

案例 1

福建中珍知识产权服务有限公司代理 第 57349921 号“永福高山茶”地理标志 证明商标注册案

一、基本案情

申请人：漳平市台创园茶业协会

指定使用商品：第 30 类“乌龙茶”

申请商标（地理标志证明商标）：

永福高山茶
YONG FU HIGH-MOUNTAIN TEA

2021 年 7 月 1 日，申请人向国家知识产权局申请第 57349921 号“永福高山茶”地理标志证明商标，并提供地理标志证明商标的相关材料，主要有：漳平市人民政府授权同意及地域界定的文件，“永福高山茶”史料；特定品质与自然因素及人文因素的有关材料、地理标志证明商标管理规则及申请人具有监督检测能力证明等材料。

2021 年 12 月 20 日，国家知识产权局下发《商标注册申请审查意见通知书》，其中指出：申请人已经在“茶”类似商品上注册了近似的第 8621519 号“永福”商标，该普通商标与申请的地理标志商标虽为不同的商标类型，在性质、使用方式、注册人


与使用人的权利等方面均不相同，即使是同一申请人，也不可以在相同或类似商品上注册不同类型的相同或近似商标，因此，二者若共存，易造成使用上的混淆。

2022年3月3日，申请人申请注销第8621519号“永福”商标在“茶、茶叶代用品”商品上的注册；2022年4月6日，国家知识产权局对该注销申请予以核准并公告；2022年5月20日，“永福高山茶”地理标志证明商标被初步审定并公告；2022年8月21日，被准予注册并公告。

二、代理经验分享

本案焦点：1. “永福高山茶”商标是否符合地理标志证明商标的特殊性要求；2. “永福高山茶”商标是否与在先注册商标构成冲突。

关于“永福高山茶”商标是否符合地理标志证明商标的专门要求的问题。“永福高山茶”最初由台商引进台湾高山茶种植和制作工艺，加上永福当地特定的自然因素和人文因素，造就其特定的品质特征，并有相关的资料予以支持。

关于“永福高山茶”商标是否与在先注册商标构成冲突。申请人最初拟申请的商标图样是, 经在先查询发现，第588232号“高山”商标和第8621519号“永福”商标注册在先。于是，申请人采用“永福高山茶”五个字同一字体同一大小的方式确定申请商标，避免与第588232号“高山”商标冲突；同时，申请人在申请日之前已经受让了第8621519号“永福”商标，解

决权利权属的问题。最后是解决同一主体名下普通商标与证明商标之间冲突的问题，经国家知识产权局下发《商标审查意见书》，并要求另案注销第 8621519 号“永福”商标在“茶、茶叶代用品”上的注册，至此，全面解决了在先权利冲突，最终获准注册。

三、典型意义

同一主体也不可以在相同或类似商品上注册不同类型的相同或近似商标。本案中，申请人“永福高山茶”地理标志证明商标与其在先注册的“永福”普通商标，存在权利冲突。申请人在国家知识产权局下发《商标注册申请审查意见书》后，再申请注销普通商标，以避免出现“权利真空”，从而确保“永福高山茶”地理标志证明商标顺利注册。“永福高山茶”地理标志证明商标的成功注册与使用，一方面，有利于漳平永福镇农民增收致富，促进当地乡村振兴和生态文明建设；另一方面，有利于台农密集创业区建设，促进漳平与台湾两地交流交往、经贸合作，有利带动区域特色经济高质量发展，谱写两岸融合发展新篇章。

案例 2

厦门仕诚知识产权代理有限公司代理 第 56305172 号 “海安捷” 商标驳回复审案

一、基本案情

申请人：厦门海安捷航标技术工程有限公司

申请商标：

海安捷

指定使用的商品：第 2 类“油漆，清漆，杀菌漆，涂料（油漆），釉料（漆、亮面漆），底漆，油漆补片（可替换的），防腐油漆，合成树脂涂料，船体底壳漆”等商品项目。

2021 年 5 月 24 日，申请人提出注册申请，2021 年 9 月 10 日，国家知识产权局发出驳回通知书，驳回理由是申请商标含有“海安”，为我国行政区划名称，无其他含义，不得作为商标使用；申请商标违反《商标法》第十条第二款的规定。

申请人复审的主要理由：1. 申请商标文字具有整体性，不应割裂认知，“海安捷”不能等同于“海安”。“海安捷”三个汉字构成。申请商标三个汉字采用普通字体，其字体大小及字形相

同，相关公众在认知时必然是基于商标整体进行认知，而不会采取断章取义的错误地认知为“海安”；2. 申请商标与申请人之间具有唯一的对应指示关系。申请商标“海安捷”是申请人企业字号，且“海安捷”三个汉字是随意组合而成，其作为企业字号和商标名称，具有极强的显著性和独创性。同时，申请商标品牌含义与申请人之间建立起稳定的对应指示关系；3. 商标文字是否构成行政区划名称，应当充分考虑相关公众对该行政区划名称的认知度和行政区划名称的知名度：一是应当以普通公众的一般认知为判定标准；二是应当考虑行政区划名称的知名度；4. 与本案申请商标情形相同的众多类似的商标均获准注册，根据国家知识产权局在先审查实例，本案申请商标应当予以注册。本案涉及《商标法》第十条的规定属于绝对禁止条款，在法理相同及商标类似的情况下，商标审查的个案性原则应当受到限制，并应当充分考量其它相关案例。

2022年3月29日，国家知识产权局作出驳回复审决定，认为：申请商标“海安捷”与县级以上行政区划地名“海安”存在区别，整体上具有强于地名的其他含义，因此，申请商标的申请注册未构成《商标法》第十条第二款所指“不得作为商标使用”的标志，申请商标在复审商品上的注册申请予以初步审定。

