



海峡西岸商标

主办：福建省商标协会

主 编：刘爱武

副 主 编：张 莉

执行编辑：蔡春烈

编委会成员：蔡美容

通 联 组：各会员单位

出刊日期：2020 年 6 月 30 日

地址：福州市鼓楼区东浦路

156 号展企大厦五层

电话：(0591)87718837

电子信箱：fjssbxh@126.com

网址：www.fjssbxh.com

邮政编码：350003

CONTENTS 目录

通知公告

- 03 国家知识产权局出台《商标侵权判断标准》
- 08 国家知识产权局关于《注册商标专用权质押登记程序规定》的公告（第 358 号）
- 11 关于发布《地理标志专用标志使用管理办法（试行）》的公告
- 13 商标注册平均审查周期将压至 4 个月内

协会工作

- 14 福建省商标协会受聘为福州市中级人民法院知识产权多元化解机制特邀调解组织
- 15 福建省商标协会参加福州市中级人民法院第二批知识产权委派调解案件移交仪式
- 16 刘爱武会长应邀参加漳州市知创志愿服务团启动仪式暨专家组沙龙活动

工作研究

- 17 规范专用标志管理 推进地理标志统一认定
张志成
- 19 以“商标富农”“地标兴农”为抓手 福建出实招
力促“百千”增产增效 杨 柳 林佳雯



21 企业高效办理商标注册事务应念好“四字诀”

薛缤勇

以案说法

26 2019 年度商标行政保护十大典型案例发布

商标知识

31 集体证明商标注册申请十五问

35 商标海外注册风险查询的问题与应对 薛友飞

地理标志传说

38 一都枇杷的传说

封面 厦门市鼓浪屿食品厂有限公司

封底 荷之韵 赵觉荣 摄影

国家知识产权局出台《商标侵权判断标准》

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团知识产权局（知识产权管理部门）：

为深入贯彻落实党中央、国务院关于强化知识产权保护的决策部署，加强商标执法指导工作，统一执法标准，提升执法水平，强化商标专用权保护，根据《商标法》、《商标法实施条例》的有关规定，制定《商标侵权判断标准》。现予印发，请遵照执行。各地在执行中遇到的新情况、新问题，请及时报告。

国家知识产权局

2020年6月15日

商标侵权判断标准

第一条 为加强商标执法指导工作，统一执法标准，提升执法水平，强化商标专用权保护，根据《中华人民共和国商标法》（以下简称商标法）、《中华人民共和国商标法实施条例》（以下简称商标法实施条例）以及相关法律法规、部门规章，制定本标准。

第二条 商标执法相关部门在处理、查处商标侵权案件时适用本标准。

第三条 判断是否构成商标侵权，一般需要判断涉嫌侵权行为是否构成商标法意义上的商标的使用。

商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装、容器、服务场所以及交易文书上，或者

将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用以识别商品或者服务来源的行为。

第四条 商标用于商品、商品包装、容器以及商品交易文书上的具体表现形式包括但不限于：

（一）采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将商标附着在商品、商品包装、容器、标签等上，或者使用在商品附加标牌、产品说明书、介绍手册、价目表等上；

（二）商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据等。

第五条 商标用于服务场所以及服务交易

文书上的具体表现形式包括但不限于：

（一）商标直接用于服务场所，包括介绍手册、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、名片、奖券、办公文具、信笺以及其他提供服务所使用的相关物品上；

（二）商标使用于和服务有联系的文件资料上，如发票、票据、收据、汇款单据、服务协议、维修维护证明等。

第六条 商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中的具体表现形式包括但不限于：

（一）商标使用在广播、电视、电影、互联网等媒体中，或者使用在公开发行的出版物上，或者使用在广告牌、邮寄广告或者其他广告载体上；

（二）商标在展览会、博览会上使用，包括在展览会、博览会上提供的使用商标的印刷品、展台照片、参展证明及其他资料；

（三）商标使用在网站、即时通讯工具、社交网络平台、应用程序等载体上；

（四）商标使用在二维码等信息载体上；

（五）商标使用在店铺招牌、店堂装饰装潢上。

第七条 判断是否为商标的使用应当综合考虑使用人的主观意图、使用方式、宣传方式、行业惯例、消费者认知等因素。

第八条 未经商标注册人许可的情形包括未获得许可或者超出许可的商品或者服务的类别、期限、数量等。

第九条 同一种商品是指涉嫌侵权人实际生产销售的商品名称与他人注册商标核定使用的商品名称相同的商品，或者二者商品名称不同但在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同种商品。

同一种服务是指涉嫌侵权人实际提供的服务名称与他人注册商标核定使用的服务名称相同的商品，或者二者服务名称不同但在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同种服务。

核定使用的商品或者服务名称是指国家知识产权局在商标注册工作中对商品或者服务使用的名称，包括《类似商品和服务区分表》（以下简称区分表）中列出的商品或者服务名称和未在区分表中列出但在商标注册中接受的商品或者服务名称。

第十条 类似商品是指在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面具有一定共同性的商品。

类似服务是指在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面具有一定共同性的服务。

第十一条 判断是否属于同一种商品或者同一种服务、类似商品或者类似服务，应当在权利人注册商标核定使用的商品或者服务与涉嫌侵权的商品或者服务之间进行比对。

第十二条 判断涉嫌侵权的商品或者服务与他人注册商标核定使用的商品或者服务是否构成同一种商品或者同一种服务、类似商品或者类似服务，参照现行区分表进行认定。

对于区分表未涵盖的商品，应当基于相关公众的一般认识，综合考虑商品的功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等因素认定是否构成同一种或者类似商品；

对于区分表未涵盖的服务，应当基于相关公众的一般认识，综合考虑服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等因素认定是否构成同一种或者类似服务。

第十三条 与注册商标相同的商标是指涉嫌侵权的商标与他人注册商标完全相同，以及虽有不同但视觉效果或者声音商标的听觉感知基本无差别、相关公众难以分辨的商标。

第十四条 涉嫌侵权的商标与他人注册商标相比较，可以认定与注册商标相同的情形包括：

（一）文字商标有下列情形之一的：

1. 文字构成、排列顺序均相同的；
2. 改变注册商标的字体、字母大小写、文字横竖排列，与注册商标之间基本无差别的；
3. 改变注册商标的文字、字母、数字等之间的间距，与注册商标之间基本无差别的；
4. 改变注册商标颜色，不影响体现注册商标显著特征的；
5. 在注册商标上仅增加商品通用名称、图形、型号等缺乏显著特征内容，不影响体现注册商标显著特征的；

（二）图形商标在构图要素、表现形式等视觉上基本无差别的；

（三）文字图形组合商标的文字构成、图形外观及其排列组合方式相同，商标在整体视觉上基本无差别的；

（四）立体商标中的显著三维标志和显著平面要素相同，或者基本无差别的；

（五）颜色组合商标中组合的颜色和排列的方式相同，或者基本无差别的；

（六）声音商标的听觉感知和整体音乐形象相同，或者基本无差别的；

（七）其他与注册商标在视觉效果或者听觉感知上基本无差别的。

第十五条 与注册商标近似的商标是指涉嫌侵权的商标与他人注册商标相比较，文字商标的字形、读音、含义近似，或者图形商标的

构图、着色、外形近似，或者文字图形组合商标的整体排列组合方式和外形近似，或者立体商标的三维标志的形状和外形近似，或者颜色组合商标的颜色或者组合近似，或者声音商标的听觉感知或者整体音乐形象近似等。

第十六条 涉嫌侵权的商标与他人注册商标是否构成近似，参照现行《商标审查及审理标准》关于商标近似的规定进行判断。

第十七条 判断商标是否相同或者近似，应当在权利人的注册商标与涉嫌侵权商标之间进行比对。

第十八条 判断与注册商标相同或者近似的商标时，应当以相关公众的一般注意力和认知力为标准，采用隔离观察、整体比对和主要部分比对的方法进行认定。

第十九条 在商标侵权判断中，在同一种商品或者同一种服务上使用近似商标，或者在类似商品或者类似服务上使用相同、近似商标的情形下，还应当对是否容易导致混淆进行判断。

第二十条 商标法规定的容易导致混淆包括以下情形：

（一）足以使相关公众认为涉案商品或者服务是由注册商标权利人生产或者提供；

（二）足以使相关公众认为涉案商品或者服务的提供者与注册商标权利人存在投资、许可、加盟或者合作等关系。

第二十一条 商标执法相关部门判断是否容易导致混淆，应当综合考量以下因素以及各因素之间的相互影响：

- （一）商标的近似情况；
- （二）商品或者服务的类似情况；
- （三）注册商标的显著性和知名度；
- （四）商品或者服务的特点及商标使用的

方式;

(五) 相关公众的注意和认知程度;

(六) 其他相关因素。

第二十二条 自行改变注册商标或者将多件注册商标组合使用, 与他在同一种商品或者服务上的注册商标相同的, 属于商标法第五十七条第一项规定的商标侵权行为。

自行改变注册商标或者将多件注册商标组合使用, 与他在同一种或者类似商品或者服务上的注册商标近似、容易导致混淆的, 属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。

第二十三条 在同一种商品或者服务上, 将企业名称中的字号突出使用, 与他人注册商标相同的, 属于商标法第五十七条第一项规定的商标侵权行为。

在同一种或者类似商品或者服务上, 将企业名称中的字号突出使用, 与他人注册商标近似、容易导致混淆的, 属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。

第二十四条 不指定颜色的注册商标, 可以自由附着颜色, 但以攀附为目的附着颜色, 与他在同一种或者类似商品或者服务上的注册商标近似、容易导致混淆的, 属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。

注册商标知名度较高, 涉嫌侵权人与注册商标权利人处于同一行业或者具有较大关联性的行业, 且无正当理由使用与注册商标相同或者近似标志的, 应当认定涉嫌侵权人具有攀附意图。

第二十五条 在包工包料的加工承揽经营活动中, 承揽人使用侵犯注册商标专用权商品的, 属于商标法第五十七条第三项规定的商标侵权行为。

第二十六条 经营者在销售商品时, 附赠侵犯注册商标专用权商品的, 属于商标法第五十七条第三项规定的商标侵权行为。

第二十七条 有下列情形之一的, 不属于商标法第六十条第二款规定的“销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品”:

(一) 进货渠道不符合商业惯例, 且价格明显低于市场价格的;

(二) 拒不提供账目、销售记录等会计凭证, 或者会计凭证弄虚作假的;

(三) 案发后转移、销毁物证, 或者提供虚假证明、虚假情况的;

(四) 类似违法情形受到处理后再犯的;

(五) 其他可以认定当事人明知或者应知的。

第二十八条 商标法第六十条第二款规定的“说明提供者”是指涉嫌侵权人主动提供供货商的名称、经营地址、联系方式等准确信息或者线索。

对于因涉嫌侵权人提供虚假或者无法核实的信息导致不能找到提供者的, 不视为“说明提供者”。

第二十九条 涉嫌侵权人属于商标法第六十条第二款规定的销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品的, 对其侵权商品责令停止销售, 对供货商立案查处或者将案件线索移送具有管辖权的商标执法相关部门查处。

对责令停止销售的侵权商品, 侵权人再次销售的, 应当依法查处。

第三十条 市场主办方、展会主办方、柜台出租人、电子商务平台等经营者怠于履行管理职责, 明知或者应知市场内经营者、参展方、柜台承租人、平台内电子商务经营者实施商标侵权行为而不予制止的; 或者虽然不知情, 但

经商标执法相关部门通知或者商标权利人持生效的行政、司法文书告知后，仍未采取必要措施制止商标侵权行为的，属于商标法第五十七条第六项规定的商标侵权行为。

第三十一条 将与他人注册商标相同或者相近似的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品或者服务交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的，属于商标法第五十七条第七项规定的商标侵权行为。

第三十二条 在查处商标侵权案件时，应当保护合法在先权利。

以外观设计专利权、作品著作权抗辩他人注册商标专用权的，若注册商标的申请日先于外观设计专利申请日或者有证据证明的该著作权作品创作完成日，商标执法相关部门可以对商标侵权案件进行查处。

第三十三条 商标法第五十九条第三款规定的“有一定影响的商标”是指在国内在先使用并为一定范围内相关公众所知晓的未注册商标。

有一定影响的商标的认定，应当考虑该商标的持续使用时间、销售量、经营额、广告宣传等因素进行综合判断。

使用人有下列情形的，不视为在原使用范围内继续使用：

（一）增加该商标使用的具体商品或者服务；

（二）改变该商标的图形、文字、色彩、结构、书写方式等内容，但以与他人注册商标相区别为目的而进行的改变除外；

（三）超出原使用范围的其他情形。

第三十四条 商标法第六十条第二款规定的“五年内实施两次以上商标侵权行为”指同一当事人被商标执法相关部门、人民法院认定侵犯他人注册商标专用权的行政处罚或者判决生效之日起，五年内又实施商标侵权行为的。

第三十五条 正在国家知识产权局审理或者人民法院诉讼中的下列案件，可以适用商标法第六十二条第三款关于“中止”的规定：

（一）注册商标处于无效宣告中的；

（二）注册商标处于续展宽展期的；

（三）注册商标权属存在其他争议情形的。

第三十六条 在查处商标侵权案件过程中，商标执法相关部门可以要求权利人对涉案商品是否为权利人生产或者其许可生产的商品出具书面辨认意见。权利人应当对其辨认意见承担相应法律责任。

商标执法相关部门应当审查辨认人出具辨认意见的主体资格及辨认意见的真实性。涉嫌侵权人无相反证据推翻该辨认意见的，商标执法相关部门将该辨认意见作为证据予以采纳。

第三十七条 本标准由国家知识产权局负责解释。

第三十八条 本标准自公布之日起施行。



关于《注册商标专用权质押登记程序规定》的公告

(第358号)

