



新商标法

条文解读与适用指南

何永坚 主编



根据最新修订的商标法撰写，既实用又权威



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

D/P23.435
2014/1

P1



新商标法

条文解读与适用指南

主编 何永坚（全国人民代表大会常务委员会法制工作委员会）



Trademark Law



法律出版社

LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

新商标法条文解读与适用指南 / 何永坚主编.

—北京:法律出版社,2013.10

ISBN 978 - 7 - 5118 - 5493 - 3

I. ①新… II. ①何… III. ①商标法—法律解释
—中国—指南②商标法—法律适用—中国—指南 IV.
①D923.435 - 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 239709 号

新商标法条文解读与适用指南

何永坚 主编

责任编辑 刘秀丽
装帧设计 马 帅

© 法律出版社·中国

开本 A5

印张 8.75 字数 198 千

版本 2013 年 11 月第 1 版

印次 2013 年 11 月第 1 次印刷

出版 法律出版社

编辑统筹 独立项目策划部

总发行 中国法律图书有限公司

经销 新华书店

印刷 北京北苑印刷有限责任公司

责任印制 张建伟

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782

西安分公司/029-85388843

重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636

北京分公司/010-62534456

深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 5493 - 3

定价:29.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

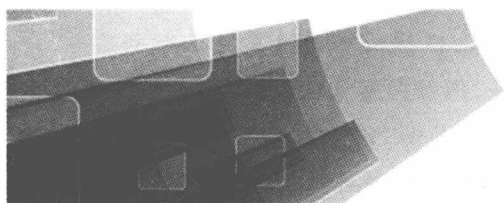
目 录

第一部分 条文解读与法律适用

第一章	总则	(3)
第二章	商标注册的申请	(66)
第三章	商标注册的审查和核准	(84)
第四章	注册商标的续展、变更、转让和使用许可	(106)
第五章	注册商标的无效宣告	(119)
第六章	商标使用的管理	(132)
第七章	注册商标专用权的保护	(148)
第八章	附则	(208)

第二部分 附 录

全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国 国商标法》的决定	(215)
中华人民共和国商标法	(228)
中华人民共和国商标法修改前后对照表	(246)
后记	(272)



第一部分 条文解读与法律适用

第一章 总 则



本章提要

一般法律都设总则一章。总则,又称“总纲”或者“总的原则”,在一部法律中起提纲挈领的作用,是一部法律的重要内容。法律总则部分主要对立法宗旨、法的指导思想和基本原则、适用范围以及其他一般性、总括性的内容予以规定。具体到商标法来看,本法总则一章共分 21 条,主要对商标法的立法目的、负责商标注册和管理工作的主管部门、负责处理商标争议的机构、注册商标的含义及分类、商标专用权的取得及权利人的权利义务、不得作为商标使用或者注册的标志、驰名商标的认定和保护、外国人或者外国企业如何在中国申请商标注册、商标代理机构的法律义务、商标代理行业组织、商标国际注册等内容作了规定。

第一条 为了加强商标管理,保护商标专用权,促使生产、经营者保证商品和服务质量,维护商标信誉,以保障消费者和生产、经营者的利益,促进社会主义市场经济的发展,特制定本法。



条文主旨

本条是关于商标法立法宗旨的规定。



立法背景

明确立法宗旨是法律规定的首要任务。所谓“立法宗旨”,又称“立法目的”,是指制定一部法律所要达到的目标。其意义在于明确宣示制定这部法律的目的,以开宗明义、总揽一部法律的全部内容。每部法律都有立法宗旨,不同法律的立法宗旨各不相同。例如《消费者权益保护法》的立法宗旨是“保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序,促进社会主义市场经济健康发展”;《道路交通安全法》的立法宗旨是“为了维护道路交通秩序,预防和减少交通事故,保护人身安全,保护公民、法人和其他组织的财产安全及其他合法权益,提高通行效率”。立法宗旨决定一部法律其他具体规范的内容,统率着一部法律的全部规范的价值取向。法律的各项具体规定都是围绕着立法宗旨而展开,并为实现立法宗旨而服务的。一部法律中,立法宗旨通常列为法律全文的第一条,既表明其首要性,又凸显其重要性,《商标法》亦是如此。需要说明的是,本条规定是原《商标法》第一条的规定。2013年《商标法》修改维持了现行规定,没有作任何修改。



条文解读

根据本条规定,制定本法的目的,包括以下六个方面:

一、加强商标管理

商标是指任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的可视性标志,包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合,以及上述要素的组合。它是一种能将某一商品或者服务区别于其他商品和服务的标志。对商标予以管理是世界各国的通行做法。各国通过对商标注册的申请、审查和核准、注册商标的续展、变更、转让和使用许可等的法律规范,对商标予

