

# 地名商标保护实践探析

路 东 生

# 问题的提出

（注：本文的研究对象“地名商标”不包含地理标志）

由于地名商标兼具公有领域的名称和商标私权利的特征，地名商标的注册和使用问题涉及到商标权利人、该地区其他同业市场主体、当地社会公共利益之间的利益平衡，商标的排他性和地名的公共性之间形成矛盾，使得地名商标的申请授权确权和维权变得更为复杂；对地名商标的注册人、地名的使用者均带来某些方面的合规要求，这些要求也在司法实践中对于如何平衡存在争议。基于此，对于地名商标注册人对其商标的权利范围、他人对地名的正当使用的边界进行探讨和厘清很有必要。

# 目 录

C O N T E N T S

01

地名不得注册为商标的法律逻辑

02

地名商标权利范围的探究

03

地名正当使用判定标准探析

# “ PART ONE ”

## 地名不得注册为商标的法律逻辑

## PART1 地名不得注册为商标的法律逻辑

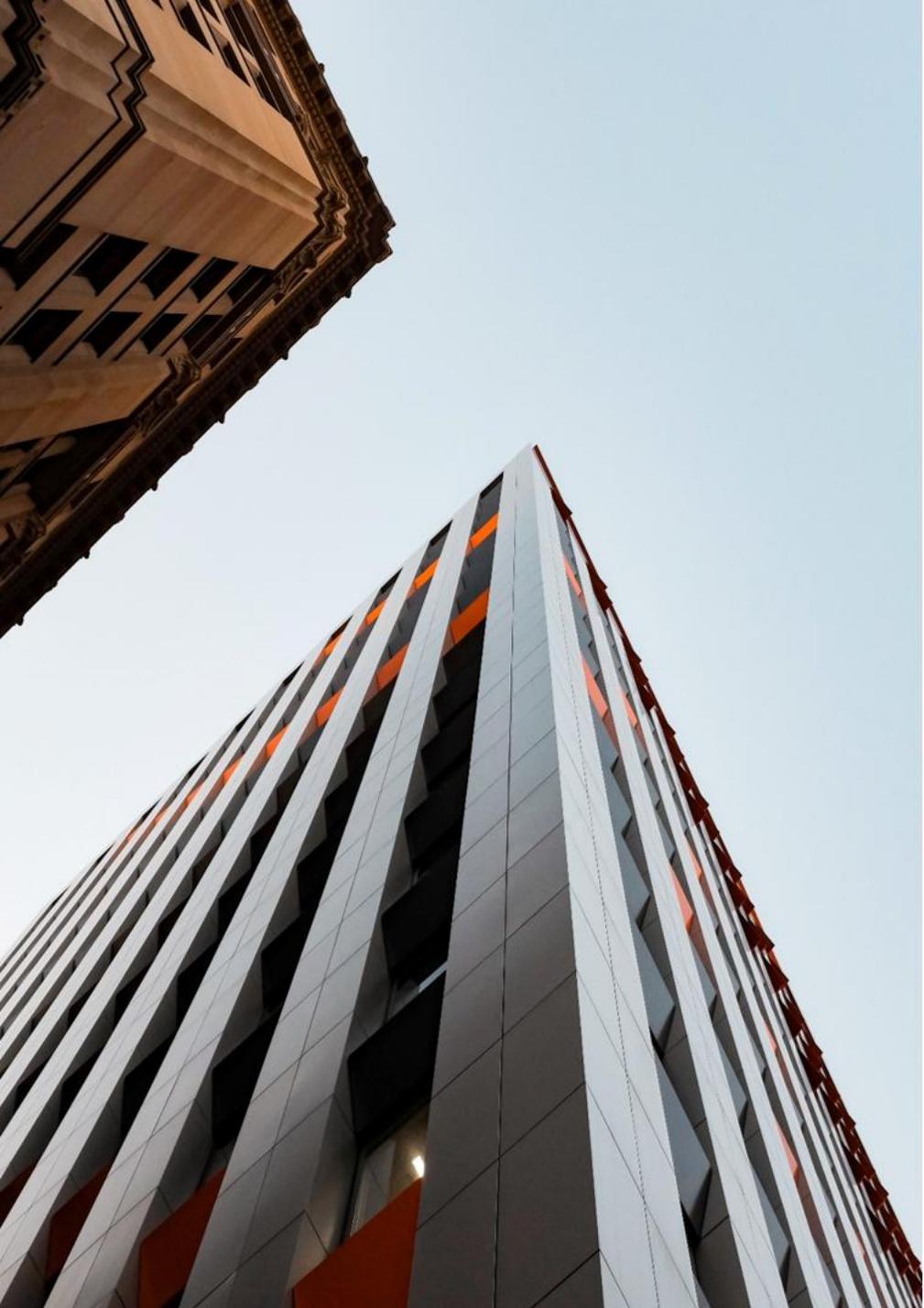
### 立法初衷



**1. 显著性弱。**标志若仅描述商品或服务某种特点，而无法区别该商品生产者或服务提供者，即不具有商标的本质区别来源的功能，缺乏显著性。

**2. 具有欺骗性。**地名注册为商标时，注册人既可能是该地区厂商，亦可能不是。若其并非该地厂商，而该地名商标又会使消费者认为商品或服务来源于该地，则此种使用会欺骗消费者。

**3. 损害公共利益。**地名是一种公共资源，对地名的不当利用可能会造成一定程度上的商业垄断，同一地区的商家就不能用地名标识自己的企业名称或自己产品的来源出处，将妨碍公共表达，侵蚀公共领域、违反公平竞争规则与商标法的立法宗旨。其次，如果从商誉的贡献原则来看，也不宜认可由某一个商业主体独占某一地名可能带来的品质背书。



