

总第272期

2020年第04期

中华商标®

TRADEMARK
CHINA

立足商标 | 服务企业 | 面向社会

世界知识产权日 (4.26)

为绿色未来而创新



中华商标

二〇二〇年第四期

诚信代理 自律执业

百一知识产权
FORIDOM IP LAW FIRM

上海 / 苏州 / 宁波 / 山西
专注于知识产权的律师事务所

上海徐汇桂平路410号国际孵化中心B区一楼
+86 (21) 64878081
+86 (21) 64878023
http://www.foridom.com
foridom@foridom.com

/ 服务案例 /

尚标 | 尚标知识产权集团
M.8658.COM 上海 | 北京 | 广东 | 浙江 | 湖南 | 四川 | 山东

要商标找尚标

• 国家高新技术企业 •
• 2018年度上海知识产权“创新之星” •

15° **70W°** **500°**
全国分支机构 可交易商标资源 知识产权顾问

商标转让 商标注册 专利申请
专利转让 商标案件 电商入驻
科技项目 贯标认证 版权登记

总部地址
上海浦东新区张江高科技园区
龙东大道3000号1号楼B座11层
全国服务热线
400-711-0860

中国国际进出口博览会论坛支持单位

中国商标专利事务所有限公司
CHINA TRADEMARK & PATENT LAW OFFICE CO., LTD.

知识产权的法律、增值、金融、梦想

全球服务

始创于1990

www.ctp.cn
 总部：中国北京市西城区月坛南街14号
月新大厦7-8层，100045
T: 010-68571188 E: vip@ctp.cn
 Supporting Human Development
服务人类进步

中盟知产 ZHONGMENG IP **ZMIP** 精益求精, 追求卓越!

商标 | 专利 | 版权 | 项目申报 | 法律服务

一站式知识产权法律服务机构

2019年度优秀商标代理机构
中华商标协会理事单位

服务热线 **400-838-7066**

地址：南京市建邺区奥体大街68号4B栋18楼
www.zmipo.cn

商标营销宝
预警卫士系统

一款能为代理机构增收提效的黑科技软件

- 摆脱线下模式，系统自动获客
- 商标智能管理，提高售后能力
- 客户业务挖掘，提升效率业绩

扫码注册，限量400个免费体验名额

为了您 保护您 成就您

专业 负责 简单 阳光 奋进

Beshining
上海 武汉 西安 长沙 休斯敦

专注知识产权 **20年**

知识产权全生命周期及法律服务提供商

连续五年获得“中国杰出知识产权服务团队”称号

总部：上海市徐汇区小木桥路681号
外经大厦21楼、26楼
总机：021-51797188 61258088
邮箱：law@beshininglaw.com
网址：www.beshininglaw.com

咨询电话：010-68036092



中国国际贸易促进委员会专利商标事务所

CCPIT PATENT AND TRADEMARK LAW OFFICE

守护智慧 创造价值

知识产权全领域服务

北京 | 纽约 | 硅谷 | 东京 | 慕尼黑 | 马德里 | 香港 | 上海 | 广州

www.ccpit-patent.com.cn | mail@ccpit-patent.com.cn

中华商标

中华商标协会业务指导单位：国家知识产权局

主管单位：中华商标协会

主办单位：中华商标协会

编辑出版：《中华商标》杂志社

编辑委员会主任：马夫

社长：南平

副主编：李崇

编辑：马君

广告发行部：李晓娟

编辑部：(010) 68983165 68032987

记者部：(010) 68014395 68048211

广告发行部：(010) 68036092

活动部：(010) 68036092

新媒体部：(010) 68014395

《中国商标年鉴》编辑部：(010) 68037835

智库支持：中国人民大学中国商标品牌研究院

中华商标协会法律顾问：吴新华

本刊法律顾问：邱宝昌

杂志社地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003

邮编：100048

传真：(010) 68036092

投稿邮箱：China.trademark@263.net.cn

订阅邮箱：zhshb68036092@ccta.org.cn

官方微信：中华商标杂志

官方微博：中华商标杂志

广告经营许可证：京西工商广字01113号

中国标准连续出版物号：ISSN 1006-7531 CN 11-3655/D

国外总发行：中国国际图书贸易总公司

国外发行代号：6447BM

国内总发行：北京市报刊发行局

订阅：本社或全国各地邮局

邮发代号：82-49

定价：16.00元

户名：《中华商标》杂志社

开户银行：工行北京复外支行

银行帐号：0200048509200529372

设计印刷：中煤(北京)印务有限公司

声明：

凡本刊支付稿酬的稿件，均视为稿件作者同意以下条款：

1. 文责自负，作者保证其拥有文章的著作权(版权)。
2. 本刊有权以任何形式(包括但不限于纸媒体、网络、光盘等介质)使用、编辑、修改及许可其他媒介使用。无需另征得作者同意，无需另行支付稿酬。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。
3. 作者不得一稿多投。

目录 | CONTENTS

专稿

- 4 国家知识产权局发布2019年度知识产权行政保护典型案例
- 4 2019年度专利行政保护十大典型案例
- 11 2019年度商标行政保护十大典型案例

4·26专栏：商标、地理标志与创造绿色未来

- 17 2020年世界知识产权日——为绿色未来而创新
- 18 从保护当地生物资源、促进可持续利用的角度看地理标志
明星楠 丁金玲
- 22 适用新商标法销毁侵权商品规定与可持续发展的审慎平衡
杨静安
- 26 商品回收利用与商标侵权两难境地的可行出路
朱志刚

报道

- 30 中华商标协会海外维权委员会连续三年发布会员国际商标监测预警报告

观察与思考

- 33 大数据时代商标档案数据化趋势探析与思考
杨萍
- 39 从《中美经贸协议》看两国法律对地理标志与通用名称的定义及应对建议
王洪燕

专栏

- 审查之窗
44 解析书审不予受理的几种情形
徐放
- 法官说案
48 商标授权确权行政纠纷中姓名权益利害关系人的范围
谭乃文
- 法官说商标
53 商标授权确权案件中在先著作权的司法保护探讨
赵康斌

商标修法大家谈

- 57 《商标审查程序的简化》课题调研报告(下)
沈兰英 孙娜 贾宏

评案说法

67 从“红鞋底”案看单一颜色商标在中国的发展和保护 陈伟莉

他山之石

74 回归以使用为授权基础的原则——评美国商标现代化法案 梁韵笛

简讯

47 世界知识产权组织：中国马德里国际商标申请居世界第三

73 浙江对抢注“李文亮”商标开出全国首张罚单

环球资讯 79



- 4. Top 10 Typical Cases of Patent Administrative Protection in 2019
- 11. Top 10 Typical Cases of Trademark Administrative Protection in 2019
- 18. Viewing Geographical Indications from the Perspective of Protecting Local Biological Resources and Promoting Sustainable Use
- 22. Apply the New Trademark Law to Destroy the Provisions of Infringing Goods and Balance the Sustainable Development
- 26. Commodity Recycling and Trademark Infringement
- 33. Analysis and Thinking on the Data Trend of Trademark Archives in the Big Data Era
- 44. Analysis of Several Cases of Inadmissibility of Book Review
- 47. World Intellectual Property Organization: China's Madrid International Trademark Application Ranks Third in the World
- 48. Scope of Name and Interest Stakeholders in Administrative Disputes for Trademark Authorization and Confirmation
- 53. On Judicial Protection of Prior Copyright in Trademark Authorization and Confirmation Cases
- 67. Viewing the Development and Protection of Single Color Trademarks in China from the "Red Sole" Case

