

CHINA TRADEMARK

中华商标®

2019年
/
04期

立足商标 | 服务企业 | 面向社会

CTS 91 中國旅遊集團
CTS GROUP

星旅相伴
行者无疆

CTS

旅行服务

旅游投资和运营

旅游金融

商务酒店运营

旅游零售

战略创新孵化业务

广告

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

商标注册 专利申请

★ ★ ★ ★ ★
一站式解决
五星级服务

- 国家知识产权局商标局 备案代理机构
- 国家知识产权局专利代理资质
- 中华商标协会理事会员

☎ 400-995-8886

北京市丰台区航丰路1号院2号楼 21层2103-2105室

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 /

八戒 知识产权
第八戒牌旗下品牌

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
知产交易
维权诉讼
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/ppjy/

15年
知识产权服务经验

天誠 聯合

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。

- 国内专利
- 涉外专利
- 国内商标
- 涉外商标
- 科技项目
- 法律事务

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

DINGHONG I.P.R.

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

2019



国美®
GUOMEI
国美酒业集团
GUOMEI LIQUOR GROUP

第十一届中国国际商标品牌节

加强商标品牌保护 共建创新发展之路

主办单位: 中华商标协会 银川市人民政府 宁夏回族自治区商务厅
宁夏回族自治区市场监督管理厅 宁夏回族自治区博览局

承办单位: 银川市商务局 银川市市场监督管理局

总协办: 国美酒业集团股份有限公司

举办时间: 2019年7月5日至8日

举办地点: 银川国际交流中心酒店 银川国际会议展览中心

第十一届中国国际商标品牌节日程安排 (持续更新)

日期	09:00-12:00	13:30-17:30	17:30-19:30
7月5日 (星期五)	会议报到		欢迎会
7月6日 (星期六)	1. 2019 中华品牌商标博览会 领导巡展 2. 开幕式 3. 主论坛-第六届中国品牌 经济高峰论坛	1. 国际商标法律动态论坛 2. 商标典型案例评析论坛 3. 欧盟商标论坛 4. 东盟律师论坛(暂定) 5. 三友沙龙 6. 集佳沙龙	
7月7日 (星期日)	1. 市场监管局长论坛 2. 发现地标之美论坛 3. 首届全国高校商标热点问题辩论赛决赛 4. MARQUES 论坛 5. 国际商标律师论坛 6. 超凡沙龙 7. 商标律师沙龙	1. 商标审查实务论坛 2. 商标品牌价值评价论坛 3. 老字号商标品牌创新与发展论坛 4. 马德里商标国际注册圆桌会议 5. INTA 论坛 6. 商标数据开放及分析利用论坛	
7月8日 (星期一)	1. 中国企业海外维权论坛 2. 区域品牌发展市县长论坛 3. 商标设计沙龙 4. 知识产权领域院长论坛 5. 中日商标交流会	1. 商标评审论坛 2. 商标审查评审疑难问题答疑	闭幕会
7月6日-8日	中华品牌商标博览会		

商标品牌节参会报名方式

请登陆中华商标协会官网 www.cta.org.cn 首页查看报名通知, 通过会员系统 <http://member.cta.org.cn/site/login> 进行报名注册。



中华商标协会微信公众号

会议报名联系人:

高倩儒: 18589642324

洪小梅: 18789979980

咨询电话: 0898-36360618

王虎: 15708916956

姚毓斌: 13098989498

邮箱: cbrand2015@163.com

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

订网：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。

企业家精神与“中华好商标”

- 4 商标是中国品牌最为重要的知识产权 本刊编辑部
15 满意度洞察：好商标好品牌的一个关键支点 齐中祥 南平

报道

- 10 “万慧达北翔杯”首届中华商标协会全国高校商标热点问题辩论赛开幕 马莉
21 武玉杰：秉承发现中国之美 打造酒杯里的中国 本刊记者 马君
23 小罐茶 大梦想 ——走进北京小罐茶业有限公司 本刊记者 王晶

专栏

- 审协之窗
11 做好五个“坚持”，为开创新时代知识产权事业改革发展新局面贡献力量 姜瑞斌

北京商标品牌创新示范区

- 31 第三届（2019）中华商标创意设计大赛宣介工作全面展开 北京商标品牌创新示范区

审协之窗

- 50 如何规范填写“商标说明” 林丹

法官说案

- 53 “在先使用并具有一定影响”条款中“使用”要件的判断 ——评海南海视旅游卫视传媒有限责任公司与商标评审委员会、东方风行（北京）传媒文化有限公司商标异议复审行政纠纷案 樊雪

