

CHINA TRADEMARK

中华商标[®]

2019年
/
03期

立足商标 | 服务企业 | 面向社会



狼人杀[®] 为了朋友们的相聚



狼人杀[®]是由西安云睿网络科技有限公司出品的
推理趣味类游戏品牌

欢迎广大商标工作者

踊跃订阅

征订 2019年《中华商标》

商标行业必读刊物 品牌发展权威指南

《中华商标》杂志是由中华商标协会主办的我国商标领域的权威期刊，是宣传和发布国家商标法律、法规及商标信息的重要媒体。本刊设有数据驱动品牌、“商标点亮生活”公益推广、企业家精神与中华好商标、区域品牌发展领导力对话、品牌人物、实务交流、一家之言、视点聚焦、评案说法、他山之石、理论研讨、法官说商标和法官说案等栏目。

《中华商标》每期80页，定价16元，全年定价192元。本刊国内外发行，国际标准大16开，本社及全国各地邮局均可订阅。有意订阅者可直接与我们联系。

电话：010-68036092

传真：010-68036092

邮箱：zhshb68036092@cta.org.cn

邮编：100048

户名：《中华商标》杂志社

开户行：工行北京复外支行

账号：0200048509200529372

地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003



注意：无论从邮局或银行汇款，请务必在回执表中详细填写地址、收件人，并将回执通过邮件、寄至或传真至本社，以免因收件人或地址不详无法投寄杂志社。本杂志邮寄方式为邮政平邮，如有特殊要求可选择邮政挂号方式，挂号费用为3元/期。



订阅2019年《中华商标》杂志回执

订阅单位				
订 阅	____年____期	订阅份数	金额	元
收 件 人		邮 编	电话	
收件人地址				

本人以现金订阅，已于____月____日经邮局出____元。

本人以银行汇款方式支付，已于____月____日经银行出____元。

诚信代理 自律执业

顶峰
DINGFENG

为创意喝彩·为成果护航

商标·专利·项目·著作权

962540
www.dgg.net

辰联知识产权
CHENLIAN Intellectual Property

激活智慧成果 提升企业价值
为中国“智”造保驾护航

2852520505
kefu01@CL010.cn
http://www.CL010.com

北京市丰台区航丰路时代财富天地A座21层2103-2105

400-181-5155

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 /

阿里巴巴, WIFI万能钥匙, 金信利钻石, 魅族, SLAMTEC, 蓝盾, 龙旗, 蓝盾, NeoBao, BestTV, icason

八戒知识产权
猪八戒网旗下品牌

打造互联网+知识产权
一站式服务平台

商标注册, 版权登记, 专利申请, 知识产权, 维权诉讼, 知产交易, 知产管家, 政策管家

品质服务

ipr.zbj.com 400 023 0033

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

4 0000 8888 1

Supporting Human Development
服务人类进步

中国商标品牌研究院 (CTBI)

主要业务有：品牌诊断，企业商标品牌价值评估及咨询，商标品牌侵权价值评估，商标品牌交易价值评估，商标品牌价值排行榜，口碑和舆情监测

地址：北京市海淀区阜成路北三街8号
联系人及电话：
臧文如 68986515 18601091715
王晓丁 68986719 13269909889
邮箱：ctbi@cta.org.cn
网址：http://www.cta.org.cn/ppyj/

15年
知识产权服务经验

天诚联合

北京天诚联合知识产权代理有限公司
Beijing Tcjh Intellectual Property Agency Co., Ltd.
北京市朝阳区东三环中路9号富尔大厦704室
WWW.BJTCLH.COM
IP@bjtclh.com

