

CHINA TRADEMARK

中华商标®

2019年
/
07期

立足商标 | 服务企业 | 面向社会

潜江的虾稻共作模式很好，水稻不用农药，虾子长的环保，农民增收增效



诚信代理 自律执业

顶峰
DINGFENG

知识产权

为创意喝彩 · 为成果护航

商标 · 专利 · 项目 · 著作权

☎ 962540
@ www.dgg.net

咕咕狗 知识产权
一站式企业服务 | INTELLECTUAL PROPERTY

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

城市知识产权运营体系解决方案

一平台三中心

- 大数据平台
- 运营中心
- 服务中心
- 交易中心

线上线下 全面助力知识产权高质量发展

合作详询: 马女士 13696416456

尚标 | 尚标知识产权集团

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

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

400-711-0860

中国 国际 进出口 博览会 论坛 支持 单位

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

15年
知识产权服务经验

天誠聯合

北京天誠聯合知识产权代理有限公司
Beijing Tchl 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

鼎兴中国知识产权 · 宏扬中华民族品牌

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

中盟知产 ZMIP

ZHONGMENG IP 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

咨询电话: 010-68036092



获取全新、有效的营销策略、实战优化技巧。
汇聚全行业360快资讯信息流推广的经典案例，来这里，



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

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

多种服务
任您选择



智能商标查询

ai图形识别 | 大数据分析
深度学习



全球商标注册

全球覆盖 | 专业团队



全球商标续展

绝限监控 | 一键缴费



自动商标监控

AI技术 | 定期监控



时间戳认证

版权保护 | 秒获认证



知识产权战略

资深专家 | 定制服务



客户服务邮箱:

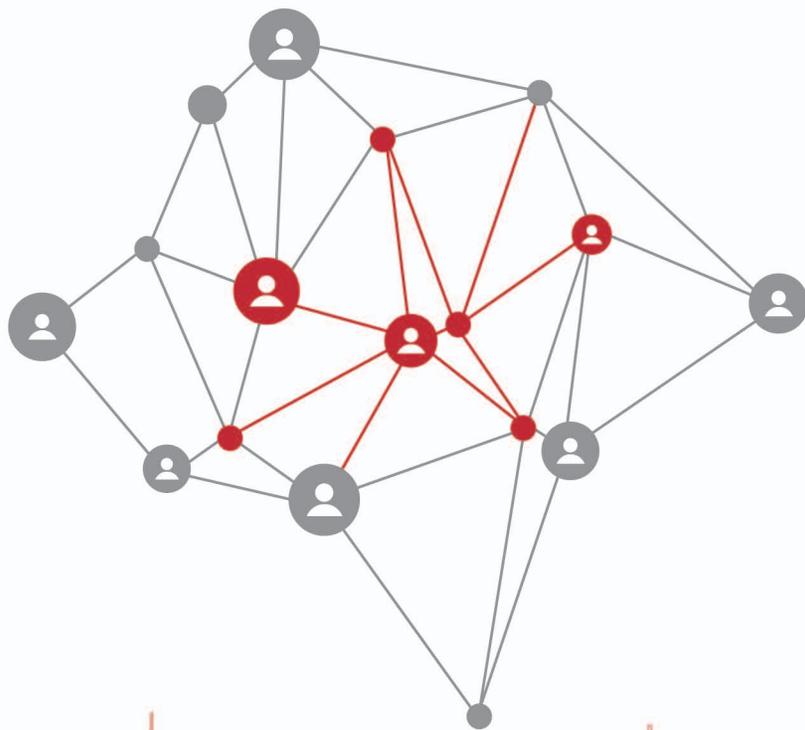
support@kangxin.com

SERVICE PLATFORM

康信服务平台

知识产权一站式解决方案

Service.kangxin.com | 🔍



KANGXIN

商标
全生命
周期
管理

- 商标查询
- 商标变更
- 商标地图
- 商标注册
- 商标转让
- 驳回复审
- 商标续展
- 商标异议
- 商标监控

中企商标鉴定中心



中企商标鉴定中心隶属于中华商标协会，是经北京市高级人民法院指定的知识产权鉴定机构，入选《北京市高级人民法院知识产权鉴定机构名册》。

主要业务包括：接受当事人委托，就涉及的相关商标专业性问题进行鉴定并出具专业法律论证意见书；提供商标法律咨询和知识产权咨询等服务。

中心设有专家委员会，由我国知识产权界、法学界享受盛誉的专家学者组成。

专家委员会成员（部分）：

姓名	工作单位	职务
刘春田	中国人民大学知识产权学院	教授
吴汉东	中南财经政法大学知识产权研究中心	教授
黄武双	华东政法大学	教授
杜颖	中央财经大学法学院	教授
蒋志培	最高人民法院知识产权庭	原庭长
宋淑华	最高人民法院知识产权庭	原法官
莎日娜	北京市高级人民法院知识产权庭	原审判长
钟鸣	北京市高级人民法院知识产权庭	原法官
蒋利玮	北京知识产权法院	原法官
余晖	湖南省长沙市知识产权和涉外商事审判庭	原庭长
吴群	原国家工商行政管理总局商标局	原副巡视员
田明珠	原国家工商行政管理总局商标局	原副巡视员
张月梅	原国家工商行政管理总局商标评审委员会	原处长
程永顺	北京务实知识产权发展中心	主任

联系人：张静玉 电话：010-68988171/13691050867

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

.....

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

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。

商标节专题

- 4 申长雨出席第十一届中国国际商标品牌节开幕式并致辞 本刊记者 马君
- 6 第十一届中国国际商标品牌节在银川隆重举行 本刊记者 马君
- 10 加强商标品牌保护 共建创新发展之路
——2019中国商标年会综述
- 16 2019中华品牌商标博览会圆满落幕
- 18 第十一届中国国际商标品牌节各大奖项揭晓
- 27 “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决赛
在银川举行 本刊记者 马君
- 30 加强知识产权行政保护 营造良好营商环境
——访国家知识产权局知识产权保护司巡视员毛金生 刘永
- 31 开拓新思路 推进知识产权事业向更深层次发展
——访宁夏回族自治区市场监督管理局（自治区知识产权局）
党组副书记、厅长（局长）罗万里 刘永
- 33 2019银川地理标志商标品牌价值排行榜发布 臧文如
- 37 2018-2019优秀商标代理案例评选结果发布 张静玉

区域品牌发展领导力对话

- 45 杭州市余杭区家纺服装产业创新发展研究
——基于区域品牌管理的视角 汪基强 南平 李安渝

专栏

- 审协之窗
- 51 浅析商标具有不良政治影响的情形 范明华
- 法官说案
- 54 同一权利人在先商标的商誉能否延及在后商标的考量因素
——评析北京大旺食品有限公司诉国家知识产权局等商标权无效宣告
请求行政纠纷案 吴斌
- 法官说商标
- 58 知名作品名称、角色名称保护的法律适用 杨振