法官说商标

- 58 商品化权益的司法认定 田芬

品牌江湖

- 17 互联网公司的起名门道 ——兼谈那些又长又拗口的品牌 牌姐

数据驱动品牌

- 18 发展全链条的知识产权服务 塑造良好营商环境 杨婧 沈唯杰 王亚捷

一家之言

- 25 品牌助力中国制造 ——“山寨”莆田和“品牌”晋江四十年之我见 贾敏
29 《商标法》首先保护谁的利益？ ——一场商标热点问题辩论赛引起的思考 黄丽

4·26聚焦

- | | |
|-------------------------|---------|
| 33 重大赛事中的品牌广告效应 | 袁博 |
| 35 体育明星姓名权与商标权的冲突与解决 | 廖翔坤 |
| 38 体育盛会特殊标志侵权中的“联想”认定标准 | 王奎宇 黄陈钢 |
| 41 刍议体育品牌标识及广告常见权利冲突 | 杨静安 |

海外维权

- | | |
|----------------------|---------|
| 46 中国企业商标海外被抢注的原因与应对 | 曹中强 杨敏锋 |
|----------------------|---------|

实务交流

- | | |
|-----------------------|------------|
| 62 “单纯性囤积商标”属非正常申请行为 | 熊培新 |
| 71 老字号知识产权纠纷的类型化及裁判原则 | 金民珍 徐婷姿 袁田 |

评案说法

- | | |
|----------------------|-----|
| 67 姓名权在商标异议及无效案件中的适用 | 蒋秀华 |
|----------------------|-----|

知识产权领域院长论坛

- | | |
|-----------------------|---------|
| 75 小议艺名、艺名商标及其承载利益的归属 | 黄武双 付贤会 |
|-----------------------|---------|

简讯

- 9 2018年全国法院新收知识产权案件超33万件
- 65 商标品牌为桂林土特产增光添彩
- 78 四川地标品牌运营论坛在成都举行

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
www.wanhuida.com

1 总部：北京市海淀区中关村南大街1号
2 友谊宾馆副楼写字楼

商专知识产权
SBZL Intellectual Property

保护知识产权，商专与您同行

服务项目
商标：商标注册、商标监测、中国驰名商标
专利：专利申请、无效宣告、专利分析、高价值专利培育
科技项目：贯标、高企、科技金融、研发费审计
诉讼：专利诉讼、商标诉讼、行政诉讼
版权登记：美术作品、软件登记
国际商标业务：欧盟商标、马德里国际注册、单一国家注册
国际专利业务：PCT国际专利、欧洲专利、美国专利、日本专利等
其他知识产权相关服务

400-864-8388 | 网址: www.sbzl.com/www.sbzl.cn | 邮箱: mail@sbzl.com

- 17. The Secret of the Internet Company's Name
- 18. Develop Intellectual Property Services Across the All Chain
- 25. Brand Helps Chinese Manufacturing
- 29. Whose Interests are First Protected by the Trademark Law?
- 33. Discussion on the Advertising Effect of Brands in Major Events
- 35. Conflict and Solution of Sports Star Name Right and Trademark Right
- 38. "Association" Recognition Standard in the Special Mark Infringement of Sports Events
- 41. On the Common Rights Conflicts of Sports Brand Logos and Advertisements
- 46. Reasons and Countermeasures for Overseas Trademark Registration of Chinese Enterprises
- 50. How to Fill in the Correct Write "Trademark Description"
- 53. Judgment of the "Using" Element in the Clause "Prior Using and Certain Influence"
- 58. The Judicial Determination of Commercial Rights and Interests

编者按

习近平总书记强调：“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。”为深入贯彻落实“三个转变”要求，助推商标品牌战略实施，并为以商标为支撑品牌经济高质量发展提供理论先导和实践经验，本刊与中国商标品牌研究院等有关单位联手开展了集体访谈，受访嘉宾为专家学者、市场监管和知识产权管理部门的各级领导、企业家，邀请嘉宾同题答问：商标是品牌的重要载体，也是品牌经济的关键支撑，要大力推动发展以商标为支撑的品牌经济。在您看来，应该如何理解和落实？现将部分嘉宾答问整理如下，以期抛砖引玉，引起理论界和实务界的更多探讨。