## 1993年第一次修正

增加“县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，不得作为商标”，这是商标法首次对地名商标的注册和使用做出限制性规定，同时也规定了例外情况：“但是，地名具有其他含义的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。”



## 2001年第二次修正

对地名作为商标增加了新的例外情况，即“地名作为集体商标、证明商标组成部分的”。



## 2013年第三次和2019年第四次修正

对地名有关的规定没有变化

# “ PART TWO ”

## 地名商标权利范围的探究

尽管《商标法》做出上述规定，但仍然有众多含地名的商标注册成功，当地名商标获得注册，那么便获得受法律保护的权利。因此，我们可以从地名商标的可注册性，来探究其法律给予的权利范围。

## 地名的可注册性对于“其他含义”的考量



关于地名商标的可注册性，商标法和相关的司法解释中都有体现：

《商标法》十条二款的但书条款“地名具有其他含义”是商标法**1993**年修订后地名商标可以获准注册的主要理由。

《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意见》（法发（**2010**）**12**号）**4**、根据商标法的规定，县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名一般不得作为商标注册和使用。实践中，有些商标由地名和其他要素组成，在这种情形下，如果商标因有其他要素的加入，在整体上具有显著特征，而不再具有地名含义或者不以地名为主要含义的，就不宜因其含有县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，而认定其属于不得注册的商标。

《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》（**2016**年**12**月**12**日公布、自**2017**年**3**月**1**日起施行），第六条 商标标志由县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名和其他要素组成，如果整体上具有区别于地名的含义，人民法院应当认定其不属于商标法第十条第二款所指情形。

《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》（**2019**年**4**月**24**日）**8.10**【地名商标的其他含义】诉争商标标志或者其构成要素含有县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名，但是整体上具有其他含义的，可以认定其不属于商标法第十条第二款所规定的情形。具有下列情形之一的，可以认定诉争商标整体上具有其他含义：**（1）**诉争商标仅由地名构成，该地名具有其他含义的；**（2）**诉争商标包含地名，但诉争商标整体上可以与该地名相区分的；**（3）**诉争商标包含地名，整体上虽不能与该地名相区分，但经过使用足以使公众将其与之区分的。

《关于含地名商标申请注册与使用的指引》国家知识产权局发布**2023-01-19**

一、含地名商标的常见情形

相关当事人应当避免将下列情形的标志作为商标进行注册或者使用：（一）国家名称（二）县级以上行政区划的地名（三）公众知晓的外国地名（四）以生产某种商品或者提供某种服务而闻名的县级以上行政区划的地名或者我国公众不知晓的外国地名（五）带有政治意义的地名（六）国家级新区或者国家级重点开发区域名称（七）宗教活动地点、场所等名称（八）包含地名的国家重大事项名称（九）山川、河流、景点、建筑物等名称。

存在相关情形的商标注册申请，可能因违反《商标法》第十条规定被驳回，已经注册的也可能面临被依法宣告无效的风险。



根据相关法律规定，具体分为：本身具有其他含义、和其他要素共同组成且整体上具有区别于地名的含义，经过使用获得显著性三种情况。



## 案例：“鄂尔多斯”商标驳回复审行政纠纷

地名商标整体上具有其他含义的，可以认定其不属于商标法第十条第二款所规定的情形。

具体包括下列三种情形：

- ✓ 本身具有其他含义
- ✓ 和其他要素共同组成且整体上具有区别于地名的含义
- ✓ 经过使用获得显著性

北京高院发布2023年度知识产权司法保护十大案例和商标授权确权司法保护十大案例

京法网事 2024年04月26日 08:02 北京

北京法院  
2023年度商标授权确权司法保护  
十大案例

No.10

涉“鄂尔多斯”商标申请驳回复审行政纠纷案

【基本信息】

案号：(2023)京行终476号

(2022)京73行初9298号

原告：内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司

被告：国家知识产权局

申请商标（22类）：

鄂尔多斯  
ERDOS

### 北京市高级人民法院 行政判决书

本案中，根据鄂尔多斯公司提交的商品买卖合同、发票、荣誉证书、鄂尔多斯股票主营构成分析、主营收入、销量情况、媒体报道等证据，可以证明诉争商标在第22类“羊绒”商品上经过长期、大量使用已具有较高知名度。同时，在案证据可以证明鄂尔多斯公司最早于1987年6月9日在第25类商品上申请注册第312002号“鄂尔多斯EERDUOSI”商标，于1995年在第25类“针织品（服装）”等商品上分别申请注册“鄂尔多斯”“Erdos”及“鄂尔多斯Erdos及图”商标，且“鄂尔多斯Erdos及图”商标于1999年1月5日被国家工商管理局商标局认定为驰名商标，鄂尔多斯市的设立时间为2001年2月26日，故“鄂尔多斯”“Erdos”作为商标注册使用早于鄂尔多斯市设立的时间。综合以上因素，可以认定诉争商标使用在“羊绒”商品上已形成了区别于地名的其他含义，足以使公众将其与地名相区分，故诉争商标在“羊绒”商品上的申请注册未违反商标法第十条第二款的规定。