国家知识产权局发布 2019年度知识产权行政保护典型案例

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，国家知识产权局组织开展了2019年度知识产权行政保护典型案例评选活动。

案例评选经过地方推荐、网络投票和专家评审等环节，最终确定专利行政保护典型案例和商标行政保护典型案例各10个。这些案例涉及发明、实用新型、外观设计、商品商标、服务商标、证明商标等多种类型，涵盖食品药品、高新技术、节能环保等重点领域和电商展会、招投标、物流运输等关键环节，案件质量高，且具有一定的代表性、关注度和影响力，从一个侧面展现了我国平等保护国内外权利人合法权益、充分发挥法律威慑作用、持续优化创新和营商环境等方面取得的成就。

2019年度专利行政保护十大典型案例

案例一 陕西省咸阳市知识产权局处理“联锁生态护坡砖”外观设计专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人陕西万福景观科技有限公司于2014年6月17日向国家知识产权局提交名称为“联锁生态护坡砖”的外观设计专利申请，2015年4月1日获得授权，专利号为ZL201430187159.X。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人在市场调查中发现，被请求人1陕西省三和建设工程有限公司、被请求人2陕西鸿泰景观建设工程有限公司未经许可，在某防洪治理工程一标段大量仿造与其外观设计专利相同的护坡砖。2019年3月，权利人请求陕西省咸阳市知识产权局责令两被请求人立即停止一切侵权行为，立即召回已经流入市场的联锁生态护坡砖，停止销售库存的联锁生态护坡砖并予以封存，赔偿由此给其造成的经济损失。

咸阳市知识产权局依职权到两被请求人承揽的某防洪治理工程一标段施工现场调查取证。根据双方当事人提供的证据、口审陈述及依职权收集的证据，2019年5月咸阳市知识产权局作出处理决定：两被请求人生产制造的护坡砖侵犯涉案专利权，责令其停止侵权。两被请求人拒绝就赔偿事宜与请求人协商。随后，请求人就赔偿事宜向西安市中级人民法院提起民事诉讼。经审理，西安市中级人民法院采信了咸阳市知识产权局此前调查收集的相关证据和处理决定，认定两被告侵权成立，判决两被告分别赔偿原告68825.50元、59960.20元。判决后两被告未提出上诉。

【案例启示】

该案中咸阳市知识产权局依职权现场调查取证，结合双方当事人提供的证据及口审陈述，作出认定



被请求人侵权行为成立的处理决定，及时制止了侵权行为。在后续的民事诉讼程序中，专利权人将地方知识产权管理部门的处理决定作为证据，用于主张其赔偿额，最终得到司法机关支持。该案中权利人的成功维权，是我国知识产权行政保护和司法保护“优势互补、有机衔接”的生动实践，为知识产权权利人维护自身合法权益提供了借鉴。

案例二 浙江省温州市知识产权局处理电商平台销售“汽车脚垫”实用新型专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人温州市佐臣汽车用品有限公司于2015年10月13日向国家知识产权局提交名称为“汽车脚垫”的实用新型专利申请，2016年2月24日获得授权，专利号为ZL201520789058.9。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人发现被请求人1林某未经许可，擅自在某电商平台上销售涉案专利产品。2019年5月，请求人请求浙江省温州市知识产权局依法处理，责令被请求人1林某立即停止销售、许诺销售侵权产品的行为，并责令被请求人2某电商企业对其经营的相关网站上的侵权产品链接作下架处理。温州市知识产权局在调查中发现，在该电商企业经营的网络交易平台上除涉案链接外，还存在与涉案产品相同或相似产品链接达上百条，侵权情节严重。

2019年10月，温州市知识产权局根据《专利法》作出处理决定，责令被请求人1立即停止销售、许诺销售侵权产品行为。同时为实现快速维权，温州市知识产权局要求被请求人2对平台进行自查。随后，被请求人2通过自查对其经营的网络交易平台上的100余条涉案侵权产品链接作删除、下架处理。

【案例启示】

该案中，知识产权管理部门认定侵权后，责令线下侵权者停止侵权，同时要求相关平台方进行自查，使得线上100余条涉案侵权产品链接得到及时删除、下架，不仅从源头上及时制止了专利侵权行为，而且有力防止专利侵权行为的进一步扩大，有效保护了专利权人的合法权益。在当前我国电子商务领域快速发展的环境下，该案线上线下并行的高效处理方式对做好电商领域知识产权执法保护具有很好的示范和借鉴意义。

案例三 河北省石家庄市知识产权局处理“刮丝器（小）”外观设计专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人魏某于2016年2月19日向国家知识产权局提交名称为“刮丝器（小）”的外观设计专利申请，2016年8月3日获得授权，专利号为ZL201630047676.6。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。2017年2月27日，国家知识产权局对该专利作出专利权评价报告，显示未发现其存在不符合授予专利权条件的缺陷。

请求人认为被请求人长安区庄尚日用百货商行销售的产品侵犯其专利权，曾于2018年1月以“久久百货”店铺作为被告向相关人民法院提起诉讼，但被告知店铺并非被请求人的工商登记信息，法院不予认



可，请求人随后撤诉。2019年7月，请求人向河北省石家庄市知识产权局提出专利侵权纠纷处理请求。

石家庄市知识产权局受理后，到被请求人现场调查取证，发现被请求人营业执照登记信息与实际经营场所不一致，遂依职权查明被请求人信息，并依程序进行审理，认定被控侵权产品与涉案外观设计专利的支架、刀片、把手、刀口排列相同，被控侵权产品落入涉案外观设计专利权的保护范围，被请求人侵权行为成立。2019年9月石家庄市知识产权局依法作出处理决定，责令被请求人立即停止侵权行为。同时依据《河北省专利条例》，该局告知当事人，若侵权人再次侵犯同一专利权，扰乱市场秩序，将进行相应处罚。决定生效后，石家庄市知识产权局再查未发生重复侵权行为。

【案例启示】

该案中，请求人取证能力有限，导致其收集的被请求人信息未被法院认可而无奈撤诉，转而向知识产权管理部门提起专利侵权纠纷处理请求。石家庄市知识产权局发挥机构改革后监管职能优势，依职权主动调查，及时确认被请求人信息，并对相关侵权行为和证据事实进行认定，依法对案件作出处理决定，及时制止了侵权行为。同时，为防止再次发生侵权，石家庄市知识产权局充分利用地方性法规，告知侵权人若再次侵犯同一专利权，扰乱市场秩序，将依法予以行政处罚，有效提升了对重复侵权行为的震慑作用。该案充分体现了我国知识产权行政保护效率高、专业性强、程序简便的优势。

