

CHINA TRADEMARK

# 中华商标<sup>®</sup>

2019年  
/  
08期

立足商标 | 服务企业 | 面向社会



潜江龙虾 世界共享

# 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

北京天誠聯合知識產權代理有限公司  
Beijing Tchl Intellectual Property Agency Co., Ltd.  
北京市朝陽區東三環中路9號富爾大廈704室  
WWW.BJTCLH.COM  
IP@bjtclh.com

業務部: 010 - 6595 8121  
法律部: 010 - 6595 8122  
辦公室: 010 - 6595 8123

鼎興中國知識產權 · 宏揚中華民族品牌

**DINGHONG**  
鼎宏知識產權

知識產權全產業鏈服務商

2017-2018年度  
全國優秀商標代理機構

DINGHONG I.P.R. 全球服務熱線: 400-6811-508  
www.dhipr.com

北京 · 雲南 · 四川 · 河南 · 重慶 · 陝西 · 貴州 · 西藏

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

® 商標 | ® 專利 | ® 版權 | 項目申報 | 法律服務

**一站式知識產權法律服務機構**

2019年度優秀商標代理機構  
中華商標協會理事單位

☎ 服務熱線 400-838-7066

地址: 南京市建邺區奧體大街68號4B棟18樓  
www.zmipo.cn

諮詢電話: 010-68036092

立足商标 · 服务企业 · 面向社会

中华商标

CHINA TRADEM

# 中华商标®

2020年  
征订

06期

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，是商标品牌从业人员的必读刊物，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、审协之窗**等。2020年杂志征订工作正在进行中，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

电话：010-68036092

户名：《中华商标》杂志社

传真：010-68036092

帐号：0200048509200529372

开户行：工行北京复外支行

地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003《中华商标》杂志社收。



- 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。

二〇一九年第六期

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		

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](mailto: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。

## 知识产权领域院长论坛

- 4 大数据技术助推商标支撑品牌经济发展 杜颖
- 8 品牌建设、知识产权与经济高质量发展 苏平
- 11 商标领域中的反公地悲剧及其治理 李扬
- 14 司法实践中“老字号”的裁判考虑  
——从“义兴张”商标与字号的历史谈起 郑璇玉 鞠丽雅

## 商标修法大家谈

- 19 商标法框架梳理和优化课题报告（一） 黄晖 卢结华

## 实务交流

- 26 商标驳回复审行政诉讼策略 王奎宇 陈少兰 李晓岩
- 54 中菲国际贸易中我国企业品牌风险的防控对策 何培育 李源信

## 专栏

### 审协之窗

- 33 商标删减商品和部分注销的区别 徐霖

### 法官说案

- 36 商标显著性判断中通用名称的认定 陈曦

### 法官说商标

- 41 “以其他不正当手段取得注册”条款的适用  
——评维多利亚的秘密公司诉商标评审委员会、第三人庆鹏公司商标权  
无效宣告请求行政纠纷案 杨思义

## 评案说法

- 34 从“ZHRH”商标异议案看主观因素对商标近似判断的影响 黄丽
- 46 从“Going Down”案看商标法“不良影响”条款的适用 魏宵林
- 50 影视作品名称和角色名称的“在先权益”保护 王顺存
- 58 商标侵权判定中需考虑个案的历史因素  
——天津鹦鹉乐器有限公司诉北方国际集团天津同鑫进出口有限公司、  
天津市森德乐器有限公司侵害商标权及不正当竞争案 史凡凡 胡浩
- 71 商标权的保护范围应当以其权利基础的正当性为边界 蔡伟 陈颖

### 理论研讨

- 62 商标延伸注册的缘起、正当性及适用条件探讨 陆莹莹  
75 制度供给理论视角下的商标授权确权制度探析 刘洲东

### 一家之言

- 67 注册商标不使用撤销制度中商标使用的范围标准 郭斯伦

### 简讯

- 7 “麦旋风”因构成对驰名商标的复制摹仿被宣告无效  
13 美图魅族商标争议 外形服务均构成类似被法院驳回  
29 “山东腾讯”侵犯“腾讯”驰名商标被判赔偿30万元  
30 《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 1 总部:  
+86 10 6894 8030 2 北京市海淀区  
wbd@wanhuida.com 3 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