涉“鄂尔多斯”商标驳回复审行政纠纷案，被评为北京高院

2023年度商标授权确权司法保护十大典型案例



## 案例：“鄂尔多斯”商标驳回复审行政纠纷

### “鄂尔多斯”地名商标的特殊性



与其他地名商标不同，“鄂尔多斯”商标使用并驰名在先，城市更名在后，商标申请人无法预知在后的行政区划名更名，并无独占公共资源的意图和行为，“鄂尔多斯”商标的注册和使用没有原罪，并不违反立法初衷。

相反，行政区划“伊克昭盟”更名为“鄂尔多斯市”后，弱化了“鄂尔多斯”商标的显著性。

即使面临这样的困境，“鄂尔多斯”品牌在城市更名后又经过了**20**多年的持续盈利和不断发展，商标知名度和品牌对应关系反而进一步增强。证明了该商标显著性的强大张力，理应对“鄂尔多斯”商标给予与其显著性和知名度相匹配的保护力度。

基于该等特殊历史原因，可以判定“鄂尔多斯”文字本身具有区别于地名的其他含义。

## 地名的可注册性应考虑与商品或服务的关联关系



### 即使地名具有其他含义，能否注册还要考量其他因素

还要考虑商标中的地名在指定的商品或服务上，地名含义和其他含义孰强孰弱。即本身具有的其他含义应该强于地名含义，商标整体在指定的商品或服务上才能获得显著性，地名商标才具有可排他性。因此，研究地名与其使用的商品或服务（以下统称“商品”）之间的关联，可以更好地理解核准注册的地名商标的权利范围和对地名商标中地名的正当使用的合理界限。

除了考虑地名本身是否具有其他含义外，如果在某些特定商品上，因当地自然因素或人文因素的影响使得该商品具有某种特定品质，则在该商品上的地名含义才是第一含义，如果注册为普通商标会涉及地名商标与地理标志的冲突，如果该地某种商品具有地理标志的属性，即使其有没有申请地理标志产品保护，也不能因该地名本身具有其它含义而授权某一市场主体在该商品上独占专用权，必须对其权利范围加以限制。



## 案例：“金华火腿”

如果地名商标注册的商品或服务与其产地自然因素或人文因素有着紧密联系，在此种情况下，若允许地名商标在该地区特定商品上被独占，则容易造成特定商品的品质、文化的背书和历史传承被垄断，妨碍其他主体的正当表达。

1979

### 商标诞生

“金华”商标由金华市一家企业注册成功，1983年转让至杭州的浙江省食品公司名下。



1985

### 维权惹众怒

浙江省食品公司起诉金华市火腿公司胜诉，引起了金华市民的强烈不满，开展了“还我金牌、还我商标”万人签名等多项抗议活动，之后的维权全部失败。

2002

### 原产地保护

金华人向国家质量技术监督检验检疫总局提出原产地产品保护申请，获得批准。

2007

### 证明商标

“金华市金华火腿”证明商标核准注册。与“金华火腿”普通商标“平行”共存。

2018

### 回归金华

金华市一家国企获得“金华火腿”商标权利人100%的股权。“金华火腿”回归金华，实现了地理标志产品、证明商标、商品商标“三合一”。



## 对地名商标的权利限制

从地名商标权利范围的研究可见，地名商标是一种“弱商标”，由于其先天缺陷，无法给予过宽范围的保护，其权利范围仅限于除地名含义外的其他含义所涉的声誉所指向的商品或服务的来源。

### 权利限制：

对地名商标权利范围限制的法律规定主要包括《商标法》第五十九条第一款，对地名正当使用的抗辩，即：

**注册商标专用权人无权禁止他人对地名的正当使用**

以及第三款规定的在先使用抗辩。即允许因历史传统原因已经对同一地名作为商标在先使用的情况。这个问题对于地名商标权利范围的研究不具有典型性，在此不展开讨论。

如何划分地名注册商标权人的权利范围，和他人对地名正当使用间的法律边界，才是解决问题的关键，也是实践中争议的难题。

# “ PART THREE ”

## 地名正当使用判定标准探析

在商业活动中，对地名的使用情形复杂多样，如何准确判定其是否构成侵权，关乎商标权人的合法权益与市场的公平竞争秩序。深入研究地名商标侵权判定的各个维度，对于完善商标法律制度、指导司法实践具有重要意义。