案例四 天津市知识产权局处理“充气轮胎”发明专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人株式会社普利司通于2012年9月28日向国家知识产权局提交名称为“充气轮胎”的发明专利申请，2016年8月17日获得授权，专利号为ZL201280046691.8。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。

请求人认为被请求人天津某轮胎公司未经请求人许可，生产、销售、许诺销售落入涉案发明专利权保护范围的产品WS1002轮胎，侵犯请求人合法权利。2019年6月，请求人向天津市知识产权局提起专利侵权纠纷处理请求。被请求人辩称，涉案产品与请求人涉案专利花纹样式完全不同，不落入涉案专利权保护范围。

天津市知识产权局认为，被请求人对轮胎花纹样式的更改确实对视觉效果产生一定影响，但外形区别并不能构成没有侵害请求人发明专利权的依据。经将被控侵权产品与涉案专利权利要求1比对应认定，涉案被控侵权产品落入涉案专利权保护范围。经审理，双方对争议点达成一致，均请求调解。2019年10月，双方在天津市知识产权局主持下达成调解协议，被请求人给付请求人赔偿金30万元。

【案例启示】

该案中，知识产权管理部门在查明案件事实基础上，充分运用行政调解方式使案件得到高效办结，妥善化解了知识产权矛盾纠纷。同时，该案请求人为国际知名的外资企业，本案的办结充分体现了我国对中外知识产权权利人的“同保护”。



案例五 上海市知识产权局处理抗肿瘤原料药索拉非尼相关发明专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人拜耳医药保健有限责任公司于2000年1月12日向国家知识产权局提交名称为“用 ω -羧基芳基取代的二苯脲作为raf激酶抑制剂”的发明专利申请，2005年9月21日获得授权，专利号为ZL00802685.8。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。2019年1月，拜耳医药保健有限责任公司就该发明专利向上海市知识产权局提出侵权纠纷行政处理请求。请求人称，其实施该专利的专利产品为抗肿瘤药索拉非尼（Sorafenib），被请求人上海创诺医药集团有限公司未经许可在其官方网站和某大型展会上许诺销售的原料药索拉非尼，落入涉案发明专利的权利要求1和权利要求27的保护范围，涉嫌侵犯其专利权。被请求人辩称：其并未以生产经营为目的销售涉案产品，公司网站上展示的涉案产品列明了“R&D”即研发状态；其在展会宣传材料上展示的涉案产品标注了文档状态，并且进行了限定声明，不应构成许诺销售行为；以上行为是法律所允许的为获取行政审批所需信息而开展的研究和试验活动，不构成专利侵权。

经查，被请求人在其官网登载了涉案专利产品信息并在展会的宣传网页和展板上载明涉案专利产品和研发状态，宣传网页和展板下方均印有“Products under patent are not offered for sales until patent expiration in the relevant country.”字样。被请求人展位相关人员在咨询录音中表示涉案产品“可以做”，并提供名片。上海市知识产权局认为，以在网络和展销会上展出等方式作出销售产品意思表示的，属于《专利法》第十一条规定的许诺销售。被请求人在其官网“公司产品”栏目展示涉案产品信息，在商业展会上分类展示产品信息、发放宣传网页，具有推销目的。被请求人所称其注明产品的研发状态是为了寻找潜在研发合作客户，仍应认定为销售商品的意思表示。被请求人所作的关于在专利到期之前在相关国家不予售卖专利保护产品的限定声明，不能排除被请求人具有推销涉案产品的目的。另《专利法》第六十九条第五项规定的提供行政审批例外情形仅限于“制造、使用、进口”，因此被请求人许诺销售涉案产品的行为，并不适用该项规定。

2019年5月，上海市知识产权局认定被请求人存在许诺销售“索拉非尼”原料药行为，且该涉案产品落入涉案专利权保护范围，构成侵犯涉案专利权行为，依法作出责令其停止许诺销售侵犯涉案专利的索拉非尼、删除进行许诺销售的网站信息、销毁印有侵权产品的所有宣传资料的决定。

【案例启示】

该案中，上海市知识产权局严格按照《专利法》第六十九条第五项关于提供行政审批例外情形仅限于“制造、使用、进口”的规定，对被请求人的许诺销售行为进行了准确定性，及时、有效制止了侵权行为。同时，该案请求人为国际知名制药企业，该案顺利办结有效维护了权利人的合法权益，也体现了我国对国内外创新主体知识产权的一视同仁、同等对待，有利于构建良好的营商环境。

案例六 四川省德阳市原科学技术和知识产权局查处成都科德环保设备有限公司假冒专利案

【案情简介】

2018年12月10日，四川省德阳市原科学技术和知识产权局接到举报，举报人称成都科德环保设备有限公



司提供虚假资料，假冒专利，竞标德阳市罗江区城乡综合管理局压缩式中转设备采购项目，并随后中标。

经查，2018年10月29日，四川兴天华建设项目管理有限公司通过四川政府采购网发布相关采购公告，所列招标项目评分标准包括“投标人每有一项垃圾压缩站（设备）专利的得2分，最多得6分”。当事人得知该招标信息后，为获取评标中的专利加分项以达到中标的目的，在投标文件中列出专利号为“ZL200920080162.5”、专利权人为成都科德环保设备有限公司、名称为“三柱垂直升降箱体平移自动挂脱钩全封闭垃圾转运装置”的实用新型专利，并标注专利标识。该专利已于2014年6月11日终止。2018年11月，当事人向四川兴天华建设项目管理有限公司递交投标文件，并中标该项目，总中标金额145.8万元。

2019年1月，德阳市原科学技术和知识产权局依据《专利法》《专利法实施细则》和《四川省专利保护条例》的相关规定，认定成都科德环保设备有限公司上述行为构成假冒专利行为，作出行政处罚：责令成都科德环保设备有限公司停止违法行为，消除影响，并罚款2千元。随后，德阳市罗江区财政局根据德阳市原科学技术和知识产权局的假冒专利认定结果，依据《招标投标法》对成都科德环保设备有限公司作出处罚：将其列入政府采购黑名单，禁止1年内参与财政资金项目的投标。

【案例启示】

该案中假冒专利标注载体是投标文件，当事人为获得中标，将早已终止的实用新型专利假冒有效专利实施投标，使公众和招标方误认为其仍然拥有该专利权，其行为构成假冒专利行为。该案中当事人在投标过程中假冒专利行为分别被德阳市原科学技术和知识产权局、德阳市罗江区财政局进行处罚，同时纳入诚信体系，被列入政府采购黑名单。针对在招投标过程中的假冒专利行为，该案的处理具有很强的警示意义。