为持续优化营商环境,进一步提升政务服务水平,充分发挥注册商标专用权的价值,促进高质量发展,根据《物权法》、《担保法》、《商标法》和《商标法实施条例》有关规定,制定《注册商标专用权质押登记程序规定》,现予发布。本规定自2020年5月1日起施行。

国家知识产权局

2020年4月22日

注册商标专用权质押登记程序规定

第一条 为充分发挥注册商标专用权无形资产的价值,促进经济发展,根据《物权法》、《担保法》、《商标法》和《商标法实施条例》的有关规定,制定本规定。

国家知识产权局负责办理注册商标专用权质权登记。

第二条 自然人、法人或者其他组织以其注册商标专用权出质的,出质人与质权人应当订立书面合同,并向国家知识产权局办理质权登记。

质权登记申请应由质权人和出质人共同提出。质权人和出质人可以直接向国家知识产权局申请,也可以委托商标代理机构代理办理。

在中国没有经常居所或者营业所的外国人或者外国企业应当委托代理机构办理。

第三条 办理注册商标专用权质权登记,出质人应当将在相同或者类似商品/服务上注册的相同或者近似商标一并办理质权登记。质权合同和质权登记申请书中应当载明出质的商标注册号。

共有商标办理质权登记的,除全体共有人另有约定的以外,应当取得其他共有人的同意。

第四条 申请注册商标专用权质权登记的,应提交下列文件:

(一) 申请人签字或者盖章的《商标专用权质权登记申请书》;

(二) 主合同和注册商标专用权质权合同；

(三) 申请人签署的承诺书；

(四) 委托商标代理机构办理的，还应当提交商标代理委托书。

上述文件为外文的，应当同时提交其中文译文。中文译文应当由翻译单位和翻译人员签字盖章确认。

第五条 注册商标专用权质权合同一般包括以下内容：

(一) 出质人、质权人的姓名(名称)及住址；

(二) 被担保的债权种类、数额；

(三) 债务人履行债务的期限；

(四) 出质注册商标的清单(列明注册商标的注册号、类别及专用期)；

(五) 担保的范围；

(六) 当事人约定的其他事项。

第六条 申请登记文件齐备、符合规定的，国家知识产权局予以受理并登记。质权自登记之日起设立。国家知识产权局自登记之日起2个工作日内向双方当事人发放《商标专用权质权登记证》。

《商标专用权质权登记证》应当载明下列内容：出质人和质权人的名称(姓名)、出质商标注册号、被担保的债权数额、质权登记期限、质权登记日期。

第七条 质权登记申请不符合本办法第二条、第三条、第四条、第五条规定的，国家知识产权局应当通知申请人，并允许其在30日内补正。申请人逾期不补正或者补正不符合要求的，视为其放弃该质权登记申请，国家知识产权局应当通知申请人。

第八条 有下列情形之一的，国家知识产权局不予登记：

(一) 出质人名称与国家知识产权局档案所

记载的名称不一致，且不能提供相关证明证实其为注册商标权利人的；

(二) 合同的签订违反法律法规强制性规定的；

(三) 注册商标专用权已经被撤销、被注销或者有效期满未续展的；

(四) 注册商标专用权已被人民法院查封、冻结的；

(五) 其他不符合出质条件的。

不予登记的，国家知识产权局应当通知当事人，并说明理由。

第九条 质权登记后，有下列情形之一的，国家知识产权局应当撤销登记：

(一) 发现有属于本办法第八条所列情形之一的；

(二) 质权合同无效或者被撤销；

(三) 出质的注册商标因法定程序丧失专用权的；

(四) 提交虚假证明文件或者以其他欺骗手段取得注册商标专用权质权登记的。

撤销登记的，国家知识产权局应当通知当事人。

第十条 质权人或出质人的名称(姓名)更改，以及质权合同担保的主债权数额变更的，当事人可以凭下列文件申请办理变更登记：

(一) 申请人签字或者盖章的《商标专用权质权登记事项变更申请书》；

(二) 主债权数额变更的，双方签订的有关的补充或变更协议；

(三) 申请人签署的相关承诺书；

(四) 委托商标代理机构办理的，还应当提交商标代理委托书。

出质人名称(姓名)发生变更的，还应按照《商标法》及《商标法实施条例》的相关规定在国家知识产权局办理变更注册人名义申请。

第十一条 因被担保的主合同履行期限延长、主债权未能按期实现等原因需要延长质权登记期限的，质权人和出质人双方应当在质权登记期限到期前，持以下文件申请办理延期登记：

（一）申请人签字或者盖章的《商标专用权质权登记期限延期申请书》；

（二）当事人双方签署的延期协议；

（三）申请人签署的相关承诺书；

（四）委托商标代理机构办理的，还应当提交商标代理委托书。

主债权未能按期实现，双方又未能达成有关延期协议的，质权人可以出具相关书面保证函，说明债权未能实现的相关情况，申请延期。国家知识产权局予以延期登记的，应当通知出质人。

第十二条 办理质权登记事项变更申请或者质权登记期限延期申请后，由国家知识产权局在2个工作日内重新核发《商标专用权质权登记证》。

第十三条 注册商标专用权质权登记需要注销的，质权人和出质人双方可以持下列文件办理注销申请：

（一）申请人签字或者盖章的《商标专用权质权登记注销申请书》；

（二）申请人签署的相关承诺书；

（三）委托商标代理机构办理的，还应当提交商标代理委托书。

注销登记的，国家知识产权局应当在2个工作日内通知当事人。

质权登记期限届满后，该质权登记自动失效。

第十四条 《商标专用权质权登记证》遗失的，可以向国家知识产权局申请补发。

第十五条 国家知识产权局对注册商标质权登记的相关信息进行公告。

第十六条 反担保及最高额质权适用本规定。

第十七条 本规定自2020年5月1日起施行，原《注册商标专用权质权登记程序规定》（工商标字〔2009〕182号）同日起不再执行。

附件（略）：

1. 商标专用权质权登记申请书
2. 办理商标专用权质权登记承诺书
3. 商标专用权质权登记事项变更申请书
4. 办理商标专用权质权登记事项变更承诺书
5. 商标专用权质权登记期限延期申请书
6. 办理商标专用权质权登记期限延期承诺书
7. 商标专用权质权登记注销申请书
8. 办理商标专用权质权登记注销承诺书
9. 商标专用权质权登记证补发申请书



关于发布《地理标志专用标志使用管理办法 (试行)》的公告(第354号)

为加强我国地理标志保护,统一和规范地理标志专用标志使用,制定《地理标志专用标志使用管理办法(试行)》。现予发布,自发布之日起施行。

特此公告。

国家知识产权局

2020年4月3日

地理标志专用标志使用管理办法(试行)

第一条 为加强我国地理标志保护,统一和规范地理标志专用标志使用,依据《中华人民共和国民法总则》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国标准化法》《中华人民共和国商标法实施条例》《地理标志产品保护规定》《集体商标、证明商标注册和管理办法》《国外地理标志产品保护办法》,制定本办法。

第二条 本办法所称的地理标志专用标志,是指适用在按照相关标准、管理规范或者使用管理规则组织生产的地理标志产品上的官方标志。

第三条 国家知识产权局负责统一制定发布地理标志专用标志使用管理要求,组织实施

地理标志专用标志使用监督管理。地方知识产权管理部门负责地理标志专用标志使用的日常监管。

第四条 地理标志专用标志合法使用人应当遵循诚实信用原则,履行如下义务:

(一)按照相关标准、管理规范和使用管理规则组织生产地理标志产品;

(二)按照地理标志专用标志的使用要求,规范标示地理标志专用标志;

(三)及时向社会公开并定期向所在地知识产权管理部门报送地理标志专用标志使用情况。

第五条 地理标志专用标志的合法使用人包括下列主体:

(一) 经公告核准使用地理标志产品专用标志的生产者;

(二) 经公告地理标志已作为集体商标注册的注册人的集体成员;

(三) 经公告备案的已作为证明商标注册的地理标志的被许可人;

(四) 经国家知识产权局登记备案的其他使用人。

第六条 地理标志专用标志的使用要求如下:

(一) 地理标志保护产品和作为集体商标、证明商标注册的地理标志使用地理标志专用标志的, 应在地理标志专用标志的指定位置标注统一社会信用代码。国外地理标志保护产品使用地理标志专用标志的, 应在地理标志专用标志的指定位置标注经销商统一社会信用代码。

(二) 地理标志保护产品使用地理标志专用标志的, 应同时使用地理标志专用标志和地理标志名称, 并在产品标签或包装物上标注所执行的地理标志标准代号或批准公告号。

(三) 作为集体商标、证明商标注册的地理标志使用地理标志专用标志的, 应同时使用地理标志专用标志和该集体商标或证明商标, 并加注商标注册号。

第七条 地理标志专用标志合法使用人可在国家知识产权局官方网站下载基本图案矢量图。地理标志专用标志矢量图可按比例缩放, 标注应清晰可识, 不得更改专用标志的图案形状、构成、文字字体、图文比例、色值等。

第八条 地理标志专用标志合法使用人可采用的地理标志专用标志标示方法有:

(一) 采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将地理标志专用标志附着在产品本身、产品包装、容器、标签等上;

(二) 使用在产品附加标牌、产品说明书、

介绍手册等上;

(三) 使用在广播、电视、公开发行的出版物等媒体上, 包括以广告牌、邮寄广告或者其他广告方式为地理标志进行的广告宣传;

(四) 使用在展览会、博览会上, 包括在展览会、博览会上提供的使用地理标志专用标志的印刷品及其他资料;

(五) 将地理标志专用标志使用于电子商务网站、微信、微信公众号、微博、二维码、手机应用程序等互联网载体上;

(六) 其他合乎法律法规规定的标示方法。

第九条 地理标志专用标志合法使用人未按相应标准、管理规范或相关使用管理规则组织生产的, 或者在2年内未在地理标志保护产品上使用专用标志的, 知识产权管理部门停止其地理标志专用标志使用资格。

第十条 对于未经公告擅自使用或伪造地理标志专用标志的; 或者使用与地理标志专用标志相近、易产生误解的名称或标识及可能误导消费者的文字或图案标志, 使消费者将该产品误认为地理标志的行为, 知识产权管理部门及相关执法部门依照法律法规和相关规定进行调查处理。

第十一条 省级知识产权管理部门应加强本辖区地理标志专用标志使用日常监管, 定期向国家知识产权局报送上一年使用和监管信息。鼓励地理标志专用标志使用和日常监管信息通过地理标志保护信息平台向社会公开。

第十二条 原相关地理标志专用标志使用过渡期至2020年12月31日。在2020年12月31日前生产的使用原标志的产品可以继续在市场流通。

第十三条 本办法由国家知识产权局负责解释。

第十四条 本办法自发布之日起实施。

商标注册平均审查周期将压至 4 个月内

5月11日，从召开的国家知识产权局商标局2020年商标审查工作会议上获悉，2019年我国商标审查量为825.3万件，商标注册实质审查抽检合格率96.08%，商标注册平均审查周期压缩到4.5个月，商标审查效率、质量稳步提升。2020年将继续深化商标注册便利化改革，确保商标注册平均审查周期压缩至4个月以内。

会议要求，继续做好疫情防控和服务复工复产工作，畅通绿色通道，推出新举措支持经济发展，依法从严从快打击与疫情相关的非正常商标注册申请行为。继续深化商标注册便利化改革，确保商标注册平均审查周期压缩至4个月以内，年内上线商标无效宣告、异议、撤销三年不使用申请的网上办理功能，实现我国申请人国际后续九项业务的网上申请。继续保持

打击恶意注册的高压态势，出台《不以使用为目的的商标恶意注册申请审查操作指南》，加快实现对商标囤积、恶意注册行为全流程打击。

国家知识产权局有关负责人表示，2020年是国家知识产权战略纲要的收官之年，也是商标注册便利化改革“三年攻坚计划”的收官之年，做好全年商标审查工作意义重大。要旗帜鲜明地讲政治，坚决阻止具有重大不良影响的标志以商标的形式侵袭意识形态、对公序良俗产生负面影响；要毫不动摇地讲法律，严格执行法律规定，维护商标注册秩序的公平与公正；要持之以恒地讲改革，坚持稳中求进，确保如期完成“三年攻坚计划”目标任务，全面实现“提质增效”。

（来源：中国市场监管报）



福建省商标协会受聘为福州市中级人民法院 知识产权多元化解机制特邀调解组织

2020年4月16日上午，福州市中级人民法院在福州知识产权法庭会议室召开知识产权纠纷多元化解机制暨特邀调解工作会议，福建省高级人民法院党组成员、审判委员会专职委员段思明，福州市政法委常务副书记郭家彬，福州中级人民法院院长胡志伟，副院长赵彦邦等多位领导出席会议并做重要讲话，对知识产权特邀调解工作提出了具体要求。来自福建省知识产权发展保护中心、福建省版权局、福州市市场监督管理局、福州市版权局、福州市市场监管综合执法支队、福州市知识产权中心、福州市文化市场综合执法支队、福州海关综合业务处、福建省版权协会、福建省商标协会等10家特邀调解组织及72名特邀调解员代表参加会议。福州市中级人民法院党组成员朱玲主持会议。