实务交流

- 63 对使用虚假材料提交商标注册申请行为的思考和规制建议 徐楠楠
- 77 初创企业需要知道的商标那些事儿 池欣欣

理论研讨

- 66 自贸区商标平行进口探析 熊英 丁宁
69 论商标被动使用的法律效果归属于商标权人的合理性 刘珂 张伟弘

评案说法

- 72 欧盟第12442166号三道杠商标无效案述评 杜颖

简讯

- 36 国知局: 2019年1-6月累计受理各类评审案件申请198219件
44 《商标侵权判定标准探讨》征稿函

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

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

商专知识产权
SBZL Intellectual Property

服务项目: 商标、专利、
科技项目、诉讼、版权登记、
国际商标业务、国际专利业务、
其他知识产权相关服务

保护知识产权，
商专与您同行

全国统一免费服务热线: 400-864-8388 | 网址: www.sbzl.com/www.sbzl.cn

6. The 11th China Trademark Festival was Held in Yinchuan
10. Summary of 2019 China Trademark Annual Meeting
16. 2019 China Brand Trademark Expo ended Successfully
18. The 11th China Trademark Festival Awards Announced
27. The Finals of the First China Trademark Association National University Trademark Hot Issues Debate Competition was Held in Yinchuan
33. 2019 Yinchuan GI Trademark Brand Value List Released
37. 2018-2019 Outstanding Trademark Agency Case Selection Results Released
45. Research on Innovation and Development of Home Textiles Industry in Yuhang District of Hangzhou
51. Analysis of the Situation that Trademarks Have Political Adverse Effects
54. Whether the Goodwill of the Same Right Holder's Prior Trademark Can Be Extended to the Consideration of the Post-trademark
58. The Application of Law of Protection of Names of Well-known Works and Characters
63. Thoughts and Regulatory Recommendations for Submitting Trademark Registration Applications Using False Materials



申长雨出席 第十一届中国国际商标品牌节开幕式并致辞

本刊记者 马君

7月6日，第十一届中国国际商标品牌节在银川开幕。国家知识产权局党组书记、局长申长雨出席开幕式并致辞。申长雨在致辞中表示，当前，中国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，人们对美好生活充满了更高的期待，生活讲品质，消费重品牌。商标是品牌的主要表现形式，是对品牌进行法律保护的重要载体，也是重要的知识产权类别。本届中国国际商标品牌节的主题是“加强商标品牌保护 共建创新发展之路”，非常契合当今发展的现实需要。加大知识产权保护力度，大力发展品牌经济，支撑创新驱动发展，对建设现代化经济体系、推动经济高质量发展具有重要的现实意义。

申长雨指出，党中央、国务院高度重视品牌建设和知识产权工作。习近平总书记强调，要提高企业自主创新能力和国际竞争力，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。有力指导和推动了全社会凝聚

品牌发展共识，营造品牌发展氛围，提升中国品牌影响力。去年在“一带一路”知识产权高级别会议上，习近平总书记专门致贺信祝贺，并要求与会各方加强知识产权合作，将“一带一路”建设成为创新之路，造福各国人民。前不久召开的第二届“一带一路”高峰论坛上，习近平总书记在主旨演讲中又进一步强调要加强知识产权的国际合作，知识产权保护的国际合作，营造更好的创新生态环境。李克强总理对今年中国品牌日活动专门作出批示，强调要引导企业大力弘扬专业精神、工匠精神，坚守诚信，追求卓越，在市场公平竞争、消费者自主选择中涌现更多享誉世界的中国品牌。

申长雨介绍了国家知识产权局围绕贯彻落实党中央、国务院决策部署，在推动商标品牌建设，支撑经济高质量发展所做的积极举措。

一是持续推进商标注册便利化改革。国家知

识产权局积极落实习近平总书记关于提高知识产权审查质量和审查效率的重要指示，以及国务院深化“放管服”改革有关决策部署，深入实施商标注册便利化改革三年攻坚计划，加快建设新一代智能审查系统，简化商标事务办理手续和流程。今年上半年，商标注册申请达343.8万件；完成商标注册351.5万件，同比增加67.8%；商标注册审查周期缩减到5个半月以内。截至目前，我国商标有效注册量超过2274万件，稳居世界首位，平均每5.2个市场主体就拥有1件有效商标。同时，不断加大对商标恶意抢注和囤积行为的打击力度，引导申请人合理使用商标，让商标功能回归初心和本源。

二是引导企业更加注重商标品牌培育。近年来，国家知识产权局积极推动商标品牌培育和建设，加强知识产权优势示范企业培育，引导企业打造更多立得住、叫得响、具有广泛认可度的商标品牌，助推品牌经济发展。深入开展商标品牌富农工作，运用农产品商标和地理标志商标实施精准扶贫，壮大地方特色经济。企业创品牌、大众爱品牌的氛围日益浓厚，中国优质品牌不断涌现。不久前刚刚发布的BrandZ全球最具价值品牌百强榜中，中国上榜品牌数量增加到15个，全球消费者对中国品牌的认可度也正在不断提升。