案例七 江苏省无锡市知识产权局处理“摩托车用前侧罩”外观设计专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人本田技研工业株式会社于2016年4月15日向国家知识产权局提交名称为“摩托车用前侧罩”的外观设计专利申请，2016年8月3日获得授权，专利号为201630126848.9。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。权利人发现无锡东马机车有限公司在某大型交易会上展示一款电动自行车样车，该样车车头部位安装的前侧罩涉嫌侵犯上述外观设计专利权，遂向江苏省无锡市知识产权局提出处理请求，请求确认被请求人无锡东马机车有限公司侵权行为成立，责令其停止制造、许诺销售被控侵权产品，销毁样品和宣传图册并不得进行任何实际销售行为。2018年10月，无锡市知识产权局依法立案受理该案。

无锡市知识产权局将被控侵权产品与涉案专利图片比对发现，涉案专利背面边缘多处布有若干用于拼接组装的卡扣，而被控侵权产品图片从请求人提供的实物照片不能看出其卡扣结构。无锡市知识产权局认为，该前侧罩装于电动车上后，其卡扣结构位于电动车内部，普通消费者在正常购买使用时，难以观察到具体结构，其设计与涉案授权外观设计的差异不足以使一般消费者将两者区分。无锡市知识产权局结合该前侧罩在整车上的作用，认定其与涉案专利设计特征相近似，落入涉案专利权保护范围，被请求人侵权行为成立。



2019年1月，无锡市知识产权局依据《专利法》《专利法实施细则》《专利行政执法办法》的相关规定作出处理决定：责令被请求人立即停止许诺销售侵权产品，销毁侵犯该涉案专利权的前侧罩产品宣传图册，且不得进行任何实际销售行为。

【案例启示】

该案体现了外观设计专利侵权判定中整体观察、综合判断的比对原则。被控侵权产品与外观设计专利在正常销售、使用状态下容易引起消费者关注的设计相同或者相近似，其设计与授权外观设计的差异不足以使一般消费者将两者区分，从整体上应当判定为二者相近似。该案的办结对今后办理外观设计类似案件具有借鉴意义。

案例八

福建省厦门市知识产权局处理“一种数据采集无纸记录仪机壳安装结构”实用新型专利侵权纠纷案

【案情简介】

请求人福建顺昌虹润精密仪器有限公司于2015年2月11日向国家知识产权局提交名称为“一种数据采集无纸记录仪机壳安装结构”的实用新型专利申请，2015年7月8日获得授权，专利号为ZL201520099245.4。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人就其实用新型专利与被请求人厦门希科自动化科技有限公司发生专利侵权纠纷，向福建省厦门市知识产权局提出处理请求。2017年4月，厦门市知识产权局依法立案受理。请求人主张，自2015年9月以来，被请求人未经许可，大量生产和销售侵犯其专利权的产品，并提供了被请求人销售被控侵权产品（型号为SK-A5000-1CH）的相关证据。被请求人辩称，其生产销售的被控侵权产品的机壳安装结构的设计，研发完成早于涉案专利。涉案专利申请日为2015年2月11日，而被控侵权产品A5000系列是被请求人为适应市场从A6000系列产品中衍生出的一款分支产品。A6000系列产品从2013年7月开始研发、生产、销售。

厦门市知识产权局经审理认为：被请求人的仪表A6000以及A5000-30CH与之后生产销售的仪表A5000-1CH所使用机壳安装结构的技术方案相同，均与涉案专利技术相同，并且被请求人生产销售了与涉案产品相同机壳安装结构的产品，但被请求人在涉案专利申请日前已经做好制造相同产品（涉及相同的机壳安装结构的无纸记录仪产品）的必要准备（如订制机壳前面板、连接板、铝壳、后盖板等零部件的模具，订货采购前述零部件），采购了连接前述零部件的螺丝等通用零件，可在原有范围内继续制造、使用。

2017年8月，厦门市知识产权局综合上述分析依法作出驳回请求人处理请求的决定。请求人不服，先后向厦门市中级人民法院、福建省高级人民法院提起行政诉讼。2019年7月，福建省高级人民法院作出二审判决，驳回请求人诉讼请求。

【案例启示】

关于在先使用权的判断是专利侵权纠纷案件行政裁决过程中的难点。厦门市知识产权局依法适用《专利法》中有关在先使用例外条款，对案件作出准确处理，本案从行政处理到后续诉讼前后历时3年，得到了两级法院支持。该案的处理充分体现了知识产权管理部门的专业能力和水平。



案例九 北京市知识产权局处理“一种烟气脱硫除尘装置”实用新型专利侵权纠纷案**【案情简介】**

请求人北京兴晟科技有限公司于2017年5月10日通过转让获得名称为“一种烟气脱硫除尘装置”的实用新型专利权，专利号为ZL201620172188.2。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人认为，被请求人1北京国电工程招标有限公司受被请求人2河北大唐国际王滩发电有限责任公司的委托，对被请求人2的相关工程项目进行国内公开招标的招标文件中记载的工程项目的技术内容落入其涉案专利的权利要求1和权利要求3的保护范围，侵犯其专利权；同时，中标人即被请求人3大唐环境产业公司按照招标文件进行投标、中标和施工也属于侵权行为。2019年5月，请求人向北京市知识产权局提起侵权纠纷处理请求。

经审理，北京市知识产权局认为，被控侵权产品落入涉案专利权利要求1和权利要求3的保护范围。被请求人3递交投标文件、使用被控侵权产品参与投标的目的是向招标方销售其具备相关技术要求的工程项目，即向招标方作出了销售商品的意思表示，故该投标行为属于专利法意义上的许诺销售行为，而中标和实施分别属于销售和制造行为。立案前请求人向被请求人发送律师函，要求停止侵权，可以认为三被请求人对被控侵权产品可能侵犯第三人专利权的情况有着明确的认知。在此情况下，三方继续进行招投标，并实施制造、销售和许诺销售被控侵权产品的行为，可以认为其具有明显的共同侵权故意。2019年9月，北京市知识产权局认定被请求人1受被请求人2委托进行招标的行为，被请求人2进行公开招标的行为，被请求人3的投标、中标和施工行为构成共同侵权行为，责令停止相关侵权行为。

【案例启示】

随着经济社会快速发展，招投标过程中的知识产权问题日益突出，专利侵权纠纷时有发生。该案中明确招投标活动中发生专利侵权纠纷后各方责任，认定投标行为属于专利法意义上的许诺销售行为，对规范招投标工作中的知识产权保护具有示范作用。北京市知识产权局在查清招标方、招标代理机构、中标方对被控侵权产品可能侵犯第三人专利权的情况有明确认知的事实下，作出认定侵权行为成立、责令停止侵权的裁决，对于保障专利权人的合法权益具有典型意义。该案也提示企业应当重视项目招投标过程中可能面临的知识产权侵权风险。

案例十 河南省知识产权局处理“一种用于风扇产品的装配结构”发明专利侵权纠纷案**【案情简介】**

请求人广东美的环境电器制造有限公司于2016年1月27日向国家知识产权局提交名称为“一种用于风扇产品的装配结构”的发明专利申请，2017年12月5日获得授权，专利号为ZL201610057204.8。该专利权在请求人提起侵权纠纷处理请求时合法有效。请求人认为被请求人宁波先锋电器制造有限公司制造、销售的电风扇产品（型号FS40-19E）涉嫌侵犯其发明专利权，并于2019年6月向河南省知识产权局提出处理请求。