福州市中级人民法院此次聘请的特邀调解员来源多元化，既有高校的法学教授、知识产权相关部门人员以及具备法律专业知识的律师、商标等知识产权方面的专家、学者，还有企事

业单位相关行业人员。在很多方面与法官的知识经验形成互补，是司法专业化和大众化相结合的生动体现。此次，我会受聘为福州市中级人民法院特邀调解组织，由我会推荐的刘爱武、张莉、王商利、杨梅仙、林大明、程琦、陈光华、叶文庆、王芳、陈梁、谢德亮等11位商标等知识产权专家、商标代理人、法律学者、律师受聘为特邀调解员。面对这项光荣的使命与责任，我们将坚持以法律为准绳，以事实为依据，正确履行法律赋予的职责，与知识产权司法、行政等相关部门交流联动、形成合力，配合各部门共同推动新时期多元化解纠纷的创新。今后，我会也将与其他特邀调解组织一道，在福州市中级人民法院指导下，积极参与知识产权矛盾化解工作，充分发挥商标专业优势和领域所长，履行调解职责，引导商标等知识产权纠纷双方当事人达成调解协议，及时化解纠纷，保护当事人的合法权益，也为不断健全知识产权保护体系，优化营商环境，加快新时代、新福建建设贡献一份力量。



福建省商标协会参加福州市中级人民法院 第二批知识产权委派调解案件移交仪式

5月26日上午，福州市中级人民法院在福州知识产权法庭举行第二批知识产权委派调解案件移交仪式，向福建省版权局、福建省知识产权发展保护中心、福州市市场监督管理局、福州市市场监管综合执法支队、福州海关综合业务处、福建省版权协会、福建省商标协会等知识产权纠纷特邀调解组织以及福州大学法学院、福建师范大学法学院、福建江夏学院法学院调解员代表移交了第二批委派调解案件。这是福州中院强化知识产权纠纷诉讼与非诉讼解决方式的有效衔接，实质性地推进知识产权纠纷特邀调解工作的重要一步。

随着经济社会发展，知识产权的矛盾纠纷日益增多，大多数知识产权纠纷以诉讼方式进入司法领域，权利人对于诉讼外的知识产权纠纷多元化解机制普遍缺乏客观全面的了解。司法是化解矛盾纠纷的重要渠道，但不

是唯一的渠道。特邀调解工作的最大优势是能够更加灵活、高效地满足争议各方的不同需求，以妥善处理各种利益关系，实现各方利益的最大化。

刘爱武会长作为我会特邀调解组织代表，接收了委派调解案件共16件，此次案件的主要涉及企业及个人商标侵权纠纷。

我会作为福州市中级人民法院知识产权纠纷多元化解机制特邀调解组织，将在福州市中院的指导下，发挥行业协会的商标法律专业性，为知识产权纠纷的当事人提供一个较好的沟通平台，协调组织各位调解员发挥自身专业优势和丰富经验，履行调解职责，开展调解工作。积极促使双方当事人及时化解纠纷，在自愿平等、协商一致的前提下达成调解协议，为当事人减少诉累，降低诉讼成本，切实推动福州市多元化解矛盾纠纷调解工作的顺利开展。



刘爱武会长应邀参加漳州市知创志愿服务团 启动仪式暨专家组沙龙活动

2020年4月26日是第20个世界知识产权日，上午9:30，漳州市知创志愿服务团启动仪式暨专家组沙龙在漳州宾馆百花厅举行。漳州市市场监督管理局、漳州市农业农村局、漳州市委文明办、福建省商标协会相关领导、志愿服务团相关代表、专家团、志愿服务团成员参加活动。

启动仪式上，漳州市市场监督管理局局长朱东风、漳州市委文明办四级调研员张文成、国家知识产权运营公共服务平台副总经理吕占江、漳州市商标协会会长郑志军先后致辞，随后举行授旗成立仪式，向首批20名专家组成员代表授予荣誉证书。

接下来举办了漳州市知创服务团专家组首场无主题线上直播沙龙，由漳州市市场监管局副局长林丽卿主持，海中地理标志运营平台主任黄贤涛通过线上连接，与漳州片仔癀药业股份有限公司党委副书记、总经理黄进明、青蛙王子（中国）日化有限公司董事长李振辉、漳州市旅游投资集团有限公司党委副书记、总经理杨志滨、福建康之味食品工业有限公司董事长郑志军及福建省商标协会会长刘爱武围绕知识产权保护的政策、商标品牌创建的过程、商标维权保护的方式、商标法律服务的专业性等内容各抒己见，进行了深入的交流和讨论。

刘爱武会长在沙龙发言中主要阐述了以下内容：商标代理服务具有专业性与法律性；当前商标代理市场无门槛、无序竞争、鱼龙混杂等现状及其原因，国家知识产权局及其商标局以

及各级市场监管部门（知识产权管理部门）在规范制定、授权审查及行政执法上已经加大了整治力度，呼吁国家尽快恢复商标代理准入机制，在制定修改《商标代理管理办法》时参照《专利代理管理办法》，不仅有利于商标代理行业的管理及商标代理行业专业队伍的建设，更有利于国家知识产权战略的实施。刘会长还介绍了新修改的商标法及《规范商标申请注册行为若干规定》对有关恶意注册申请与代理的行为，是要追究申请人及代理人的行政责任。基于商标的专业特性及当前代理市场的混乱状况，建议企业在办理商标事务时，应该找专业的代理机构办理，抵制低价代理，使企业真正少走弯路或不走弯路，倡导“专业的事找专业的人、专业的人做专业的事”。商标代理机构更要坚持商标代理专业性，不断提高专业能力与水平，以专业与优质的服务赢得客户，必将受到社会与企业的认同，为企业商标品牌战略实施服务，为社会经济发展服务。



规范专用标志管理 推进地理标志统一认定

张志成

近日，国家知识产权局发布了《地理标志专用标志使用管理办法（试行）》（下称《办法》），标志着我国地理标志专用标志实现了统一，为我国建立地理标志统一认定制度下的保护模式打下重要基础，必将进一步提升我国地理标志保护水平。

制定《办法》是推进地理标志统一认定制度的重要举措。根据《深化党和国家机构改革方案》及十三届全国人大一次会议通过的《国务院机构改革方案》相关要求，国家知识产权局负责拟定原产地地理标志统一认定制度并组织实施。为有效落实中央改革要求，国家知识产权局明确了实现地理标志的统一受理渠道、统一审查标准、统一发布公告、统一专用标志、统一监管保护的工作思路。2019年7月，国家知识产权局同步启动了专用标志设计与使用管理规范的起草工作。2019年10月，确定了统一的地理标志专用标志，印发了《关于发布地理标志专用标志的公告》和《关于地理标志专用标志官方标志登记备案的公告》，把地理标志专用标志纳入官方标志保护。同时，在深入理论研究和现状调研、广泛征求意见的基础上，起草了《办法》，经国家知识产权局局务会审定并公开发布。

制定《办法》是加强统一监管保护、提高地理标志保护水平的重要举措。多年以来，我国多种地理标志产品专用标志并存使用，不仅不

利于消费者对地理标志产品的识别，也增加了部分生产者的运营成本，加大了地理标志监管执法的工作难度。确定统一的地理标志专用标志并制定《办法》，规范地理标志专用标志使用，有利于提高公众对地理标志的认知度，对统一地理标志监管保护具有积极作用，有助于在全社会形成保护地理标志的良好氛围。

《办法》从以下几个方面规范了专用标志的使用和管理。一是明确了专用标志的官方标志属性。《办法》明确了地理标志专用标志为官方标志，由国家知识产权局负责统一制定发布地理标志专用标志使用管理要求，组织实施地理标志专用标志使用监督管理。不符合《办法》规定且未经国家知识产权局同意，任何人不得使用与专用标志相同或近似的标志。二是明确了使用人义务。专用标志合法使用人包括经公告核准使用地理标志产品专用标志的生产者，经公告地理标志已作为集体商标注册的注册人的集体成员，经公告备案的已作为证明商标注册的地理标志的被许可人以及经国家知识产权局登记备案的其他使用人。统一专用标志不仅适用于地理标志保护产品，也适用于作为集体商标、证明商标注册的地理标志，以及其他经国家知识产权局登记备案的使用人。地理标志专用标志使用人应当遵循诚实信用原则，按照相关标准、管理规范和使用管理规则组织生产地

理标志产品，保证使用专用标志的地理标志产品严格按照统一的标准、规范或规则生产，确保产品的特定品质。另外，举办地理标志相关的公益性活动或确有正当理由和需要使用地理标志专用标志的，应通过向国家知识产权局申请登记备案的方式获得专用标志使用资格。三是明确了使用要求。使用人应按要求规范标示地理标志专用标志，标注统一社会信用代码。国家知识产权局将依托地理标志产品保护数据管理系统，为每个合法使用人生成带有统一社会信用代码的专用标志，由省级知识产权管理部门负责当地使用人专用标志的下载和发放工作。同时，使用人应根据实际情况同时标注相应的地理标志名称、集体商标或证明商标及商标注册号，所执行的地理标志标准代号或批准公告号。标注统一社会信用代码及商标注册号，是《办法》与以往相关专用标志使用管理要求的显著不同之处，将为地理标志监管执法提供更加直观的判断依据，进一步提高地理标志保护执法水平，也将有助于加强社会监督。四是明确了使用监管责任。地方知识产权管理部门负责地理标志专用标志使用的日常监管，鼓励省级知识产权管理部门将地理标志专用标志使用和日常监管信息通过地理标志保护信息平台向社会公开。使用人应按照《办法》要求使用专用标志，如违反有关规定，知识产权管理部门停止其地理标志专用标志使用资格。未经公告擅自使用或伪造地理标志专用标志的，或使用可能误导消费者的文字或图案标志致使消费者将该产品误认为地理标志，知识产权管理部门及相关执法部门依照法律法规和相关规定进行调查处理。《办法》为进一步加强地理标志保护监管增加了制度依据，有利于地理标志专用标志

的规范使用，对维护消费者的合法权益和有序的市场环境具有积极作用。

《办法》规定，原相关地理标志专用标志使用过渡期至2020年12月31日，在2020年12月31日仍然可以使用原标志。下一步，国家知识产权局将组织各地积极稳妥推进地理标志专用标志的更换工作，进一步严格规范地理标志专用标志申报的审核程序和要求，加强专用标志使用的日常监督管理和动态管理，不断提升地理标志保护水平，促进经济社会高质量发展。一是积极稳妥推进地理标志专用标志更换工作。指导各地知识产权部门制定专项工作方案，细化推进计划，稳妥有序组织开展地理标志专用标志下载、印制和发放，指导地理标志合法使用人及时完成原相关地理标志专用标志更换。二是严格规范专用标志申报的审核程序和要求。根据地理标志保护资源普查情况，严格审核地理标志专用标志使用人资格和申报材料，规范地理标志专用标志使用。三是加强地理标志专用标志使用监督管理。将专用标志使用情况纳入年度监督检查计划，组织开展专项检查。聚焦电子商务网站、微信、微博、手机应用程序、短视频平台等销售平台，兼顾实体零售和流通市场，加强对相关产品使用地理标志专用标志情况的主动监测和有关举报投诉信息的调查处理。四是广泛开展地理标志专用标志使用管理工作宣传。做好地理标志保护的信息公开和服务引导。鼓励及时为公众提供地理标志专用标志使用和监管信息。充分发挥行业协会、龙头企业、地理标志产品保护示范区等的监督协调和示范引领作用，共同提升地理标志保护水平。

（作者系国家知识产权局知识产权保护司司长）

以“商标富农”“地标兴农”为抓手 福建出实招力促“百千”增产增效

杨 柳 林佳雯

2019年，福建省地理标志商标总量居全国第2位，被国家商标监管部门认定的驰名商标量居全国第1位，地理标志商标注册量连续两年居全国第1位，福建获批地理标志保护产品专用标志使用核准改革试点省。多年的积累，让福建省在2019年交出了一份令人满意的地理标志工作答卷。

为深入贯彻落实习近平总书记重要讲话重要指示批示精神，全面贯彻落党中央、国务院决策部署及国家知识产权局和福建省委省政府部署要求，为加快推动和有序推进复工复产、复商复市提供更加有力的知识产权支撑，2020年，福建省知识产权局紧紧围绕福建实施一二三产业“百千”增产增效行动要求，推动出台《一二三产业“百千”增产增效行动知识产权促发展实施方案》，充分发挥知识产权制度激励创新的基本保障作用，有效服务“百千”增产增效行动，推动实体经济高质量发展。以地理标志精准扶贫为抓手，积极推动实施“百个以上农业特色产业和企业”增产增效工作，大力扶持区域公共品牌，支持推动地理标志优势特色产业和优势企业发挥潜能，做大做强。如今，大名鼎鼎的“宁德黄花鱼”“安溪铁观音”“福鼎白茶”等地理标志产业已经成为地区性支柱产业，“古

田银耳”“建瓯锥栗”“云霄枇杷”等地标产业蓬勃发展，成为当地脱贫致富的有力抓手。

精心培育地理标志 助推乡村振兴显实效

在全国各大城市的街头，都有“福鼎白茶”店铺的身影。事实上，现如今福建省福鼎市是我国最大的白茶产区和出口基地，“福鼎白茶”地标产品出口欧美、日韩、东南亚等国家和地区。“福鼎白茶”产业是当地名副其实的农业支柱产业。目前，福鼎茶产业为社会提供就业岗位8万余个，带动30万茶农和10万茶商增收致富奔小康。仅2018年，福鼎白茶产业为30万茶农带来人均纯收入1.68万元，比上年增收5000元，茶叶对茶农的人均纯收入贡献率达到55%。有力地推动了百分之七十的农户脱贫致富。

在茶产业的发展过程中，地理标志商标注册与使用“功不可没”。

“地理标志证明商标的成功注册与规范使用推动了农业产业化、规模化、品牌化的进程。”福鼎市市场监督管理局有关负责人表示，近年来，通过出台规范地理标志管理政策措施、扶持龙头企业做大做强品牌、政府拨款开展区域公共品牌宣传推广活动等系列措施，“福鼎白茶”整合产业链条，完成了产业的转型升级，农