业务部：010-6595 8121
法务部：010-6595 8122
办公室：010-6595 8123

嘉权专利商标事务所
Jiaquan IP Law

大局为重，
无往不利。

法律事务, 科技项目, 涉外商标, 国内商标, 涉外专利, 国内专利

全球服务热线：400-6811-508
www.dhipr.com

鼎兴中国知识产权·弘扬中华民族品牌

DINGHONG
鼎宏知识产权

知识产权全产业链服务商
2017-2018年度
全国优秀商标代理机构

全球服务热线：400-6811-508
www.dhipr.com

北京·云南·四川·河南·重庆·陕西·贵州·西藏

咨询电话：010-68036092

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

主编：黎长志

副主编：李崇

本期责编：马君

编辑：马君 王晶

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

战略合作伙伴：北京商标品牌创新示范区

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

本刊网站：<http://www.ctj.org.cn>

电子信箱：China.trademark@263.net.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0113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. 本社有权以任何形式(包括但不限于纸媒体、网络、光盘等介质)使用、编辑及修改，无需另征得作者同意，无需另行支付稿酬。
3. 作者不得一稿多投。

报道

- 4 为知识产权保护建言献策 两会代表发打假维权最强音
- 7 “万慧达北翔杯”中华商标协会首届全国高校商标热点问题辩论赛启动仪式举行
- 17 中国2018年马德里国际商标申请位居全球第三

专栏

北京商标品牌创新示范区

- 12 第三届(2019)中华商标创意设计大赛山东分赛区启动仪式成功举行
马君

审协之窗

- 33 立体商标显著性特征的审查
孙华敏

法官说案

- 44 商标法第三十二条的构成要件及适用
——评北京银谷艺术馆有限公司诉商标评审委员会、山东百年巨匠艺术馆有限公司商标权无效宣告请求行政纠纷案
孙柱永

法官说商标

- 53 用实证分析法探析商标显著性的审查标准体系
刘月庆

商标杂谈

- 78 谁会把“麦甲茶”误认为“卖假茶”？
张月梅

区域品牌发展领导力对话

- 13 因长江经济带而生，冀长江大保护而兴
何大春 南平
- 15 行业协会走上前台任重道远
郁建兴 南平 汪基强

数据驱动品牌

- 18 互联网时代：大数据重构的品牌经营策略
杨茂江 王静文
——基于春节期间茅台酒网络销售专项监测实践的思考

品牌·人物

- 22 品质品牌双引领 书写名酒新风范
——宜宾国美酒业股份有限公司参访记
本刊记者 黎长志 马君

实务交流

- 26 大量抢注他人先在有较高知名度商标应属非正常商标申请情形
熊培新

理论研讨

- 28 汉字商标在国外的审查模式探析
薛友飞
- 35 浅析成语商标注册
崔丽娜
- 58 商标指示性正当使用与商标权用尽的区分
王太平 周兰
- 67 商标分割制度探析
殷韵帆

一家之言

- | | |
|--------------------------|-----|
| 31 在不相同商品上使用他人注册商标属于侵权行为 | 刘权利 |
| 71 当前商标投机行为的成因及对策 | 邓志豪 |
| 73 论含有原料特点标识的欺骗性认定 | 崔泽夏 |
| 76 小议“国酒茅台”商标注册事件 | 袁博 |

评案说法

- | | |
|---|-------|
| 39 从“卤西西”案看商标法“不良影响”条款的适用 | 熊文聪 |
| 63 知名商品特有包装、装潢的认定及侵权行为构成
——评不凡帝范梅勒有限公司与福建省好邻居食品工业有限公司等擅自
使用知名商品特有包装、装潢纠纷案 | 宋妍 洪婧 |

商标修法大家谈

- | | |
|-----------------------------------|--------|
| 49 《商标法》立法宗旨解析
——以内容设计与逻辑层次为视角 | 杜颖 徐兆龙 |
|-----------------------------------|--------|

简讯

- 27 2019年全国知识产权宣传周主题：严格知识产权保护 营造一流营商环境
- 34 2019年最高法工作报告：加强知识产权司法保护，促进新旧动能转换，服务经济高质量发展