被请求人辩称，其早在2015年10月就已生产该种风叶固定扣，而涉案专利申请日是2016年1月27日，晚于其产品开始生产的日期，因此被请求人制造、销售的被控侵权风叶固定扣属于现有技术；同



时，其在涉案专利申请日前已经制造相同产品、使用相同方法或者已经做好制造、使用的必要准备，并且仅在原有范围内制造、使用，不侵犯专利权。

河南省知识产权局认为：被控侵权产品全部技术特征落入请求人主张的涉案专利权利要求的保护范围，而被请求人提交的部分证据为公司内部资料，在没有其他证据佐证其真实性的情况下，不予采信，被请求人现有技术抗辩和先用权抗辩不成立；被请求人以生产经营为目的，制造被控侵权产品、销售包含有被控侵权产品的电风扇产品违反了《专利法》第十一条第一款规定，侵权行为成立。2019年7月，河南省知识产权局依据《专利法》《专利法实施细则》以及《河南省专利保护条例》的有关规定作出决定：责令被请求人停止制造、销售被控侵权产品，销毁制造被控侵权产品的专用设备、模具，且不得销售、使用尚未售出的被控侵权产品或者以任何其他形式投放市场。

【案例启示】

在专利执法保护实践中，现有技术抗辩和先用权抗辩是办案中的难点问题。该案中，河南省知识产权局准确适用现有技术抗辩和先用权抗辩的相关规则，对专利权人的合法权益进行了有效保护，对今后知识产权管理部门办理此类案件具有很好的借鉴和示范意义。

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品牌润滑油的情况进行调查。经查，举报属实，并基本掌握了假冒注册商标润滑油的生产加工点、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；涡轮增压机”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《最高人民检察院 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列。“”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、“公牛”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“公牛”注册商标，核定使用商品为“内部通信装置；电度表；电源材料（电线、电缆）；分线盒（电）”等；第6249950号“公牛”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“ BULL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“**旺旺**”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，有效制止了侵权违法行为，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。👊



NMB

高精度微型轴承和小型轴承优秀品牌

美蓓亚集团，于1951年在日本创立，是一家专业生产精密微型轴承和小口径滚珠轴承的企业。美蓓亚集团在日本、新加坡、泰国、柬埔寨均有生产基地，并于1994年在上海设立了生产工厂。如今，美蓓亚集团生产的外径22毫米以下的精密微型轴承和小口径滚珠轴承市场占有率颇高。

注册号

743820、724862、748890、12277674

商标使用
的主要
商品范围

滚珠轴承；非陆地车辆用球面轴承；杆端轴承；轴颈轴承；陆地车辆用轴承；机械零部件；计力传感器；风扇（空调部件）



维权联络

北京安伦知识产权代理有限公司
联络人：赵淑瑞 电话：010-65975210

转动世界

成就精彩

在“NMB”成为行业高端品牌的同时，美蓓亚集团还创立了专业轴承的自主品牌，这些品牌在美国和欧洲当地生产。

NHBB
New Hampshire Ball Bearings, Inc.



- 航空轴承
- 医疗轴承



美国NHBB公司

上海工厂



NMB

NMB UK

- 杆端轴承
- 滚柱轴承



美蓓亚英国

CEROBEAR
ceramic bearing technology

- 陶瓷轴承
- 陶钢混合轴承



德国CEROBEAR公司

myonic

- 医疗器械轴承
- 工业设备轴承



德国myonic公司

美蓓亚三美集团

MinebeaMitsumi
Passion to Create Value through Difference

大数据时代商标档案数据化趋势探析与思考

杨萍



商标档案理论从来都是商标活动发展阶段和发展需要的产物，商标档案生动的实践与商标档案理论的不断探索相伴相生。在大数据时代，对商标档案进行回溯性研究并重新定位，思考未来的商标档案管理工作如何前行，这有助于我们拓展一个不断更新的、充满活力的商标工作特别是商标档案管理的未来。本文通过对商标档案理论与实践的回溯，梳理其发展脉络，探索宏观愿景，对充分发挥商标档案价值特别是在交汇的大趋势与数据化背景下的科学定位具有重要的意义与影响。

理论回溯：商标档案概念、功能及其载体

从商标活动起步开始，迄今对商标档案的理解和诠释一直贯穿在商标档案管理的发展历程之中。从理论的层面让我们在商标工作实践基础之上激活和承继对商标档案的认识，可以从整体上把握和窥析商标档案的基本概念、基本特征和基本功能，从而不断地适应在大数据时代给商标档案带来的新变化和新趋势。

（一）商标档案概念

自有商标活动以来，商标档案一词沿用至今。

商标档案作为商标工作的重要组成部分具有传承性和延续性，商标工作者在长期的商标活动实践中试图对商标档案理论做出努力，商标档案一词也因此进入了人们关注和研究的视野。

1. 商标档案的界定。

1987年12月25日，原国家工商行政管理局和国家档案局联合发布并实施《商标档案管理暂行办法》，该办法第二条对商标档案一词作出界定和解释，将其定义为商标注册、管理活动中形成的具有保存利用价值的纸质、声像、缩微等形式或载体的文件材料。

1989年9月，由中国档案学会文书处理和档案室学术委员会组织有关专业主管部门和档案行政管理部门共同撰写《专门档案问答》，该书对诉讼、公证、商标等9个门类的专门档案进行了较为系统、详尽的介绍。其中，涉及商标档案概念一词，并将其界定为在商标注册、使用和管理活动中的历史记录。

2. 商标档案的演进。

笔者认为，商标档案管理是一项专业性较强的实践工作，法律法规界定或是其它有关对商标档案概念的诠释，其重点要解决的是实践层面的操作问题。由于《商标档案管理暂行办法》出台较早，当时人们对商标档案的关注更多是放在“现在”。虽然对商标档案概念的注释和理解具有鲜明的时代烙印，但在客观上为我们界定商标档案提供了素材、参考和依据。

几十年来，商标档案与所处的时代背景紧密联系在一起，发展至今其基本概念和内涵同过去并没有本质上的区别，只是专业程度有所提高，法律



效力有所强化,载体形式更加的多样化。随着大数据、云计算、人工智能的广泛应用,特别是电子商标档案这一新载体的出现对商标档案一词的诠释也随之不断更新和扩展,并引领着商标档案发展后续目标的实现,尽管前瞻未来是一个并非容易研究的课题。

(二) 商标档案功能

商标档案来源于商标各项活动,商标档案工作是商标工作的重要组成部分,具有不同于其他专业档案的性质、特点和规律。围绕着这一自身的“特殊”在长期实践中形成了颇具特色的商标档案价值功能,主要体现在三个方面,即它的凭证作用、参考作用及其共享作用。

1. 可信,具有凭证作用。

商标档案是商标活动的历史记录,具有突出的实时记录特征和凭证性。商标档案不仅真实地反映出商标活动的历史,更难能可贵的是它是“第一手材料”,这种原始记录是公认的商标档案根本属性,也使得其凭证价值成为公认的最突出的价值。商标档案来源于商标活动,又直接为商标工作服务,不仅再现着各个历史时期商标工作的各个重要侧面,也是商标工作日后查找历史记录和利用不可或缺的依据和凭证。