产品的产量、产值、价格等方面均较注册前明显提高,福鼎白茶产量由地标注册时的3880担增加至2017年的1.35万担,产值也由地标注册时的4.61亿元增加至去年底的45亿元,“福鼎白茶”中国茶叶区域公用品牌价值从2010年的22.56亿元提升至目前的35.53亿元。

“福鼎白茶”地标产业的发展只是福建省地标工作的一个缩影。近年来,福建省充分挖掘九市一区当地特色自然、人文资源禀赋,切实做好地理标志商标和地理标志保护产品的培育指导和申请工作,培育了“安溪铁观音”“武夷山大红袍”“漳州水仙花”“平和琯溪蜜柚”“宁德大黄鱼”等一大批地标品牌。近年来,福建省知识产权局认真按照国家知识产权局和福建省委、省政府实施商标品牌战略工作部署,深入推进商标富农工作,取得明显工作成效,截至2019年底,我省累计拥有地理标志商标497件,地理标志保护产品74件。地理标志产品成为区域经济的重要支柱产业和民生产业,对提高农副产品的附加值,推动农民提升市场的组织化程度、增强农业综合效益和增加农民收入、促进农村和农业的发展起到了重要的作用。

强化地理标志保护 防患未然亮实招

在安溪县,从福建省最大的国定贫困县,到实现脱贫摘帽、基本小康,再到全国百强县,这三大历史跨越的背后都有“安溪铁观音”地标产业的身影。茶业是安溪县的民生产业、支柱产业,“安溪铁观音”地标的重要性不言而喻,加强地标保护是安溪县的必然选择。为保护“安溪铁观音”地标,安溪县“祭出”“三板斧”。

“一板斧”:从源头抓起。安溪县借助“农资监管与物流追踪平台”等多种监管手段,对茶企进行全方位监管,要求企业出厂产品批批检测,倒逼企业建立茶叶质量安全可追溯体系,从种

植、加工、流通、监管等环节,对所有“安溪铁观音”用标企业加强监管。

“二板斧”:主动出击,打假维权。对县内,安溪县建立“安溪铁观音”地理标志打假维权队伍,专门负责打击侵权、假冒伪劣产品。加强与当地市场监管部门联系,探索建立安溪铁观音区域协作打假维权机制。对县外,安溪县向全国各地乌龙茶主销区的市场监管部门适时通报安溪县地理标志使用情况,与他们共同建立维权网络,构建市场监控、侵权调查、行政投诉及查处等一整套维权体系。

“三板斧”:防患于未然。安溪县以新一轮中欧地理标志合作协议谈判为契机,积极推动安溪铁观音列入“中欧100+100”地理标志产品互认互保交换清单目录,收集整理安溪铁观音出口欧盟相关数据,并根据欧盟提出修改意见,对安溪铁观音质量技术规范进行修改。同时,安溪县积极开展国际商标注册,目前“安溪铁观音”已在欧盟、俄罗斯、乌克兰、日本等35个国家地区完成国际商标注册。

步骤明晰,层层递进,织牢一张地标“保护网”。安溪的做法得到福建省知识产权局的肯定与推广。而在省级层面,保护全省地标的工作也在稳步推进。福建省知识产权局不断增强监管力度,强化地理标志保护工作,严厉打击侵犯地理标志商标专用权和地理标志产品专用标志使用权的违法行为。同时,推动本省地理标志产品积极开拓海外市场。近年来,福建省向国家知识产权局推荐报送了3批次31个地理标志商标和地理标志产品清单参与中欧地理标志合作协定谈判,为优质地理标志产品走出国门,打开国际市场提供坚强法律保障。

“福建省知识产权局和知识产权发展保护中心将持续深入推动地理标志专用标志使用核准改革试点方案落实,认真按照国家知识产权局和

福建省委、省政府部署要求，牢牢把握工作重点，紧紧围绕福建实施一二三产业“百千”增产增效行动，全面推动地理标志产业和企业实现复工复产、满产超产。发挥龙头带动作用，全面推进地理标志现代农业产业园和优势特色产业集群建设，为实现福建十大乡村特色产业全产业链产值突破提供有力支撑，提高地理标志特色产业

全产业链增值能力。着力打响优势品牌，构建我省地理标志品牌集群优势。以地理标志助推走出具有福建特色的乡村振兴之路，为福建高质量打赢脱贫攻坚战提供知识产权新动能。”福建省市场监管局党组成员、省知识产权局局长、省知识产权发展保护中心主任颜志煌表示。

（来源：中国知识产权报）

企业高效办理商标注册事务应念好“四字诀”

薛缤勇

商标注册是企业打造品牌的法律前提和重要保障。近年来，商标注册的重要性日益受到企业和社会各界的重视。然而，不少企业在商标注册过程中，由于自身知识结构的局限性，往往走弯路、碰钉子，在浪费财力物力的同时还给商标的发展和保护带来隐患。作为一名知识产权工作者，笔者试结合多年来的一些观察体会，把企业在商标注册中应当注意的技巧，以“四字诀”的形式概括出来，谬误和不足之处，欢迎各位读者批评指正。

一、“新”字诀：做好事前的构思与设计，提高商标注册的成功机率

伴随全社会商标意识的不断增强，近几年我国商标申请量和注册量保持着强劲的增长势头。据统计，2019年1-10月，我国商标申请量为633.0万件，商标注册量为550.6万件。这意味着，有限的商标资源在不断地被挤占，在相

同或类似的商品、服务上出现相同或近似商标的机率也越来越大。对于企业而言，假如忽视商标的构思设计，只是“灵机一动”或“脑门一拍”，随意地选择某个图形或若干文字或其图文组合等申请注册商标，很容易出现和他人在先注册或已申请商标冲突的情形，导致申请被驳回，费时费力又费钱。

显然，加强事前的构思，设计出一个具有较强新颖性的商标，是避开前述障碍、提高注册成功率的“王道”。尽管如此，不少人对商标注册前的构思设计总有畏难情绪，感觉似乎要用“洪荒之力”才能完成。事实真是这样的吗？笔者认为，掌握了一定的规律，在较短时间内，设计出一个新颖的商标并非难事。以文字商标为例，实践中可用的设计方法有以下几种：

（一）字典抽字法。人们常用的汉字近4000个，但是，这些汉字在商标设计时，被选择的次数和概率则相差巨大。大多数人在设计商标

时,往往偏好选取地名、人名、花鸟虫鱼等各种常见事物。对注册商标数据库中稍加检索可以发现,在“龙”、“凤”、“马”、“豹”等各类动物前加上不同的形容词作为注册商标的例子数不胜数。此外,各类常用词语尤其是像福临门、双喜、吉利、鹏程、理想等充满喜庆成功意味的词语也是注册商标的高密度分布区。大批量的注册商标集中在这些常用字词上,后来者自然难以再进行注册。对于商标构思设计而言,必须突破上述关隘,寻找新的突破口。这时,新华字典就成为了非常重要的工具。打开新华字典,从不同页面中随意抽取3~4个汉字,以上述汉字组合而成的商标,往往和常用词语没有任何联系,具有很强的新颖性。根据数学中的排列组合原理,一个由3个汉字构成的商标,如果每个汉字都随机抽取且不重复的话,则这3个汉字依次分别有4000种、3999种、3998种可能,由此组合而成的商标有 $4000 \times 3999 \times 3998$ 即639.52亿种可能,即该商标出现的概率约六百三十九亿分之一。每增加一个随机抽取的汉字,该商标出现的概率也会以惊人的倍数往上激增。这种情况下,设计出来的商标必然具有很强的新颖性,可以较好地避开和已有文字商标的冲突。当然,字典抽取法只是构思设计的第一步,在形成后还要进行筛选,将其中生僻难读、含义不佳的汉字改换成其他字眼,确保整体易读易写,没有不良含义,并注意检索比对,尽可能避开和已注册商标的冲突。

(二) 成语演变法。成语是我国优秀传统文化的重要精粹之一,它包含了先贤的智慧,实践中,有不少企业巧妙地从中汲取智慧,通过适当的演变,形成独具特色的商标。“塞翁失马,焉知非福”是家喻户晓的成语典故,上海塞翁福农业发展有限公司就以此为灵感,设计注册了“塞翁福+图形”作商标[] (见下图)。再

如,某科技产品类企业以“自力更生”为原型,变化出“智力更生”商标,生动地展现了企业及其产品的科技特点。有必要指出的是,对成语的演变,必须适度适宜,不能误导人们。上述两个商标虽然对成语做了变化,但第一个在简化的同时仍保留了该成语的独特内涵,第二个则通过变化延伸出新的含义,因此都是相对可行的。

(三) 谐音替换法。许多企业喜欢用表现商品服务特点的词汇作为商标来申请注册,诸如“锋利”(指定使用商品菜刀)、美味(指定使用商品方便面)等;但是,这类企业喜欢的商标,在申请注册中却有着不可逾越的法律障碍[]。这种“鱼和熊掌不可兼得”的问题,有什么解决办法吗?答案要从问题本身来思考。汉字中同音、近音字多,各种直接表示商品特点的词汇,往往可以将其中字眼部份或全部替换成同音、近音字,这样组成的新词汇,虽然和原词汇字义差别较大或完全不同,却委婉含蓄地激发受众的联想,暗示原词汇的含义,同时有效地避开前述限制性规定。如国内乳业巨头伊利集团推出的“纯甄”酸奶,谐音“纯真”,就是一个成功的范例,它既巧妙暗示了酸奶产品的品质,又在商标法上具备可注册性。这种谐音暗示的设计手法,在商标发展实践中常可见到,如“丰力”(指定使用商品:金属刀具,“丰力”与“锋利”同音)、“佳鲁”(指定使用商品:卤制食品,“卤”与“鲁”谐音)。《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》(法释[2017]2号)第十一条指出“商标标志只是或者主要是描述、说明所使用商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量、产地等的,人民法院应当认定其属于商标法第十一条第一款第(二)项规定的情形。商标标志或者其构成要素暗示商品的特点,但不影响其识别商品来源

功能的，不属于该项所规定的情形。”可见，上述商标设计思路，如果运用得当，在司法层面也是可以得到支持和认可的。

二、“巧”字诀：精心指定商品或服务，高效扩大商标注册保护的覆盖范围

在介绍“巧”字诀之前，有必要介绍商标注册中的商品服务类别。企业在办理商标注册时，必须根据自身需要选择具体的商品或服务指定注册（保护）。在市场经济条件下，商品服务林林总总，名称繁杂且表述不一，为解决上述问题，我国商标注册主管机关采用了国际通行的尼斯分类，并制定了类似商品和服务区分表，将商品服务分成45个大类，每个大类下设若干个类似群组（为方便理解，也可称之为小类），各类似群组下有具体的商品服务。办理商标注册时，企业可以按照“一标多类”的申请原则，在1-45个大类中指定具体商品服务办理商标注册。那么，在指定商品和服务时，是否指定越多越好呢？对于商标具有较高知名度的企业来说，有必要指定所有商品服务（约一万多种）进行保护呢？怎么样把钱花在刀刃上，以有限的注册费用，尽可能高效地进行指定保护呢？这些都是企业关注的问题。解决这些问题，要注意用好“餐厅占位”的指定商品（服务）法则。

什么是“餐厅占位”法则呢？在讲之前，我们先说下类似群组。类似群组之所以得名的原因在于：一个类似群组内的商品（服务），原则上判定为类似商品（服务），而这个类似群组内的商品（服务），和同一大类、其他大类中的商品（服务）通常不判定为类似。尽管不排除例外情况的存在^{〔1〕}，但一个类似群组中商品（服务）构成类似，在商标注册和侵权判定中是主流原则。因此，企业一旦在某个类似群组中指定一个商品服务进行商标注册，即使没有选择该群

组中的其他商品，通常情况下他人也无法再指定该类似群组的其他商品（服务）进行商标注册。例如，第32类的3201啤酒这一类似群组，有啤酒、姜汗淡啤酒、姜汁啤酒、麦芽啤酒、制啤酒用麦芽汁、制啤酒用蛇麻子汁、麦芽汁（发酵后成啤酒）等商品，A企业在3201类似群组中虽然只指定了麦芽啤酒注册了商标（假设为B），但他人申请商标注册时，就无法在此类似群组中前述的其他商品上注册与B相同或近似的商标。对于他人来说，在3201类似群组的啤酒和其他类似商品上，也不能再使用和B相同或近似的商标，如果使用，则构成侵犯注册商标专用权的行为。对于A企业来说，在3201类似群组的其他类似商品上，同样可以使用B商标，前提是不能打上注册标记。综上，企业如果想尽可能地扩大商标注册保护，就要对照主要从事或未来可能涉足的商品（服务），寻找到相应的大类和类似群组，在对应类似群组中选择一个或若干个代表性商品，抢占先机进行商标注册。说完了类似群组，我们回归前面的话题。日常生活中，人们去餐厅吃饭时，虽然一个桌子配有多张座椅，但其实只要有一两个人先在桌子旁坐下来等待同伴到来，后来的另一群客人就会再去寻找新的桌子，而不会和前者挤在一起。这种餐厅占位的方法，和企业类似群组中抢占先机指定一两个代表性商品（服务）办理商标注册思路是相同的，“餐厅占位法”以此而得名。

实践中，不少高知名度商标企业商标注册保护中，都有意识地采用了这一方法。如国内知名体育用品企业福建安踏公司在第12类商品上进行防御性注册的“安踏”商标，虽然只指定了10多个商品，但却对应了该类中的多个类似群组，实现了以最小化成本赢得最大化商标注册保护的目标。

