香烟退出市场。资本主义经济制度决定了商标成为资本家牟取暴利的工具。

一种享有声誉的商标，即是资本家牟利的手段，又是一份财产，它可以出售，可以转让，这是现代商标与早期重要

区别之一，对于资本家说，提高商标信誉，等于扩大自己的财富，因此资本家不惜耗费巨额资金去进行宣传提高商标信誉，增强自己企业的商标的竞争能力，为此，甚至不择手段在商标上仿造、假冒、弄虚作假。

· 我国社会主义商标

我国是社会主义制度的国家，因此，商标不仅是区别生产者和经营者，而且代表着商品的质量，规格和标记。轻工业部曾规定，卷烟质量要稳定，其使用商标也要稳定。一个生产企业在生产某一种商标的商品，要有它的一定配方和特点；不合格的产品，或者不具有各自的特点的商品就不应使用这个特定商标。只有这样，商标的使用才能促进生产贯彻技术标准，提高产品质量，起到一定的积极作用。这同资本主义国家的商标在性质上完全不同。当然，我国商标还有待改进之处，这只有总结和吸收人类社会在商标发展过程中的积极有益的内容，并从我国商标使用中，总结经验，不断改进，使我们的商标制度更加完善，更加充分发挥出它的积极作用。

(三) 商标的种类

商标的种类，从结构、用途和使用等方面大体可分为三大类：

1、按结构分类的商标

现在把商标从结构方面可划为四种构成形式：即文字商标、记号商标、图形商标和组合商标。

(1) 文字商标

顾名思义，就是只用文字构成的商标。例如一种“丰”

字牌旋转耕作机的商标，就是用一个扁体美术字“丰”字组织起来的。

(2) 记号商品

这种商标历史悠久。它是用某种记号构成的商标。

(3) 图形商标

这类商标是由图形构成的商标。如雄鸡牌鞋油商标，就是用一只雄鸡头颈部的图形构成的。

(4) 组合商标

这类商标是上述两种或三种相互组合而成的。如“水山”牌弹力衫的商标，是用文字和图形所组成，又如“金人”牌针织品商标，是用文字、记号和图形三者相互结合而成的。

2、按用途分类的商标

这类商标，是按商品的规格、品种、质量生产或经营企业的不同来区分的。

(1) 营业商标

营业商标又叫“厂标”，它是以生产或经营企业的名称，标记作为自己商标的。如“华泰厚”、“同仁堂”、“亨得利”，都是以企业名称作为商标的。

(2) 商品商标

这类商标是以商品特定规格，品种来区分商标的。如青岛同泰橡胶厂、因生产的轮胎规格不同，分别使“骆驼”牌、“金鹿牌”、“工农牌”等商标。

(3) 等级商标

这种商标是以商品质量、规格的等级、档次来定商标的。这是同一厂商标为使消费者便于区别同一品种商品质量，规格的标记。例如“凤凰”牌自行车，有许多规格，其

价格多少不等，使用商标大同小异，这就是一套等级商标。

3、按使用者分类的商标

这类商标，是根据商标使用者的不同或商标使用者对商标质量所提供的保证来划分的。

(1) 制造商标

这种商标与前面所说的“厂标”意义相同，如兰天服装厂的“兰天”牌商标，“日立”电器公司的“日立”牌商标等。这类商标就是把商品创造者和商标使用等同起来。

(2) 销售商标

这类商标不是宣传厂家的标记，而是宣传商业者的标记。如日本“三越”百货公司的“三越”牌商标，就是销售商标。销售商标与制造商标二者是又有区别，又有联系。一件质量不好信誉差的产品，就是由很有声气的和很有影响的商店来经销，也是不会畅销的。在我国商业以国营商业为主体，商品货源主要是按计划分配的，国内没有销售专利，现在一般不用销售商标。

(3) 证明商标

这类商标使用者为说明商标所指商品的质量而使用的商标，通过提供质量证明，使商品对消费者具有更大的吸引力，并有别于打开销路。目前国内外市场上都十分注意证明商标的作用。我国证明商标，常见的是在商品原来的商标上附以全国或者省、市、自治区荣获优质产品奖章的标证。如用一个金、银质奖章图案或一个小齿轮状的图案（内含一个奖字）或用“质量信得过”证章图案等。

总之，商标种类繁多，不胜枚举，但它的主要功能在于围绕着商品宣传，竞争，质量保证以及便于消费者从中选购这样一个中心目的而使用的。

(四) 商标的本质

商标是依附于商品的，它是商品经济的产物。在商品经济高度发达的资本主义社会，商标便成了资本家牟取暴利的工具。商品竞争最集中地反映在商标使用上的竞争。资本家为了倾销自己的商品，垄断市场，以获取惊人的利润，不惜耗费巨额资金用在商标宣传上。可以说在资本主义国家一个名牌商标就是一株可靠的摇钱树，在很大程度上也是用金钱培植起来的。它的开创和维持费是很昂贵的，据1976年美国统计，在美国开创一个新牌子香烟的费用需要四千万美元。以商品整个宣传费用来说，美国1970年共花一百九十六美元，而同年美国各公司在商品上所花的开发研究费用仅一百亿美元。这种广泛宣传给商标带来巨大声誉，使名牌商标不仅变成可靠的摇钱树，而且也使商标本身变成一笔巨大的无形财产。例如驰名世界的清凉饮料“可口可乐”公司，在1967年的财产表上“可口可乐”牌商标的价值，被确定为三十亿美元。有人曾说，如果“可口可乐”公司的所有工厂在一夜之间全部焚于大火，第二天便会有银行向“可口可乐”公司贷款，使之“东山再起”。在另一方面，资本家为采取巨额利润，不惜仿造或假冒别人商标，以致在商标使用上弄虚作假，大作文章。这就使商标与商标所代表的商品的质量上发生了脱离，使商标信誉失去基础，带有极大虚伪性与欺骗性。资本家除了通过商品生产或经营上获取高额利润，而且利润商标的虚伪性和欺骗性，掠夺消费者。总之，商标在资本主义社会是资本家掠夺别人垄断市场，获取高额利润的工具。