2. 完整,具有参考作用。

商标活动是一个持续性的发展与创新的过程,商标档案完整地记载了商标活动的经验和成果,全方位地展示了商标活动的全貌,蕴藏着丰富的社会、经济、文化等价值。借助于商标档案我们可以发现其价值取向以及对经济社会发展的重要作用,商标档案这种价值的真实性、完整性和传承性既可以满足现实需要,也可以扩展到未来,具有重要的参考价值。

3. 开放,具有共享作用。

满足社会各界的需求是商标活动有益的价值导向,因为商标活动本身是以更好地服务于经济社会包括市场主体为最终的目标。商标档案以商标数据支持的方式呈现商标工作发展的基本脉络,维系着

商标工作在时空上的系统性和整体上的连续性。与涉及党和国家机密的历史档案不同的是,除商业秘密、个人隐私等不宜对外的情形之外,商标档案面向所有的社会公众,对外全方位开放与共享。

(三) 商标档案载体

传统的商标档案载体主要以纸质为主,随着社会发展和进步,商标档案的种类不断增多,其载体形式日益呈现多样化。按照载体形式划分,商标档案大致划分为以下四种类型:

1. 纸质型。纸质型商标档案泛指各种以纸张为载体,主要以笔录、印刷的方式记录商标活动形成的商标档案。纸质商标档案可直接阅读、使用方便且便于携带,但体积大、占用空间多,加之纸张物理和化学的特性,难以永久保存。

2. 缩微型。缩微型商标档案是以感光材料为载体的一种商标档案记录形式,包括缩微胶卷、缩微胶片等。缩微型商标档案体积较小,便于保存,占用空间少,但必须借助阅读设备方可进行阅读。

3. 声像型。声像型商标档案又称视听型商标档案,是以磁性和感光材料为介质记录有关商标图像、音频、视频等的载体形式。这种形式直观、生动、形象,但也需要通过特定的设备显现声音、图像、影视以及动画等。

4. 机读型。机读型商标档案也称电子型商标档案,是将商标档案转变为计算机可读的语言形式,并存储在磁盘、磁带或光盘等磁性介质上。其响应速度快、检索用时短、安全性能好,代表着商标档案载体的发展方向。

发展历程: 商标档案新技术应用与载体形式演变

为了更好地说明新技术在商标档案的应用以及给商标档案载体带来的新变化与新拓展,我们不妨通过商标档案新技术的进展和新的技术应用来描述有关商标档案的发展历程与嬗变。尤其值得一提的是,商标注册和管理自动化系统工程的上线在其中始终处于十分重要的位置,至今仍被



视为商标档案新技术应用与载体不断拓展的典范而载入商标史册。

（一）新技术应用发展阶段

1. 起步阶段（1994年-2001年）

这一阶段是新技术应用的初步探索期，其基本特征主要表现为商标档案数量总体较少、发展较为缓慢且载体形式比较单一。以1994年12月商标注册和管理自动化一期工程开始运行为标志，商标检索和查询从手工录入转变为计算机处理，实现商标检索查询的自动化。在这一起步阶段中，虽然完成了商标纸质卡片检索手工操作模式到计算机检索方式的跨越，但仅囿于商标检索的流程，商标档案载体形式还是以传统的纸质为主，在保存和传递的过程中仍占据着主导地位，并在商标活动中发挥主要的作用。

2. 成长阶段（2001年-2012年）

以2001年10月商标注册和管理自动化二期工程上线为标志，实现了商标网上查询和网上公告，即商标注册申请、商标审查、商标公告全程的计算机电子化，商标业务流程开始告别传统的手工操作模式。这一由线下手工操作为主转变为线上计算机流程自动化的全新工作模式使商标工作产生了质的飞跃，也给商标档案载体带了巨大的变化，从此商标档案由纸质型延伸并生成海量的电子商标档案。

3. 提速阶段（2013年-2019年）

这一阶段属于新技术广泛且加速应用的时期，其基本特征主要表现为云计算、大数据和人工智能的出现。人们在关注新技术并力求从宏观上把握商标档案数字化的同时，也在不断积极探索商标档案新技术应用的途径、方式和方法，开始尝试和推进商标档案的数据化。在此阶段，商标网上申请已达94%，实现商标网上缴费，商标审查智能化水平大幅提升，商标档案数据逐步向社会公众全方位开放与共享。这种新技术带来的变革使得电子商标档案呈井喷之势，商标档案数据化趋势飞速发展。

（二）新技术应用的热点

从新技术应用到应用成果的呈现时间来看，

2010年云计算成为热点，2013年大数据成为具有跨时代意义的元年，再到2018年人工智能的爆发元年，一亮相就瞬间吸引了人们关注的目光。与此同时，新技术的出现和发展直接促进着新技术应用热点的产生。从具体热度来看，频次最高的热词为大数据，其次是云计算、人工智能、信息服务、信息资源、共享平台、信息安全，这些高频词汇的相继出现反映出人们对各热点的关注以及不同阶段、不同时期新技术的演进和发展。

（三）商标档案载体的演变

大数据时代的到来打破了技术、记忆与原有商标档案载体的平衡，电子商标档案崛起成为新的记忆形式，商标档案数据趋势化也成为大数据时代的一个重要特征。商标档案、电子商标档案、商标数据、商标信息资源、商标档案信息化等高频热词的相继出现，反映着人们对各种商标热点的关注度，由此也映射出不同阶段、不同年份新技术应用给商标档案载体带来的拓展和变化。

大数据彻底颠覆了我们对以往传统商标档案的认知，文本、图片、音频、视频等信息均纳入了商标档案数据的范围，特别是电子商标档案、商标数据热词的出现是商标档案一词及其载体最剧烈的一次变革与创新。商标档案由传统的纸质档案延伸并拓展为电子商标档案，海量电子商标档案集成商标数据，由此产生的商标档案数据化趋势更加拓宽了商标档案的应用，使得商标档案从此告别“默默无闻”，由商标活动的幕后走到了台前。

从前述商标档案的发展演进不难得出这样的结论，纸质商标档案至今已有悠久的历史，直到现今还没有任何载体动摇和改变纸质商标档案的历史地位，即使缩微型和声像型商标档案的出现也只是对纸质商标档案的补充。随着新技术的发展，电子商标档案的流行和应用，原始的“正本”纸质商标档案与新生的“副本”电子商标档案的差异越来越小，区分也越来越弱化，这种差异和弱化是时代转折和技术变革的必然产物。



创新拓展：大数据时代与商标档案数据化趋势

如前所述，商标档案是人们有意识保存的商标实践活动的真实记录，这种记录为我们提供一种有关商标的历史事实和记忆。如果说过去更多地是对传统意义上商标档案的梳理与描述，随着技术手段的日新月异，对商标档案的认知则逐渐清晰并强化，这无不体现在由纸质商标档案转向电子商标档案的认知和深化。在大数据浪潮的冲击下，电子商标档案占据了越来越重要的地位，商标档案数据趋势化也发挥着越来越重要的作用。