4. Big Data Technology Promotes Brand Economic Development  
8. Brand Building, Intellectual Property Rights and High Quality Economic Development  
11. Tragedy of Anti-commons in the Field of Trademarks and Its Governance  
14. Judgment Consideration of "Old Brand" in Judicial Practice  
19. Report on Combing and Optimizing the Framework of Trademark Law  
26. Strategies of Administrative Litigation for Re-examination of Trademark Rejection  
33. The Difference Between Deletion of Goods and Partial Cancellation  
36. Recognition of General Names in Trademark Significance Judgment  
58. Historical Factors of Individual Cases Should Be Taken Into Account in Judging Trademark Infringement  
71. The Protection Scope of Trademark Right Should Be Bounded by The Legitimacy of its Right Basis.  
75. Analysis of Trademark Authorization Confirmation System from the Perspective of Institutional Supply Theory

## 品牌建设、知识产权与经济高质量发展

苏平



苏平

我今天的发言主题是品牌建设、知识产权与经济高质量发展。我的发言分为三个部分：第一部分，是品牌建设助力经济高质量发展；第二部分，是知识产权、品牌建设与法律保障；第三部分，是加强品牌建设的路径。

### 第一部分：品牌建设——如何助力经济高质量发展

十九大报告指出，我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段。习近平总书记强调，推动高质量发展是做好经济工作的根本要求。高质量发展已经成为我国当前和今后一个时期确定发展思路、制

定经济政策、实施宏观调控的根本要求。怎么实施高质量的发展呢？我认为转变发展方式，优化经济结构，转换增长动力，这是高质量发展的一个关键所在。

关于高质量发展的内涵。主要有以下三点：

1.实现高效益。2.稳定增长。3.实现创新驱动。从实现高效益方面来考虑高质量的发展内涵，主要从经济角度讲，高效益主要体现在投资要有回报，企业要有利润，员工要有收入，政府要有税收。从投入和产出的关系来看，高质量的发展主要是投入少、产生多、效益好的这种发展。实现稳定增长，主要是高质量发展，要坚持稳中求进的总的基调，推动经济持续稳定的发展。实现创新驱动方面，高质量发展的本质是创新，创新在这里包括技术创新、政策创新、制度创新、文化创新，还有品牌创新，涉及到今天的主题。

关于品牌建设助推经济高质量发展，我认为，品牌，简单的讲就是一种差异化和特色化的标识。如果按照品牌的载体来讲，包括企业品牌、市场品牌和区域品牌。所谓品牌经济，就是以品牌为载体，承担地区经济资源去聚集、配置和整合功能的经济发展形态。

再进一步讲，高质量经济方面，品牌怎么支撑品牌经济？品牌经济怎么支撑高经济发展？所谓的高质量经济，也有不同的解读，我认为高质量经济发展至少包括这几个内涵：提质增效、创新驱动、绿色低碳、协调共享。有很多人在研究，哪些指标体现我们高质量的经济发展？我选择了一个专家的观点与大家分享，它有四个方面：1.经济增长，资源投入转向技术人才和企业的投入。近日，我们在微信公众号上也看到了一篇文章，有一个学者谈到技术造富问题，在这方面技术人才的投入是未来的一个趋势。2.绿色增长。3.产品的技术含金量，技术的含金量要高。4.成果的分配要更加公正。这是从品牌到高质量经济的路径关系。

品牌助推经济高质量发展有三个意义：

1. 品牌建设是转变经济发展方式的重要支撑。现在品牌建设是国家综合实力的表现，也是代表着整个供给结构和需求结构升级的方向。加强品牌建设，发展品牌经济，既是实现供给侧结构性改革，也是我们经济发展的转型升级，实现高质量发展的关键。在2014年，习近平总书记就提出，要实现经济发展新常态，就要实现由中国制造向中国创造转变，由中国速度向中国质量转变，由中国产品向中国品牌转变三个转变。