三、“简”字诀：选择自然人作为注册主体，方便商标注册的后续跟进与管理

企业在发展过程中，分立、改制、更名、重组、合并等事项时有发生。在企业主体发生变化或者企业名称、地址变化的情况下，以企业为主体注册的商标也需要相应地办理注册商标转让（从原来的企业转让到新的企业）、商标注册人名义地址变更等事项，如果不办理或者不及时办理相关变更、转让事务，又会影响商标注册中各种法律文书的送达和商标权益的法律归属。尽管如此，一个企业在发展中，需要处理庞杂的事务，再抽身办理商标的变更、转让等事务，必然牵扯和耗费企业宝贵的时间精力，而且实践中也常常因为疏忽大意错办漏办此类事务。怎么解决这样的矛盾呢？

近年来，诸多企业有意识地采取以自然人（企业的法定代表人）名义注册商标的措施。这种做法的好处显而易见——商标所有权属于个人，避免了前述麻烦，更有助于防范新企业成立后原企业注销、被吊销而出现的以原企业作为注册人的商标权利不确定的现象。

需要指出的是，以自然人名义办理商标注册，必须遵守商标局发布的《自然人办理商标注册申请注意事项》等规范性文件的规定^[1]。即以自然人名义办理商标注册、转让等申请事宜，除按照有关规定提交《商标注册申请书》、商标图样等材料外，还应注意以下事项：一、个体工商户可以以其《个体工商户营业执照》登记的字号作为申请人名义提出商标注册申请，也可以以执照上登记的负责人名义提出商标注册申请。二、农村承包经营户可以以其承包合同签约人的名义提出商标注册申请。三、其他依法获准从事经营活动的自然人，可以以其在有关行政主管机关颁发的登记文件中登载的经营者名义

提出商标注册申请。四、自然人提出商标注册申请的商品和服务范围，应以其在营业执照或有关登记文件核准的经营范围内为限，或者以其自营的农副产品为限。

2016年3月14日，在前述注意事项的基础上，商标局发布《通告》指出：“为适应我国经济社会发展的新形势，进一步优化大众创业、万众创新的制度环境，切实服务商标申请人，简化自然人办理商标注册申请时提交的手续文件，自本通告发布之日起，我局对个体工商户办理商标注册申请时申报商品或服务范围是否在其核准经营范围内不再进行审查。申请人持有未记载经营范围信息的新版个体工商户营业执照办理商标申请事宜的，不再提交从登记机关指定网站下载打印的关于经营范围的证明材料。办理转让商标申请，受让人为自然人的，参照上述事项办理。”^[2]这意味着，自然人以个体工商户名义办理商标注册，更加便利化和自主化。企业在以法定代表人这一自然人名义注册商标时，要遵循和运用好上述规定，但是不能把企业的营业执照作为体现法定代表人从事经营活动的材料，去办理自然人（法定代表人）名义的商标注册申请，否则就违背了上述规定。

四、“工”字诀：充分运用现代网络技术工具，提高商标注册和管理效率

（一）善择善用商标注册查询工具。日常商标注册和管理工作中，企业经常需要查询相关商标的注册情况。在查询时，有需要注意两点：（1）“善择”工具，寻找正规网站的准确信息。互联网时代下，尽管不少网站都提供了商标注册信息的查询，但鱼龙混杂，所提供商标注册信息的真实性、准确性有待考量，因此，企业要注意选择正规的网站。另外，随着微信、微博等互联网技术的兴起和发展，一些非官方的

注册商标查询工具，也为了解商标注册信息提供了快捷省心的服务。如微信，从其小程序中搜索“国内商标查询”，即有相应的注册商标查询服务工具，该工具提供了商标名称、商标注册号查询等多样化、个性化的服务，值得企业在注册商标时进行参考。当然，由于注册商标数据库在不断更新完善中，而且有不少在申请中或新注册的商标难以实时录入数据库，因此注册商标的查询检索并不能确保100%准确和完整，需要确定时必须依法进一步查证求实。

（二）注意运用马德里国际注册的费用计算工具。商标马德里国际注册以其省时、省力、省钱的优点，受到广大企业的青睐，成为众多企业在境外注册商标的首选途径。对于企业而言，为了统筹费用支出、优化资源分布，办理马德里国际注册时，摆在第一位的就是注册费用问题。实践中，马德里国际注册的官方规费收取，需要根据指定保护国家的情况按三种类型分别计算。第一种“仅指定没有要求收取单独规费的国家”时，费用=基本费+补充费+(有可能)附加费；第二种“仅指定要求单独规费的国家”时，费用=基本费+单独规费；第三种“同时

指定了两种国家”时，费用=基本费+补充费+(有可能)附加费+单独规费。对于非专业人士，尤其是中小企业来讲，如此分类在计算时常会有“走迷宫”的感觉。然而，如果知悉并采用世界知识产权国际局提供的费用计算器，计算注册费用则在一两分钟后可以轻松解决。该费用计算器登录网址为www.wipo.int/madrid/en/fees/calculator.jsp，登录以后，在弹出的页面中勾选好要指定保护的国家，再点击网页上的“CALCULATE”，各项费用明细和总费用即可快速显示在页面中。

以上是笔者就企业高效办理商标注册事务归纳的一些技巧和要点。实践中，还有很多值得注意的技巧，例如，有专家指出[]，提高商标注册成功率要注意“三字诀”，即“快字诀”、“变字诀”、“专字诀”。再如，采取文字、图形、字母商标分开注册的形式，尽量避免和在先注册商标构成近似；不指定颜色注册，方便企业后期根据市场形势和消费者审美标准变化，为商标图样着色美化等等。

（作者单位：泉州市市场监管局）

（上接第37页）进行精确查询。同时，对于核心商标，除了对本文介绍的注册风险进行查询评估外，还可以考虑进行使用风险的评估，但后者对代理律师的综合要求比较高、费用也会更高。另外，笔者在多年的执业中看到很多企业海外申请名义不统一，所以在进行查询时还要特别注意企业自身的在先商标，比如是否有以旧公司名义地址申请过相同、近似商标，母公司、子公司或其他关联公司名下是否有申请过相同、近似商标，否则可能因为自身商标被

驳回，做答复还要多花时间和费用成本。近年来，走向海外的中国企业越来越多，海外商标申请量也出现了爆发式增长。但是，全球涉及的国家 and 地区众多，商标法律制度差异较大，企业难以有效掌握当地保护政策信息，遇到海外商标申请被驳回、被异议时往往比较被动。商标查询是企业了解当地保护政策，有效预知和排查风险的利器，让企业在走向海外的时候能够运筹帷幄，游刃有余。

（作者单位：超凡知识产权服务股份有限公司）

2019 年度商标行政保护十大典型案例发布

为深入贯彻党中央、国务院关于强化知识产权保护的决策部署，全面加强专利商标行政保护，指导提升办案质量与效率，有力震慑侵权假冒行为，积极营造良好的营商环境，国家知识产权局发布了“2019年度商标行政保护十大典型案例”。

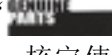
【案例一】四川省德阳市市场监督管理局查处侵犯“长城”等注册商标专用权案

案情简介:2019年初，四川省德阳市市场监督管理局根据举报，对石某等人制售假冒知名生产加工点、仓储点及经销商分布情况。4月10日至12日，市、区两级抽调40名办案骨干人员联合组成多个办案组，同时对生产、加工、仓储、经销点开展突击检查，对13个制售假冒润滑油窝点展开全链条打击。经统计，制假售假网络涉及四川省12个市（州）及河北省有关地区，依法查扣假冒“长城”“昆仑”“美孚”“壳牌”等13个注册商标的润滑油产品5000余桶，假冒注册商标标识1.3万余张，外包装5000余套，制假工具23台（个），查封库存润滑油原油近30吨，非法经营额1100余万元。由于该案涉案金额巨大，根据《最高人民法院 公安部关于公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准的规定（二）》的相关规定，2019年5月24日，德阳市市场监督管理局将该案依法移送公安机关。

案例启示:该案涉及多个知名品牌，涉案金额巨大，销售地域广泛，包括四川、河北两省10余个市（州）。办案机关在较短时间内查清了当事人的违法事实，并及时移送公安机关，从

生产源头上打击商标侵权行为，取得了良好的社会效果。办案机关及时启动行刑衔接机制，部门间高效协作，为案件成功查办提供了有效保障。

【案例二】湖北省十堰市市场监督管理局查处侵犯康明斯有限公司相关注册商标专用权案

案情简介:第8439222号“”和第8439221号“”商标是康明斯有限公司的注册商标，核定使用的商品为第7类“用于发动机及引擎的汽油滤清器；用于发动机及引擎的柴油滤清器；用于发动机及引擎的空气滤清器；涡轮增压器；涡轮增压器”等商品以及第12类“车辆油箱盖；摩托车；小型机动车；自行车、三轮车用打气筒；架空运输设备；商品装卸手推车；公共马车；车辆轮胎；补内胎用全套修理工具”等商品。上述商标专用期限分别为2013年9月28日至2023年9月27日、2013年5月7日至2023年5月6日。

2019年6月25日，湖北省十堰市市场监督管理局根据举报，对十堰市金固汽车密封件制造有限公司仓库进行现场检查，发现大量带有康明斯有限公司“”注册商标的发动机修理包、汽缸体、连杆瓦等商品。当事人不能提供合法取得的购进凭证。由于涉案案值达1800万元，根据《最高人民法院 公安部关于公安机关管辖的刑事案件立案追诉标准的规定（二）》第七十条，当事人涉嫌销售假冒注册商标商品犯罪。2019年7月1日，十堰市市场监督

管理局将该案依法移送公安机关。

案例启示:该案涉案金额巨大,社会影响恶劣。办案机关依法将案件移送公安机关,对整治规范汽车及零配件销售市场可产生广泛的社会效应。同时,该案作为一起保护涉外商标权利人合法权益的典型案件,充分体现了我国对中外商标权利人合法权益的同等保护。

【案例三】吉林省蛟河市市场监督管理局查处侵犯中国绿色食品发展中心证明商标专用权案

案情简介:第892120号“”商标是中国绿色食品发展中心注册在第29类“豆制品”及第30类“食盐”等商品上的证明商标。该商标注册公告日期为1996年11月7日,经过续展,商标专用期限为2016年11月7日至2026年11月6日。

2018年3月12日,吉林省蛟河市市场监督管理局接到举报:大连瓦房店五岛粉洗盐厂(后名称变更为大连齐意制盐厂)生产的五岛牌深井岩盐精制盐,其外包装左上方使用了与涉案商标相近似的标志,涉嫌商标侵权。经与中国绿色食品发展中心核实,五岛牌深井岩盐精制盐产品使用的图案未经权利人许可。经查,涉案人未经权利人许可在食盐商品上使用与第892120号“”证明商标近似的标志,容易导致相关公众对商品的特定品质产生误认,构成《商标法》第五十七条第二项规定的商标侵权行为。另外,办案机关共查获涉案商品65.64吨,案值25.06万元。根据《商标法》第六十条第二款的规定,办案机关作出了没收侵权商品、罚款50.12万元的行政处罚。当事人不服,先后向蛟河市人民法院、吉林市中级人民法院提起行政诉讼。2019年6月24日,二审法院作出终审判决,维持行政处罚决定。

案例启示:该案是一起保护证明商标的典型

案例。“”绿色食品标志为1994年《集体商标、证明商标注册和管理办法》实施后首批获准注册的证明商标。该案对加强证明商标的保护积累了经验。同时,办案机关从保障人民群众食品安全的高度出发,措施及时,调查充分,定性准确,处罚决定得到了两审法院的支持,体现了案件承办人员较高的业务素质和较强的政治责任感。

【案例四】广东省深圳市市场稽查局查处侵犯“华为”等注册商标专用权集群案

案情简介:2019年年初,根据华为公司投诉的市场上侵权假冒手机及零配件问题,深圳市市场稽查局于4月10日联合公安部门开展专项整治行动。经核查,涉案当事人极客修网络手机维修平台总部设在重庆,是由重庆天极云服科技有限公司创办运营的以O2O模式开展数码设备维修服务的平台,主营业务为手机维修、电脑维修以及数码产品回收,维修点遍布全国。该公司主要采用线上接单、线下门店维修的方式为客户提供涉及华为、三星、苹果等多个知名品牌电子产品的维修服务。2019年9月4日,经过近3个月的摸排、分析、调证、研判及侦查,深圳市市场稽查局联合深圳市公安局经侦局联合发起收网行动。在各地配合下,全国执法机关累计突击检查目标点59个,查获假冒品牌手机配件12万多个,刑拘31人,总涉案金额高达3亿元。

案例启示:该案展示了知识产权保护联合执法行动的丰硕成果。行政机关与公安机关协同办案,形成执法合力,对案件的源头精准追溯,对侵权商品的生产、仓储、销售、维修等环节全链条打击,集中、高效地打掉了涉及全国的网络侵权团伙,有力震慑了知识产权违法犯罪行为,有效净化了市场环境,切实维护了权利人和消费者的合法权益。

【案例五】江西省九江市市场监督管理局查处侵犯“公牛及图”注册商标专用权案

案情简介:第7218670号“公牛”商标是公牛集团股份有限公司在第9类“电开关; 电器插头; 插头、插座及其他接触器(电接头); 光电开关(电器); 贵重金属电器插头”等商品上的注册商标, 商标专用期限为2010年10月28日至2020年10月27日。