以管理。商标的确权和使用,必须实施依法管理,而这种管理应当是有效的,形成一种适应商标特点的强有力的管理秩序。本法以国家立法的形式确立我国的商标管理制度。因此,加强商标管理,是制定本法的首要目的。

二、保护商标专用权

商标专用权是一种无形财产权,属于知识产权范畴。所谓“商标专用权”,是指商标经依法核准注册后,商标注册人对其注册商标所享有的依法支配并禁止他人侵害的权利,包括排他使用权、收益权、处分权、续展权和禁止他人侵害的权利等。作为一项重要的民事权利,商标专用权需要由国家予以保护,以促进其健康发展。同时,社会经济生活中存在着侵害商标专用权的违法行为,需要由执法部门依法予以查处,才能切实保障商标功能的正常发挥,保护商标权利人的合法权益,以有效地发挥商标在现代经济中保证商品和服务质量,保障消费者和生产者、经营者利益的积极作用。因此,以法律的形式,采取民事、行政、刑事等手段保护商标专用权,是制定本法的重要目的之一。

三、促使生产者与经营者保证商品和服务质量

商品生产者、经营者和服务提供者是市场经济中最活跃的主体。向社会提供质量合格的产品和服务,是商品生产者、经营者和服务提供者依法承担的法律义务,也是一项重要的社会责任。生产者、经营者应当保证其所生产的商品和提供的服务是符合法律法规和国家有关标准规定的要求。商标是人们区别商品和服务不同来源的一个重要标志,是人们知悉和认同某一商品或者服务的重要因素,也是消费者购买某一商品或者服务的重要条件,商品或者服务的商标与其质量是直接联系在一起的。商品和服务质量好,消费者选择意愿强;商品或者品质不佳,人们会循着商标追踪其来源。制定商标法,依法对商品生产者、经营者和服务

提供者依法注册的商标专用权予以保护,有利于消费者通过商标区别商品和服务的质量。例如,消费者在日常消费中总是倾向于选择那些质量有保证的品牌。这里的“品牌”就是本法所称的“商标”。通过立法对“品牌”的保护,有利于消费者更好地作出选择。反过来,它也促使商品生产者、经营者以及服务提供者更好地提升商品和服务的质量,以吸引消费者。

四、维护商标信誉

商标信誉是商标在广大消费者和社会公众心目中享有的声誉。它是商品和服务质量的保证。商标不仅是生产者、经营者的智力成果,也是取得人们信任的一个重要标识。商标凝结着商品的信誉和该商品生产者、经营者的信誉,这种信誉不是凭空获得的,而是通过许多智力活动与创造性的生产经营而形成的,商标信誉应当受到法律的保护,这与保护商标专用权是一致的。特别是使用时间较长、知名度较大的商标,其信誉度较高,人们对使用这种商标的商品或者服务有着较大的信任,更容易被购买和消费,生产者、经营者就能够更多地获得利益。通过制定商标法,依法对商标专用权予以保护,有利于生产者、经营者和服务提供者树立商标信誉。例如,本法第十三条、第十四条专门对驰名商标的认定和保护作了规定,这些规定对于维护驰名商标的声誉是非常有意义的。

五、保障消费者和生产者、经营者的利益

商标既是生产者、经营者保证商品和服务质量、维护商品声誉的工具,也是消费者用以判断购买取向的重要依据。制定商标法,通过合理的制度设计,有利于维护商品和服务市场各方主体的合法权益。在完善、健康的市场经济条件下,生产者、经营者和消费者的利益从根本上而言是一致的;生产者、经营者和消费者对商标制度的需求也是统一的。无论是加强商标管理,保护商标

专用权,还是促使生产者、经营者保证商品和服务质量,维护商标信誉,目的之一既是维护消费者的利益,也是维护生产者、经营者的利益,使二者的合法利益都能从法律上得到切实维护。

六、促进社会主义市场经济的发展

建立社会主义市场经济体制是我国经济体制改革的重要目标。改革开放以来,经过三十多年的努力,我国由传统的计划经济体制逐步迈向社会主义市场经济体制。社会主义市场经济体制是由一系列制度共同构建起来,其中一项重要内容是知识产权制度。知识产权制度中,商标制度又是一项重要内容。在市场经济发达的国家,法律制度有其注重对商标权、专利权等知识产权的保护,它是促进社会创新的一项客观要求。随着我国社会主义市场经济的不断发展和完善,商标在经济生活中的作用越来越大,充分发挥商标制度的作用,依法维护商标权利人的合法权益,有利于更好地促进社会主义市场经济的发展。因此,促进社会主义市场经济发展也是本法的一项重要宗旨。