2. 品牌建设促进创新创造与质量提升。

2.1 带动作用。品牌建设可以带动很多，从品牌建设内涵和外表现形式，只要抓住品牌建设龙头，可能会带动经济发展很多的要素。

2.2 满足人民的需求。十九大提出要满足人民对美好生活的向往，也是品牌建设的一个追求。经济高质量发展的最终目标就是为了满足人民的需要。

2.3 促进升级换代。经营品牌建设，肯定是要求技术创新、服务创新以及产品创新等等，促进产品的升级换代。

2.4 量变到质变。品牌建设过程，实际上就是产品质量的提升的过程、服务改善的过程以及技术

创新的过程，包括有形的资产、无形的资产增值的过程，这符合当前经济发展从“量变”到“质变”的要求。

3. 以品牌建设促进扩大内需，促进消费升级。

从这两年中美贸易摩擦可以看出来，以前依赖出口和投资驱动这种增长模式有一定的风险和不可持续性。最近，从华为的事件看，扩大内需是中国经济抵御外部波动有力的屏障。所以，我们引导企业从产品经营向品牌经营，从价格竞争向提供价值服务，提升消费信心，满足消费需求，增强经济增长的内生动力，促进消费升级。

4. 强势品牌是获取产业高附加值的重要手段。1992年宏基集团的总裁施振荣提出了“微笑曲线”理论，“微笑曲线”的两端具有高附加值的一个是研发，一个是营销，研发涉及专利，营销涉及商标和品牌，包含优质商标蕴含巨大商誉的强势品牌是获得产业高附加值的重要手段。

## 第二部分：知识产权是品牌建设的法律保障

中央财经大学的杜颖教授在前面的演讲中表达了商标是品牌的内核的观点，我非常认同。我认为，商标不仅是品牌的内核，也是品牌建设的重要法律保障。

习近平总书记提出，创新是引领发展的第一动力。无论是新企业还是老字号，都需要创新，不创新，肯定会落后。所以从品牌建设和创新的理念来讲，品牌建设是以技术创新、产品创新、服务创新以及文化创新、商业模式创新作为它的支撑。所以，品牌建设核心是创新。知识产权为品牌建设提供一种法律保障，创新发展的核心制度是知识产权，大家可以看到这几年对创新驱动的考察指标，最核心的首先是专利，其次是其他指标。所以，创新发展的核心制度其实就是知识产权。品牌建设中，创新成果需要知识产权保护，比如说文化创新离不开版权制度，品牌创新离不开商标制度，技术创新离不开专利制度，以及

集成电路布置设计保护。

### 第三部分：加强品牌建设发展的路径

#### 1. 树立品牌强国、强企的理念。

消费者对品质、时尚、服务的需求与日俱增，品牌消费日益成为消费主流。围绕品牌建设，都要树立品牌理念，都应坚定不移的培育品牌。企业要树立真正的品牌意识。

从我们在企业调研来看，现在有些企业有非常强的品牌意识。当然，也有的企业都不知道什么是品牌。有的企业家谈的基本上都是营销学、管理学上的品牌概念，很少谈涉及法律上的商标概念。殊不知知识产权一定是品牌建设的内核和法律保障，没有这个法律保障，品牌建设也不会走的太远。

#### 2. 充分发挥政府的引导和推动作用。

首先，做好品牌建设的顶层设计。当然，这只是政府的主要作用。落实到现在具体就是政府要大力推进商标品牌战略的深入实施。

其次，完善品牌建设制度。这主要涉及到完善品牌建设相关的法律法规或者政策，发挥品牌制度的正向激励作用。

第三、协同各方力量，推动品牌建设。这主要是发挥企业的主体作用，这是第一位的，企业的积极性不高，我们推动的效率就比较低下。政府的基础作用，还要发挥教育机构的人才培养和文化培育作用，公众和社会组织的参与作用。