## 对地名正当使用的概念和范围

关于商标法第五十九条对地名商标中地名的正当使用，学界普遍认为主要包括两种情形：

- 1、描述性使用，即描述商品或服务的产地或出处；
- 2、指示性使用，即为了指示商品或服务而使用地名。

关于地名商标的“正当使用”目前我国商标法中没有详细规定，散见于其他规定：

北京市高级人民法院在关于印发《北京市高级人民法院关于审理商标民事纠纷案件若干问题的解答》（京高法发〔2006〕68号）的通知中阐明，当满足以下三个要件的情况下，构成对商标标识的正当使用行为：（1）使用出于善意；（2）不是作为自己商品的商标使用；（3）使用只是为了说明或者描述自己的商品。

最高人民法院在《关于充分发挥知识产权审判职能作用推动社会主义文化大发展大繁荣和促进经济自主协调发展若干问题的意见》（法发〔2011〕18号）中认为，商标侵权行为应当以在“商业标识意义上使用”相同或者近似商标为条件，被诉侵权人为描述或者说明其产品或者服务的特点而善意合理地使用相同或者近似标识的，可以依法认定为正当使用。

**2023-01-19**国家知识产权局发布的《关于含地名商标申请注册与使用的指引》二.（三）其他市场主体的正当使用

其他市场主体使用地名时，应充分尊重注册商标专用权，使用方式不能超出“正当合理”的边界。其他市场主体在使用注册商标中的地名时，应当仅限于把相关地名作为表示地域来源的非商标意义上的善意使用，不得攀附他人的商标商誉，混淆商品或者服务来源，也不得使用非商品或者服务来源地地名，以避免使公众发生产地误认。

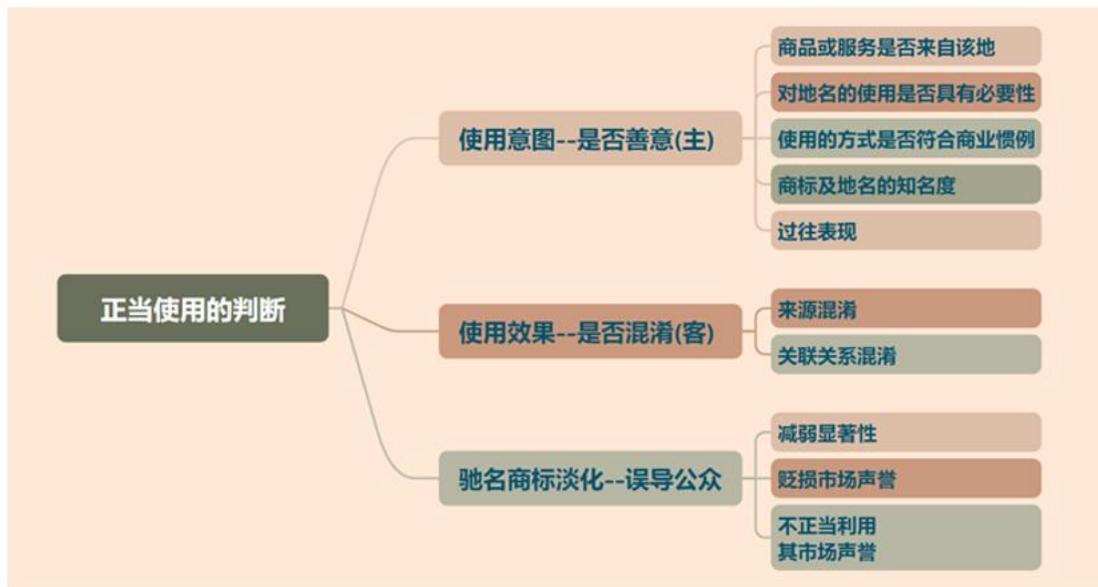
**2023-12-29**国家知识产权局发布的《集体商标、证明商标注册和管理规定》增加了有关集体商标、证明商标中含地名情况的相关规定，可做参考。即对地名商标的正当使用应以事实描述为目的且符合商业惯例，未导致误导公众，不得违反其他法律规定。

以上都是些原则性规定，具体如何适用，相关司法解释目前还缺失明确的释义。



## 厘清地名正当使用的法律边界

对大量判例中判断是否属于对地名正当使用所考虑的诸多因素进行抓取，并对司法实践和学界所共同接受的关键因素进行提炼，进而对判定逻辑进行梳理，希望能形成相对客观的参考模型。对于使用注册商标中的地名是否构成正当使用，要结合主观上的使用意图、客观上的使用效果等方面综合判断使用的是地名的本身含义还是地名的其他含义。



使用地名的是否具有正当性，要结合使用的地名是否对应商品或服务的实际产地，是否具有必要性，是否符合行业惯例，商标和地名的知名度，使用者过往是否有过多次、规模化、无视警告、恶意抢注等行为表现等因素来综合考量。当地名商标是驰名商标时，还要依法考虑扩大其禁用范围。



## 地名使用正当性的重点考量因素

### 商品或服务是否来自该地

当商品确实来自地名所标识的产地时，使用该地名可以准确地向消费者传达商品的来源信息，使消费者能够基于对产地的了解和信任做出购买决策，这符合商标法保护消费者知情权的要求。