2019年8月19日, 江西省九江市市场监督管理局根据权利人投诉, 对个体工商户周某经营的五金店铺进行现场检查, 发现标注“上海公牛鸿业贸易有限公司”字样、“BULLHE”标志的各种型号电开关7900个及插座183个。经权利人辨认, 上述商品并非其生产或授权生产。经查, 当事人自2016年8月起, 与上海公牛鸿业贸易有限公司保持供销关系, 但未建立进销货台账和详细账目, 未提供进货合同、发票等能够证明货物来源的进货凭据。上海公牛鸿业贸易有限公司持有第15684397号“BULLHE”注册商标, 核定使用商品为“内部通信装置; 电表; 电源材料(电线、电缆); 分线盒(电)”等; 第6249950号“”注册商标, 核定使用商品为“电源材料(电线、电缆); 电开关; 断路器; 插座、插头和其它连接物(电器连接)”等。办案机关认定, 涉案开关和电插座上标注的“BULLHE”标志, 与权利人的第7218670号“公牛”注册商标近似, 权利人商标知名度较高, 相关公众容易产生混淆, 当事人上述使用商标行为构成《商标法》第五十七条第三项规定的侵权行为, 且不属于《商标法》第六十条第二款规定的免责情形。根据《商标法》第六十条第二款的规定, 九江市市场监督管理局对周某作出责令立即停止侵权行为、没收侵权产品、罚款5万元的行政处罚。同时将上海公牛鸿业贸易有限公司涉嫌违法线索通报当地市

场监督管理部门。

案例启示:该案是典型的商标组合使用侵犯他人注册商标专用权案件。涉案商品虽使用了注册商标, 却通过组合使用方式恶意攀附他人注册商标商誉, 且当事人不符合免责规定。办案机关定性准确, 执法迅速, 并将相关线索通报给商品生产商所在地执法机关, 溯源打击商标侵权行为。

【案例六】上海市嘉定区市场监督管理局查处侵犯颜色组合商标专用权案

案情简介:第18961112号“”颜色组合商标是上银科技股份有限公司在第7类“机器人(机械)、机器导轨、机器联动装置、机器传动装置、轴承(机器零件)、线性轴承、机械绕轴装置”商品上的注册商标。商标注册申请书中说明:“色号: 红485, 绿347; 黑6”。“线性滑轨”主要包含“刮油片”“滑块”“端盖”“滑轨”四部分, “刮油片”为红色, “端盖”为绿色, “滑块”侧面为黑色。商标专用期限为2017年2月28日至2027年2月27日。

2019年5月6日, 上海市嘉定区市场监督管理局根据权利人举报, 对上海廉叠五金机电有限公司进行检查, 现场查获涉嫌侵犯第18961112号颜色组合注册商标的线性滑轨产品322个。当事人自2019年4月起陆续购入不同型号规格的线性滑轨产品335个, 至被查处时已销售13个, 违法经营额11355元。现场查获商品总体表现形式均为滑块两端“刮油片”为红色, “端盖”为绿色, “滑块”侧面为黑色, 其颜色组合排列方式、使用位置及整体视觉效果上与商标注册人的颜色组合商标近似, 容易导致混淆。当事人的上述行为构成《商标法》第五十七条第三项规定的侵权行为。2019年6月4日, 嘉定区市场监督管理局依据《商标法》第六十条的规定, 作出责令当事人立即停止侵权行为、没收

侵权商品、罚款1万元的行政处罚。

案例启示:该案涉及非传统商标的保护。执法人员充分考虑颜色组合商标的特殊性,结合商标图样及商标注册申请说明,正确厘定颜色组合商标的保护范围,对当事人的侵权行为定性准确。该案为今后办理此类案件积累了经验,具有较强的借鉴意义。

【案例七】福建省莆田市市场监督管理局查处故意为侵犯他人注册商标专用权提供便利条件案

案情简介:2019年5月16日,福建省莆田市市场监督管理局执法人员依法对福建德邦物流有限公司拱辰分公司进行检查,发现当事人揽收标有耐克勾形图形注册商标运动鞋34双、CONVERSE注册商标运动鞋16双、PUMA及图注册商标拖鞋20双、PUMA及图注册商标凉鞋12双及adidas注册商标运动鞋85双,提供快递及物流服务。根据现场查获的营业单据,当事人因侵权所产生的营业收入为302元。办案机关认为,当事人明知承运物品为侵犯注册商标专用权商品而提供运输服务,符合《商标法实施条例》第七十五条规定的情形,构成《商标法》第五十七条第六项所规定的故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件,帮助他人实施侵犯商标专用权行为的违法行为。当事人曾因相同违法行为在2018年受过行政处罚,故在法定罚款幅度内应予以从重处罚。依据《商标法》第六十条第二款的规定,莆田市市场监督管理局作出责令立即停止商标侵权行为、没收侵权商品、罚款16万元的行政处罚。

案例启示:随着互联网经济的发展,商标侵权行为在快递、物流等运输环节多发、易发。该案中,涉案物流公司故意为商标侵权行为提供运输便利条件,属于帮助他人实施侵犯商标

专用权行为的违法行为,且当事人曾因相同行为受过行政处罚,应予以从重处罚。该案的查处有利于增强物流公司的知识产权意识,提升运输环节的知识产权保护水平。

【案例八】北京市丰台区市场监督管理局查处侵犯“雨虹及图”注册商标专用权案

案情简介:第1258881号“”商标是北京东方雨虹防水技术股份有限公司在第19类“防火水泥涂盖层;防水卷材”等商品上的注册商标,该商标注册公告日期为1999年3月28日,经过续展,商标专用期限为2019年3月28日至2029年3月27日。

2018年12月28日北京市丰台区市场监督管理局接到丰台区人民检察院移转的检察意见书,对李某等三人涉嫌销售假冒注册商标商品罪的行为因犯罪情节较轻不予起诉,建议对李某等三人违反行政管理法规的行为审查处理。经查,当事人于2017年9月至2018年4月25日期间,从上门推销人员处购进1379卷“雨虹YUHONG”牌防水卷材,至被查处时已销售861卷,违法经营额19.39万元。经权利人辨认,上述商品并非其生产或授权生产。当事人的行为构成《商标法》第五十七条第三项规定的侵犯注册商标专用权的行为。依据《商标法》第六十条第二款的规定,办案机关作出没收侵权商品,罚款97.03万元的行政处罚。

案例启示:行政机关在行政执法中,认为案件涉嫌犯罪,需要追究刑事责任的,应及时将案件移送司法机关;同理,司法机关在办理案件中,认为案件虽构成侵权,但尚不够追究刑事责任的,应及时将案件移送行政机关。本案中,在检察机关对当事人不予起诉后,行政机关按照商标法对其予以行政处罚,行刑密切配合,无缝衔接,依法严厉打击商标侵权行为,为深

化知识产权领域“两法衔接”工作机制进行了有益实践，积累了宝贵经验。

【案例九】河南省漯河市市场监督管理局查处侵犯“旺旺”等注册商标专用权案

案情简介:第4150497号“”商标是宜兰食品工业股份有限公司在第30类“饼干；煎饼；谷类制品；方便面；米果”等商品上的注册商标。该商标注册公告日期为2006年9月21日，经过续展，商标专用期限为2016年9月21日至2026年9月20日。

第10666226号“”商标是宜兰食品工业股份有限公司在第30类“饼干；糕点；谷粉制食品；谷类制品；方便面；以谷物为主的零食小吃；以米为主的零食小吃”等商品上的注册商标，商标专用期限为2013年5月21日至2023年5月20日。

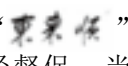
2018年12月，漯河市市场监督管理局根据举报，对河南漯河市东方食品有限公司进行检查，发现其生产的“旺福旺大礼包”和“旺e旺大礼包”共计3222箱，案值8.7万元，至被查处时尚未售出。当事人将与权利人上述注册商标近似的标志或图案作为商品包装装潢使用，误导消费者，属于《商标法实施条例》第七十六条规定的情形，构成《商标法》第五十七条第二项规定的侵犯注册商标专用权的行为。2019年2月1日，漯河市市场监督管理局依据《商标法》第六十条的规定，作出责令当事人立即停止侵权行为，没收、销毁侵权商品，罚款18万元的行政处罚。

案例启示:该案件属于典型的将与他人注册商标近似的标志、图形作为商品名称或者包装装潢使用，误导公众的商标侵权行为。该案中，办案机关执法迅速，定性准确，处罚有力，有

效制止了侵权行为，维护了台资企业商标权利人的合法权益，营造了良好的营商环境。

【案例十】湖南省郴州市苏仙区市场监督管理局查处侵犯“东来顺”注册商标专用权案

案情简介:第1007534号“”商标是北京东来顺集团有限责任公司在第42类“提供饮食供应”服务上的注册商标。该商标注册公告时间为1997年5月14日，经过续展，商标专用期限为2017年5月14日至2027年5月13日。

2019年4月10日，湖南省郴州市苏仙区市场监督管理局执法人员根据举报对郴州市永根东来顺酒楼进行检查。经查，该酒楼于2007年8月7日依法注册成立，2014年5月，当事人重新装修店面，自行设计并委托他人制作了“”图文组合标识，在日常使用的餐牌、餐巾盒及名称为“永根餐饮连锁”的微信公众号等商业活动中使用。2016年5月26日，当事人以“东来顺”为店招入驻美团平台。当事人未经许可，擅自在其招牌、日常经营和对外宣传中使用与“”注册商标近似的商标。办案期间，经督促，当事人更换招牌并注销原营业执照后重新注册新公司。办案机关依据《商标法》第六十条第二款，对当事人作出责令立即停止侵权行为、销毁侵权标识、罚款5万元的行政处罚。

案例启示:该案中，办案人员在线下涉嫌侵权现场和线上互联网平台同时取证，及时处罚，并督促当事人更换企业字号，从源头上解决字号与商标权冲突问题，有力地保护了老字号服务商标的合法权益，同时打击了餐饮等服务行业存在的仿冒知名商标的不良风气。

（来源：国家知识产权局）

集体证明商标注册申请十五问

为深化商标注册便利化改革，不断提高服务水平，持续优化营商环境，商标局在2018年编撰《地理标志商标注册申请15问》之后，针对近期来函来电反映的地理标志商标以外的其他集体证明商标的主要问题和答复，编撰了《集体证明商标注册申请15问》，供申请人参考。

问题一、我们是一家从事农产品推广的集团公司，可不可以申请注册集体商标？

答：不可以。

根据《商标法》第三条二款的规定，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。集体商标的注册申请主体应当为团体、协会等集体性组织。如中国新华书店协会；佛山市湖南省岳阳市商会；北京市大兴区庞各庄西瓜产销联合会等。

单一的企业或者个体经营者不能作为集体商标申请人。例如：某市农业服务中心；某县XX粮贸有限责任公司。集团公司不是集体组织，也不符合集体商标申请人的要求。

另外，根据《农民专业合作社法》，农民专业合作社是指在农村家庭承包经营基础上，农产品的生产运营者或者农业生产经营服务的提供者、利用者，自愿联合、民主管理的互助性经济组织，属于《商标法》第三条第二款所指的“其他组织”，可以作为集体商标（地理标志除外）注册申请主体。

问题二、我们协会准备申请注册一个集体商标，在商标局官方网站上下载了使用管理

规则范本，其中第五条要求写明使用该集体商标的商品的品质标准，这个应该怎么表述比较规范？

答：根据《集体商标、证明商标注册和管理办法》第十条第（二）项的规定：集体商标的使用管理规则应当包括使用该集体商标所指定商品的品质。集体商标所指定商品（或服务）的品质标准可以是现行有效的国家标准（或行业标准/地方标准），也可以由申请人自行描述。值得注意的是：

申请人如果采用国家标准/行业标准/地方标准的，应当核实该标准是否已废止（或被代替）。例如：申请人若申请注册某集体商标指定商品为“大米”，可以采用现行有效的GB/T 1354-2018【大米】的国家标准，不能采用已经废止的GB/T 1354-2009【大米】的国家标准。

申请人提供的标准应当明确说明该集体商标所指定商品的品质要求，不能提供与该集体商标所指定商品的品质无关的标准。例如：申请人若申请注册某集体商标指定商品为“玉米”，可以采用GB 1353-2018【玉米】的标准，而不能采用GB/T 35835-2018【玉米秸秆颗粒】的标准。

申请人如果自行描述该集体商标所指定商品的品质标准，那么该标准应当做到明确具体，不能含糊其辞。

问题三、我们是中国XX协会，准备申请注册一个证明商标，根据《集体商标证明商标注册和管理办法》，需要提交使用管理规则，要求写明使用该证明商标的商品（或服务）的特有品

质，这个应该怎么表述比较规范？

答：根据《商标法》第三条三款规定，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服务，用于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。国家强制性标准不属于证明商标证明的范畴，使用证明商标的商品（或服务）的品质应当高于国家强制性标准。申请人应详细描述原料、制造方法、质量或者其他特定品质的具体标准，以便于该商标使用人和消费者通过管理规则知晓使用该证明商标的商品（或服务）不同于同类商品（或服务）的特殊优异之处。

如中国制笔协会申请的“CWIA+图形”商标，在指定商品“铅笔”上的品质标准为“铅笔（考试用和涂卡用铅笔要符合并高于GB/T26698-2011标准）1、考试用铅笔“2B”字样清晰可见；断面平整、铅芯居中；杆径均匀、长短统一；漆面光亮、色彩均匀；卷削时铅芯不易断，铅芯性能达到或超过铅笔标准，即芯尖受力 $N \geq 9.31$ ；滑度（摩擦系数） ≤ 0.175 ；2、掀动式涂卡笔按QB/T1023—2007中的第4章铅芯公称直径为1.0mm的掀动式活动铅笔要求”。

问题四、商标局官方网站提供的集体商标使用管理规则范本的第七条、第八条，证明商标使用管理规则范本的第十四条、第十五条涉及集体/证明商标被许可使用人的权利和义务，其中的“其他权利”“其他义务”应该怎么表述？