二、代理经验分享

本案焦点：申请商标是否违反了《商标法》第十条第二款关于“县级以上行政区划的地名，不得作为商标”的相关规定禁止

性规定。

《商标法》第十条第二款的禁注部分，就包括了三种例外：一是地名具有其他含义；二是地名作为集体商标和证明商标的组成部分；三是使用地名的商标已经获准注册。结合本案申请商标的情况，其属于关于地名具有其他含义的情况。商标整体可以与地名区分，即表示商标整体上具有显著特征。其中：一是商标整体上具有其他特定含义；二是商标整体虽不具其他特定含义，但不易被识别为地名含义。

本案中，申请商标“海安捷”，虽然本身不具有除地名之外的其他固定含义，但其为臆造词且申请人的企业字号，一般消费者更容易将申请商标识别为申请人企业的商标，而非作为行政区划名称，其已形成强于地名指示的地理位置含义之外的“其他含义”，具有显著性和识别性。

三、典型意义

该案例的典型意义在于如何适用《商标法》第十条第二款关于“县级以上行政区划的地名，不得作为商标”的相关规定。本案主要从包含地名而非仅有地名的、商标名称是臆造词且系企业字号、地名及申请商标的知名度及一般公众认知等角度，重点落到整体上具有强于地名的其他含义，不易使消费者联想到地名，亦不易导致产地误认。本案对含有地名商标而非仅有地名作为商标注册申请，具有一定借鉴意义。

案例 3

福建省劲翔知识产权代理有限公司代理 第 56874481 号 “PEAK CARE” 商标异议案

一、基本案情

异议人：福建泉州匹克体育用品有限公司

被异议人：品珂有限公司

被异议商标：

PEAK CARE

指定使用商品：第 21 类“鞋拔；盥洗室器具；脱靴器；洗涤桶；拖把绞干器；鞋撑具；洒水器；喷壶；婴儿浴盆（便携式）；手动清洁器具”等商品项目。

异议人主要异议理由：1. 异议人“匹克”“PEAK”商标曾获得中国驰名商标认定，在国内外享有极高的知名度与美誉度。被异议商标显然是摹仿、抄袭具有较高知名度的“PEAK”商标，其各自使用的商品具有较强的关联性，二者共存极易误导公众，致使异议人的利益受到损害。2. 被异议商标与异议人名下的第 22058961 号商标、第 55913394 号商标（以下依次简称“引证商

标二” “引证商标三”)构成相同或类似商品上的近似商标，前述商标在相关市场的共存极易使相关公众对商品的来源产生混淆、误认。根据《商标法》第十三条第三款、第三十条的规定，请求裁定被异议商标理应不予核准注册。

异议人提交的主要证据：商标信息档案、异议人商标注册列表、异议人宣传报道资料、所获荣誉证书、维权记录等。被异议人未在规定期限内作出答辩。

国家知识产权局认为：被异议商标“PEAKCARE”指定使用在第21类“鞋拔；盥洗室器具脱靴器；洗涤桶，鞋撑具；手动清洁器具；洒水器；喷壶；婴儿浴盆（便携式）；拖把绞干器”商品上，异议人引证在先注册的第22058961号“PEAK及图”商标核定使用商品为第21类“盥洗室器具；电动牙刷；化妆用具”等。双方商标部分指定使用商品具有相近的功能用途，属于类似商品，且被异议商标完整包含异议人具有较高知名度的“PEAK”商标，如予并存使用易使相关公众误认为两者是来自于同一市场主体的系列商标或具有某种关联，从而对商品的来源产生混淆误认。因此，双方商标已构成使用于类似商品的近似商标。此外，异议人注册并使用在“运动鞋”商品上的“PEAK及图”商标经广泛宣传和使用已具有较高知名度并曾获得《商标法》第十三条扩大保护，被异议商标完整包含异议人引证商标的英文部分，已构成对异议人驰名商标的攀仿，核准被异议商标注册使用在与异议人引证商标高度关联的非类似商品上容易误导公众，致使异议人的利益可能受到损害。依据《商标法》第十三条第三款、第三十条、第三十

五条规定，商标局裁定如下：第 56874481 号“PEAK CARE”商标不予注册。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 在于双方商标是否构成使用在相同或者类似商品上的近似商标；2. 被异议商标的注册申请是否违反商标法第十三条第三款的规定。

《商标法》第三十条规定，申请注册的商标，凡不符合本法有关规定或者同他人在同一种商品或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的，由商标局驳回申请，不予公告。

本案中被异议商标“PEAKCARE”与异议人在先注册商标均使用在第 21 类商品上，双方商标的商品均是日常生活用品，均有清洁卫生的功能，通常在日用品店或者大型商超的日用品板块进行销售，构成事实上的类似商品。被异议商标完整地包含或者摹仿异议人在先具有较高知名度或者显著性较强的文字商标，易使相关公众认为属于系列商标而对商品或者服务的来源产生混淆的，应判定为近似商标。

《商标法》第十三条第三款规定，就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。

本案中异议人注册并使用在“运动鞋”商品上的“PEAK 及图”商标经广泛宣传和使用已具有较高知名度并曾获得《商标法》

第十三条扩大保护，且至今仍保持极高的知名度，为我国相关公众所熟知。被异议商标完整包含异议人引证商标的英文部分，已构成对异议人驰名商标的攀仿，核准被异议商标注册使用在与异议人引证商标高度关联的非类似商品上容易误导公众，致使异议人的利益可能受到损害。被异议商标理应不予注册。