### 地名使用是否有必要性

从商业活动角度，若使用地名是为了准确描述商品或服务的特征、产地等关键信息，以满足消费者对产品真实了解的需求，则具有必要性。

使用意图

### 是否符合商业惯例

商业惯例是特定领域内被普遍认可的、约定俗成的方式，如果新的使用方式严重偏离这种惯例，就可能引发侵权质疑。

### 商标及地名的知名度

作为商标的第二含义是否强于地名含义，从而使得相关公众在看到该标志时首先想到的不再是地理位置。应结合地名的知名程度、商标的实际使用情况等方面加以考察。



## 商品或服务是否来自该地

描述真实的地理位置有正当性  
并非来自该地则涉嫌虚假宣传

梵净山

已注册

### 基本信息

|         |            |
|---------|------------|
| 商标名称    | 梵净山        |
| 申请号     | 3158813    |
| 法律状态    | 已注册        |
| 申请人     | 安仕禄        |
| 申请地址    | 贵州省思南县     |
| 申请日期    | 2002/04/25 |
| 初审公告889 | 2003/07/28 |
| 注册公告901 | 2003/10/28 |



虽然商标权利人对其注册的含地名商标享有专用权，但这种权利不应绝对地排除他人对地名的正当使用。当商品确实来自该地名所标识的产地时，允许生产者使用地名是对公共利益的一种保护，因为地名本身是公共资源的一部分，代表了特定地区的集体利益和文化遗产。这种合理使用在一定程度上限制了商标权利人的独占权，实现了公利和私权的平衡，同时也是对消费者知情权的保护。

而产品或服务不是来自该地时，标注该地名则难谓正当，或涉嫌虚假宣传。

**案例：**在（2017）黔民终419号案件中，二审法院认为：被上诉人梵净山天福大酒店有限公司位于景区大门不足50米，为了表明酒店的地理位置和区别于其他地点的酒店项目，被上诉人使用“梵净山”名称，并在实际使用中连同自己的企业字号“天福”一同使用，基于此，相关公众能够充分注意到“天福”字号，进而能够认识到“梵净山”名称中“梵净山”文字所有具有的标识地理位置的含义。正是由于地处相关公众熟知的“梵净山”地带，被上诉人使用“梵净山”加企业名称的方式，具有标示地理位置含义的正当使用的依据，因而不构成侵权。



## 对地名的使用是否具有必要性

许多地名因其特定的自然环境、人文历史等因素，与特定品质的商品紧密相连。当商品确实来自所标识的地名时，使用地名可以借助该特定品质的声誉和影响力，使消费者更容易识别和接受商品，促进商品的销售和流通。而且，这种使用有助于保护和传承地方特色产业和文化，推动当地经济的发展。对于生产者来说，合理使用产地地名也是对自身产品特色和优势的一种宣传和展示，有利于树立品牌形象和提高产品的竞争力。

即：当商品或服务的特定品质与该地区具有相当程度的关联性时，使用地名具有必要性和合理性。

### 有使用地名必要性的案例：

原告公司（1994年成立）诉被告公司（1985年创办）使用“XXX流亭猪蹄”，侵害了自己的“流亭”（1997年注册）和“流亭猪蹄”（2017年注册）商标权。

被告公司辩称：“流亭猪蹄”四个字系通用菜名，在青岛已延续百年，不具备商标显著性，其对“流亭猪蹄”的使用属于对商品通用名称的正当使用，且流亭猪蹄历经六代传承，160多年的发展、革新和延续至今，被告对“流亭猪蹄”的使用时间远远要早于原告涉案商标的申请及注册时间，属于在先使用，不构成商标侵权。



一审法院认为：“流亭”系地名，“猪蹄”为商品通用名称，被告正当、善意地使用了“流亭”“流亭猪蹄”标识，主观上没有攀附原告商誉的故意，客观上亦不会造成相关公众对其销售产品来源产生误认或与原告存在特定联系的后果，故不构成对原告注册商标专用权的侵犯。

北京高院再审认定：“流亭猪蹄”作为青岛市极具特色和代表性的食品，原告并未通过使用赋予流亭猪蹄任何新的特定含义，“流亭猪蹄”没有成为原告与同行业经营者之间区别的显著标志。在涉案商标注册申请日之前，基于特定的历史传统、风土人情等因素已经被行政机关、媒体、相关公众、餐饮从业者作为普遍认可的该区域特色食品、菜品的通用称谓，应当认定为通用名称。

第 1909 期商标公告 2024年10月27日

#### 注册商标宣告无效公告

根据《中华人民共和国商标法》第四十四条、第四十五条和第四十七条之规定，下列注册商标宣告无效，予以公告。该注册商标专用权视为自始即不存在。

注册号： 19168896  
商标： 流亭猪蹄  
类别： 29  
文号： 商评字[2023]第0000048128号  
理由： 无效宣告全部无效

宣告无效的商品/服务项目： 全部商品/服务



## 对地名的使用是否具有必要性



### 没有使用地名必要性的案例：

原告公司主张权利的为两件“鼓浪屿”商标，核定使用的商品包括了第**30**类的馅饼(点心)或糕点、糖果、糖点等。被告侵权行为是被告公司经营的网店中有多款商品标题使用了“鼓浪屿”“鼓浪屿馅饼”“鼓浪屿伴手礼”字样。但商品实物上并没有使用。