商标是中国品牌最为重要的知识产权

本刊编辑部



吴汉东 中南财经政法大学原校长、资深教授、博士生导师

品牌经济的发展有赖于商标品牌战略的有效实施

强化商标品牌战略实施，促进品牌经济发展，是当下中国知识产权工作的重要任务。品牌经济发展，就是高质量的经济。在经济全球化的今天，品牌是中国产品走出去的“绿卡”，也是中国制造业形象的“名片”，而商标是中国知名品牌的最为重要的知识产权。在世界贸易组织的制度框架下，商标保护是现代国际贸易体制的基本规则。国

际企业往往通过法律将技术、品牌优势转化为知识产权优势，并在世界贸易组织框架内将知识产权优势演变为市场竞争优势。可以认为，品牌经济的发展有赖于商标品牌战略的有效实施。中国目前是一个商标大国，但远远不是一个品牌强国。发展以商标为支撑的品牌经济，需要在以下几个方面做出努力：首先，应明确商标战略实施的政策目标是创建更多的知名品牌，而不能片面地在注册商标数量上做文章；其次，要重视知名品牌的国际保护，防止中国知名商标遭遇境外抢先注册，避免中国知名商标在跨国并购中的流失和退市；最后，通过商标保护营造具有中国特色的民族品牌，在凸显中国经济实力的同时，也让世界感知中国文化的深厚底蕴。注重商标保护，打造知名品牌，这既是提升企业核心竞争力的必由之路，也是提高中国国际市场影响力的重要途径。



毛基业 中国人民大学商学院院长、中国商标品牌研究院联席院长，教育部“长江学者”特聘教授

以注册商标为抓手，有助于大力推动中国品牌经济发展及全球化

发展品牌经济，背后暗含的其实是在新一轮国际竞争和市场经济发展的大洪流中，探寻一个新的出口。从宏观角度看，我国经济发展已经进入新常态，速度变化、结构优化、动力转换的特征越来越明显，习近平总书记提出“三个转变”为经济发展指明方向，打造品牌经济是适应新常态的必然要求；从企业角度看，随着市场竞争的广度和深度不断加剧，企业必须走出同质化竞争、价格竞争的传统老路，由产品创新、技术创新、商业模式创新等积极推进品牌创新，在品牌竞争中寻找出路。从消费者的角度看，品牌消费时代中消费者的决策逻辑在悄然改变，根据国际经验，一个国家人均国内生产总值达到3000美元时，就进入品牌消费时代，而我国早在十年前就已达到这个标准，从关注物美价廉到热衷于大品牌，再到现在追求个性化、小众品牌，消费者越来越在乎品牌传递的文化内涵及其自身的契合度。

品牌是一个多元综合集合体，而商标作为一种视觉标志，是品牌记忆的索引符号，也从法律层面上对企业及品牌进行保护，是品牌作为资产产权明晰的基础，也是品牌资产的重要构成。品牌丰富的文化与价值观内涵会凝结在商标上，在心理上与消费者进行连接，产生客户情感价值。以注册商标为抓手，有助于大力推动中国品牌经济发展及全球化。而如何将这一个大目标进行具体落实，除了需要国家、企业、消费者等多方共同努力，加强相关

理论研究以提供智力支持也是不可忽视的一方面，尤其需要第三方机构，即高校、科研机构、行业协会、认证、检测、咨询等生产性服务组织等来服务这一目标。



杜颖 中央财经大学知识产权研究中心主任、教授、博士生导师

对于品牌经济的发展来说，商标不是万能的，但没有商标是万万不能的

品牌是一个多维度的概念，从内涵来看，既有市场和营销的要素，又蕴含丰富的文化观念和价值取向，体现了企业及其产品和服务的影响力与知名度。品牌评估也是以商标为内核，涵盖专利、版权、企业文化、商业信誉等各个要素的综合判断结果。基于多维度概念这一基本属性，品牌价值的塑造以及品牌维护都必须采取立体化思维，从上述各个维度入手，综合运用知识产权创造及运营、市场推广、文化宣传等多手段和途径，打造品牌核心竞争力，讲好品牌故事。但是，从要素构成来看，对于品牌来说，商标是关键要素，是品牌的内核，品牌经济的发展也必须以商标为支撑，这归根结底是由商标所具有的内在功能决定的。商标的基础功能是识别来源，引导消费者由牌择物，因此，在对品牌价值发挥作用的诸多要素中，商标首先确定了品牌价值的归属，具有主体指向意义；其次，商标发挥品质保证和广告宣传功能，它既向消费者传递商品的品质信息，又督促并激励商品和服务的提供者保持甚至不断提高商品和服务的质量；同时，商标也是广告宣传的载体，是无声的推销员。正是藉由品质保证和广告宣传功能，商标维系品牌的连续