三是不断加大商标品牌保护力度。一方面，推动健全商标侵权惩罚性赔偿制度，今年4月，全国人大常委会对商标法做出修改，将恶意侵犯商标专用权的赔偿数额，由修改前的最高三倍提高到五倍，将法定赔偿额上限从三百万元提高到五百万元，大幅提高了侵权违法成本。同时，国家知

识产权局与有关部门联合开展知识产权执法专项行动，集中力量查处商标侵权假冒违法行为，今年上半年共查处商标违法案件1.15万件。

四是积极推动商标品牌国际合作。中国不仅是商标申请大国，也是国外企业注册商标的主要目的地，特别是作为商标国际注册马德里联盟重要成员国，去年，中国申请人提交的马德里商标国际注册申请达6900件，今年上半年接近3000件，在欧盟、美国之后，稳居联盟第三；上半年国外来华马德里商标国际注册申请3.67万件，位居联盟前两位，可以说，中国已经成为推动马德里申请整体增长的重要力量。世界知识产权组织总干事高锐赞扬中国正逐步成为全球创新和品牌的引领者。下一步，将进一步深化商标领域国际合作，为实现商标品牌国际化发展、打造全球知名品牌创造更好的国际营商环境。

申长雨表示，中国国际商标品牌节迄今已成功举办了十届，在国内外产生了广泛影响，已经成为展示中外商标品牌文化，推动中国品牌走向世界的重要平台。希望大家借助这次活动，相互交流经验，分享信息，深化合作，为加强商标品牌建设，助推品牌经济发展，共同建设创新之路，贡献智慧和力量。■



《商标侵权判定标准探讨》 征稿函

商标侵权判定是商标专用权保护的核心问题，是商标行政执法机关查处商标侵权案件的重要工作内容。商标侵权判断标准是商标侵权判定的出发点和基本依据，因此，相关标准的制定尤为重要。目前仅在《商标法》和《商标法实施条例》中对商标侵权判断标准进行了原则性规定，但缺乏细化的、可操作性强的系统性标准。今年6月中华商标协会接受国家知识产权局知识产权保护司委托，承担了《商标侵权判断标准制定的实证分析项目》，本项目拟通过实证分析，制定出细化的、可操作性强的商标侵权判断标准，为行政执法提供指引、为司法实践提供借鉴、为立法提供参考。

为倾听来自理论和实务界的声音，充分吸收各方意见或建议，本刊将开设《商标侵权判定标准探讨》专栏，为此项目的顺利进展提供新的思路、方法和素材，也为业界更多关注此议题广开言路，积思广益。

-
- 1、征稿要求：注重理论探讨和实务交流，实践案例分析，字数控制在3000字以内。
 - 2、来稿将根据具体情况刊登在《中华商标》杂志及其微信公众号。
 - 3、投稿方式：请将稿件以“商标侵权判定标准征文+题目”的格式命名，发送至杂志社邮箱China.trademark@263.net.cn。
联系电话：010-68983165
 - 4、投稿时间：2019年8月-至2020年6月。

欧盟第12442166号三道杠商标无效案述评

杜颖

2019年6月19日，欧盟普通法院第九法庭针对欧洲比利时鞋品牌与阿迪达斯有限公司（下称“阿迪达斯”）之间关于第12442166号三道杠商标（商标图样见下图一，下称“12442166号商标”）无效宣告争议做出判决（案件号为T-307/17），支持了欧盟知识产权局第二上诉委员会于2017年3月7日做出的认为涉案三道杠商标无效的决定（案件号为R1515/2016-2），基本理由为争议商标不具有内在显著性，而申请人也未能证明争议商标已在整个欧盟范围内通过使用获得显著性。涉案争议商标由阿迪达斯于2014年5月21日注册，注册号为12442166，申请注册的商标使用的商品为《商标注册用商品与服务国际分类尼斯协定》第25类商品的“服装；鞋；帽”。^[1]