环球资讯 79

WANHUIDA PEKSUNG
万慧达北翔

SINCE 1999

专业 创造 可能

+86 10 6892 1000
+86 10 6894 8030
whd@wanhuida.com

1 总部：
北京市海淀区
中关村南大街1号
友谊宾馆副楼写字楼

www.wanhuida.com

商专知识产权
SBZL Intellectual Property

服务领域：专利、商标、版权、互联网领域知识产权的权利取得、
维权、诉讼、知识产权咨询和管理

咨询热线：400-864-8388
网址：www.sbz1.com / www.sbz1.cn
邮箱：mail@sbz1.com

北京 | 江苏 | 上海 | 广东

28. Analysis on the Examination Mode of Chinese Characters in Foreign Countries
33. On the Examination of the Distinctive Characteristics of Three-dimensional Trademarks
35. Analysis of Idiom Trademark Registration
38. The Distinction between Indicative Fair Use of a Trademark and Exhaustion of Trademark Rights
39. Seeing the Application of the "Adverse effects" Clause of the Trademark Law from the "Luxixi" Case
44. The Constituent Elements and Application of Article 32th of the Trademark Law
53. Exploring the System of Examination Standards for Mark Significantness by Empirical Analysis
63. The Identification and Infringement of the Special Packaging and Decoration of Famous Commodities
67. Analysis of Trademark Division System73. On the Deceptive Identification of the Characteristics of Raw Materials
71. Causes and Corresponding Strategies of Current Trademark Speculation

大量抢注他人先有较高知名度商标 应属非正常商标申请情形

熊培新



近日，“Geseshi”
—戈瑟士—的申请商标摆上了审查员的案头。申请人为X创品（国际）有限公司，指定使用的商品为第25类“服装；鞋；运动鞋；帽；袜；手套（服装）；围巾；皮带（服饰用）；成衣；跑鞋（带金属钉）”。这是一个很普通的文字商标，是中文与对应拼音的组合商标，构成上没有什么特殊之处。审查员按审查流程进行了绝对理由和相对理由的查询和判断，没有发现不予注册的理由，可以初步审定了吧？“不对，好像有一个高知名度品牌，叫什么来着，对，‘亚瑟士’，英文对应品牌是‘asics’，著名的运动鞋品牌，所有者是日本株式会社爱世克私。”“应该在系统里再查一查。”审查员想到。是的，查到了，株式会社爱世克私早在2005年就在中国申请注册了“亞瑟士”商标，也是使用在第25类相同类似商品上。那么，申请商标与之近似吗？

看看《商标审查及审理标准》怎么规定的吧。关于中文近似商标的判定，标准上是这样写的：“中文商标由三个或者三个以上汉字构成，仅个别汉字不同，整体无含义或者含义无明显区别，易使

相关公众对商品或者服务来源产生混淆的，判定为近似商标。”按照此标准，这两个商标应该判近似了吧？不对，后面还有一句“但书”呢，“但商标首字读音明显不同，或者整体含义不同，使商标整体区别明显，不易使相关公众对商品或者服务来源产生混淆的不判为近似商标”。申请商标还含有一个显著的拼音部分，整体来看与“亞瑟士”商标区别更为明显，相关公众一般不会混淆吧。这两个商标就不应该判近似了？

那要不要考虑“亞瑟士”的知名度呢？申请与“亞瑟士”相近的商标只是一个巧合吗？申请人有没有打擦边球，傍名牌的意图呢？对，按照审查要求，要查一下申请人全部申请商标的情况，全面了解申请人申请情况后再下结论吧。

真是不查不知道，一查吓一跳啊。申请人从2018年1月以来，短时间内申请了1400多件商标，且大多与知名品牌构成相近，如“亚瑟士”“新百伦”“斯凯奇”“N”图形等，且大多在第18类和第25类商品上申请。部分商标如图所示：

申请人傍名牌的意图非常明显的吧？这应该是

简讯

2019年全国知识产权宣传周主题： 严格知识产权保护 营造一流营商环境

(本刊讯)记者从国家知识产权局获悉,2019年全国知识产权宣传周活动将于4月20日至26日开展,活动主题为“严格知识产权保护 营造一流营商环境”。

今年4月26日是第19个世界知识产权日。我国已连续十一年举办全国知识产权宣传周活动,在宣传普及知识产权知识,营造全社会尊重和保护知识产权良好氛围方面取得明显成效。宣传周组委会成员单位包括中央宣传部、最高人民法院、最高人民检察院、外交部等19家单位。组委会在国家知识产权局下设办公室,具体负责活动期间各项工作。