三、典型意义

国家知识产权局在认定双方商标构成使用在类似商品上的近似商标的基础上，又通过适用《商标法》第十三条第三款的规定，给予驰名商标在非类似商品上强保护，从而有力地打击商标恶意注册行为。这有利于企业不断提升自身商标品牌知名度与价值，特别有利于提振民营企业的商标维权信心，提高商标权保护意识，助力民营企业经济高质量发展中焕发新活力，起到很好的指引作用。

案例 4

厦门合道联合知识产权事务有限公司代理 第 54364809 号 “一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY” 商标异议案

一、基本案情

异议人：厦门航空有限公司

被异议人：石狮市秋韵图书贸易有限公司

被异议商标：



一鹭高飞
ONE EGRET GOOFY

指定使用服务：第 39 类“旅游车出租；租车预订；客车出租；司机服务；汽车出租；提供旅行信息；通过互联网提供旅行信息；安排旅行；机票预订；旅行预订”等服务项目。

异议人主要理由：1. 被异议商标与异议人在先注册和使用的“一鹭高飞”商标构成近似商标，被异议商标违反《商标法》第三十条规定。2. 被异议商标的注册是对异议人在先使用并有一定影响商标的抢注，构成《商标法》第三十二条规定的“以不正当手段抢注他人在先使用并有一定影响的商标”的情形。

异议人提交的主要证据：异议人企业发展概况、荣誉、资质、宣传、网站等资料，“一鹭高飞”商标设计合同及发票、“一鹭高飞”商标启动宣传、相关媒体报道等资料。被异议人未在规定期限内作出答辩。


根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY”指定使用服务为第 39 类“汽车出租；通过互联网提供旅行信息”等。异议人引证在先注册第 15220739 号、第 28804674 号“一鹭高飞”等商标核定使用服务为第 39 类“船只出租；运送乘客”等。双方商标指定使用服务在服务的内容、特点等方面存在一定区别，不属于类似服务。因此，双方商标未构成使用于类似服务上的近似商标。本案中，异议人称被异议人恶意抢注其在先使用的商标，并提供了“一鹭高飞”商标设计合同及发票、“一鹭高飞”商标部分启动宣传、相关媒体报道、相关网站截图等证据材料。以上证据可以证明：在被异议商标申请注册前，异议人的“一鹭高飞”商标在运输服务行业领域已具有一定知名度。被异议人与异议人同处福建省，对异议人在先使用的“一鹭高飞”商标理应知晓。被异议商标完整包含异议人在先使用并具有一定知名度的“一鹭高飞”商标文字，且被异议商标指定使用的服务与异议人在先使用的服务亦具有一定关联。因此被异议人于“汽车出租；通过互联网提供旅行信息”等服务上申请注册被异议商标已构成以不正当手段抢先注册异议人已经使用并有一定影响的商标的行为。依据

《商标法》第三十二条、第三十五条规定，我局决定：第 54364809 号“一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY”商标不予注册。




二、代理经验分享

本案焦点：1. 被异议商标与异议人引证商示是否构成近似商标，违反《商标法》第三十条规定；2. 被异议商标是否存在不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标，违反《商标法》第三十二条规定的情形。

本案中，由于双方商标指定使用服务在服务的内容、特点等方面存在一定区别，不属于类似服务，故被异议商标没有违反《商标法》第三十条规定。

本案中，异议人作为国内国际知名的航空公司、运输旅游行业的领军企业，在中国乃至世界范围内享有极高的知名度及美誉。异议人的“”全新标志是由香港著名设计师陈幼坚先生设计，并将该标志命名为“一鹭高飞”，同时，异议人通过电视、杂志、报纸、国内各大机场显示屏、灯箱、网络等众多媒体持续密集而广泛地宣传“一鹭高飞”品牌，有力证明了其“一鹭高飞”作为未注册商标的使用并具有一定的知名度，可以认定属于《商标法》第三十二条规定的“已经使用”，并有“一定影响”的商标。

在能够证明已经使用并具有一定影响的商标的情况下，判断被异议商标是否为抢注行为，还需综合考虑被异议人是否存在主观恶意。在本案中，被异议人与异议人同处一省，对异议人在先

使用的“一鹭高飞”标志理应知晓，同时，被异议人在申请被异议商标之前，被异议人抢注的第12594698号“一鹭高飞 A HERON GAO FEI”()商标被无效宣告；恶意申请的第22210168号“一鹭高飞 YI-LUGAOFEI”()商标、第25763371号“一路高飞 YI LU GAO FEI”()商标等多件商标被不予注册。被异议商标的申请是一种重复恶意申请的行为，被异议商标违反了《商标法》第三十二条的规定，应不予注册。

三、典型意义

本案对打击连续抢注他人已经使用并有一定影响的商标的恶意注册行为具有一定的典型意义。打击恶意注册有利于鼓励诚实守信、培育品牌，建立良好的竞争秩序。近年来，国家知识产权局不断把打击恶意注册关口前移，通过调整审查程序、增加信息提示功能等方式在审查阶段发现恶意注册。此案彰显了商标注册管理机关打击恶意注册商标行为的坚强决心，代理人通过案情分析，提交有效证明材料，切实维护了商标注册人的合法权益，也规范了运输服务行业的市场竞争秩序。

案例 5

福州拓维知识产权代理有限公司代理 第 51185794 号 “一缆天下太阳” 商标异议案

一、基本案情

异议人：福建南平太阳电缆股份有限公司

被异议人：马祥其

被异议商标：

一缆天下太阳

指定使用商品：第 9 类 “电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线；电缆；电缆包皮层；电源材料（电线、电缆）；电线圈；电插头；配电盘（电）；工业遥控操作用电气设备” 等商品项目。