第四、优化营商环境。主要是依法加强监管执法，创新监管模式，尤其是加大反不正当竞争的力度，维护公平竞争的市场秩序，营造有利于优质品牌生长发展的市场环境和法治环境。

#### 3. 坚持质量—创新—文化一体化发展思路。

质量是品牌建设的基石，坚持质量提升，夯实企业品牌建设的基础。没有质量，品牌建设是空中楼阁，也是昙花一现的。

坚持创新，创新是品牌建设不竭的动力。坚持创

新创优创牌并举，引导企业积极将科技成果转化为产品和服务，打造知名品牌，充分实现其市场价值，把创新的驱动作用和品牌的引领作用更好结合起来。

#### 4. 推动优质品牌的国际化。

要引导企业制定品牌国际化战略，特别是现在推动“一带一路”建设，通过优质品牌、优质产品和优质服务走出去，带动中国的品牌走向世界，提升中国品牌的国际认可度和知名度。

引导企业进行商标的国际申请和布局。要根据竞争的状态和战略目标，采取国内申请和国际申请相结合的策略。很多企业比较注重国内商标申请，对国际商标申请则不重视，往往产品销往国外受阻才后悔。

鼓励中国企业参与国际合作。这主要是通过并购、合资的方式，与国际知名企业建立互利共赢的品牌创新联盟，充分整合品牌、技术、渠道、文化等国际资源，为中国品牌走向世界提供一个重要的动力。国内有很多企业正在这样做。

培养运营品牌国际化的专门人才。企业需要品牌培育、品牌管理、品牌保护、品牌价值开发，以及涉及到技术攻关的优势团队，这些可以为品牌国际化提供技术支撑、法律保障和市场监管。在专门人才培养方面，我们高校有义不容辞的责任。以我们学校为例，重庆理工大学除了培养知识产权本科生以外，还培养知识产权管理硕士研究生，知识产权管理硕士研究生主要培养知识产权运营管理这方面的能力，其中有个方向就是商标和品牌战略方面的人才培养，也是为企业的需求做好这方面的准备。

以上是我对这个主题的报告，谢谢大家！

注：本文系重庆理工大学重庆知识产权学院院长、教授苏平在第十一届中国国际商标品牌节的中国商标年会上的第一届知识产权领域院长论坛上的演讲。本文经中华商标协会整理，苏平教授审定并授权，本刊略有删减。

# 商标领域中的反公地悲剧及其治理

李扬



李扬

我演讲的题目是《商标领域中的反公地悲剧及其治理》。主要谈以下四个方面的问题。

## 第一、什么叫公地悲剧和反公地悲剧

1968年Garrett Hardin发表《公共地的悲剧》一文，提出了公地悲剧理论。他认为，产权不明和零交易成本将导致公地被过度使用而退化或者废弃的现象，此即公地悲剧。没有产权，没有交易成本，公地就容易发生悲剧现象。公地悲剧理论诞生后，即成为论证创设私有产权的经济分析基础。

1998年Michael·A·Heller发表《反公地悲剧：从马克思到市场化转型中的产权》，提出反公地悲剧

理论。他认为，产权不明和零交易成本虽导致公地被过度使用而退化或者废弃的悲剧现象，产权过多和交易成本过大则导致公地闲置和资源浪费现象，此即反公地悲剧。之所以也叫悲剧，原因在于每个当事人都知道资源或财产的使用安排能给每个人带来收益，但由于相互阻挠而眼睁睁地看着收益减少或资源浪费。简单地说，所谓反公地悲剧，就是一个客体上私权利过多所导致的资源浪费现象。