性，影响品牌市场表现，不断扩大社会公众对品牌的认知，并培养消费者对品牌的忠诚度；最后，商标还具有文化功能，商标标识往往带有某种积极向上的寓意，既有关人类对美好生活的憧憬，也表明企业发展理念；而当一个商标通过使用、广告宣传等为公众所熟知时，会超越单纯的商业标志意义，演化成为一种具有特定文化内涵的象征性社会符号，代表一种时尚理念和文化价值观，不同品牌的选择也透射出消费者不同的消费观和价值观。商标所发挥的文化功能强化了品牌的差异性和个性化，影响消费者对品牌的最初意象和后续联想，因此确定并逐渐丰富品牌概念和品牌的市场定位。由上所述，对于品牌经济的发展来说，商标不是万能的，但没有商标是万万不能的。



程虹 武汉大学质量发展战略研究院院长、教授、博士生导师

企业家、顾客需求、高质量是好商标好品牌的成长秘诀

“以商标为支撑品牌经济高质量发展”，何为“好商标”“好品牌”至为关键，而其成长秘诀在我看来就是企业家对顾客需求的创造性发现和高质量的满足。如果要排序三个关键词，那就是：企业家、顾客需求和高质量。

企业家之所以是好商标、好品牌成长的关键因素之一，就来自于好商标、好品牌实际上是企业家所创造的一种更有价值的资产，这种资产是一种能够不断生发出利润的价值来源。好商标之所以能被创造出来，不是哪个企业天然的喜欢一个所谓更响亮的牌子，或者有所谓更高的知名度，而是因为这

个商标是一种重要的无形资产，这种资产相对于有形资产会创造越来越大的价值，而且这种资产的边际利润是不断递增的。正是因为商标的这种效用，才激发了企业家投资商标，并打造商标良好商誉的创造性。所以，离开了企业家所谓好的商标就是空谈，即使有也保持不下去。

顾客需求之所以是好商标、好品牌成长的第二个关键因素，就来自于商标不仅是注册的一个logo或者标识，更是对客户的一种指引。反过来说更明确，顾客之所以需要商标，是因为看到商标后就会联想到商标所代表的某种特定的服务或产品，以及这个商标所带来的价值归属。因而，一个商标能不能称为一个好商标，一个品牌能不能称为一个好品牌，绝对不是只靠企业的广告或推广，当然更不能来自于某个行政机关的授予或评价，而只能是来自于消费者以货币为选票或者我们通常说的“用脚投票”的评价。所以说，好品牌和好商标一定是竞争出来的就是这个道理，从这个意义上来说，好商标好品牌评价的唯一标准，就是能不能更好地满足消费者的需要。

高质量之所以能成为好商标、好品牌成长的第三个关键词，原因来自于品牌的背后是品质。到底是什么在支撑一个好商标好品牌，如果仅仅是基于这个商标或品牌设计的好，或者说是推广的很有水平，人们追逐的就是这个商标或品牌的形象价值，那么这个商标或品牌的生命力一定是短暂的。其实，从理论上来分析，人们之所以需要商标和品牌，或者说人们之所以在传播一些更有认知度的好商标好品牌，原因只有一个，就是这个商标和品牌，传递出了某个产品和服务的质量水平。因为，质量作为一种附属于产品本身的固有属性，很难直观的被购买者所掌握，那么人们就需要一种更简洁、更直观的方式来传递产品质量，于是商标和品牌就承载了这样的功能。当我们去看一个好商标好品牌的时候，往往最直观联想到的就是它所代表的品质。很难说一个产品的商标品牌很好，而品质却很差。人们之所以会对一个好商标好品牌趋之若鹜，实际上看重的必定是这个商标背后代表的品质。