此案判决很快在中国相关媒体上发酵，有评论称“阿迪达斯痛失三道杠”，也有的称“三道杠商标失效”。其实，欧盟普通法院第九法庭判决认为应被宣告无效的只是用于服装、鞋和帽商品上的12442166号商标，阿迪达斯拥有的与三道杠相关的欧盟商标还有很多，如分别在袖子和裤边上使用的003517588号三道杠商标（见图二）和003517661

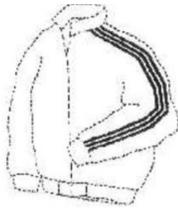
号三道杠商标（见图三），这些商标并未被宣告无效。而且，该案结论仅针对阿迪达斯在欧盟注册的12442166号三道杠欧盟商标，从根本上说，案件结论对阿迪达斯在欧盟之外注册的商标并无影响，甚至不影响阿迪达斯在欧盟各成员国国内注册的同一图形商标的有效性，因为该标识在这些成员国有可能已经通过使用获得了商标显著性。另外，目前来看，该案判决并非终审判决，阿迪达斯还可能继续上诉。因此，无论如何，“痛失三道杠”“三道杠商标失效”的说法都是不准确的。

本文无意针对上述这些误读做出具体评判，而是对欧盟普通法院何以做出12442166号商标应予无效的判断以及该判断对我国相关案件是否有影响做出解读。在仔细研读案件判决文本后，笔者以为，欧盟普通法院的判断基础在于三方面：其一、对12442166号商标的图形标识、商标使用做严格的限缩解释；其二、对商标通过使用产生显著性的证据做严格筛选；其三、对于欧盟商标来说，使用产生显著性的地域范围做严格界定，即全欧盟境内。

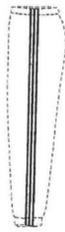
本栏目由
上海百一知识产权代理有限公司协办



图一



图二



图三

一、对12442166号商标中图形的理解

普通法院在判决一开始即强调：要对图形商标的图形范围给予严格限缩解释。首先，法院指出，注册商标应当基于并限于申请人向欧盟知识产权局所提出的注册申请，不应考虑在注册申请中或者附随文件中未列明的商标特征。其次，对于图形商标而言，商标申请人理应提交一份与其希望获得保护的准确对应的商标图样，旨在于确定注册商标本身，进而确定对注册商标所有人所提供的确切的保护对象。商标一经注册，所有人不能针对该注册商标主张比商标图样所提供的保护更为宽泛的保护。最后，如果注册申请中包含说明，则该说明必须结合图样同时考虑。基于严格限缩解释的原则，结合涉案商标图样和说明，普通法院认同上诉委员会对涉案争议商标构成的具体认定：它由三条垂直的、平行的、细黑色条纹组成，背景为白色，高度大约是宽度的五倍。它所表现出的特征在数量上相对较少，包括高宽比（约5:1）、黑色条纹之间等距的空白以及平行条纹。据此，普通法院概括的涉案争议商标的图形的特征应有七项之多，即：1.条纹数量为三条；2.每个单条纹的方向为垂直；3.条纹彼此之间平行；4.条纹彼此之间等距；5.条纹颜色为黑色；6.条纹背景为白色；7.条纹的高宽比大约为5:1。

对12442166号商标中的图形，阿迪达斯则有不同的理解，它认为图形商标不需要指明尺寸和比例，结合争议商标注册申请文件中的商标图样和商标说明可以得出争议商标是一个“连续图案商标”[也称“纹样商标”（pattern trademark）]，可根据其所应用的商品以不同尺寸和比例进行再现；构成争议商标的三条平行等距条纹可以不同方式进行延伸或剪裁，包括以倾斜角度剪裁。

