

中华商标®

TRADEMARK
CHINA

立足商标 | 服务企业 | 面向社会



诚信代理 自律执业

百一知识产权
FORIDOM IP LAW FIRM

法律服务·专利·商标·著作权



2004-2020



DAZZLE



上海市徐汇区桂平路410号
漕河泾国际孵化中心B区一层

(021) 64878081

www.foridom.com foridom@foridom.com



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

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@beshinglaw.com
网址：www.beshinglaw.com

咨询电话：010-68036092

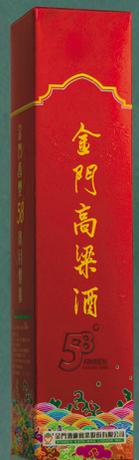
金門高粱酒®



明月映佳釀
举杯話家常
中秋佳節珍獻好禮



金門高粱 兩岸飄香
讓親友感受到滿滿的心意

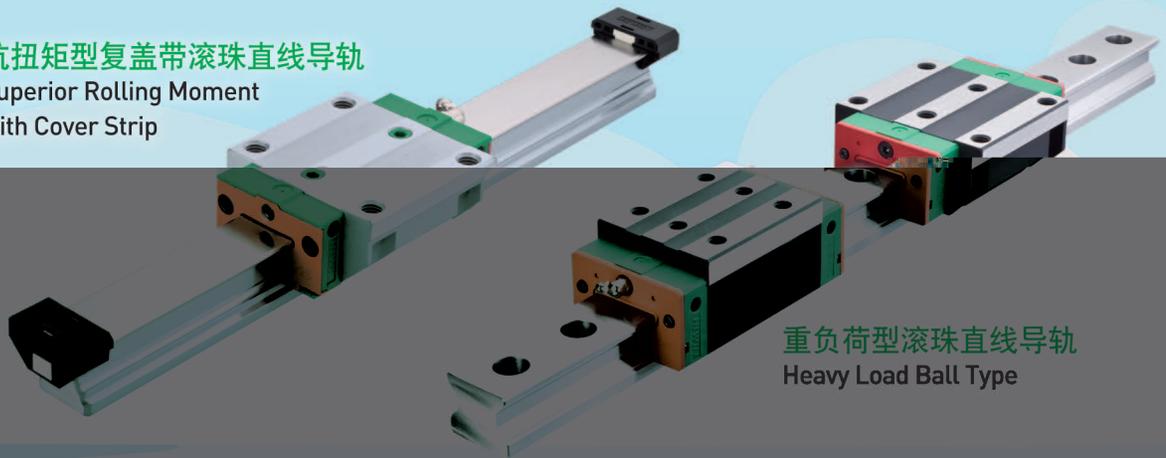


HIWIN® 上银®

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
 2001~2020 HIWIN连续20年荣获台湾精品金银质奖

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



滚珠丝杠
Ball screw
滚珠花键
Ball Spline



单轴机器人
Single-Axis Robot



轴承
Bearing
轴承座
Support Unit



谐波减速机
DATORKER®
Robot Reducer



关节式机器人手臂
Articulated Robot



并联式机器人手臂
Delta Robot



晶圆机器人
Wafer Robot



史卡拉机器人手臂
SCARA Robot



Torque Motor回转工作台
Torque Motor Rotary Table



力矩电机
Torque Motor



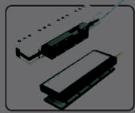
直驱电机
Direct Drive Motor



运动控制器
Motion Controller
伺服驱动器
Servo Drive



AC伺服电机
AC Servo Motor



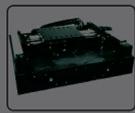
直线电机
Linear Motor



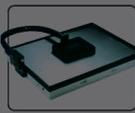
直线电机平台
Linear Motor Stage



线性致动器
Linear Actuator



空气轴承直线电机
定位平台
Linear Motor
Air Bearing Platform



平面伺服电机
Planar Servo Motor

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

天津龙创恒盛实业有限公司 Tel: (022) 2742-0909	江苏台银机电股份有限公司 Tel: (021) 5480-7108	上海诺银机电科技有限公司 Tel: (021) 5588-2303
深圳海威机电有限公司 Tel: (0755) 8211-2558	上海致钺机械设备有限公司 Tel: (021) 5978-9980	厦门聚锐机电科技有限公司 Tel: (0592) 202-1296
昆明万辰科技有限公司 Tel: (0871) 6830-1918	乐为传动科技(苏州)有限公司 Tel: (0512) 6667-0809	

全球销售暨服务据点

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	法国 www.hiwin.fr	新加坡 www.hiwin.sg
韩国 www.hiwin.kr	以色列 www.mega-fabs.com		