异议人主要理由：1. 被异议商标与异议人在先注册和使用的“太阳 SUN 及图” 商标系近似商标。2. 异议人注册并使用在“电源材料（电线、电缆）、电缆、光纤电缆” 等商品上的“太阳 SUN 及图” 商标曾获《商标法》第十三条保护，被异议商标是抄袭、摹仿异议人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，损害异议人利益，违反了《商标法》第十三条第三款规定。

异议人提交的主要证据：异议人及引证商标部分荣誉证书、引证商标曾获《商标法》第十三条保护的争议裁定书等资料。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“一缆天下太阳”指定使用商品为第9类“电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线；电缆”等。异议人引证在先注册的第3268747号“太阳 SUN 及图”商标核定使用商品为第9类“电线；电缆”等。被异议商标包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，且被异议商标指定使用部分商品与异议人引证商标核定使用商品属于类似商品。因此，双方商标已构成使用于部分类似商品上的近似商标，如予并存易造成消费者混淆。异议人注册并使用在“电源材料（电线、电缆）、电缆、光纤电缆”等商品上的“太阳 SUN 及图”商标经过长期使用与广泛宣传已为相关公众所熟知并曾获《商标法》第十三条保护。被异议商标完全包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，且被异议商标指定使用商品与异议人引证商标核定商品密切相关，被异议商标的申请注册已构成对异议人商标的抄袭和模仿，如予并存易造成消费者的混淆误认，并可能使异议人商标声誉受到损害。依据《商标法》第十三条第三款、第三十条、第三十五条规定，国家知识产权局决定：第51185794号“一缆天下太阳”商标不予注册。

二、代理经验分享

鉴于双方商标指定使用商品仅部分属于类似商品，异议人引证商标曾获《商标法》第十三条保护，**故本案焦点**：1. 被异议商标与异议人引证商标是否构成《商标法》第三十条所指的使用在相同或类似商品上的近似商标；2. 就不相类似商品上申请注册的被异议商标是否违反《商标法》第十三条第三款的规定。

被异议商标指定使用的第 9 类“电线，电缆，电源材料（电线、电缆），电缆包皮层，电线圈”部分商品，与异议人引证商标核定使用全部商品属于相同或类似商品。被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“太阳”，且“一缆天下太阳”的“缆”又直接指向指定使用的“电缆”等商品，其整体并未形成新的特定含义，已构成近似商标。因此，被异议商标在上述指定使用的商品上已构成《商标法》第三十条所指的使用在同一种或类似商品上的近似商标。

被异议商标指定使用的第 9 类“电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线圈；电插头；配电盘（电）；工业遥控操作电气设备”部分商品，与异议人引证商标核定使用的全部商品不属于类似商品。在非类似商品上扩大对已达驰名程度商标的保护应以存在混淆、误导的可能性为前提。本案中，异议人在案提交了异议人及其引证商标所获荣誉、引证商标曾获《商标法》第十三条保护等相关证据，可以证明异议人在先注册并使用在“电源材料（电线、电缆）”等商品上的“太阳 SUN 及图”商标在被异议商标申请注册之前经长期使用与广泛宣传已具有较高知名

度，为相关公众所熟知。被异议商标指定使用的第9类“电线圈；电插头”等部分商品与异议人引证商标核定使用商品密切相关，被异议商标包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，再结合被异议商标指定使用的商品包含“电源材料（电线、电缆）、电缆”，可见被异议商标具有明显的抄袭和摹仿的故意，易误导公众，损害异议人的声誉，违反了《商标法》第十三条第三款规定，应不予注册。

三、典型意义

本案涉及商标抢注以及驰名商标保护问题。代理人根据具体案情，一方面从相同类似商品上，主张两者构成近似商标，适用《商标法》第三十条规定；另一方面从不相同不类似商品上，主张驰名商标跨类保护，适用《商标法》第十三条第三款规定，提供了被异议商标存在故意模仿的事实以及引证商标已长期使用并享有很高知名度等证据材料，推断出被异议商标的注册极易产生混淆或误认，从而损害权利人合法的在先权利。国家知识产权局对该案的裁定，依法整治了商标抄袭、摹仿等扰乱商标注册秩序的违法行为，保护在先商标权，特别是高知名度的商标，有利于维护我国商标注册秩序和营造公平竞争的市场环境，促进经济高质量发展。

案例 6

福建致群财富知识产权管理有限公司代理 第 46306283 号“回道鼓浪屿” 商标异议案

一、基本案情

异议人：厦门兴茂贸易有限公司

被异议人：厦门金海特贸易有限公司

被异议商标：

回道鼓浪屿

指定使用商品：第 30 类“咖啡，茶，茶饮料，蜂蜜，谷类制品，调味品”等商品项目。

异议人主要理由：被异议商标与异议人在先注册且具有较高知名度的“鼓浪屿”系列商标混淆性近似，侵犯了异议人的在先商标权，违反《商标法》第三十条的规定。被异议人恶意抢注、摹仿“鼓浪屿”商标的行为违背了基本诚实信用原则，同时易产生不良影响，构成《商标法》第七条、第十条一款第（七）（八）项、第四十四条规制的情形。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“回道鼓浪屿”指定使用于第 30 类“咖啡；茶