上诉委员会和普通法院则认为，只有当一个图形商标[只包含]一组有规律地[被]重复的元素时，它才可以[视为]连续图案商标。而无论是从争议商标的



图样还是该商标的说明来看，均都不能明显看出争议商标是由一系列规则地可重复的元素组成。

关于连续图案商标的分歧体现了阿迪达斯和法院对商标说明的不同理解。在申请文件中，阿迪达斯对图形做出的商标说明是“商标由三条平行等距的同等宽度的条纹组成，可以以任何朝向应用在商品上”。按照阿迪达斯的解释，说明中没有限定高度（长度），因此可以延伸或剪裁；说明中没有限定朝向，因此可以以倾斜角度剪裁。而普通法院则认为，商标说明中没有指出长度可以变动或者斜角切割，因此延伸或剪裁或倾斜角度剪裁后形成的图形都不是争议商标。某种程度上，阿迪达斯从开放视角理解商标说明，认为说明中未加明确限定的即为符合图形特征；而欧盟普通法院是从严格封闭的视角理解商标说明，认为说明中未加明确解释的即为不符合图形特征。一言以蔽之，普通法院认为，要么在商标图样中直接显示出是连续图案商标，要么在商标说明中直接明确地描述出是连续图案商标，否则就无法主张连续图案商标。

二、对12442166号商标使用的理解

在评述12442166号商标是否通过使用获得显著特征前，首先应当界定“商标使用”的概念。阿迪

达斯主张，上诉委员会对“允许变异规则（law of permissible variations）”适用不当。

根据变异允许规则，只要实际使用的商标并未改变商标的显著性特征，则与注册商标不完全一致的标志的使用也视为注册商标的使用。阿迪达斯主张，未改变商标所注册形式下的显著特征的使用，即便在使用元素上有所不同，也视为对该商标的使用，在商标申请注册或者无效案件中评价商标是否通过使用获得显著特征的“使用”标准，应当与不使用撤销案件中评判商标是否进行真实性使用的标准一致。普通法院支持了阿迪达斯关于商标使用概念的主张，确认商标使用不仅指以提交注册的形式使用商标，而且还包括未改变显著特征的使用形式。

为证明争议商标通过使用产生了显著性，阿迪达斯提交了接近12000页的证据，包括显示三道杠图形商标图案的产品目录、宣传材料、与营业额和营销广告费用有关的数据、市场调研报告等。然而，普通法院一方面基于严格限缩解释对12442166号商标界定了七项之多的特征，另一方面又认为该商标标志极为简单，即使是轻微的差异也会导致对该商标在注册时的特征有重大改变。结果导致在很多情况下排除了“变异允许规则”的适用，进而排除了大量的证据。例如，普通法院认为颜色反搭

配的情形不构成争议商标，因此排除了黑（或深）底的三道白色（或浅色）条纹标志作为商标使用的证据；斜条纹的使用改变了争议商标的显著特征，因此不构成争议商标的使用。普通法院还排除了仅能证明构成商标使用但无法证明使用规模、持续时间以及给相关公众对商标的认知带来影响的商标使用证据，没有采信申请人提交的关于营业额、营销广告费用方面的数据证据，认为这些数据与阿迪达斯企业有关，而不是仅与争议商标直接联系在一起。针对市场问卷调查证据，普通法院又认为问卷有的涉及到的标志与争议商标的形式并非“大致相同”，或者调查的目的是商标使用导致混淆可能性，而不是使用获得显著性。

实际上，虽然普通法院认可“允许变异规则”的适用，但按照其极度严格的审查标准，其认可的构成商标使用的在案证据是极为有限的。

三、对使用产生显著性地域范围的理解

普通法院指出，对于一开始在所有成员国都不具有显著性的商标，只有在证明该商标通过在整个欧盟范围内使用而获得显著性，才可对该商标进行注册。这是对欧盟商标通过使用获得显著性的地域范围的界定。该标准在Société des produits