郁建兴 浙江大学公共管理学院院长、浙江省商会研究院院长，教育部“长江学者”特聘教授

把“找会长不找市长”做实，是让行业协会走上前台的最终目标

在落实“以商标为支撑品牌经济高质量发展”进程中，让行业协会走上前台任重道远。其中倡导公共政策是行业协会商会参与公共事务的重要途径，是行业协会商会代表行业、企业和社会公众的利益，主动参与到公共政策的议程设置、规则制定、政策执行等各个环节，协同政府共同推进公共政策的制定与完善。其实早在1999年，国家经贸委印发的《关于加快培育和发展工商领域协会的若干意见》中，就提出行业协会商会在经济政策、行业规划、行业标准制定等方面应发挥的作用。2007年，国务院办公厅出台的行业协会商会改革和发展的纲领性文件《关于加快推进行业协会商会改革和发展的若干意见》（国办发〔2007〕36号），全面、明确地表述了行业协会商会参与政策制定的职能，为行业协会商会影响政策实践行为提供了合法性。上世纪90年代，“找市场不找市长”曾经风行一时，在今天我们要继续落实市场机制在资源配置中决定性作用，同时要把“找会长不找市长”做实，是让行业协会走上前台的最终目标。

对标自贸区干实试验区，义乌以商标品牌引领高质量发展

商标品牌凝聚了质量、创新、信誉、文化等丰富内涵，成为支撑区域经济发展的重要元素。近年来，义乌深入实施商标品牌战略，大力发展品牌经



刘磊 浙江省义乌市委
常委、副市长

济，坚定不移地走以商标品牌引领高质量发展、创造高品质生活之路，商标品牌发展综合实力位居全国县市前列。截止2018年9月底，义乌有效注册商标量达到136209件，占到了全国的千分之八，浙江省的百分之七。从义乌市场主体数约占全国千分之三来看，义乌平均每个市场主体拥有的注册商标量是全国平均水平的2倍以上；2018年1至9月新增有效注册商标27984件，充分反映了义乌商标品牌跨越式发展的强劲势头。这些成绩的取得，是义乌经济社会高速发展的必然要求，也是义乌推进商标品牌领域“放管服”改革的阶段性工作成果。

义乌牢牢把握商标品牌与经济社会发展深度融合这一主线，全面优化商标品牌环境，不断凝聚市场繁荣发展新的竞争优势。2018年11月21日同一天里，中国义乌（小商品）知识产权快速维权中心挂牌成立，义乌商标受理窗口扩大业务范围试点工作启动，上海商标审查协作中心马德里商标国际注册义乌联络部揭牌，上海市工商局、浙江省市场监管局（知识产权局）和义乌市人民政府共同签订推进商标品牌国际化合作协议。在义乌商标受理窗口、小商品版权保护中心基础上，再次集聚落地多项国家级、省级知识产权服务资源，建成“三位一体”知识产权维权服务中心，走在了全国的前列。中心的建成为义乌企业带来了北京、上海等中心城市才具有的知识产权领域改革红利，实现在“家门口”即可办理马德里商标国际注册等知识产权事宜，办事成本大幅下降，办事效率大幅提升，这无论是对营造良好营商环境，加快建设开放型经济新体制，还是推动市场转型升级、提质增效都具有重要的意义。

2019年新年伊始，浙江省委、省政府正式批复《义乌国际贸易综合改革试验区框架方案》，为义乌送来“大礼包”，对义乌的改革发展具有划时代的里程碑意义。方案明确规定，到2020年，具有知识产权、自主品牌和高附加值产品出口总额比2018年翻一番，这就对商标品牌工作提出了新的更高要求。我们将认真落实义乌市委市政府“对标自贸区干实试验区”的工作部署，形成市场决定性作用与政府引导作用有机结合的商标品牌建设制度安排。坚持市场主导，进一步发挥企业作为品牌建设主体的作用，聚集企业家精神、工匠精神和企业创新精神，在市场竞争中产生被消费者认可的商标品牌，成为高质量的动力源、加速器和风向标。加快转变政府职能，将工作重心转到抓规划布局、抓宏观统筹、抓政策激励、抓标准制定、抓监管执法等，不断充实商标品牌建设内容和活力，实现品牌强市建设走在前列，为义乌“世界小商品之都”高质量发展注入不竭动力。这是我们的历史使命。