适用中的注意事项

在行政机关执法过程和司法实践中,执法机关和人民法院等司法机关一般不会直接援引法律中有关立法宗旨的条文予以适用。但是,如前所述,法的宗旨统率着一部法律全部规范的价值取向。围绕商标法的行政执法活动和司法活动应当体现法的宗旨,以法的宗旨作为最高原则,尤其是在法律具体规定缺失或者不明确的情况下,执法、司法活动中对有关法律条文的具体理解和掌握应当遵循立法宗旨,而不应背离立法宗旨。

第二条 国务院工商行政管理部门商标局主管全国商标注册和管理的工作。

国务院工商行政管理部门设立商标评审委员会,负责处理商标争议事宜。



条文主旨

本条是关于负责商标注册和管理工作的主管部门以及负责处理商标争议事宜的机构的规定。



立法背景

商标注册和管理以及处理商标争议事宜是行政部门的一项职能。设立专门机关,主管商标注册和管理,以及处理商标争议,是世界各国的通行做法。新中国成立后,我国的商标注册工作先后由中央私营企业局和中央工商行政管理局主管。1978 年国家恢复工商行政管理机关后,内设商标局。根据 1982 年颁布并于 1993 年、2001 年两次修正实施的《商标法》,国务院工商行政管理部门商标局主管全国商标注册和管理,各地工商行政管理部门对商标使用行为进行监督管理,依职权或应权利人请求查处侵犯注册商标专用权行为,保护商标权人和消费者的合法权益。在法律中明确相关事务的具体管理部门,能够使有关部门的地位得以在法律上予以明确,并依照法律的规定行使权力、履行职责、承担责任,避免错位、越位、缺位等现象的发生,从而真正保证有关事务的健康有序发展。需要说明的是,本条规定是原《商标法》第二条的规定。2013 年《商标法》修改维持了现行规定,没有作任何修改。



条文解读

根据本条的规定,国家商标注册和管理主管部门以及商标争议处理部门,为两个部门。

一、主管全国商标注册和管理工作的部门

根据本条第一款规定,国务院工商行政管理部门商标局主管全国商标注册和管理的工作。这里的“国务院工商行政管理部门商标局”是指国家工商行政管理总局商标局。本条规定国务院工商行政管理部门商标局主管全国商标注册和管理的工作,即是在法律上明确了国务院工商行政管理部门商标局为全国商标注册和管理的主管部门,除此之外的任何其他部门和机构都不是全国商标注册和管理的主管部门。根据2008年7月11日《国务院办公厅关于印发国家工商行政管理总局主要职责内设机构和人员编制规定的通知》(国办发〔2008〕88号)的规定,国家工商行政管理总局负责商标注册和管理工作,依法保护商标专用权和查处商标侵权行为,处理商标争议事宜,加强驰名商标的认定和保护工作;负责特殊标志、官方标志的登记、备案和保护。另据2008年9月8日国家工商行政管理总局《关于印发各司(厅、局、室)主要职责内设机构和人员编制规定的通知》(工商人字〔2008〕195号)规定,商标局隶属于国家工商行政管理总局,承担商标注册与管理等行政职能,具体负责全国商标注册和管理的工作,依法保护商标专用权和查处商标侵权行为,加强驰名商标的认定和保护工作,负责特殊标志、官方标志的登记、备案和保护,研究分析并依法发布商标注册信息,为政府决策和社会公众提供信息服务,实施商标战略等工作。商标局下设综合处、申请受理处、审查一处、审查二处、审查三处、审查四处、审查五处、审查六处、审查七处、审查八处、地理标志审查处、国际注册处、异议形审处、异议裁定一处、异议裁定二处、异议裁定三处、异议裁定四处、商标信息档案管理

处、变更续展处、法律事务处、商标监督管理处、商标审查质量管理处、计算机系统管理处、驻中关村国家自主创新示范区办事处 24 个职能处,编制 285 人。其中局长 1 名、副局长 4 名。国务院工商行政管理部门商标局应当严格依照法律、行政法规以及国务院的具体规定,依法履行其主管全国商标注册和管理工作的职责。

二、负责处理商标争议事宜的机构

根据本条第二款规定,国务院工商行政管理部门商标评审委员会负责处理商标争议事宜。根据前文内容,处理商标争议事宜是国务院工商行政管理部门的一项重要职责。商标争议处理是一项专业性、技术性很强的工作,需要专门队伍和人才。目前,国务院工商行政管理总局按照法律要求设立了商标评审委员会,商标评审委员会负责处理商标争议事宜,并依法作出裁决。其主要职责是:对商标局驳回的商标申请,应当事人请求进行复审;对商标局作出的异议裁定、商标撤销裁定,应当事人请求进行复审;对当事人提出的商标争议申请进行审理;依法认定驰名商标;依法参加商标评审案件的行政诉讼。目前,商标评审委员会设置 9 个职能处:综合处、案件受理处、案件审理一处、案件审理二处、案件审理三处、案件审理四处、案件审理五处、案件审理六处、法律事务处。各业务处室按照各自职责负责相关事务。