**一审法院认为：**在案证据表明，被告销售的馅饼、糖果商品并非鼓浪屿岛上的特产，商品生产地址也不位于鼓浪屿，被告在网络店铺的商品标题上标注“鼓浪屿”不是表示商品的产地，不属于正当使用。被告公司在网络店铺商品标题中使用“鼓浪屿”“鼓浪屿馅饼”等字样的行为，以相关公众的一般注意力为标准，该行为能够给买家起到指示及识别商品来源的作用，属于商标性使用行为。

**二审法院认为：**两个商标经过原告的使用在馅饼等商品上已具有一定的知名度，形成区别于“鼓浪屿”作为地名指向的第二层含义。被告属在相同或类似商品上使用与涉案商标近似的标识，容易导致混淆的商标侵权行为。另外，被告提交的证据不足以证明被告侵权的糖果、糕点、酥饼等商品系鼓浪屿岛上的特产，该公司的经营地址亦非位于鼓浪屿，被告在其经营的网店的相关商品标题中使用“鼓浪屿特产”字样，主观上难谓善意，其行为有违诚实信用原则，同时构成不正当竞争。驳回上诉，维持原判。

The image shows two screenshots of trademark registration information for the mark '鼓浪屿' (Gulangyu).

**Top Screenshot (Registered Trademark):**

- 商标名称: 鼓浪屿
- 申请号: 3647042
- 国际分类: 30
- 法律状态: 已注册
- 商标流程: 撤销复审
- 申请人: [Redacted]
- 申请地址: 福建省厦门市思明区前埔中二路838-840号
- 申请日期: 2003/12/16
- 初审公告: 2005/07/14
- 异议截止日: 2005/10/14
- 注册公告: 2005/10/14
- 专用权期限: 2015/10/14 - 2025/10/13
- 代理机构: [Redacted]

**Bottom Screenshot (Registered Trademark):**

- 商标名称: 鼓浪屿
- 申请号: 1571341
- 国际分类: 30
- 法律状态: 已注册
- 商标流程: 撤销复审
- 申请人: [Redacted]
- 申请地址: 福建省厦门市思明区前埔中二路838-840号
- 申请日期: 2000/01/21
- 初审公告: 2001/02/14
- 异议截止日: 2001/05/14
- 注册公告: 2001/05/14
- 专用权期限: 2021/05/14 - 2031/05/13
- 代理机构: [Redacted]

Both screenshots include a '商品服务' (Goods and Services) section with the following details:

- 申请群组: 3006
- 商品服务: 3006 馅饼(点心); 月饼; 糕点(酥皮糕点); 果馅饼; 面包\*; 饼干(曲奇); 蛋糕;



## 使用的方式是否符合商业惯例

商业惯例或行业惯例是在长期商业活动和行业发展中形成的习惯性做法，反映了特定领域内被普遍认可的行为模式。如果使用方式严重偏离这种惯例，就可能引发侵权质疑。

考察是否符合惯例，应该以产地真实、有使用必要为前提，在满足该前提的情况下，再考虑是否使用在合适的位置、是否放大突出使用、是否使用与注册商标相同或相近的字体和布局等因素，综合判定是否符合商业惯例。

### 符合商业惯例案例：

原告系第6793620号“千岛湖”商标专用权人，该件商标核定使用在第33类的酒类商品上。原告认为被告在“酒”商品上使用“千岛湖古酿白酒”“源自千岛湖...”等文字进行广告宣传，侵犯其商标专用权，故提起诉讼。

法院认为：：“千岛湖”系一湖泊名，酒类产品的名称、销售的特点通常与相应的地理位置相联系，由生产者标注其产品的原料和产地是行业惯例。由于被告位于浙江省建德市洋溪街道高畈村，距离千岛湖较近，其在被诉侵权的酒产品上及广告宣传中使用“千岛湖”文字系对水质来源、生产地域的描述性使用，符合酒类行业生产经营的惯例，其目的是为了说明产品与产地、地理位置的关系，并非作为区分产品来源的商标使用。且被告系以相对较小的字号标注于商标的右下侧，并未突出使用，采用的字体、布局也与涉案商标不同，并在被诉侵权产品包装的明显位置准确标注了自身商标。故被告行为不会导致相关公众对商品的来源产生混淆误认，在被诉侵权产品上使用“千岛湖”文字系正当使用地名，不构成对方合生涉案商标权的侵害。



# 千岛湖

已注册

### 基本信息

|          |                               |       |                         |
|----------|-------------------------------|-------|-------------------------|
| 商标名称     | 千岛湖                           |       |                         |
| 申请号      | 6793620                       | 国际分类  | 33                      |
| 法律状态     | 已注册                           | 商标流程  | 无效宣告                    |
| 申请人      | [Redacted]                    |       |                         |
| 申请地址     | 浙江省杭州市淳安县千岛湖镇新安北路15-13号(自主申报) |       |                         |
| 申请日期     | 2008/06/20                    |       |                         |
| 初审公告1268 | 2011/06/20                    | 异议截止日 | 2011/09/20              |
| 注册公告1280 | 2011/09/20                    | 专用权期限 | 2021/09/21 - 2031/09/20 |
| 代理机构     | [Redacted]                    |       |                         |