饮料；糖果；谷类制品；调味品”等商品上。异议人引证在先注册的第 11769704 号“鼓浪屿”商标核定使用于第 30 类“豆浆；家用嫩肉剂”等商品上。被异议商标指定使用商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途及销售渠道等方面具有一定差异，不属于类似商品，因此双方商标未构成使用于类似商品上的近似商标。异议人引证在先注册的第 3847042 号、第 1571341 号“鼓浪屿”、第 14006625 号“鼓浪屿岛馅饼”等商标核定使用于第 30 类“糖；馅饼；冰淇淋”等商品上。被异议商标指定使用的“糖果；甜食；以谷物为主的零食小吃；食用冰”商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途及销售渠道等方面基本相同，属于类似商品。被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“鼓浪屿”，且未形成明显有别的其他含义，可判为近似商标，因此被异议商标指定使用在上述类似商品上，与异议人引证商标已构成使用于类似商品上的近似商标，如予并存易造成消费者混淆误认。被异议商标指定使用的其他商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途等方面具有一定区别，不属于类似商品，被异议商标使用在非类似商品上，应可以起到区别商品来源的作用。异议人另称被异议人违反诚实信用原则，恶意抢注、模仿其商标以及被异议商标的注册使用易产生不良影响等证据不足，我局不予支持。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 被异议商标与引证商标在是否构成类似商品上

的近似商标问题；2. 关于被异议商标是否违反诚实信用及恶意等问题。

本案中，国家知识产权局认定两商标所指定部分商品构成类似商品。同时充分考虑“鼓浪屿”作为引证商标及传统老字号所具有的知名度及影响力，认定被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“鼓浪屿”，且未形成明显有别的其他含义，两者并存易造成消费者混淆误认，从而判定两商标为近似商标。

本案中，国家知识产权局并未因异议人的“鼓浪屿”系列商标所具有的知名度和影响力，以及双方同处厦门这一特殊地缘关系，而认定被异议人具有违背诚实信用原则，恶意复制、模仿异议人在先商标的行为。可见，针对“是否违反诚实信用原则及恶意问题”对证据的要求更高，同时，基于被异议商标已适用《商标法》第三十条予以规制，是否恶意已不影响本案的结论。

三、典型意义

本案是一起典型的涉及老字号问题，以及完整包含或者摹仿他人先具有较高知名度或者显著性较强的商标的问题。老字号商标保护为近年的热门问题，但因历史等原因，有些表现为权属关系复杂和不明确，同时也因其具备较高的经济、文化等价值，被侵权、被模仿的现象频发。本案中，异议人的传统老字号“鼓浪屿”始创于1956年，曾入选为“福建老字号”及“中华老字号”，“鼓浪屿馅饼手工制作技艺”更是入选为“福建省第七批省级非物质文化遗产代表性项目”。“鼓浪屿”作为传统老字号

及注册商标，已经取得社会的广泛认同和具备良好的市场声誉，不仅承载着经济价值，更是承载着厚重的历史文化价值。本案中，国家知识产权局依法不予注册包含“鼓浪屿”字样的被异议商标，彰显了商标注册管理部门高度重视老字号品牌保护的坚强决定，为作为传统老字号传承人或所有人积极维权起到典型示范作用，为“老字号”品牌传承、发展奠定了坚强的法律基础。

案例 7

福建亚太商标专利事务所有限公司代理 第 54429491 号“图形” 商标异议案

一、基本案情

异议人：彪马欧洲公司；PUMA SE

被异议人：福建省晋江市陈埭利达鞋业有限公司

被异议商标：



指定使用的商品：第 25 类“凉拖；凉鞋；男鞋；女鞋；皮鞋；球鞋；拖鞋；拖鞋鞋底；橡胶或塑料制压纹鞋底；鞋；鞋（矫形鞋除外）；鞋（脚上的穿着物）；鞋底；鞋垫；鞋面；休闲鞋；靴；运动鞋；运动靴；足球鞋”等商品项目。

异议人主要理由：1. 被异议商标与第 1348498 号、第 G582886 号、G593987 号、第 76559 号 4 个引证商标构成使用在相同或类似商品上的近似商标，违反《商标法》第三十条之规定；2. 被异议商标是通过复制、摹仿或者翻译引证商标，极易引起相关公众的混淆误认，违反了《商标法》第十三条之规定；3. 被异议商标

与异议人享有在先著作权的图形标识实质性近似，违反《商标法》第三十二条之规定。

被异议商标的申请注册违反了《商标法》第四条、第七条、第十条第一款第七、八项、第四十四条第一款的规定。

异议人提交的主要证据：1. 异议人及引证商标基本信息；2. 异议人的 PUMA 系列品牌商标在中国大陆的销售、广告宣传、经营状态相关材料；3. PUMA 系列商标在先维权记录。

被异议人在规定期限内做出答辩，提出如下答辩理由：1. 被异议商标与各引证商标在构成要素选择、整体外观以及商标标识含义方面均有明显的差异，未违反《商标法》第十三条及第三十条的规定。2. 被异议商标标识与异议人享有在先著作权的图形标识不相同也非实质性近似，其申请注册未违反《商标法》第三十二条的规定。3. 异议人的其它主张缺乏法律及事实依据。



根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“图形”指定使用商品为 25 类“足球鞋；鞋（脚上的穿着物）；靴”等。异议人引证在先注册的第 76559 号、第 1348498 号“图形”商标、引证在先经国际注册并领土延伸至中国受保护的 582886 号“PUMA 及图”、第 593987 号“图形”商标，核定使用商品为 25 类“服装；鞋；帽”等。虽然双方商标属于类似商品，但被异议商标与异议人引证商标在构图要素、整体外观等方面具有一定区别，因此双方商标未构成使用于类似商品上的近似商标，并存使用不会造成消费者误认混淆。且经查，