一是要积极对接“品字标浙江制造”，深化品牌质量标准一体化建设。加快推进多种形式的品牌发展模式，着力推动品牌与标准、质量联动提升，同向发力，综合集成，以标准提升质量、以质量铸就品牌、以品牌树立信誉，推动商标品牌数量增量扩容，自主品牌的市场价值明显提升，商标发展指标全国领先的地位更加巩固。深化商标品牌创新与知识创新、技术创新、商业模式创新、新兴产业发展、新业态培育的融合，做大做强浙江制造品牌建设功能中心，打造具有义乌特色的“品字标”品牌。通过品牌输出、商标许可等方式，融入和服务“一带一路”建设，在国际贸易、国际合作中使用自主商标，开拓自主品牌商品境外销售渠道，提高自主商标产品出口比重。

二是要全力打响“义乌商贸”品牌，做强做大市场和贸易这一义乌最大特色优势的长板。以提升“义乌商贸”品牌的影响力、竞争力和持续发展能力为目标，积极探索依托集体、证明商标和服务商标注册的可能性，将义乌长期累积的大众贸易自由

便利化优势和贸易标准以法律形式保护起来。更多地释放溢出效应、衍生效应和放大效应，推动市场由产品供给向产品+服务转变，打造义乌商贸这一全球性“垄断”品牌，带动更多的优质品牌、产品和服务从义乌出口、进口和转口，打造万亿级贸易规模，建成世界领先的新型商贸中心。

三是要主动创新商标监管和保护方式，营造公平竞争的品牌发展环境。借助“标准+”、“信用+”、“互联网+”等执法机制，更好地发挥市场监管综合行政执法职能，建立与商事制度改革相适应的打击商标恶意抢注、侵权假冒工作机制，对商标侵权假冒行为实现全链条精准打击。拓展和完善“三位一体”知识产权维权服务中心功能，综合运用行政执法、司法裁判、仲裁调解、行业自律、社会监督等各种渠道，建立高效的行刑对接机制，实行侵权惩罚性赔偿制度，形成商标保护合力。善于倾听市场主体和创新主体的呼声，对进口转口贸易和跨境电商业务中涉及的平行进口、转运过境、定牌加工等商标纠纷问题，区别不同情况分类施策，采取宣传引导、信用承诺、行政提示、行政约谈、行政告诫等柔性监管方式，包容审慎监管。畅通海外维权诉讼和救济渠道，为企业品牌“走出去”和海外维权保驾护航。



苏旺 京东集团副总裁、知识产权部负责人

实施商标品牌战略，促进企业品牌发展，是推动经济高质量发展的关键环节

当今世界，市场经济的竞争已从产品竞争、技术竞争发展成品牌竞争，品牌将成为主导市场的关键因素。商标作为企业商誉的载体、企业品牌的外

在标志和法律化的体现，已成为企业参与竞争、占领市场的利器。实施商标品牌战略，促进企业品牌发展，是推动经济高质量发展的关键环节。企业作为国民经济的基本单位和经济活动的主要参与者，是商标品牌建设落地执行的主体。多年来，京东集团在商标管理和品牌建设方面不断探索和实践，围绕产品方略、产业方略、品牌经济方略，通过一系列制度性、机制性的设计和安排，扶持数万个中国品牌成长，通过三大品牌方略，激活企业家精神和工匠精神，推动产品实现规模化、品牌化、品质化。通过创建品牌，塑造品牌，把控品质，实现品牌价值提升。通过以上三大品牌方略，公司商标资产不断增值，商标品牌的附加值和竞争力随之提

高，品牌价值度和国际化影响力也迅速提升。京东成为中国电子商务领域受消费者欢迎和具有影响力的电子商务网站之一，在《财富》杂志每年公布的世界500强榜单中，京东连续多年上榜，充分体现了商标对品牌发展的重要支撑作用，二者的有机融合极大增强了企业软实力，提升了中国品牌的形象。目前，京东致力于商标品牌运营的创新，与国内外品牌商标合作推出商标联合品牌，正在努力打造一个商标品牌生态圈。未来，京东将继续依托商标工作深化企业品牌的建设、培育、保护和宣传，充分发挥商标在企业发展和经济发展中的积极作用，为全球客户提供更优质的产品和服务。

(访谈由南平、黎长志、马君、王晶、臧文如等执笔和整理)