### 商品服务

申请群组 3301

商品服务 3301 青稞酒；清酒；伏特加酒；米酒；威士忌酒；白兰地；鸡尾酒\*；鸡尾酒\*；烧酒；果酒(含酒精)；薄荷酒；



## 使用的方式是否符合商业惯例

### 不符合商业惯例的案例：

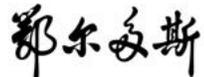
被告在电商店铺中多款羊毛线产品的商品销售页面及包装上使用了“鄂尔多斯特产”、“鄂尔多斯产”或“鄂尔多斯市”等标识。

**一审法院认为：**属正当使用地名，对鄂尔多斯的商标专用权并不构成侵害。理由是：

- 1、被告在“鄂尔多斯”文字之后同时连接使用了“特产”“市”“产”等，其目的是为了识别商品的产地。该字体也并未刻意模仿原告“鄂尔多斯”商标所使用的字体。
- 2、被告同时上架销售的其他商品中，亦有其他产地的同类商品，如“阿拉善”产地的，也是用同样的字体、同样的方式进行标识，该使用不会导致相关公众的混淆。因此，被告是对地名的正当使用。其行为对鄂尔多斯公司不构成侵权，

**二审法院认为：**被上诉人的正当使用抗辩不能成立，理由是：

- 1、被上诉人称其涉案商品的产地是鄂尔多斯市，但并无证据证明。因此，被上诉人和涉案商品与鄂尔多斯市没有任何关联，被上诉人使用“鄂尔多斯”字样并不是对地名的正当使用。
- 2、涉案商品是将“鄂尔多斯”以不同的字体、字号进行突出使用，其使用“鄂尔多斯”识别商品来源的主观意图明显，不构成对地名的正当使用。一审法院关于是对产地地名正当使用的认定有误，本院予以纠正。

原告商标标识：

涉案商品：





## 商标与地名知名度的考量

所谓具有区别于地名的其他含义，要求该标志在特定的商品或服务上，其整体的**第二含义强于地名含义**，从而使得相关公众在看到该标志时，不再首先以该标志中的地名部分进行地理或者位置意义上的识别和联想。

在指定商品上**地名含义及商标含义哪一个更强**，是判定主观是否善意及使用地名是否正当的核心要素，也是混淆可能性的主要判断依据。以上案例无一例外地在判决书中对地名商标的知名度情况进行了评价。

### 案例：“金沙”商标侵权案

法院认为：“金沙”确系贵州省毕节市下辖金沙县的行政区划名称，其作为商标标识本身并不具有固有显著性，根据前述法律规定，商标权人无权禁止他人正当使用。何谓正当使用，法律并未作出明确规定，本院认为，应当结合具体案情，从被告的使用意图、使用方式及使用效果等方面综合进行判断。

本案证据显示……（用大段文字说明“金沙”在白酒产品上具有很高的知名度）



原告已经提交充分证据证明，经过原告的长期使用，“金沙”已经**脱离了行政区划名称的固有含义**，而与原告及其产品建立了稳定的联系，形成了第二含义，即指向原告所生产销售的“金沙”系列白酒产品，任何其他经营者在经营活动中均应当予以合理避让。

由于涉案注册商标所包含的“金沙”系行政区划名称，如果其他经营者在地名的含义上使用“金沙”，用以指明企业所处地址、商品或服务来源于金沙地区或与金沙地区有关，则不在原告就涉案商标所享有的商标权的保护范围之内。

也就是说，原告对于涉案商标中的“金沙”文字的专用权仅限于指向原告的第二含义，而不包括指示行政区划名称的第一含义。因此，审查本案被告对于被诉侵权标识的使用是否构成正当使用，核心在于该等使用行为是在何种层面上使用“金沙”文字，以及该等使用是否会造成相关公众对于商品来源的混淆误认。



# 使用者过往表现的考量



## 案例：“鄂罗多斯”企业字号侵犯“鄂尔多斯”商标权

焦点问题：承担停止侵害的民事责任，是否更改企业名称？

是更改企业名称还是只需规范使用企业名称，应将被诉侵权人的“主观恶意”情况作为重要的考量因素。如果能证明其目的是有意误导公众、攀附原告商业信誉、非法牟利，具有明显的主观恶意，则应当责令变更企业名称。