（一）商标档案数据化趋势

20世纪90年代至21世纪前十年，数字化代表着商标信息化发展的方向。商标档案数字化是将纸质商标档案经扫描录入到计算机数据库中，并通过计算机进行处理和存储，由此带来的好处是商标检索快捷、实时同步备份、占据存储空间小以及维护方便和安全。

进入2012年，大数据开始引发人们越来越多的关注，2014年之后这一概念逐渐成型并成为一个颇为流行的热词。大数据引发对数据化趋势的思考，主要指的是网络空间中数据形成与处理的方式，它使我们开始关注和认识到大数据赋予商标工作的新影响和新变化。毫无疑问，商标档案数据化成为商标档案数字化之后的新方向。

商标数据是被电子化记录的商标档案，是对商标活动进行记载的物理符号或者是物理符号的组合，不仅指狭义上的数字，也不仅是指原有的文字、字母、数字、图形、符号组合的纸质商标档案，还可以是图像、视频和音频等其它商标档案的载体。随着计算机广泛应用并覆盖到商标工作的领域，客观上需要处理海量的商标数据，商标档案的数据化趋势开始成为商标创新发展的新动力。

（二）商标档案数据化趋势的内涵

计算机技术尤其是互联网的出现推动了数字化的兴起，大数据的出现又推动了数据化的崛起，在数据化趋势下，商标档案数据化也开始成为商标

领域中倍加关注的新宠儿。商标档案数据是将商标档案转化为计算机阅读和理解的商标档案信息的过程，由计算机自行分析、处理商标档案信息，实现由计算机识读商标档案，并转换为计算机可以机读的内容。

数字化是将商标档案的纸质形式转化为计算机可以读取的数据形式，将商标档案内容进行数字化，也就是将纸上的商标信息转化至计算机显示器上阅读和编辑，商标档案数据化则是将商标数字档案包括数字化转换形成的数字档案转化为把计算机可以阅读、分析和处理的数据化商标档案。

商标档案数据化将有关商标档案转化为电子化记录的商标档案数据，标志着商标档案管理正在从纸质商标档案到电子商标档案，从电子商标档案管理到商标档案的数据化管理，从纯手工操作到智能化操作，从商标档案分散利用到联网共享的巨大变革。在大数据的背景下，商标档案数据化成为商标新时代的“原油”，而商标档案数据化趋势从“原油”向“石油”的转换成为商标创新与发展的热点与焦点。

（三）商标档案数据化的优势

随着新型载体电子商标档案的涌现，商标档案数据呈激增态势，给商标工作理念、技术和模式带来了深刻的变革与影响。如果电子商标档案是传统意义上商标档案载体的一次创新，那么它的出现令人耳目一新，由此引发的商标档案数据化趋势可以说是一场商标活动全新的变革。

1. 提升商标工作效能。商标档案数据化的方向实质上是一场商标档案的整合和革命，它将文本、图片、音频、视频等商标信息均纳入到商标数据的范围，代表并体现着数据化时代商标档案创新发展的新方向。由于各种新技术带来的商标档案数据超时空的流动，商标档案事实上成为“无墙界的档案”，这极大地减少了时间和成本，优化了商标业务流程，提升了商标工作效能，提高了商标档案质量及其精准度，也为推进大数据时代商标智慧化创造了十分有利的环境和条件。

2. 进行商标数据分析。在大数据视阈下，商



标档案具有体量巨大、领域性强、形式多样、动态变化等特点，如何存贮和管理特别是高效运用这些海量数据，需要我们认真做好有关商标数据的分析和研究。我们通过对商标数据的深度挖掘和定量研究，对商标数据结构与组织形式、商标数据分布和规模、商标数据之间的关联等分析出商标档案的潜在价值，建立商标档案数据化体系，形成商标管理与决策的强有力支撑，构建起统一开放的商标档案的共享机制。

3. 科学有效管理档案。大数据时代，商标档案的显著特征之一是以电子形式的商标数据呈现。传统纸质载体的商标档案存贮方式、存储空间和使用效率较低，无法更好地满足商标工作发展的需要。电子商标档案的出现将纸质商标档案转变为电子商标档案，使商标档案应用更加安全和便捷。与此同时，我们也清楚地认识到，历史久远的纸质商标档案并没有因此而过时，依然有着重要的历史意义和长远的研究价值。新技术的广泛应用，商标档案数据化趋势为我们寻找到延长纸质商标档案寿命的新空间，解决了有可能被篡改或损毁的困扰，有效地保护商标档案的“正本”，缓解和消除了商标可持续发展的后顾之忧。

几点思考：商标档案数据化应用与前景

以“传统”作为“发展”基点，以“发展”作为“展望”未来，前述通过对商标档案概念、价值及其发展历程的回望，无不体现着商标档案载体演进与应用的基本脉络，蕴含着商标档案未来发展的起源，孕育着商标档案理论与实践逐步地走向成熟和完善。从以往经验中可知，商标档案是商标历史的一面镜子，商标档案创新与应用方式的变革，推进并引领着我们在大数据时代不断地探求和思考商标档案数据化趋势的应用前景和未来走势。

(一) 不断深化新技术对商标档案数据趋势的影响

计算机和网络技术的出现，推动着数据化的兴

起，在给商标档案发展带来新的空间的同时，也激发着我们对商标档案数据趋势进行探索和思考。我们看到，经过漫长的商标发展历程，纸质商标档案已经形成一套比较成熟的管理制度和办法，电子商标档案的出现倒逼商标档案管理升级和创新，并围绕着商标档案数据化趋势展开探讨与研究。为此，我们有理由深化新技术对商标档案数据趋势化的影响，进一步促进商标档案管理与大数据深度的融合。

不断深化新技术对商标档案数据趋势的影响，不仅代表着大数据时代的发展潮流，也持续拓展着我们的思路和视野，可以从中寻求应对和解决面临的诸多难点和痛点，这对推动商标创新和发展也具有理论意义和实践价值。为此，我们应当树立大数据思维，通过对各种商标实践的探索和思考回归到商标活动的本质，对商标数据进行精准化分析、加速推进商标智能化建设，实现商标档案智慧化管理，使商标档案持续增值和绵延永续。

(二) 不断加强商标档案数据化趋势的研究

从经验总结式认识方法到科学认识方法需要一个螺旋式上升的过程，只有与实践相结合才能使商标理论包括商标档案理论更加成熟和适用，更具有高度和深度。纸质商标档案到电子商标档案的发展脉络，维系着商标工作在时空上的统一性和整体上的连续性。从制度层面将电子商标档案纳入商标档案法规范畴并赋予其法律地位，在商标档案理论上更具包容性、兼容性和适用性，这有利于电子商标档案更好地发挥凭证作用，也更符合大数据时代在商标创新发展中的趋势和要求。