<美蓓亚三美株式会社的国际轴承品牌 >

NIMB



精密微小轴承

商标注册号：743820

海关备案号：T2015-43719

CEROBEAR是美蓓亚三美集团的赛罗蓓亚有限公司（CEROBEAR GMBH）的公司专用标志，但第三方申请了CEROBEAR商标，对此，赛罗蓓亚有限公司将尽全力确保公司商标在中国的注册。

陈述CEROBEAR案件的简要经过。（摘要）

- 美蓓亚三美集团的德国赛罗蓓亚有限公司于2000年初开始在中国市场销售特色陶瓷轴承。
- 赛罗蓓亚有限公司在中国未注册CEROBEAR商标。
- 2013年，商标CEROBEAR被他人在中国抢注。
- 2015年，赛罗蓓亚有限公司为维护自身的商标权益针对此不正当申请提出异议。
- 2016年，裁定异议理由成立，赛罗蓓亚有限公司在CEROBEAR商标异议案件中取得胜利。
- 之后，抢注人针对抢注的CEROBEAR商标申请了复审及行政诉讼，但其主张未被支持，抢注的CEROBEAR商标最终仍被撤销。
- 2020年4月，赛罗蓓亚有限公司的CEROBEAR商标正式取得注册，成功获得CEROBEAR的所有权。

CEROBEAR

ceramic bearing technology



赛罗蓓亚有限公司（CEROBEAR GMBH）成立于1989年，是拥有先进技术的陶瓷滚珠轴承的专业制造商。公司于2013年加入美蓓亚三美集团，作为集团的核心成员，赛罗蓓亚积极开展业务，开发先进技术。



2020年4月7日注册成功

美蓓亚三美集团

MinebeaMitsumi

Passion to Create Value through Difference

超凡CHOFN[®]

品牌法律解决方案专业提供商



通过专业化，实现高质量发展

超凡商标代理团队由260余名律师、商标代理人、域名专家等组成，核心成员拥有10-20年的行业经验，连续获评“亚洲知识产权专家”“商标领军人物”“金牌商标代理人”等。团队拥有丰富的国内和海外商标咨询、代理经验，能够为各行业大中型客户成立项目组，提供定制化服务。

中华商标协会副会长单位
全国知识产权品牌培育机构
中华商标协会海外维权委员会主任委员
中国商标行政诉讼代理机构TOP10
中国杰出知识产权诉讼团队

扫码关注回复“商标”咨询问题或免费领取
热门商标实务课程（20个课时，近2万受众）

Tel : 400-676-2003
E-mail : lawyer@chofn.com



2021

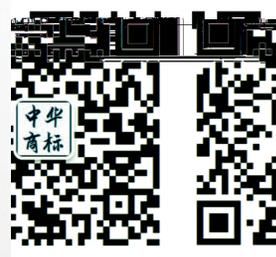
《中华商标》 征订



《中华商标》是中华商标协会主管、主办的我国商标领域代表性的权威专业期刊。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。2021年，本刊将以更加专业化的水准，为读者奉献高水平、高质量的知识产权文章。

《中华商标》国内外公开发行人，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：**商标执法与保护、精读异议、评审案例、法官说案、审查之窗、地理标志、理论研讨、实务交流、他山之石、基层传真**等。

2021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
电话：010-68036092
邮箱：zhshb68036092@cta.org.cn
传真：010-68036092

2021年 《中华商标》 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	

- 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. 需要开具增值税普通发票的单位，填写接收电子发票邮箱地址；
开具增值税专用发票的单位，请在邮件中另附相关信息；
4. 户名：《中华商标》杂志社
开户行：工行北京复外支行
帐号：0200048509200529372
5. 邮寄地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003《中华商标》杂志社。

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@cta.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

报道

- 4 搭建一体化交流合作平台 逐步达成商标专业领域诚信背书互认
——长三角地区商标品牌协会联席会议召开

区域品牌发展领导力对话

- 6 “新农具”“新农活”“新农资” 重塑乡村振兴新现实
潘海峰 南平 陈荣深

商标执法与保护

- 10 注册商标组合使用不规范也会侵权
——析徐某销售侵犯注册商标专用权商品案 幸鹭 黄和明

精读异议、评审案例

- 13 第17026394号“SAPUTO GORGONZOLA”商标不予注册复审案 贾玉竹
15 第19948250号图形商标不予注册复审案 张丁萍
20 第19540871号“大头儿子和小头爸爸”商标无效宣告案 王珊