中 社会主义社会仍然存在着商品生产与商品交换，作为依附商品的商标仍然有其继续存在的必要。但社会主义的商标，在其本质上，与资本主义社会的商标根本不同。它不再是剥削他人的工具，而是便于消费者选购，使用 和 利于社会经济秩序的稳定，更重要的是它促使商品生产者保证商品质量和维护企业信誉，以保障消费者利益，促进社会主义商品经济的发展。这是社会主义社会商标的本质所在。

(五) 商标的构成

1、商标设计

商标设计是一种实用工艺美术。通过商标设计，可以美化商品，给消费者以美的享受，吸引消费者注意和选购，体现商标的实用效果，因为商标，只有名称，还不能成其为商标，也不能起到商标应起的作用，必须把它用一种标志艺术的构图表现出来，成为使人看得见，认得出，记得牢的具体商品标志形式。

商标设计是固定的，不得随意改变，而且是专用的，不得乱用。商标设计必须严格，构成商标的文字和图形应当简单而明显，便于识别，不得模糊，不得杂乱。

2、商标构成的要件

(1) 商标必须有图形或文字，或者两者相互结合。

(2) 商标要注明生产单位的名称。

(3) 商标要注明产品名称和规格。

(4) 商标要加注汉语拼音。

3、商标禁用规定：

商标是商品的标记，但并不是任何文字和图形都可以作

为商标的。所以各国商标法对此都有禁用的规定。根据《中华人民共和国商标法》第八条规定：“商标不得使用下列文字，图形。

①同中华人民共和国的国家名称，国旗、国徽、军旗、勋章相同或者近似的。

②同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗相同或者近似的。

③同政府间国际组织的旗帜、徽记、名称相同或者近似的。

④同“红十字”“红新月”的标志、名称相同或者近似的。

⑤本商品的通用名称和图形。

⑥直接表示商品的质量、主要材料、功能用途、重量、数量及其他特点的。

⑦带有民族歧视性的。

⑧夸大宣传并带有欺骗性的。

⑨有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。

所谓商标相同或近似，一般是指与注册商标使用的文字，图形或其组合完全一样或者大体相似的互相混淆的现象。这种现象容易引起消费者的误认，误购，影响对注册商标专用权的保护和消费者的利益，因而在商标注册中禁止使用。

三、我国商标注册制度

我国商标注册制度，从申请到注册，可分为申请—注册、审查、商标公告和批准注册等几个阶段。

我国对申请注册商标，经审查同意后，先刊登《商标公告》征询意见，在规定的期限内如无人提出异议，或者虽提出异议，经查不能成立，则予注册。这也是国际上通用的作法。

（一）申请注册

1、申请的意义

关于商标专用权的确认，各国各有不同的法律规定。有些国家采用“使用原则”，即商标谁先使用，谁就获得商标权。我国则采取“注册原则”。就是商标必须提出申请，经工商行政管理局审查核准注册后，才能享有商标专用权，并受到国家法律保护。未经注册的商标，不能享有商标专用权，因而得不到法律保护。由此可见，提出注册的申请，是取得商标专用权的前提。《商标法实施细则》在这方面作了详细而具体的规定。

商标必须依法申请注册，否则正当的权益会因未注册而得不到法律保护而招致损失。例如1974年，我国“回力”牌球鞋等二百多种出口商品，没有及时在有关国外申请注册，而日本、法国、西德、加拿大等国商人的同类商品却抢先注册了。使我国商品无法进入国际市场。又如“英雄”牌金笔销向日本，深受日本广大消费者的欢迎。但商品商标却被外国商人抢先在日本申请注册，致使为我经销英雄金笔的

客商因无利可图而被迫停止了经营。因此商标注册申请是十分重要的。什么是商标注册？就是商标使用人按照法定手续向商标局申请商标注册，经核准注册的商标载入《商标注册簿》并发给商标注册证。在我国商标注册是确定商标专用权的依据。

只有经过注册的商标才给予法律保护。如果国家规定某种商品必须使用商标，该商品的生产者必须履行申请商标注册的义务，否则，其商品则禁止在市场上流通。

2、申请商标注册的条件

根据《商标法》第四条规定：“企业、事业单位和个体工商业者对其生产、制造、加工拣选或者经销的商品，需要取得商标专用权的应当向商标局申请注册。”

其条件是：

(1) 注册商标的申请人，必须是经过工商行政管理部门核准登记的企业，个体工商业者，或者经过一定权力机关批准的从事生产或销售商品的事业单位。

(2) 药品（化学药剂、生物药剂、中成药）的商标申请注册，必须提供省、自治区、直辖市一级的卫生部门的制药许可证明。

(3) 申请注册卷烟商标的企业，必须是国家计划批准的生产的烟厂。

(4) 经有关主管部门颁布实行生产许可证制度的商品（如机械工业部规定的低压电器，机床电器等），应当经过主管部门检查许可生产的，才能申请商标注册。

3、申请注册商标的手续

(1) 企业申请商标注册申请人，应向所在地的市、县、工商行政管理局提出申