答：商标局官方网站提供的是集体/证明商标使用管理规则的参考样本，“其他权利”“其他义务”字样是为了提示集体/证明商标申请人可以根据自己管理的需要，对集体/证明商标被许可使用人设定更多的权利、义务。如果有，应明确权利、义务的具体内容；如果没有，应

将“其他权利”“其他义务”字样删除。

问题五、我们协会想申请一个集体商标，请问集体成员名单应该包括哪些内容？

答：集体商标所有权属于该集体组织全体成员共同所有。根据相关规定，集体商标的注册人是集体组织，使用人是其成员，集体商标不得许可非集体成员使用。集体成员名单应详细列明该集体组织的全体成员名称（姓名）及地址。

问题六、集体/证明商标申请人是否必须具备检测能力？

答：《集体商标、证明商标注册和管理办法》第十条规定，集体商标的使用管理规则应当包括注册人对使用该集体商标商品的检验监督制度。集体商标注册人须按照使用管理规则的规定对商品（或服务）质量进行监督检测；集体成员须接受注册人对商品（或服务）质量进行不定期检测。但是集体商标申请人在提交商标申请时，可以不必提交其具备检测能力的证明材料（以地理标志作为集体商标申请注册的除外）。

根据《集体商标、证明商标注册和管理办法》第五条、第十一条规定，申请证明商标注册的，应当附送主体资格证明文件并应当详细说明其所具有的或者其委托的机构具有的专业技术人员、专业检测设备等情况，以表明其具有监督该证明商标所证明的特定商品品质的能力。证明商标的使用管理规则应当包括注册人对使用该证明商标商品的检验监督制度。

证明商标申请人其自身具备检测能力的，提供自有检测资质证书、检测人员名单和检测设备清单，即可认定其具有监督该证明商标所证明的特定商品品质的能力。

证明商标申请人委托他人检测的，需要提供委托检测协议、受托单位检测资质证书、检测人员名单和检测设备清单，即可认定申请人

具有监督该证明商标所证明的特定商品品质的能力。

问题七、我们协会想申请“花果山”集体商标，但我们发现，别人在类似商品上已经注册了“花果山”商标，那我们的商标还能核准注册吗？

答：不能核准注册。

虽然集体商标与普通商标在使用方式、注册人与使用人的权利义务等方面有所不同，但是集体商标作为商标的一种类型，仍属于用于区分商品和服务来源的商业标志，应遵循《商标法》第三十条、第三十一条的规定，在进行在先权利检索时，要与在先注册的商标（包括普通商标在内）进行近似性比对。因此，在相同或类似商品上，构成相同或近似的普通商标和集体商标无法并存。

问题八、我在中国商标网上查询发现有人第28类商品上申请的“安全玩具”证明商标被驳回了，请问为什么被驳回？

答：设置证明商标的目的是通过引入市场的第三方评价体系，向社会公众证明某一商品或服务的原产地、原料、制造方法、质量或者其他特定品质。证明商标作为商标的一种类型，也应符合包括《商标法》第十一条在内的有关规定。因此，证明商标也应该具有显著特征。

“安全玩具”是指不存在危险和危害隐患的玩具。根据《产品质量法》的规定，可能危害人体健康和人身、财产安全的工业产品，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准。符合国家标准是相关生产经营者必须达到的基本质量要求。“安全玩具”用作证明商标仅仅表示“玩具”商品的质量符合相关的国家标准，缺乏显著特征。根据《商标法》第三条、第十一条第一款第（2）项、第三十条、《集体商标、证明商标注册和管理办法》的规定，应予以驳回。

问题九、我们协会之前已经在31类新鲜水果注册了“三星洞鲜桃”普通商标，现在又想再在相同商品上将其注册为集体商标，是否可行？

答：不可行。

普通商标的注册人可以是自然人、法人或其他组织，商标权属于注册人，注册人既可以自己使用该注册商标，也可以许可他人使用。

集体商标与普通商标在使用方式，注册人和使用人的权利、义务等方面有所区别。如普通商标注册人可以依意愿许可任何其他主体使用，集体商标的使用人只能是该集体组织的成员，且其商品或服务应达到使用管理规则中确定的品质标准。同时，集体商标作为商标的一种类型，也应遵循《商标法》第三十条的规定。因此，即使是同一申请人，也不可以在相同或类似商品上注册两种不同类型的相同或近似商标。如果已经注册了普通商标，又想将这个标识注册为集体商标，必须注销之前注册的普通商标。

问题十、我们是“流沙河龙虾”（活体龙虾）地理标志集体商标的持有人，现在扩大产业链，想将其在餐饮类别上注册为集体商标，是否可行？

答：地理标志集体商标与其他集体商标都是商标的一种类型，但其在使用方式、注册人与使用人的权利义务等方面又有所不同。比如，地理标志集体商标指定使用的商品有确定的生产地域范围，其他集体商标指定使用的商品或服务没有产地要求，把地理标志在其他商品或服务上注册为集体商标，易造成商品来源和品质的误认。又如，地理标志是其产地从事相关生产经营活动的市场主体共有的权利，因而《商标法实施条例》第四条和《集体商标证明商标注册和管理办法》第十八条第二款规定了地理标志中地名的正当使用——商品符合地理标志证明

商标使用条件的主体可以要求使用该商标，注册人“应当允许”；商品符合地理标志集体商标使用条件的主体，可以要求成为注册人的成员，不要求成为注册人成员的也可以正当使用，注册人“无权禁止”。至于集体商标的使用人，仅限于注册人的成员，注册人可以排除成员以外其他主体的使用。把“流沙河龙虾”地理标志在“活体龙虾”以外的商品或服务上注册为集体商标，可能会损害在其产地从事相关生产经营活动，却无法成为注册人成员的部分主体的合法权益。

问题十一、我县是农业大县，正在打造一个含我们县名的农产品区域品牌，请问可不可以申请注册集体商标？

答：可以，但需符合一定条件。

根据《商标法》第十条第二款的规定，县级以上行政区划地名可以作为集体商标、证明商标的组成部分。但含县级以上行政区划地名的集体商标、证明商标申请，并非仅符合该单一条款规定即可注册，还应同时符合诸如显著性等《商标法》《商标法实施条例》《集体商标证明商标注册和管理办法》法律法规规章的规定。

近年来，越来越多的地方政府更加重视商标知识产权对区域经济发展的引领作用，纷纷以区域品牌为抓手，进行产业整合升级，促进地方经济发展。如果该农产品区域品牌由含县级以上行政区划名称和其它显著性文字要素组成，应经长期大量使用产生商标的显著性，具有一定知名度，还须当地人民政府授权。如果该农产品区域品牌由县级以上行政区划地名和商品（服务）通用名称组成，在经长期大量使用产生商标的显著性，具有一定知名度，获得当地人民政府授权的同时，还要求指定使用商品（服务）与商标所含商品（服务）通用名称一致或密切相关，且不会误认为地理标志。

问题十二、我是外国的申请人，想在中国申请注册集体/证明商标，主体资格证明、检测能力证明这些材料是否需要认证？

答：认证是指一国的外交、领事机关在公证文书上证明公证机关的最后一个签字或印章属实的手续。中国目前尚未加入《取消对外国公文认证要求公约》。《商标法实施条例》第五条规定：外国人或者外国企业的代理委托书及有关的证明文件的公证、认证手续，按照对等原则办理。因此，国外申请人在商标局提交集体/证明商标申请时，应将在国外生成的相关材料（包括申请人的主体资格证明文件、申请人的检验能力证明材料等）进行认证手续之后再行提交。

问题十三、集体/证明商标注册人是否可以使用该集体/证明商标？

答：集体商标注册人可以使用该集体商标，但证明商标注册人不得使用该证明商标。

《集体商标、证明商标注册和管理办法》第十七条规定，集体商标注册人的集体成员，在履行该集体商标使用管理规则规定的手续后，可以使用该集体商标。集体商标不得许可非集体成员使用。集体商标注册人是代表集体组织进行注册。因此，集体商标注册人可以使用该集体商标。

《集体商标、证明商标注册和管理办法》第二十条规定，证明商标的注册人不得在自己提供的商品（或服务）上使用该证明商标。证明商标的注册人应居间监督使用该证明商标的商品（或服务）的品质，确保其商品（或服务）符合品质标准。因此，证明商标只能由注册人以外的单位或者个人使用，证明商标注册人不得在自己提供的商品上使用该证明商标。

问题十四、我们协会之前注册了一个集体/证明商标，现在生产的产品标准有了变化，该怎么办？

答：《集体商标、证明商标注册和管理办法》第十条、第十一条、第十三条规定，已注册的集体/证明商标所指定使用的商品（或服务）的品质标准发生变化时，应当对集体商标/证明商标使用管理规则作出变更，对其所指定使用的每一项商品/服务的品质标准予以明确。

因产品标准变化申请集体商标/证明商标使用管理规则变更的，需要提交以下文件：（1）商标变更申请书；（2）主体资格证明文件；（3）变更后的集体/证明商标使用管理规则。办理途径和注意事项详见商标局官方网站“商标申请指南”板块的“申请变更商标申请人注册人名义地址变更集体商标证明商标管理规则集体成员名单变更商标代理人文件接收人”栏目（sbj.cnipa.gov.cn/sbsq）。

问题十五、集体/证明商标能不能转让？

答：都可以转让。

集体商标、证明商标都是商标的一种类型，其转让应满足商标转让的一般规定。申请转让集体/证明商标的，需要提交以下文件：（1）商标转让申请书；（2）受让人的主体资格证明文件；（3）商标转让合同；（4）转让后的集体/证明商标使用管理规则。集体商标转让，还需提交受让人的集体成员名单。证明商标转让，还需提交受让人监督检测能力证明材料。办理途径和注意事项详见商标局官方网站“商标申请指南”板块的“申请转让注册商标注册申请”栏目（sbj.cnipa.gov.cn/sbsq）。

（来源：国家知识产权局商标局）

商标海外注册风险查询的问题与应对

薛友飞

办理过商标申请业务的人，基本都知道可以提前进行查询，了解商标注册的潜在风险。就海外商标申请而言，实践中有许多企业对是否有必要进行查询，如何进行查询，以及查询后商标申请仍然出现意外的问题感到困惑和不解。本文将对海外商标查询的内容和方式进行介绍，分析查询工作中的重点与难点，探讨查询的必要性和查询策略，以便能够帮助大家准确决策。

一、商标海外查询的内容与重点

一般来说，商标主管机关从绝对理由和相

对理由两方面进行实质审查，因此商标申请的风险主要来自这两方面，查询工作也紧紧围绕这两方面展开。绝对理由是指商标是否违反禁止注册和使用的规定、是否具有显著性等，几乎每个国家都会进行审查。这里举两个特别的例子，比如，在伊朗如果商标中含有女性图案，官方会认为违反伊斯兰教的教法，此类标志随商品在市场上流通，违反社会公序良俗、会产生不良影响，将直接驳回此类商标申请，基本上没有复审成功的可能性。在亚美尼亚，如果申请纯汉字构成的商标，官方会认为当地消费者不认识汉字，无法起到识别商品来源的作

用, 商标缺乏显著性。因此, 除了对商标注册绝对条款的通常认识外, 了解目标国当地的文化、习俗也是非常重要的。相对理由是指申请商标不得与他人的在先权利冲突, 否则后期有被驳回、被异议的风险。但是, 各个国家的商标审查制度和模式不同, 注册的风险来源和表现形式也有所差异。在美国、日本、韩国等国家, 官方会依职权主动审查在先权利冲突, 引证在先商标下发驳回, 并且在后期的公告程序中, 还可能被第三方提出异议。而在英国、法国、德国等国家, 商标权被赋予更多私权色彩, 官方不会主动审查在先权利冲突, 只要绝对理由方面没有问题, 商标都会进入公告程序, 风险主要来自第三方的异议。另外, 不同国家和地区的商标查询方式和重点也有所差异。以欧盟为例, 在多个涉及汉字的商标异议案中, 申诉委员会均认为欧盟地区的消费者无法辨认汉字, 在进行近似判断时应侧重于从外形上进行比对, 而基本上不考虑商标的含义和读音, 因此在进行查询时还需根据欧盟的商标审查特点调整相应的查询策略。总的来说, 各个国家的商标制度都有一定差异, 在查询时需结合当国实际情况进行分析, 而不能按照国内的标准去生搬硬套地看待国外的商标问题。

二、商标海外查询面临的问题

海外商标查询的途径主要有两种: 第一种是在目标国家逐一进行查询, 通常需要委托各个国家的当地代理人/律师办理, 这种查询的结果相对来说比较准确, 但是工作量较大, 所需费用不菲。第二种是通过综合数据库进行查询, 比如Global Brand Database、TMview以及一些数据公司开发的全球商标查询系统, 可以同时查询多个国家, 能够在一定程度上提高工作效率。但是, 需要注意的是, 海外商标查询仍