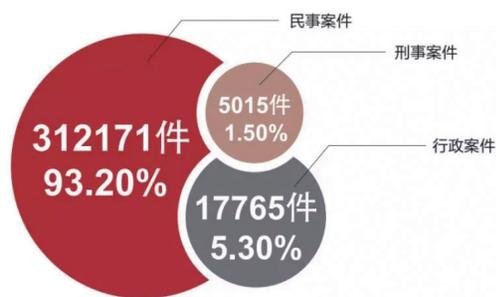
— 简讯 —

2018年全国法院新收知识产权案件超33万件

(本刊讯)近日，最高人民法院发布了《中国法院知识产权司法保护状况(2018)》白皮书。据白皮书披露，2018年，人民法院新收知识产权民事、行政和刑事案件数量达到334951件，比2017年增加97709件，同比上升41.19%。其中，地方各级人民法院新收竞争类一审案件数量(含垄断民事案件)增幅最大，同比上升63.04%，达到4146件。

据最高人民法院知识产权审判庭庭长宋晓明介绍，2018年北京、上海、江苏、浙江、广东五省市法院收案数量仍保持高位运行，新收知识产权民事一审案件185337件，占全国法院新收知识产权民事一审案件的65.39%。

为进一步优化知识产权案件管辖格局，整合知识产权审判资源，最高人民法院2017年批复在南京、苏州等11个市设立跨区域管辖的知识产权专门机构，在此基础上，2018年批复在天津、郑州、长沙、西安、南



2018年全国法院新收知识产权案件类型与数量图

昌、长春、兰州、乌鲁木齐8个市设立知识产权法庭。目前，除兰州、乌鲁木齐将于今年揭牌外，其他6家知识产权法庭已全部揭牌成立并开始正式运行。

此外，最高人民法院还通报了2018年中国法院十大知识产权案件和50件典型知识产权案例。

武玉杰：秉承发现中国之美 打造酒杯里的中国

本刊记者 马君



国美酒业集团董事长 武玉杰

记者：近年来，我国白酒行业群雄并起，市场竞争激烈。但源起自山东莒县的国美酒业，以纯粮酿造健康好酒为根基，运用商标品牌战略在众多的品牌竞争中脱颖而出。从鲁酒区域性品牌到一个能代表中国白酒的品牌，目前，国美酒业集团已经发展成为一家以白酒为基础，多产业布局发展的综合性酒业集团。在这里，想请您为我们读者介绍一下国美酒业的自身发展与成长历程。

武玉杰：国美酒业源于1927的仁和泰酒坊，它传承了山东莒县5000年优良传统酿酒文化的品质，又植入了互联网时代的创新基因，与时俱进，不断创新，以质量创品牌，以诚信立形象，逐步从一个区域性品牌发展到全国性的品牌。而今，正朝着国际化品牌大步前进。

记者：国美酒业独步酒林，勇立潮头，从名不见经传到抢占白酒行业制高点，一跃成为中国白酒市场的耀眼新星，在您看来这一切背后的秘籍何在？

武玉杰：品质与品牌，是国美酒业不断发展的基石。

记者：品质与品牌是企业发展的出发点和立足点。

武玉杰：国美酒业以诚信为发展理念，视品质为生命，以质量为本，在品质管理中，秉持“发现中国之美”的产品理念，不断创新和传承中国优良传统酿酒文化和技艺，匠心独运，致力于酿造国民好酒，以实至名归的精酿酒品，发现中国之美，打造酒杯里的中国。

记者：正是在品质与品牌的双轮驱动下，国美酒业异军突起，成为我国白酒行业的一枝独秀。有了这样的创新精神、工匠精神，国美酒业集团的产品被授予“老字号”“历史文化名酒”“中国最美酒厂”等荣誉称号，您也荣获了“2018年度品牌商标特殊贡献奖”。在坚守工匠精神成就民族品牌的

过程中，您怎样看待商标的力量？

武玉杰：商标是连接生产者和消费者的桥梁，它传递着企业的价值观、企业的文化、企业的精神、产品的品质技术和质量等信息。国际化品牌战略中，商标品牌知识产权是一个重要环节，是企业和国家发展的重要战略性资源和推动市场经济发展的强大动力。国美酒业对此早有深刻认识，在商标品牌保护方面采取了很多举措，如设立商标保护专门负责人，正确使用商标和产品名称，严格防范侵权等。多年来，国美酒业集团大力实施商标品牌战略，积极开拓海外市场，延伸品牌保护，不断提高品牌的知名度和美誉度。我们国美酒业人深知商标品牌发展的艰辛与不易，没有商标就没有企业和员工的生存发展，有了商标才有了我们品牌的今天与未来。