Nestlé v. Mondelez UK Holdings & Services一案^[2]中确立，涉案标识为雀巢的Kit Kat巧克力四条立体形状商标，案件一直打到欧洲法院（CJEU），法院最终认定欧盟商标要想通过证明经由使用产生显著性而获得注册，就必须证明在全欧盟境内获得了显著性，而不是欧盟的实质部分（substantial part）。当然，和欧盟法院在前述案子中的观点一样，普通法院也认为，不要求注册人提交在各个成员国通过使用商标获得显著性的证据，这不合



情理，^[3]但提交的证据必须能够证明其通过使用在欧盟成员国范围内获得商标显著性，为此特别指出了两种证明路径。其一为跨境经营证据，即运营商将几个成员国聚集在同一分销网络中，并将这些成员国视为同一国家市场，尤其是出于营销战略目的。在这种情况下，跨境市场范围内使用商标的证据可能与所有相关成员国相关。其二为相关市场证据，即当由于两个成员国之间地理、文化或语言相近，第一个成员国的相关公众对第二个成员国市场上的产品和服务有充分的了解时，一个成员国市场范围内使用商标的证据可能与其他相关成员国相关。

普通法院指出，申请人既没有提交跨境经营证据，也没有对分别在五个成员国进行的市场调查是否能够辐射到其他23个成员国进行充分论证。有关申请人的营业额及其营销广告费用数据，是在各成员国自行收集，仅凭这些数据不足以证明存在由不同成员国组成的一个或多个跨国市场。申请人提交的使用产生区别性的市场调查仅在五个成员国进行，仅涵盖欧盟部分地区，申请人没有论证，由于经营者组织的分销网络和营销战略，或是由于相关公众的了解状况，23个成员国的国内市场，可与进行调查的五个成员国的国内市场相提并论。

四、结论

基于前文对欧盟12442166号三道杠商标无效案的解读，我们不难看出，欧盟普通法院之所以认定12442166号三道杠商标无效，是因为对商标图形做了非常严格的限缩解释，对变异允许规则进行了严格限定的适用，因此大量排除了阿迪达斯认为属于图形商标说明范围的商标使用证据和“大致相同”的商标的使用证据。其次，按照与争议商标的使用产生显著性具有直接相关性标准，普通法院对阿迪达斯提交的证据进行了严格筛选，又排除了一批证据。最后，普通法院要求使用产生显著性的地域范围必须及于全欧盟境内，设置了非常高的证明门槛。按照普通法院在其判决中所持的审查标准，阿



迪达斯要证明12442166号三道杠商标通过使用在全欧盟境内获得了显著性，困难重重。

接下来，阿迪达斯是否会继续上诉？如果上诉，在上诉程序中，它是否能够说服上诉审法院采取一个相对缓和的标准，成功证明涉案商标已经在全欧盟境内获得了显著性？抑或是阿迪达斯完全以“连续图案商标”的标准提交新的注册申请，结果是否会有所不同，我们还拭目以待。

五、余论：欧盟12442166号三道杠商标无效案与中国相关三道杠案件的关系

必须首先强调的是，在我国，目前与阿迪达斯三道杠相关的案件涉及到的争议商标不是12442166号三道杠商标，例如阿迪达斯与泉州市鞋业协会争议的三道杠商标是注册号为G948935和G876661的图形商标，是使用在袖边和裤腿侧边上的三道杠商标，商标图样如上图二、三所示。^[4]因此，抛开商标权产生和保护的地域性不谈，欧盟12442166号三道杠商标无效案对我国相关案件没有直接影响，因为争议的标志无论是商标图样还是商标说明均不相同。值得提出的是，G948935和G876661商标是国际注册商标，其获准注册已长达十多年，在其它国家并未受到显著性方面的质疑；且G948935商标的基础注册正是前文所述的003517588号注册有效的欧盟商标。