## 第二、商标领域中的反公地悲剧及其负外部性

我国商标领域中，既存在公地悲剧现象，也存在反公地悲剧现象。今天主要和大家讨论反公地悲

剧。据统计，截至2018年底，我国国内有效商标注册量（不含国外在华注册和马德里注册）达1804.9万件。尽管商标注册量如此庞大，且2018年按照美国《财富》统计，世界500强企业中我国占120家，但是按科睿唯安Clarivate Analytics，前汤森路透）的排名，2011年到2017年，世界百强创新企业排名当中，我国仅有华为一家公司上榜，而且上榜的次数只有三次，分别是2014、2016、2017年。这说明，虽然我国商标拥有量庞大，但不正当抢占公共资源的注而不用现象、侵害他人先权权益的抢注现象极为严重，真正通过诚信经营打拼出来的品牌寥寥无几，离我们今天所探讨的主题——品牌建设差距还非常遥远，我国商标领域面临的问题，不是没有商标或者商标太少，而且商标太多，公共资源被过度私有化，真正的商标使用行为受到严重挤压，这就是商标领域中存在的严重反公地悲剧现象。商标领域的反公地悲剧现象，至少导致了以下四个方面的外部性。1.严重妨碍他人选择和使用商业标识的自由，极大地增加他人维权成本。2.制造繁荣假象，给最高决策者科学决策增加难度。3.严重损害国家和国民诚信的形象。4.极大的浪费司法和行政成本。

### 第三、商标领域中反公地悲剧的治理

如何治理商标领域中的反公地悲剧现象？

（一）商标法制度内部的变革。1.立法层面根本的治理。2019年4月23日全国人大常委会对《商标法》第4条、第19条、第33条、第44条、第68条都进行了修改，明确规定了不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回，代理机构也不得代理，构成异议和无效宣告理由等等。从规则的定型化、明确化角度而言，我对这次修法还是非常赞成的。2.行政层面的事先治理。商标法第4条进行修改之后，大家都在思考一个问题，商标申请环节如何判断申请人是不以使用为目的的恶意商标注册申

请？是否可以要求商标注册申请人在申请的时候提供使用的证据？或者说在预注册之后六个月内，提供实际使用或者意图使用的证据？这都是需要在操作层面解决的问题。如果不解决，虽然立法进行了修改，但事先治理好反公地悲剧现象还是不太可能。我个人认为，在申请环节，要求申请人提交实际使用或者意图使用的证据，是非常必要的。当然，加大商标撤三力度也必不可少。此外，商标注册申请不但不能免费，而且必须适当增加申请费用。注册商标是否需要像专利那样的年费，也可以探讨。3.司法层面的事后治理。司法可以通过加大注册商标无效宣告力度、活用禁令和损害赔偿制度、尤其是加大权利不得滥用法理的适用，来治理商标领域中的反公地悲剧现象。我个人特别主张通过民事权利不得滥用法理的适用驳回注而不用商标权人的所有诉讼请求。什么叫权利滥用？在我看来，违背权利创设的目的行使权利就叫权利滥用。商标法之所以创设商标权这种强大的排他权，目的就是为了让商标所有人在商业活动中去使用商标，积聚信用，促进产业发展，大量注而不用商标，与商标法的目的背道而驰，相关权利人针对真正的使用者发起侵权攻击的行为，完全属于滥用商标权的行为，其诉讼请求应当被全部驳回。以市场价值计算商标侵权损害赔偿，也很重要。商标没有创造任何市场价值，权利人被侵权时原则上不应当得到任何赔偿。否则不符合知识产权正当化基础。立法者之所以人为创设稀缺性和强大排他性，最终目的在于提高整个社会创新创造和产业水平，提高整个社会福利。某种权利，如果给他人行动自由造成极大妨碍，却对整个社会福利的提高没有发挥任何作用，是没有正当性基础的。此外，也可以积极探索商标恶意抢注反赔诉讼，司法实践当中，已经出现了这样的案例。对于治理商标领域中的反公地悲剧而言，这种诉讼值得肯定。（二）商标法制度运行的外部政策重构。1.创新创造财政支持政策的改变。权威过度介入市场，资源的配置并非

有效，甚至适得其反。因此很多财政支持政策都有必要取消。2.企业知识产权贯标工作的废止。人为贯标，就是人为制造知识产权，必然虚高知识产权数量，可谓有百害而无一利，应当坚决废止。3.地方政绩考核标准的变化。应当将知识产权质量而非数量作为地方政绩考核标准。4.高新技术企业认定标准的变化。应当将知识产权质量而非数量作为认定高新技术企业的因子。5.知识产权代理公司职业伦理的强化。对于故意帮助他人不以使用为目的申请商标注册的，或者恶意侵害他人先权利抢注商标的代理公司，除了考虑金钱上的重罚之外，也可以考虑取消代理资格，记入其信用记录。