本案被异议商标与被异议人第 4330881 号“图形”商标（2008 年 7 月 6 日获准注册并已续展注册）。本案被异议商标与该商标显著部分图形相同，指定使用商品未予扩大，异议人亦未提出证据表明双方商标共存于市场已对异议人的商标权利造成实质性的损害，因而其注册并无不当。本案中，异议人请求对其在先注册并使用的第 76559 号“图形”商标予以《商标法》第十三条的保护，但鉴于双方商标存在一定区别，被异议商标未构成对异议人商标的复制摹仿，故不支持异议人关于《商标法》第十三条保护的主张。异议人另称被异议人违反诚实信用原则，侵犯其在先著作权，以及被异议商标的注册和是有具有欺骗性，并易产生不良社会影响等证据不足。依据《商标法》第三十五条规定，决定：第 54429491 号“图形”商标准予注册。



二、代理经验分享

本案争议焦点：1. 被异议商标与引证商标是否构成近似；2. 被异议商标是否存在复制摹仿异议人商标的情形。

实务中，图形商标的近似判断难度较高，对于本身情况差异较大的在先案例，不应作为“类案”予以参考，仍旧应当回归“个案”本身的情况。

本案中，异议人例举了较多在先维权案例并主张适用本案。但被异议人应坚持“个案认定”的原则要求。不同动物种类的选择，将直接影响商标整体图案、表现形态、视觉效果和整体外观。被异议商标“”牛图形和引证商标“”豹图形属于不同

“科目”，外在形态不相似，异议人所列举的案例不应作为判断被异议商标与引证商标是否近似可供参考的佐证。被异议商标与引证商标 1-4 在构成要素、整体外观以及含义方面均有明显的差异，不会给相关公众造成混淆。

被异议商标是否存在复制摹仿异议人商标的情形。被异议商标注册申请是基于原已注册过的第 747169 号“”和第 4330881 号“”商标基础上的，并不存在的主观恶意因素，同时，与被异议商标相一致且具有独特整体外观设计的在先商标及被异议商标均一直处于持续性使用的状态，期间也并未有“混淆或企图傍名牌”的情况发生。

因此，被异议商标的核准注册不易引起相关公众的混淆误认。

三、典型意义

随着商标维权意识的不断增强，不少一线品牌进行大规模的“近似”商标“扫除”活动，在两方的博弈中，往往知名度相对较弱的一方会被冠以“恶意申请注册”“傍名牌”，导致已经存续多年的商标被宣告无效，最终，就算是享有在先权利的在后申请商标也被不予注册或者无效宣告。本案的启示性意义在于，代理人从实际出发，遵循“个案审查”原则，切实考虑被代理人申请商标的产生背景，在近似判断中以“是否会引起消费者混淆误认”为中心导向提出陈述理由，有力维护申请人的合法权益，为经营主体培育自主品牌增强了信心，能够切实打破以往的惯性认知，积极应对国际一线品牌的质疑，维护自身合法权益。

案例 8

华夏三环（厦门）知识产权代理有限公司代理 第 51912032 号“海丝新晟”系列 商标异议案

一、基本案情

异议人：福建省烟草公司漳州市公司

被异议人：厦门市虎格投资管理有限公司


被异议商标：

海丝新晟

指定使用服务：第 35 类“商标指定使用服务：组织商业或广告展览；特许经营的商业管理；商业中介服务；广告；进出口代理；替他人推销；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）；市场营销；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；为他人的商品和服务进行市场营销”等服务项目

异议人的主要理由：1. “海丝新晟”乃异议人臆造词，具有很强独创性，被异议人不以使用为目的，在多个类抢注多件“海丝新晟”商标及其他知名的商标并企图向异议人兜售以牟取非法利益，具有复制、摹仿他人商标的意图，明显违反《商标法》第四条规定，也违背《商标法》关于禁止以欺骗手段或者其他不正

当手段取得商标注册的立法精神。

2. 异议人已在先使用“海丝新晟”商标并在当地已广为公众所知晓，被异议商标与异议人在先使用的“”商标构成实质性近似，严重侵犯了异议人在先权利，违反了《商标法》第三十二条的规定。

3. 被异议人还存在经营异常行为，数次变更经营地址，未按照规定期限办理纳税，违反诚实信用原则。

异议人提交的主要证据：异议人“海丝新晟”商标设计方案的微信记录、烟草官网关于“海丝新晟”宣传的页面截图等公证书、“海丝新晟”商标品牌零售终端门店实拍照片、“海丝新晟”品牌发布会现场照片、“海丝新晟”美术作品登记证书等资料、被异议人抢注其他知名商标的记录、异议人同时对第 51950631 号和第 51909696 号“海丝新晟”商标异议案件并案审理请求。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由和事实，经审查，国家知识产权局认为：异议人提交的证据可证明，在被异议商标申请注册前，异议人已在先使用“海丝新晟”商标，并已在当地有一定知名度，且“海丝新晟”为臆造词，具有独创性。被异议商标文字与异议人在先引证商标文字构成相同，此种一致难谓巧合，被异议人未对被异议商标的独立创作来源作出合理解释。此外依据异议人提交的证据，被异议人在多个类别申请一百七十余件商标，并已有多个商标在初审阶段予以驳回或被相关权利人提出异议。结合本

案，可以认定被异议人具有复制、摹仿他人商标的意图，扰乱正常的商标注册管理秩序，违背《商标法》关于禁止以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册的立法精神，被异议商标的注册使用易使消费者误认，国家知识产权局决定不予注册。

二、代理经验分享

本案争议焦点：1. 是否存在不以使用为目的的恶意注册；2. 是否以不正当手段抢注异议人在先使用并具有一定知名度的“海丝新晟”商标；3. 是否扰乱正常的商标注册管理秩序。