记者：近年来，国美酒业连续三年总协办中国国际商标品牌节引发热议。贵公司选择总协办商标品牌节的初衷是什么？

武玉杰：中国国际商标品牌节经过多年的培育发展，已成为我国商标界规格最高、规模最大、影响最广的盛会，也是全球最大的商标品牌国际盛会之一，被列为我国知识产权领域的重大宣传活动。商标品牌节这一重要平台，为国美酒业集团的品牌

发展提供了强大动力。与成千上万的中国国际商标品牌节参与者一样，国美酒业集团通过多次冠名商标品牌节，结识了更多合作伙伴，商标品牌运用能力不断增强，国际化品牌视野进一步拓展，品牌竞争力不断提升。愿在中华商标协会的鼎力帮助和指导下，通过商标品牌节将“国美酒”打造成中国酒类行业的知名品牌。

记者：不忘初心，牢记使命。国美酒业作为国内优秀的民族品牌，始终关注品牌建设，紧跟商标品牌战略实施脉搏，积极践行工匠精神，将企业自身经济活动与商标品牌经济发展紧密结合。最后，想请您结合国美酒业的实践经验，谈谈对我国民族品牌的发展的期待。

武玉杰：回首国美酒业的创业史，我们从成立之初就致力于品牌文化建设，高度重视商标品牌的保护，在商标品牌战略中，国美酒业始终坚持以诚取信、服务为本的宗旨，积极开拓市场，加强企业管理，争创高质量品质，努力培育品牌，以品牌塑造企业的竞争力和影响力，持续全力打造国美酒品牌的形象，并通过冠名航空公司客机、公益活动等方式，丰富了国美酒品牌内涵。

总结国美酒业运用商标品牌战略助力企业高质量发展的经验，我认为，未来我国民族品牌的发展

应注意以下几点：一是企业应始终如一地狠抓产品质量，确保持续稳定的产品质量，绝不可因贪一时利益而失去长期积累的品牌信誉；二是企业必须从战略的高度出发，加快发展具有自主知识产权的核心技术，形成自己的核心技术和核心竞争力，以此来提高品牌的核心竞争力；三是要加强品牌文化内涵的建设。必须在文化和品牌理念等方面下功夫，真正地形成具有民族和企业文化特色的独特品牌内涵，使品牌的内涵建设成为品牌发展的向心力和凝聚力，得到国内外消费者一致的理解和认同。■



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

四川扶贫

四川扶贫集体商标是我国第一件
响应全国消费扶贫政策的
省级区域性公益品牌商标标识



四川省扶贫开发协会

设计：超凡知识产权服务股份有限公司

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



离不开的品牌 说不尽的江湖

品牌江湖

喜马拉雅

由《中华商标》杂志社、月梅工作室、北京商标品牌创新示范区在喜马拉雅平台联合打造的融媒体项目“品牌江湖”已上线，欢迎大家扫描左下方二维码收听！



“品牌江湖”

精彩节目抢先看：

- 001 以前没钱买华为，现在没钱买华为？
- 005 买来卖去，始祖鸟到底是哪国品牌？
- 008 从无印良品到网易严选，去品牌化的时代来了？
- 010 从椰树椰汁到桔子酒店，消费女性却打了自己的脸？
- 013 猫爪杯为什么这么火？
- 016 美国 supreme 和意大利 supreme 的真假之争

.....

北京商标品牌创新示范区



第三届(2019)中华商标创意设计大赛
浙江(宁波)赛区启动仪式



第三届(2019)中华商标创意设计大赛西北工作启动仪式举行。



第三届(2019)中华商标创意设计大赛成都赛区召开大赛高校委员会。



第三届(2019)中华商标创意设计大赛山东赛区深入校园宣介。



第三届(2019)中华商标创意设计大赛山东分赛区启动仪式。



第三届(2019)中华商标创意设计大赛”主题沙龙在西安召开。



第三届(2019)中华商标创意设计大赛走进浙江传媒学院。

ISSN 1006-7531



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