被告股东、关联公司过往曾多次、大量注册过读音相近、字体相同的商标、商标局曾引证原告商标驳回其注册申请，证明有攀附的恶意。



|      |                 |               |           |                  |                  |                  |                     |                          |   |
|------|-----------------|---------------|-----------|------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------------------|---|
| 鄂罗多斯 | 商标类别: 第25类-服装鞋帽 | 注册号: 4221222  | 商标状态: 已驳回 | 申请日期: 2004-05-16 | 初审日期: -          | 注册日期: -          | 申请: 黄健民**           | 代理机构: 吉林普瑞高商标代理有限公司      | 商品服务项: 2601, 2602, 2603, 2607, 2608, 2609, 2612                         |
| 鄂罗多斯 | 商标类别: 第35类-广告销售 | 注册号: 12999259 | 商标状态: 已无效 | 申请日期: 2013-07-30 | 初审日期: 2015-01-20 | 注册日期: 2016-12-14 | 申请: 商丘市鄂罗多斯品牌管理有限公司 | 代理机构: 米兰登商标专利事务所(河南)有限公司 | 商品服务项: 3601, 3602, 3603, 3606   |
| 鄂罗多斯 | 商标类别: 第25类-服装鞋帽 | 注册号: 22507296 | 商标状态: 已驳回 | 申请日期: 2017-01-04 | 初审日期: -          | 注册日期: -          | 申请: 商丘市汇丰服装有限公司     | 代理机构: 天津震旦知识产权代理有限公司     | 商品服务项: 2601, 2602, 2603, 2604, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612 |
| 鄂罗多斯 | 商标类别: 第35类-广告销售 | 注册号: 22655476 | 商标状态: 已无效 | 申请日期: 2017-01-18 | 初审日期: 2018-02-06 | 注册日期: 2018-05-07 | 申请: 商丘市鄂罗多斯品牌管理有限公司 | 代理机构: 天津震旦知识产权代理有限公司     | 商品服务项: 3601, 3602, 3603, 3606, 3608                                     |
| 鄂罗多斯 | 商标类别: 第25类-服装鞋帽 | 注册号: 54843009 | 商标状态: 已注册 | 申请日期: 2021-03-31 | 初审日期: 2021-09-27 | 注册日期: 2021-12-28 | 申请: 内蒙古鄂尔多斯成源股份有限公司 | 代理机构: -                  | 商品服务项: 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511       |

|      |                     |      |      |
|------|---------------------|------|------|
| 基本信息 |                     |      |      |
| 商标名称 | 鄂罗多斯传奇              | 国际分类 | 25   |
| 申请号  | 22795669            | 法律状态 | 已无效  |
| 法律状态 | 已无效                 | 商标流程 | 驳回复审 |
| 申请人  | [Redacted]          |      |      |
| 申请地址 | 河南省商丘市睢阳区[Redacted] |      |      |
| 申请日期 | 2017/02/10          |      |      |

|      |                     |      |      |
|------|---------------------|------|------|
| 基本信息 |                     |      |      |
| 商标名称 | 鄂罗多斯服务全世界           | 国际分类 | 35   |
| 申请号  | 26980847            | 法律状态 | 已无效  |
| 法律状态 | 已无效                 | 商标流程 | 驳回通知 |
| 申请人  | [Redacted]          |      |      |
| 申请地址 | 河南省商丘市睢阳区[Redacted] |      |      |



## 地名商标是驰名商标时应扩大保护范围



减弱显著性



贬损市场声誉



攀附市场声誉

扩大驰名商标保护（禁用）范围分两个层面：

- 1、侵权行为：**除了是否造成混淆误认的两种情形外，还要考虑是否造成驰名商标的弱化、丑化、商誉被攀附。  
《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件适用法律若干问题的解释【法释（2020）19号】》第九条
- 2、商品服务类别：**排他权不仅限于其核定使用的商品或服务，还可以延伸到其他相关商品或服务上。



## 驰名地名商标的跨类保护

当地名商标同时是驰名商标的，其保护范围应得以适当扩大，不仅限于其核定使用的商品或服务，还可以延伸到其他相关商品或服务上。这是因为驰名商标具有较高的知名度和显著性，消费者更容易将其与特定的商品或服务联系起来，因此对驰名地名商标的保护需要更加严格。在判定驰名地名商标侵权时，法院通常会综合考虑商标的知名度、使用行为的方式和范围、消费者的认知情况等多方面因素，以确保对驰名商标的充分保护。

案例：

商标确权：



商标侵权：



# 结 语

地名商标侵权判定是一个复杂的多维度问题，涉及商品或服务产地、地名使用的必要性、与商业惯例及历史文化传统的契合度、商标保护范围、地名商标的驰名情况等诸多因素。考量的多个维度间又都相互关联、相互影响，因此需要在个案中依据具体案件事实，权衡各因素来判定是否构成侵权，以实现商标权保护与社会公共利益的平衡。

建议在本次《商标法》及《商标法实施条例》的修改中，对地名商标权利范围的限制和正当使用的情形进一步细化，明确正当使用的构成要件，将已为司法实践和学界所接受的善意使用、符合商业惯例、不得误导公众等条件列入其中，以便统一标准，根据其他主体对地名使用的具体情况，合理判断该等使用是正当使用还是商标侵权。此举有利于司法和执法中划分商标权与公共利益的边界，有利于维护《商标法》的正确实施，规范市场主体正当维权、引导地名合法使用。一方面，充分保护商标权人的合法权益，防止他人对地名商标的不当使用；另一方面，避免商标权的过度扩张，保障社会公众对地名资源的合理使用。

同时，随着商业实践的不断发展和创新，尤其是互联网电子商务的高速发展，地名商标侵权的形式和场景也在不断变化，需要不断完善相关判定标准，以更好地适应新的挑战，维护公平有序的市场竞争环境。