本案中，被异议人在抢注被异议商标后还公然开价兜售；被异议人除了抢注被异议商标外，还抢注许多包括他人高知名度的商标，如“慧古田”“红谷田福”等商标，其不以使用为目的的恶意注册行为十分明显。

在被异议商标申请日之前，异议人及其在先使用的商标通过线上线下等多种媒介的宣传，已具有较高知名度。被异议人与异议人同在厦门市，且被异议商标还摹仿异议人享有著作权的在先使用商标的字体。被异议人的申请行为是不正当的，也损害了异议人的在先权利。

被异议人恶意抢注包括被异议商标在内的较多数量的他人知名商标的行为，客观上进行囤积与兜售，违背了商标注册的目的是为了使用这一宗旨，已扰乱了正常的商标注册管理秩序。

国家知识产权局对于本案及异议人申请并案审理的另外两个“海丝新晟”被异议商标，基于案情基本相同，分别作出相同

的异议裁定结论，认定被异议人具有复制、摹仿他人商标的意图，扰乱正常的商标注册管理秩序，被异议商标的注册使用易使消费者误认，并决定不予注册。

三、典型意义

本案启示意义在于，通过对“走捷径”攀附名牌、恶意抢注囤积商标、再高价转让牟利等明显具有谋取不正当利益和扰乱正常商标注册秩序的商标注册行为予以制止，给社会公众正面的宣传；国家知识产权局对异议案件并案集中审查，提高了依法打击以不正当手段取得商标注册行为的效率，极大地方便商标权利人维护合法权益，共同维护商标注册管理秩序和营造良好的营商环境。

案例 9

福建言诚知识产权代理有限公司代理 第 9196135 号“丹夫 DANFU 及图” 商标无效宣告案

一、基本案情

申请人: 丹夫集团有限公司

被申请人: 广东丹夫食品有限公司

争议商标:



核定使用商品: 第 29 类“香肠; 罐装水果; 水果蜜饯; 腌制蔬菜; 牛奶制品; 食用油; 水果色拉; 果冻; 精制坚果仁; 豆腐”等商品项目。

申请人的主要理由: “丹夫”商标名称为申请人独创, 经使用在核定的商品上已具有一定知名度, 并已与申请人形成稳定的对应关系。争议商标与申请人第 5877918 号“丹夫 Danco 及图”商标、第 5462158 号和第 5462157 号“丹夫”商标(以下分别称引证商标一、二、三)构成使用在相同或类似商品上的近似商标, 同时使用容易造成消费者的混淆误认。

争议商标系由其原申请人揭东县锡场镇富群兴食品厂以不正当手段取得商标的注册。除争议商标外，争议商标原所有人申请注册了多件与他人具有较强显著性、经使用已具有一定知名度的商标相同或相近的商标，如“豪士”“椰牛”等共64件商标。争议商标原所有人在商标申请成功后向他人兜售以谋求不正当利益，明显缺乏真实使用意图。且被申请人的关联公司亦在食品类别上申请多件与他人具有较强显著性的商标相同或近似的商标。可见，被申请人及其特定联系人具有不以使用为目的、大量囤积商标以牟利的主观恶意和不正当行为，侵犯了不特定主体的合法权益。综上，申请人请求依据《商标法》第四十四条第一款对争议商标予以无效宣告。

申请人提交了以下主要证据：商标档案、资质证书及产品质量认证、所获荣誉证据、广告宣传、经营销售等商标使用证据、在先商标案件裁定书、争议商标原申请人存在恶意的证据、被申请人关联公司存在恶意的证据等。

被申请人在规定期限内进行了答辩。最主要的理由：1. 被申请人属于独立个体，其行为不受其他关联方行为的影响；2. 被申请人属于善意的商标受让人，不对争议商标原申请人的商标行为负责。

根据申请人陈述的理由及事实和被申请人的答辩意见，经审查，国家知识产权局认为：本案中，申请人“丹夫”商标经使用已具有一定影响。争议商标原所有人将相同的标识申请注册本案

争议商标,并且将其使用在与申请人主营的食品领域,难谓巧合。其次,据查明争议商标原所有人以揭阳市揭东区富群兴食品厂名义在第29、30类上申请注册60余件关联较弱的商标,其中包括“潮宝 CHAOBAO”“半球”“博通”“嘉辉”“鞠乡”“旅揭”等他人知名的商标,争议商标原注册人的上述行为已超过一般市场主体实际使用商标的合理需要,具有明显的抄袭、摹仿他人知名商标,以谋取不正当利益的故意,不具备注册商标应有的正当性。该类不正当注册行为不仅会导致相关公众对商品或服务来源产生误认,更扰乱了正常的商标注册管理秩序,并有损于公平竞争的市场秩序。而本案被申请人受让争议商标之后,其持有和注册其他与申请人商标高度近似的商标的情形亦使争议商标的使用可能进一步损害社会公共利益。虽然争议商标已转让至现被申请人名下,其转让的事实不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由。依照《商标法》第四十四条第一款、第三款、第四十六条的规定,裁定争议商标予以无效宣告。

二、代理经验分享

本案焦点: 1. 争议商标的注册是否违反“以其他不正当手段取得注册”之规定。2. 争议商标已转让至现被申请人名下的事实能不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由。