当然，由于都涉及到图形商标的显著性判断问题，分析欧盟普通法院采用的判断标准和我国审查审理机构及司法机关采用的判断标准的异同，在一

一定程度上却可以预判我国相关三道杠商标争议的可能走向。

首先，关于图形商标构成的界定，我国法律法规和部门规章都没有一个比较明确的指导性规定，也无法确定立法和实践究竟应该采严格限定解释还是相对缓和的解释。目前，图形查询分类的实践是依照《商标图形要素国际分类维也纳协定》，将使用在商标中的图形按照构成类型划分成29大项、144个小项、1887个类项；图形要素分为具象的事物、抽象的几何图形、文字三个集合。^[9]笔者以为，具象的事物和文字组成的图形，因为受确定的事物意象和文字含义的限制，宽泛解释的空间有限。但是，对抽象几何图形，主观上可以有不同的意象想象，客观上也存在图形延展的空间。因此，像三道杠这样的抽象几何图象构成的图形商标，立法和实践如果对其采取缓和的解释是具有可行性的，只是看政策层面的取舍：或宽或严，或取中间。欧盟普通法院选择了最严格的标准。

其次，关于变异允许规则的适用，我国审查机构和司法机关都予以认可。早在2000年3月3日，国家工商管理局商标局针对陕西省工商行政管理局的请示作出了《关于注册商标中文字使用问题的批复》(商标案(2000)96号)，对字样改变是否构成注册商标改变的问题进行了判断。在下列图示标志中，商标局认为只有“采乐”字样的使用构成注册商标的改变。



《商标审查审理标准》规定，商标注册人提交的使用证据如果改变了注册商标的主要部分和显著特征，则不能认定为注册商标的使用。质言之，如果未改变注册商标的显著特征和主要部分则认定为注册商

标的使用。《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》在第26条第2款规定，“实际使用的商标标志与核准注册的商标标志有细微差别，但未改变其显著特征的，可以视为注册商标的使用”。在再审申请人东莞厨味加工厂与被申请人商标评审委员会、一审第三人重庆厨味公司商标撤销复审行政纠纷案中，东莞市厚街厨味食品加工厂申请注册第1423623号商标是文字“厨味”商标，但其实际使用的是“厨味及图”商标、“厨味chuwei及图”商标。最高人民法院在判决中指出，虽然在案证据显示东莞厨味加工厂在鸡粉商品上使用的商标与诉争商标有所差别，但是其使用的“厨味chuwei及图”及“厨味及图”标志显著识别部分均为文字“厨味”，与诉争商标相同，并未改变诉争商标显著特征，可以视为诉争商标的使用。^[6]

上述实例主要涉及连续不使用的撤销案件，在商标申请注册或者无效案件中，笔者认为也可以适用变异允许规则。总体看，我国审查机构和司法机关对变异允许规则采用了相对宽松的适用标准，对于图形商标是否也采用与文字商标类似的标准，目前实践部门的态度还不明朗。相对而言，欧盟普通法院采取的是非常严格的标准。^[7]

作者单位 中央财经大学法学院

注释

- [1] 该案具体情况见判决Case T-307/17 (June 19, 2019)。
- [2] Cases C-84/17 P, C-85/17 P, C-95/17 P (July 15, 2018)。
- [3] Use of A Trademark, 109 Trademark Reporter 512, 522 (2019)。
- [4] 参见北京市高级人民法院行政判决书(2016)京行终3052号，判决书3056。
- [5] 胡刚、刘宁：《图形商标的查询及展望》，《中华商标》2019年第5期，第76页。
- [6] 参见中华人民共和国最高人民法院行政判决书(2017)最高法行再47号。

精彩瞬间



国家知识产权局党组书记、局长申长雨出席第十一届中国国际商标品牌节开幕式并致辞



中华商标协会会长马夫主持第十一届中国国际商标品牌节开幕式



中国工程院院士孙九林在第六届中国品牌经济高峰论坛上发言



商标审查审理实务论坛



商标典型案例评析论坛



集佳沙龙



国际商标法律动态论坛



INTA论坛



商标审查审理疑难问题答疑



商标国际注册马德里体系用户圆桌会



“唤醒·开放·利用——商标大数据与品牌经济发展”交流研讨活动

2019

中华品牌商标博览会



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