3月15日,《国家知识产权局关于开展2019年全国知识产权宣传周活动的通知》(下称《通知》)发布。《通知》指出,2019年全国知识产权宣传周活动的指导思想为,以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,全面贯彻党的十九大、

十九届二中、三中全会精神,坚持新发展理念,按照稳中求进和高质量发展的要求,广泛宣传党和国家关于知识产权工作的决策部署,突出知识产权保护是营造良好营商环境的重要方面,积极推进以“尊重知识、崇尚创新、诚信守法”为核心的知识产权文化建设,为加快知识产权强国建设营造良好舆论氛围。

《通知》强调,各地区各部门要根据活动安排,结合实际,面向创新主体、政府人员、青少年及社会公众等不同群体,通过举办启动仪式、新闻发布、宣讲、咨询、展览等形式,广泛组织开展对象化、分众化、互动化的宣传普及活动,增强宣传工作的针对性和实效性。要加强与全国知识产权宣传周活动组委会的沟通联系,组织开展好宣传活动,发挥传统媒体优势,提高活动影响力;利用微信、微博、客户端等新媒体,扩大覆盖面,提高参与度。■

30009824	25	S	30789825	25	图形
30009900	25	戈瑟士	30789888	25	图形
30009912	25	冠凯奇	30789901	25	图形
30010034	25	N	30792761	18	图形
30010299	25	捷凯奇	30792805	25	N
30010314	25	日瑟士	30793129	18	图形
30013432	25	图形	30793136	25	图形
30013563	25	皇家新巴伦 ROYALNEWBA	30794248	25	图形
30014778	25	S	30794530	25	图形
30014977	25	婴瑟士	30794573	25	图形
30015259	25	三S三	30794589	25	图形
30015434	25	董斯奇	30795333	18	图形
30017288	25	斯凯尚	30795335	18	图形
30018337	25	斯露奇	30795401	25	SPIESSTANNE
30018400	25	井瑟士	30795812	25	图形
30018774	25	婴百伦	30795815	25	图形

恶意申请商标行为了,这种行为是一定要制止的。可是,单纯引证在先商标好像不能把申请商标指定的所有商品都驳回,怎么办呢?对,商标审查协作广州中心刚下发了《关于恶意申请和囤积商标的

适用情形及驳文模板》,申请人这种行为正属于第一种“大量摹仿、抢注他人驰名商标或其他较高知名度商标,扰乱商标注册秩序的恶意注册行为”的情形。

可以写驳回通知书了。■

商标驳回通知书

经审查,根据《商标法》第四条、第七条第一款、第1条第1款第(8)项、第三十条的规定,我局决定驳回上述商标注册申请,理由如下:

该商标与株式会社爱世克私在类似商品上已注册的第5029381号“亚瑟士”商标近似。(见第1158/1170期《商标公告》)

经查,你公司大量申请与他人较高知名度商标近似标识作为商标的行为,具有明显攀附他人商誉的不正当意图,易误导消费者,有违诚实信用原则,且明显超出正常经营活动需要,扰乱正常商标注册秩序,易产生不良社会影响。