#### 第四、结语

总之，我个人认为，1.品牌经济的前提是每个企业都有一张真正的“商标之脸”，而不是带着假面舞蹈，应当高度警惕创设排他性产权和交易成本对创新创造和产业发展带来的减杀效应，谨防商标领域中的反公地悲剧现象。2.黄金面具的启示。前不久去成都开会，顺便去金沙遗址馆看了镇馆之宝黄金面具，觉得挺有意思，并因此赋诗一首，现在献给大家，希望对大家有所启发。

你  
3000年前诞生，又死去  
我用男人初生的海啸把你唤回  
你近在眼前呢  
一切还是梦幻  
还有一种对梦幻的  
纵深一跳的期待  
你知我知，我知你知  
漂移的时空，长满过  
一千张告白的嘴唇，只要  
我们之间隔着一层玻璃，我俩  
就只能是萍水相逢

品牌塑造大概也是这样的吧？一个国家，商标再多，但如果每个企业没有一张真正的“商标之脸”，所谓的品牌经济与这个企业、这个国家，也只能是萍水相逢或者是擦肩而过吧。我的演讲就到这里，谢谢大家静听！

注：本文系中山大学法学院教授、博士生导师李扬在第十一届中国国际商标品牌节的中国商标年会上的第一届知识产权领域院长论坛上的演讲。本文经中华商标协会整理，李扬教授审定并授权，本刊略有删减。

#### 简讯

## 美图魅族商标争议 外形服务均构成类似被法院驳回

（本刊讯）近日，中国裁判文书网显示，美图网络科技有限公司申请撤销原国家工商行政管理总局商标评审委员会作出的「meitu」商标驳回复审决定，但被法院驳回。该商标案件的争议点在于两家公司的商标「meitu」和「MEIZU」之间是否会被消费者搞混。在裁判文书上显示，美图认为诉争商标与引证商标在含义、呼叫及整体视觉效果方面差异显著，不构成近似商标。在其它类别上也已经注册通

过，证明两个商标在市场上能共存。而且美图在市场上有较高知名度，也有较大影响力，消费者能够区分清楚。

国家知识产权局认为，美图在此类上提交注册的商标「meitu」和魅族「MEIZU」在字母构成、呼叫发音等方面相近，整体上不存在显著差异，容易造成混淆，因此驳回了美图的商标注册申请。

# 《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，集思广益。欢迎各界人士积极投稿。

- ① 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 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 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 4、投稿时间：2019年8月-至2020年6月。