本案中,在争议商标申请日前,申请人“丹夫”品牌经其宣

传和使用已经在饼干、糕点商品上具有较高知名度。争议商标申请人在多个商品或服务类别上申请注册了包括“丹夫”及相关近似商标，其行为明显具有攀附本案申请人优势地位而获利和攀附他人商誉的意图。且争议商标申请人申请注册的商标中还包含其他与他人具有一定知名度的商标相同或近似的商标。因此，争议商标原申请人申请注册包括争议商标在内的相关商标的行为，超出正常生产经营需要，属于以其他不正当手段取得注册行为，扰乱商标注册管理秩序，违反了《商标法》第四十四条第一款的规定。

本案中，认定了争议商标的转让行为无法改变其不正当手段注册的性质。《商标法》第四十四条第一款的立法目的即禁止商标注册人以欺骗或者其他不正当手段取得商标的注册，如果允许商标注册人以不正当手段申请注册商标后转让给案外第三人，并将此情形视为障碍消除，则该条款立法目的就会落空。

三、典型意义

本案体现了国家商标注册管理部门严厉打击不以使用为目的的恶意注册、以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册等行为，起到很好的宣传与警示作用。同时，明确表明以欺骗或者其他不正当手段取得注册的商标转让的事实不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由，无论受让人是否善意，这也给广大注册商标受让人一个很好的提醒。

案例 10

厦门祥珑知识产权代理有限公司代理 第 53545284 号“漳视直播 ZHANGSHI LIVE 及 图” 商标无效宣告案

一、基本案情

申请人：漳州电视台

被申请人：福建创新新媒体有限公司

争议商标：



核定使用的服务：第 38 类“互联网无线电广播服务；新闻社服务；新闻传送；在全球通信网络、互联网和无线网络上同步播放电视；提供互联网聊天室；提供在线论坛；视频点播传输；声音、图像、信号和数据的网络传送；利用互联网提供聊天线路；通过互联网网站发送信息”等服务项目。

申请人的主要理由：“漳视”为漳州电视台简称，为漳州市委市政府着力打造的官方权威主流宣传媒体，持续肩负着向漳州市五百多万人民传播“漳视新闻”已三十余年，并承担着发布政

府权威部门的政令、公告，以及传承民生文化宣传等功能，在当地具有很高的知名度和影响力，为相关公众甚至广大公众所知晓，与申请人建立稳定的对应关系。争议商标明显是对其“漳视”“漳视新闻”等系列商标的抄袭、摹仿，属于不正当的商标抢注行为，同时也损害了申请人的在先字号权。

申请人提交了以下主要证据：“漳视”二十周年作品集；漳视网、漳视新闻微信公众号、微博、抖音号网络截图；漳州市政法采购合同；所获荣誉证书；被申请人商标信息等资料。

被申请人答辩理由：争议商标与申请人“漳视”“漳视新闻”“漳视”商标未构成近似商标，被申请人没有主观恶意，属于正常的商标注册。争议商标的注册未违反《商标法》有关规定，被申请人请求对争议商标予以维持。被申请人向商标局提交了视频号网页截图、实际使用图片、作品登记证书、所获荣誉等打印页作为本案使用证据资料。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局商标局认为：争议商标主要识别部分“漳视直播”与申请人在先使用并有一定影响的标识相近，难谓巧合。争议商标指定使用的“新闻社服务；新闻传送”等全部服务与申请人在先使用并具有一定影响的“漳视”系列标识主要使用的服务，具有一定重合性或关联性，属于类似服务。被申请人明知或应知申请人在先使用并有一定知名度的“漳视”系列标识，仍在类似服务上注册争议商标属于抢注行为，同时也损害申请人的在先字号权。依照《商标法》

第三十二条、第四十五条第一款、第二款和第四十六条的规定，国家知识产权局裁定如下：争议商标予以无效宣告。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 争议商标是否违反《商标法》第三十二条的规定，即申请商标注册是否存在损害他人现有的在先权利；2. 是否存在不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。

首先，关于在先权利的损害方面，争议商标的申请注册主要是侵害申请人的在先字号权。争议商标于2021年2月申请注册，而申请人在先使用始创于1988年的漳州电视台简称“漳视”和自开播以来使用至今的“漳视新闻”等系列商标。因而相关公众接触到争议商标时，极易将其与申请人的简称联系在一起，使得相关公众误以为是漳州电视台推出的系列品牌，进而损害申请人的在先字号权。

其次，在商标抢注方面：一是“一定影响”是指在先未注册商标通过商业宣传和生产经营活动，发挥了识别商品或服务来源的作用，并为在中国一定范围的相关公众所知晓的。本案中，申请人所提交的宣传报道等证据资料可以证明“漳州电视台”与“漳视”已形成对应关系，且可证明申请人将“漳视”作为商标使用，在争议商标申请注册前已在新闻等类似服务上使用并具有一定影响。二是“漳视”为漳州电视台的简称，争议商标完整包含“漳视”，二者商标构成近似。三是争议商标所指定使用的“新闻社

服务；新闻传送”等全部服务与申请人“漳视”系列商标实际提供的服务具有一定重合性或关联性，属于类似服务；四是被申请人与申请人同处漳州市，争议商标主要识别部分“漳视直播”与申请人在先使用并有一定影响的标识相近，难谓巧合，被申请人应知或明知申请人在先使用并有一定知名度的“漳视”系列标识，仍在类似服务上注册，争议商标属于抢注行为。

三、典型意义

该案对于未注册商标依法保护起到了积极的启示作用。未注册商标经权利人长期使用与推广，具有了一定的商业价值，达到了商标显著性的要求，此时未注册商标具有的在先合法权利理应得到保护。“漳视”为漳州电视台的简称，在争议商标申请注册前，已在新闻等类似服务上使用并具有一定影响。该案充分体现了商标主管机关对恶意抢注商标行为的严厉打击，以及诚实信用、健康有序的商标注册和使用秩序的坚决维护。