然存在许多客观原因, 导致无法准确排查所有的风险。1. 查询盲期。商标申请提交后, 数据库受限于自身技术条件、人员配备等原因, 官方后台处理录入信息需要一定的时间, 无法做到实时更新, 不能检索出这些刚刚提交的申请, 可能会影响商标查询结果的准确性。各个国家和地区的盲查期也存在一定差异, 欧盟和美国的更新速度较快, 基本上在一周以内, 而一些技术不发达的国家, 可能长达数周甚至数月。2. 数据不完善。部分国家的商标数据库信息不齐全, 比如伊拉克曾遭遇战乱导致商标数据丢失, 有些已经注册的商标可能并不在官方数据库中。综合性的数据库在收集、更新数据库时, 面对全球庞大的商标信息, 也难免存在遗漏。3. 数据不透明。在部分中东、非洲国家, 当地没有可供免费查询的公开数据库, 只能通过官方渠道请相应工作人员进行付费查询, 成本也较高。4. 档案纸本。在部分落后的国家, 当地仍然采用原始的纸本档案进行管理, 只能由当地代理人亲自到商标局翻阅纸本档案进行查询, 所需工作量大, 效率低。5. 语言障碍。各个国家的商标档案信息往往使用当国官方语言, 其他国家人员在获取识别信息时存在语言障碍。虽然商业数据库可以提供英语翻译, 但是翻译结果仅供参考, 导致无法掌握准确的信息。另外, 当国代理人在查询外语(当国以外的其他语言)商标时往往存在困难, 通常只能通过对应的音译和意译进行查询, 即便查询到相同文字的商标, 如果在外形设计上存在一定差异, 可能会认为商标不近似而未在查询报告中引证。并且, 在官方对商标申请立卡阶段, 不同的申请人对同一个外语文字可能有不同的音译和意译, 也会导致查询结果不准确。同时, 部分国家的语言形式多样或有些国家不只一种官方语言, 导致查询时也存在较大不确定性。如: 日语的

平假名、片假名、日语汉字等不同形式会构成在先阻碍，加拿大的英语和法语相同含义的文字也可能相互形成阻碍。6. 普通法权利。在美国等采用普通法的国家，有部分已经实际使用但是并未进行注册的商标，也可以基于普通法上的权利提出异议，这部分商标并不在官方数据库中，难以进行有效、精准查询。7. 优先权。根据《保护工业产权巴黎公约》的规定，已经在本联盟的一个国家正式提出商标注册申请的任何人，或其权利继受人，为了在其他国家提出申请，在六个月期间内应享有优先权。也就是说，申请人在一个成员国内首次提交后六个月内，又向其他成员国就相同主题提出注册申请时可以要求优先权，权利起始日期可以追溯到首次申请日期。因此，在查询时无法预见此类要求优先权的申请。8. 人为因素。商标审查具有一定的主观性，商标代理人和审查员对商标近似可能有不同的判断，且审查员一般具有较大自由裁量权，跟个人的知识、背景等都有一定关系。并且，在印度、巴基斯坦等国家，审查员有时会出现审查失误，引证一些已经失效数年甚至数十年的商标，原因是商标局档案管理落后，长期未进行更新。因此，虽然商标查询可以预知注册的风险，但是查询结果并不是绝对的，无法完全排查可能存在的风险。

三、海外商标查询的必要性

既然海外商标查询有这么多不可控的因素，那还有必要在提交申请前进行查询吗？实际上，虽然以上列举的不可控情况很多，但是这是对全球商标查询现状进行梳理后的概括总结，并不是每个国家都会发生所有的情况，根据多年来的查询经验，实际遇到意外情况的比例相对较低，总体大致在3%以内。从费用成本角度来看，虽然海外商标查询并不便宜，但是一旦遇

到商标申请被驳回、被异议的复杂情况，后期的驳回复审、异议答辩费用往往更加昂贵，可能是查询费的数倍甚至数十倍，相比之下，前期商标查询费可谓九牛一毛，不值一提。从时间成本角度来看，国外商标审查一般需要一年左右，但是也有部分国家的审查周期需要2-3年甚至更长时间，如果等到商标申请被驳回或者被异议后再采取措施，就需要另外的时间来专门来清除障碍，拖延商标获权的时间和企业产品进入目标国家市场的时间。相反，如果前期查询时就发现了障碍，则可以尽早启动排除障碍的动作，缩短商标注册的周期。从人力成本角度来看，如果前期未进行查询就直接提交注册申请，万一商标申请遇到障碍，往往需要被动地投入更多的精力来研究应对办法。此外，倘若到了后期才发现商标无法注册和使用，如果企业在选定商标后投入大量精力进行广告宣传或者实际使用工作，不仅前期的准备工作可能付之东流，还可能导致侵权纠纷。因此，海外申请商标前非常有必要进行查询，可以预知申请过程中可能存在的问题，提前采取措施应对和化解风险，降低企业的费用、时间、人力成本。特别是在面对海外商标申请的陌生环境时，查询可以说是一项性价比极高的准备工作。

四、海外商标查询的应对建议

鉴于海外商标查询的费用并不便宜，企业可以根据商标、类别、国家的重要性来分层级进行处理。针对拟启用的普通商标，可以通过各国官方公开数据库和综合性数据库进行查询，降低费用成本。对于拟启用的核心商标，可以先通过综合性数据库初步查询，评估商标在海外申请的整体前景，如果整体评估前景较好再通过各个国家的当地代理人（下转第25页）

一都枇杷的传说

枇杷，中文古名芦橘，又名金丸、芦枝、琵琶果，与樱桃、梅子并称为“果中三友”。据宋代《本草衍义》记载：“枇杷叶，形似琵琶，故名。”枇杷原产我国湖北与四川东部一带，今主要栽培于长江以南地区，已有3000多年历史。西汉时作为珍异之果进贡朝廷，已成为主要果树，唐代时流传至日本，有“杨柳枝枝弱，枇杷树树香”之誉，后来欧美和东南亚都积极引种，使枇杷足迹遍布五洲。

我国现在栽培的枇杷，有100多个品种，以福建、浙江、江苏等地最多。枇杷柔软多汁，风味甘甜，肉质细腻，每年三四月为盛产的季节，枇杷富含人体所需的各种营养元素，是营养的保健水果。枇杷富含纤维素、果胶、胡萝卜素、苹果酸、柠檬酸、钾、磷、铁、钙及维生素A、B、C。丰富的维生素B、胡萝卜素，具有保护视力、保持皮肤健康润泽、促进儿童的身体发育的功用。其中所含的维生素B17，还是防癌的营养素，因此，枇杷也被称为“果之冠”。

枇杷除鲜食和加工制成果汁、果酱、果酒、果脯、罐头等食品外，还一身是良药。明代医学家李时珍在《本草纲目》中记载：“枇杷乃和胃降气，清热解暑之佳品良药”，“气味甘、酸、平，无毒，具有止咳、止渴、止吐、利肺，主上焦热，调五脏之功”。《滇南本草》中说它：“治肺痿癆伤吐血，咳嗽吐痰，哮喘。又治小儿惊风发热”。枇杷叶性味苦、平、入肺、胃经，可清肺和胃、降气化痰，多用于治疗因风热燥火、劳伤虚损



而引起的咳嗽、呕呃、饮食不下及夏季消暑。《食经》言其“下气，止嘔逆”，枇杷花可治伤风感冒。核仁能祛痰镇咳。木白皮可降胃逆止呕吐。鲜树根能治疗传染性肝炎和关节疼痛。用枇杷的果汁和冰糖熬成的枇杷膏，由于其清肺、宁咳、解燥、健胃的功效显著，而成为名闻遐迩的良药。

枇杷秋末冬初开花，是初夏佳果，此时，其他水果尚未成熟，故有“枇杷黄，果子荒”之说。《群芳谱》说：“枇杷秋荫、冬华、春实、夏热，备四时元气，他物无与类者。”枇杷树枝叶婆娑，凌冬不凋。历史上许多文人墨客都爱借用枇杷吟诗作赋。明代沈周诗云：“谁铸黄金三百丸，弹胎微湿露渍渍。从今抵鹊何消玉，更有锡浆沁齿寒。”宋代宋祁诗句：“有果实西蜀，作花凌早寒。树繁碧玉叶，柯叠黄金丸。土都不可寄，味咀独长叹。”唐代羊士谔诗句：“珍树寒始花，氤氲九秋月。佳期若有待，芳意常无绝。颺颺碧海风，濛濛绿枝雪。急景有余妍，春禽自流悦。”描绘了枇杷树如亭亭玉立少女，不与人争

春，而在万花凋零，秋叶飘落和晚秋季节里，才开始孕育花蕾到寒冬开放，迎着雾雪，独显高洁，留下金丸。

一都枇杷栽培历史悠久，《福州年鉴(2005)》记述：一都镇是福清市闻名的水果之乡，枇杷基地。福清市一都镇位于福清市西北部，常年气候温和，属亚热带季风性气候。全年主风向为东北风和偏西风，四周环抱的山形克服了季风性气候所带来的台风灾害，从而形成温热小气候、雨量充沛、水源充足、少台风危害、多山少田的典型山垅带小盆地气候区域，夏天无酷暑，冬天无严寒，为生产出高品质的枇杷创造了有利条件。“一都枇杷”种植区均为山区，种植区内无工厂企业，水源、大气、土壤等未受污染。产品中汞、砷等重金属含量和农残量均低于国家无公害农产品安全质量标准要求。“一都枇杷”种植区水质、土壤质量均符合国家二类管理标准，符合国家有关标准检测，一都镇山地肥沃，水源丰富，光照充足，气候温和，雾大风小，种植枇杷的自然条件得天独厚。

“一都枇杷”种类多，早中晚熟门类齐全。以“早钟6号”和“解放钟”两种品种扬名海内外。“早钟6号”兼具有父母本特早熟、大果、优质、丰产性好等优良性状，比一般品种早熟15~20天；抗逆性强，枝梢抽花比率高。果实倒卵形至洋梨形，平均单果重52.7克，最大的可超过100克。果皮橙红色，鲜艳美观，锈斑少，厚度中乖，易剥离。果肉橙红色，平均厚0.89厘米，可食率70.2%，质细，化渣，味甜，可溶性固形物11.9%，含酸量0.26%，有香气。每果平均有种子4.6粒。鲜食和制罐均宜。“解放钟”果倒卵形至长倒卵形，平均单果重61克，大的可超过170克，果皮橙红、果肉厚、橙黄，极甜风味浓。可食率71%~72%，可溶性固形物11.5%~12.5%，平均种子5.7粒，5月上、

中旬成熟。该品种抗性强，适应性广，既可鲜食，又可加工，果实耐贮运。目前，一都枇杷种植面积约2666.67公顷，年产量达1.5万吨。枇杷以果大、色艳、肉厚、汁多、味美及品类齐全而著称，已远销京、沪、江、浙、赣、皖、湖、广、港、澳及新加坡等地，广受市场欢迎。

(福清市工商局 林能春 整理)

一都枇杷 商标释义

一都枇杷
YiDuPiPa

注册号：10865125

商 品：枇杷

注册人：福清市一都镇经济发展服务中心
(农业服务中心)

注册时间：2012年10月28日

地域范围：福清市一都镇、东张镇

一都枇杷地理标志证明商标由中文字体和拼音组成，“一都”体现了“一都枇杷”的地域性，“YiDuPiPa”则是从商标注册的角度考虑，目的是要以全方位的设计对一都枇杷商标进行保护，尽量防止以后被假冒、仿冒和被擦边傍牌。

编后

一都是福建东南滨海城市——福清市西部的一个美丽山区小镇，辖7个村，1.1万人口，面积108平方公里。这里山林广袤，土地肥沃，气候温和，雨量充沛，光照充足，水质优良，被誉为“全国绿色食品原料(枇杷)标准化生产基

地”。这里的枇杷果实饱满，色泽鲜艳，肉软多汁，酸甜适中，口感特佳。

近年来，一都镇党委、镇政府高度重视枇杷产业发展，联合工商部门积极引导枇杷种植户成立枇杷种植农民专业合作社。立足用好国家和省、市服务海西有关优惠扶持政策，加大对枇杷种植农民专业合作社的扶持力度，大力推广“公司+基地+农户”产业化经营模式，推广龙头带基地、公司连农户、产加销一体化等多种形式，形成大中小企业密切配合、依附龙头企业的市场和经营的完善体系，共同构建产业集群效应，为枇杷产业的发展带来新的生机。同时鼓励、扶持种植大户建立完善现代企业制度，加强合同管理，扩大企业规模，发挥示范作用。福清市一都惠农枇杷种植农民专业合作社和一都善山融都枇杷专业合作社在带领农民走规模化、产业化经营方面发挥了龙头作用，2011年成功入选全国首批农民专业合作社示范社名录。

同时，一都镇党委、镇政府积极指导枇杷种植农民专业合作社强化科学管理，帮助枇杷种植户提高枇杷附加值和市场竞争力，引导果农由单纯的枇杷种植、销售转向产品的深加工，充分利用本地农民自己的“原汁枇杷膏、原汁枇杷酒、枇杷花蜜酒”3项国家专利，发展枇杷膏

和枇杷酿酒业，逐步完善产业链获取规模效益。联合工商部门积极推行“超市+合作社+地标+订单+农户”的模式，发展订单农业，把涉农企业、大型超市和种植户“捆绑”在一起。目前沃尔玛、永辉等大型超市与一都镇300余户枇杷种植户签订了订单合同，使养殖户走上了“订单富农”之路。

春之艰辛，方得秋之硕果。2011年10月28日，“一都枇杷”地理标志证明商标获国家商标局核准注册。“一都枇杷”地标的注册成功，有效提高了一都枇杷的知名度、美誉度，也极大地激发了当地农民大规模种植枇杷的热情。目前，全市共有9家枇杷种植专业合作社，注册资金3027万。其中，一都镇枇杷种植面积达4.2万亩，年产量近2万吨，产值近亿元，已成为远近闻名的福州市名优水果示范基地。每到收获季节，枇杷就被早早订购一空，价格不仅在全福清最高，而且比其他地方出产的同类品种高出一截。枇杷火了，腰包鼓了，农民的致富梦也一天天实现了。如今，一都枇杷远销国内十几个省、市及港、澳、新加坡以及欧美等地，果农最高年收入超过10万元，最低年收入也在2万元以上，枇杷树已成为当地农民的“摇钱树”，曾经的穷乡僻壤也已变成了令无数人羡慕的“聚宝盆”。