金門高粱酒®



金門酒廠



金門酒廠實業股份有限公司  
KINMEN KAOLIANG HOUSEHOLD



# 金門高粱酒®

这一杯，收尽台湾之美。

金门高粱酒拥有台湾金门岛上佳的水质、原料、空气和气候四大天然酿酒条件，承袭古法以纯粮酿造。观其色，晶莹剔透；闻其香，气蕴芳华；品其味，醇厚协和。

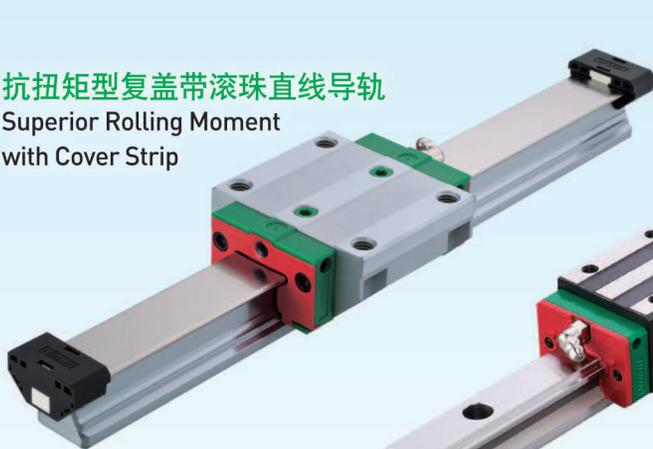


# HIWIN® 上银®

## 工业4.0 优质伙伴

2019年荣获「日经亚洲评论」亚洲300强 第16名  
 2016年荣获日经Business评选为「全球上市企业综合成长力百大」第5名  
 2015年荣登福布斯(Forbes)全球创新成长百大企业第37名  
 入选美国NASDAQ股市机器人指数型基金(ROBO-STOX)权重排名TOP 10

抗扭矩型复盖带滚珠直线导轨  
 Superior Rolling Moment  
 with Cover Strip



重负荷型滚珠直线导轨  
 Heavy Load Ball Type



2001~2019 HIWIN连续19年荣获台湾精品金银质奖



滚珠丝杠  
 Ballscrews  
 滚珠花键  
 Ball Spline

单轴机器人  
 Single-Axis Robot

轴承  
 Bearings  
 轴承座  
 Support Unit

关节式机器人手臂  
 Articulated Robot

Torque Motor回转工作台  
 Torque Motor Rotary Table

并联式机器人手臂  
 Delta Robot

力矩电机  
 Torque Motor  
 直驱电机  
 Direct Drive Motor

直线电机平台  
 Linear Motor Stage

伺服驱动器  
 Servo Drive

AC伺服电机  
 智能型电机  
 AC Servo Motor  
 abilmotor

上银科技(中国)有限公司  
 HIWIN TECHNOLOGIES (CHINA) CORP.  
 江苏省苏州市苏州工业园区夏庄路2号  
 Tel : (0512) 8068-5599  
 Fax: (0512) 8068-9858  
 www.hiwin.cn  
 bussiness@hiwin.cn



扫一扫 关注上银

### 全球营运总部

上银科技股份有限公司  
 HIWIN TECHNOLOGIES CORP.  
 business@hiwin.tw  
 www.hiwin.tw

### 关系企业

大银微系统股份有限公司  
 HIWIN MIKROSYSTEM CORP.  
 business@hiwinmikro.tw  
 www.hiwinmikro.tw

### HIWIN中国专属经销商

天津隆创日盛科技有限公司  
 Tel: (022) 2742-0909

深圳海威机电有限公司  
 Tel: (0755) 8211-2558

上海诺银机电科技有限公司  
 Tel: (021) 5588-2303

上海玖征机械设备有限公司  
 Tel: (021) 5978-9980

昆明万辰科技有限公司  
 Tel: (0871) 6830-1918

河南广原精密机电有限公司  
 Tel: (0371) 8658-1632

乐为传动科技(苏州)有限公司  
 Tel: (0512) 6667-0809

江苏台银机电股份有限公司  
 Tel: (021) 5480-7108

厦门聚锐机电科技有限公司  
 Tel: (0592) 202-1296

金太客传动科技(苏州)有限公司  
 Tel: (0512) 6690-8988

### HIWIN海外厂

德国  
 www.hiwin.de

日本  
 www.hiwin.co.jp

美国  
 www.hiwin.com

意大利  
 www.hiwin.it

瑞士  
 www.hiwin.ch

捷克  
 www.hiwin.cz

新加坡  
 www.hiwin.sg

韩国  
 www.hiwin.kr

以色列  
 www.mega-fabs.com

# 精彩瞬间

## 第十一届中国国际商标品牌节掠影



“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



商标品牌价值评价论坛



商标行政保护局长论坛



国际商标律师论坛



发现地标之美论坛



三友沙龙



超凡沙龙



中日商标交流会



老字号商标品牌创新与发展论坛



MARQUES论坛

# 第十一届中国国际商标品牌节



## 第十一届中国国际商标品牌节闭幕会 Closing Ceremony of the 11th China Trademark Festival

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局 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  
总协办单位: 国美酒业集团股份有限公司



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