根据《商标法》第三十四条的规定,商标注册申请人如果对本驳回决定不服,可以自收到本通知之日起十五日内向国家工商行政管理总局商标评审委员会申请复审。

特此通知。

作者系商标审查协作广州中心副主任

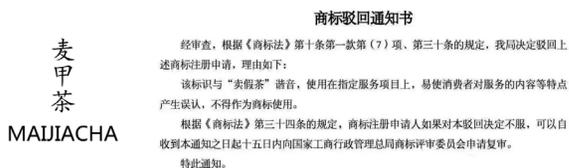


谁会把“麦甲茶”误认为“卖假茶”？

张月梅



近日，笔者朋友圈被“麦甲茶”（见下图）商标申请的驳回决定刷屏。



朋友们最多的评论是这样的：没有你想不到的商标，只有你想不到的审查员。

审查员有作出审查决定的权力，相关公众也有质疑和评价审查决定的权利，而且这个驳回决定也确实值得讨论。“麦甲茶”能不能导致消费者认为这是“卖假茶”，从而引起误认呢？

以笔者目前对这个词汇的理解和认知，觉得不会导致误认。“麦甲”是个无含义的臆造词，正常思维下，一个卖茶的不会公然以“卖假茶”作为卖点来吸引消费者的眼球，而消费者如果认为这是“卖假茶”，大概也不会掏钱购买了。

但笔者相信这结论绝不是无缘无故来的，总有什么理由能让审查员确信可能导致误认的结果。要知道，如今“不正常”的商标注册申请着实不少。

商标问题难就难在个案性十足，没有标准答案可以参照，无论制定多么细致的标准，具体到某一个标识能不能用作商标，能不能注册为商标，还得根据具

体情况作出判断。

这对审查员来说是个巨大的考验，也对审查员提出了极高的要求，需要谙熟法律、了解市场、洞悉时事，甚至知晓网络语言的最新含义。知识面很重要，但审查工作的指导思想更重要。在适用商标法第十条第一款第（七）项“带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的”规定时，审查机关到底应该怎样界定“容易”的程度？

在商标审查时，是最大可能地做好事先防范工作，避免可能发生的每一次误认？还是在不确定的情况下，先交给市场检验，真的发生误认后，再宣告商标注册无效？

笔者自己的观点是，除非审查员内心确信这一标识作为商标使用可能带来大范围对商品的质量等特点或者产地产生误认，否则就可先准予注册，交给市场检验。笔者相信只要厂商诚信经营，正确引导，消费者把“麦甲茶”误认为“卖假茶”，还应该是个小概率事件吧。

最后要说的是，法律也考虑了审查员可能存在主观认识上的分歧，为当事人设置了驳回复审、司法诉讼等一系列的权利救济途径。初步审查时的驳回决定还远远没有把“麦甲茶”判了死刑，当事人还有选择。

选择，永远重要。还好，总有选择。☞

商标点亮生活公益推广

京东集团、《中华商标》杂志社联合推出



正
方

反
方

议
商
标
热
点
展
群
英
风
采

“万慧达北翔杯”中华商标协会首届全国高校商标热点问题辩论赛
将于3月30日-7月7日在北京、银川举办

主办单位：中华商标协会

承办单位：北京君策知识产权发展中心、万慧达北翔知识产权集团、
北京工商大学法学院

北京商标品牌创新示范区



2019年2月26日，未来协同技术研究院执行院长刘建平带队莅临北京商标品牌创新示范区参观交流。



2019年2月，大赛专题系列活动中央美术学院大赛专题讲座圆满结束，第三届（2019）中华商标创意设计大赛评审委员会来到示范区，向大赛组委会介绍了中央美术学院专题活动的情况。



第三届（2019）中华商标创意设计大赛商务合作稳步推进（1）2019年2月18日，邮政广告领导来到北京商标品牌创新示范区，双方就中华商标创意设计大赛的商务合作进行了洽谈。



第三届（2019）中华商标创意设计大赛商务合作稳步推进（2）示范区中华商标创意设计大赛工作组稳步推进商务合作事宜。



2019年2月20日，第三届（2019）中华商标创意设计大赛山东赛区工作对接会在济南召开。



2019年3月5日，示范区大赛工作组前往中国广告协会，就中华商标创意设计大赛的合作事项与中国广告协会领导展开了双方合作会谈。



2019年2月，房山区科委领导莅临北京商标品牌创新示范区考察交流。

ISSN 1006-7531



9 771006 753009

中国标准连续出版物号：ISSN1006-7531
CN 11-3655/D

邮发代号：82-49
定价：16.00元