商标档案实践特别是商标档案数据化趋势研究是值得探索的路径，但其作为理论需要通过我们不断地培育它、发展它和壮大它。对商标档案数据化趋势进行探究不仅可以充分发挥商标档案的潜在价值，更重要的是与商标工作一脉相承和与时俱进，使商标档案生生不息、代代相传，赋予并焕发商标档案新的生命力。在大数据视野下，我们更需要认识和了解商标档案数据化趋势，在理论上兼收并蓄增强创新的活力，在实践上博采众长拓展延伸新的



认知。

（三）不断强化商标档案的深度挖掘和应用

基于上述描述，数字化是将处于纸质形态的商标档案转换为二进制的0和1，也就是计算机可以识别的电子商标档案，商标档案数据化则是将商标档案的数字化进一步转变为可供计算机分析、理解的数据化形态。商标档案数据在大数据时代发挥着越来越重要的影响和作用，它将商标档案的“读取”转变到商标档案的“分析”，并将商标档案的“原始加工”推向“数据化开发”的新阶段和新高度。

大数据时代已经并正在对商标创新发展产生深刻而持久的影响，为我们从事商标档案数据化趋势分析提供了美好的前景。借助新兴技术手段深度挖掘商标档案，开展商标态势研究、商标质效指标监控、商标案件关联检索以及商标主题数据分析，通过深层的商标档案开发大幅提升工作效能和业务能力，实现商标档案的价值。同时，对商标档案进行分析也为我们面向政府决策优化、社会治理方式创新以及公共服务优质化提供了强有力的商标数据支撑。

（四）不断推进商标档案的开放与共享

不断满足社会需求一直是永恒的主题。以往的商标档案共享大多是在商标各项业务流程“事后”进行的，商标档案与社会公众的这种“隔离”状态随着新技术的应用开始并已经逐步迈向全方位的开放。在大数据时代背景下，商标档案数据与商标各项流程的无缝对接特别是“事前”的谋划，为商标数据的公开、透明尤其是开放与共享提供了良好的机遇。

商标档案开放与共享是商标工作的新需求和新时期。2018年底商标数据向全社会敞开大门，标志着商标注册透明度和公共服务水平全面的提升。以此为契机商标数据的持续公开，使得有关商标的精准服务、跟踪服务、知识服务成为可能，从而得以拓展服务空间，丰富服务手段，提升整合能力，形成商标档案开放与共享的多元化服务链。

（五）不断构建商标档案数据的安全治理机制

商标纸质档案和商标电子档案的本质是一样

的，都是商标活动的历史记录，只是商标纸质档案具有原始性、真实性和不可替代的特性，一旦丢失或损毁就难以恢复。虽然电子商标档案较商标纸质档案储存更经济，查阅更便捷，是商标档案管理的发展方向，但其具有易改性和易逝性的特点，一旦遇到自然灾害或人为因素经不可避免地导致商标档案数据丢失，造成无法弥补的灾难性后果。目前，在商标档案保存模式上还需要深入研究和处理好纸质与电子商标档案之间的关系，解决好电子商标的法律效力、纸质商标档案存放和永续发展等问题。

要继续做好数据备份、异地存放、分库保存、定期检测等工作，推进商标档案数据的安全治理机制真正落到实处。在落地性措施的基础上，加强对商标档案安全的研究，不断增强安全风险防控、突发事件预防以及应急处置方面的能力，保障商标档案的安全。要通过研判影响商标档案数据安全风险因素，综合运用多种安全治理手段，调动多方治理力量，形成商标档案安全治理的合力。

结语

未来已来，将至已至。我们已经迎来大数据时代，商标档案作为商标历史的承载与传承正在以它独特的方式见证着商标的演进历程。在这一发展进程中，每一次重大的技术变革都必然深刻影响着商标档案载体及其应用的创新与拓展，并使其以无可比拟性与独具的魅力重塑和打开商标档案的未来。从纸质商标档案到电子商标档案，今天展现在我们面前的商标档案与大数据时代背景相辉映，与商标创新发展相契合，与商标各个时期历史事件相印证。席卷而来的大数据时代为我们梳理和探究商标档案数据趋势化提供了一个崭新的视角，我们只有以变革的姿态迎接商标的未来。我们有理由相信，在大数据的时代背景下新技术应用与商标档案的完美融合必将越来越彰显出商标档案新的生机和活力。■

作者系国家知识产权局商标局原巡视员



立足商标·服务企业·面向社会

中华
商
标

CHINA TRADEM

中华商标®



立足商标 | 服务企业 | 面向社会

《中华商标》杂志是原国家工商总局主管、中华商标协会主办的我国商标领域最具权威性和代表性的专业期刊。杂志始终本着“立足商标，服务企业，面向社会”的办刊宗旨，以最新锐的视角，洞悉商标领域的发展和走势，动态、高品质地为读者传递国家知识产权局、法院、知识产权学院等专家学者以及知名企业商标品牌管理人士撰写的专业文章，是企业品牌运营管理人员、商标法务人员，律师事务所、商标代理机构从业人员，大专院校科研院所商标品牌理论研究人员，各级市场监管和知识产权部门行政执法人员，各级人民法院司法人员的必读刊物，被誉为商标品牌领域的导向媒体，深受业内好评。2020年，本刊将以更加专业化的水准，为读者奉献高水平、高质量的知识产权读物。

《中华商标》国内外公开发行，全年12期、每月25日出版、国际标准大16开，80页。主要栏目设置包括：**理论研讨、IP视角、实务交流、评案说法、知识产权领域院长论坛、法官说案、审查之窗**等。2020年杂志征订工作目前正在进行中，欢迎各有关单位和广大读者订阅，将订阅回执传真或邮件发送我们。我们将竭诚为您做好各项服务工作。

联系人：李晓娟

邮箱：zhsb68036092@cta.org.cn

户名：《中华商标》杂志社

帐号：0200048509200529372

地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003《中华商标》杂志社

电话：010-68036092

传真：010-68036092

开户行：工行北京复外支行



注：1. 订阅单位除自用外，也可向指定用户订阅赠阅；

2. 订户填写字迹要清楚，以避免邮寄差错；

3. 需开具增值税普通发票的单位，请填写接收电子发票邮箱地址；
需开具增值税专用发票的单位，请在邮件中另附相关信息。

欢迎广大读者踊跃订阅

2020年《中华商标》杂志订阅回执单

单位全称		收件人	
单位详细地址		邮编	
联系电话		手机	
纳税人识别号			
接收电子发票邮箱			
订阅价格	192元/套/年 (16元/本, 全年12期)		
订阅费用总计	万 仟 佰 拾 圆		

抗疫期间的知识产权公益讲座

互联网商标注册与保护

开讲时间：4月8日——4月29日

名师阵容



张连勇

北京互联网法院综合
审判二庭副庭长



杜颖

中央财经大学
法学院教授



张璇

海淀法院知识产权
审判庭法官



苏志甫

北京市高级人民法
院知识产权庭法官



杨静安

超凡知识产权服务
股份有限公司合伙人



主办单位：中华商标协会

扫码关注公众号 了解课程详情