适用中的注意事项

需要注意的是,商标局和商标评审委员会都是国家工商行政管理总局的内设机构,二者是平行的。之所以作这样的规定,主要是为了增强商标评审委员会的独立性和公正性,如果商标评审委员会隶属于商标局,其处理商标争议事宜相当于“自己当自己的法官”,显然违背公正性的要求。商标局与商标评审委员会虽

然都对商标事务具有管理权,但二者各自管理的事务并不相同。当事人在申请商标注册或者对他人的商标注册申请有异议的,应当按照本条规定的职责分工,分别向相应的部门提出申请或者提出异议。

第三条 经商标局核准注册的商标为注册商标,包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标;商标注册人享有商标专用权,受法律保护。

本法所称集体商标,是指以团体、协会或者其他组织名义注册,供该组织成员在商事活动中使用,以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。

本法所称证明商标,是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制,而由该组织以外的单位或者个人使用于其商品或者服务,用以证明该商品或者服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质的标志。

集体商标、证明商标注册和管理的特殊事项,由国务院工商行政管理部门规定。



|| 条文主旨

本条是关于注册商标的含义、种类及商标专用权受法律保护的规定。



|| 立法背景

商标既有注册商标,也有未注册商标。人们在从事经济活动时,可以自行决定是否采用商标,以表示某一项产品或者服务是来自于自己的。对于在实际中已使用的或者准备使用的商标,我

国的商标制度采取自愿注册原则,即使用者可以自愿选择将其注册,也可以选择不将其注册。二者的区别在于,注册商标依法受法律保护。本法主要是有关注册商标的申请、审查和核准、延展、转让、使用等的规定。本条规定是原《商标法》第三条规定的内容,2013年《商标法》修改对其内容未作修改。



条文解读

一、注册商标的含义

所谓“注册商标”,是指经商标局核准注册的商标。本法第二条明确规定,全国的商标注册工作由国务院工商行政管理部门商标局主管。因此,我国的商标注册工作是由商标局集中统一办理的。决定将已经使用或者准备使用的商标予以注册的人,应当依照法定的条件和程序,向商标局提出商标注册的申请。只有经商标局依法审查和核准注册的商标,才是注册商标。注册商标用“圆圈 R”表示,“圆圈 R”是“注册商标”的标记,意思是该商标已在国家商标局进行注册申请并已经商标局审查通过,成为注册商标。圆圈里的“R”是英文“Register”(意为“注册”)的开头字母。注册商标具有排他性、独占性、唯一性等特点,属于注册商标所有人所独占,受法律保护,任何企业或个人未经注册商标所有权人许可或授权,均不可自行使用,否则将承担侵权责任。非注册商标一般用“TM”表示,“TM”是商标符号的意思,即标注 TM 的文字、图形或符号是商标,但不一定已经注册。TM 是英文 trademark 的缩写。

二、注册商标的分类

1. 商品商标。所谓商品商标,是指商品的生产者或经营者为了将自己生产或经营的商品与他人生产或经营的商品区别开来,而使用的文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合、声音等,以

及上述要素组合的标志。

2. 服务商标。所谓服务商标,是指提供服务的经营者为了将自己提供的服务与他人提供的服务区别开来,而使用的文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合、声音等,以及上述要素组合的标志。

3. 集体商标。所谓集体商标,是指以团体、协会或者其他组织名义注册,供该组织成员在商事活动中使用,以表明使用者在该组织中的成员资格的标志。集体商标具有以下特征:

首先,集体商标是以各成员组成的集体名义注册的,集体商标不属于某个特定的自然人、法人或者其他组织,而属于由多个自然人、法人或者其他组织组成的社团组织,具有“共有”和“共用”的特点。集体商标表明商品或服务源自某一集体组织,这一集体可以是某一特定的行会、商会等团体、协会或者其他集体组织,而商品或者服务的具体提供者则以集体成员的身份隐退在集体的背后。

其次,集体商标供该组织成员使用,集体组织通常不使用,不是该组织的成员则不能使用。也就是说,集体商标的使用是以成员身份为基础的。因此,当某一成员退出该集体时,他就不能再使用该集体商标,当某一新成员加入时,他就可以因获得成员的身份而使用该集体商标。

再次,集体的成员应限于在商事活动中使用集体商标,而不应在商事活动以外的其他活动中使用。

最后,集体商标的作用是表明使用者在该组织中的成员资格,即表明使用该商标的商品或者服务来源于某一个集体,以便于与不是这个集体的成员的商品或者服务相区别。

4. 证明商标。所谓证明商标,又称保证商标,是指由对某种商品或者服务具有监督能力的组织所控制,而由该组织以外的单