专栏

审查之窗

- 22 简析书审补正常见的几种情形 徐放
25 以奋斗之我谱写青春诗篇 沈五

法官说案

- 33 “以不正当手段取得注册”的理解与适用
——评“鹤厂出品”无效宣告请求行政纠纷案 黄涛

法官说商标

- 39 中外文商标近似性的司法认定
——以“稳定的对应关系”为核心 陈月

评案说法

- 27 注册商标专用权人此前三年内未实际使用注册商标免赔抗辩的司法认定
——双飞人制药有限公司诉深圳市安和泰大药房有限公司侵害“人飞则”
“美”“双飞人”注册商标专用权案 黄瑜瑜

- 51 拆分商标的使用行为或构成侵权
——评“好医生”诉“平安好医生”侵害商标权及不正当竞争纠纷案 史凡凡

观察与思考

44 论电影标题的商标保护 王娜

实务交流

49 申请注册肖像商标应避免哪些误区 刘勇彬

55 从语义解释角度谈地名商标的审查标准 唐义

58 社会科学方法在司法审判中的应用
——以社会调查方法在商标侵权案件中的应用为例 刘畅

商标修法大家谈

64 关于在马德里商标国际注册过程增加领土延伸保护补正机会的建议
何薇 蒋怡芸 邓仕举

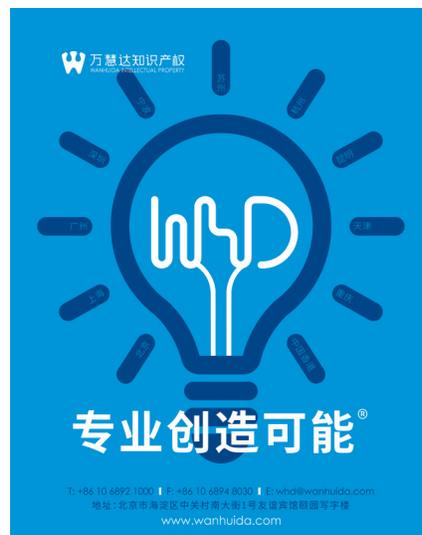
企业“新”声

72 试探索“恶意抢注”判断突破地域性限制之可能性(上) 刘洋豪

他山之石

76 马来西亚加入马德里体系的实施情况 郑芳君

环球资讯 79



- 10. Irregular Use of Registered Trademark Combinations will also Infringe
- 22. A Brief Analysis of Several Common Situations in Book Review
- 27. Judicial Determination that the Owner of the Exclusive Right to Use the Registered Trademark has not Actually Used the Registered Trademark in the Previous three Years
- 33. Understanding and Application of "Obtaining Registration by Improper Means"
- 39. Judicial Determination of Similarity of Chinese and Foreign Trademarks
- 44. On the Trademark Protection of Movie Titles
- 51. Split the Use of Trademarks or Constitute Infringement
- 55. On the Examination Standards of Place-Name Trademarks in Examination Affairs from the Perspective of Semantic Explanation
- 58. Application of Social Science Method in Judicial Trial
- 76. The Company's Legal Representative's Exercise of Representation Rights Constitutes Liability for Trademark Infringement

搭建一体化交流合作平台 逐步达成商标专业领域诚信背书互认

——长三角地区商标品牌协会联席会议召开

(本刊讯) 9月9日, 中华商标协会召集江苏省、安徽省、浙江省、上海市商标品牌协会, 在上海召开“长三角地区商标品牌协会联席会议”。本次会议旨在落实习近平总书记“扎实推进长三角一体化发展座谈会”重要讲话精神, 加强长三角地区商标品牌协会交流合作, 促进区域知识产权一体化水平提升, 助力区域经济高质量发展。中华商标协会会长马夫, 上海市工商业联合会兼职副主席、上海市商标品牌协会会长樊芸出席会议并致辞, 相关省市商标品牌协会派代表出席会议并发言。会议由上海市商标品牌协会副会长兼秘书长林海涵主持。

马夫会长在致辞中指出, 长三角是我国经济发展最活跃、开放程度最高、创新能力最强的区域之一, 在当前严峻复杂的国际形势下, 习近平总书记就进一步推进长三角一体化发展发表重要讲话, 充分说明长三角地区在促进形成以国内大循环为主



▲ 中华商标协会会长马夫致辞

体、国内国际双循环相互促进的新发展格局中的重要地位, 也为本区域的商标品牌工作指明了方向。

加强品牌建设, 不断提升中国产品和服务的质量与影响力, 是坚定实施扩大内需战略、推动高质量发展的重要方面。面对一体化和高质量发展要求, 我们要发挥社会组织平台作用、背书作用、行业自律作用, 共同努力搭建一体化交流合作平台, 逐步达成商标专业领域诚信背书互认, 通过统一标准信息共享, 规范商标代理行业行为。

樊芸会长在致辞中指出, 感谢中华商标协会及兄弟省市商标协会的支持, 期待大家加强协作, 共同





▲上海市工商业联合会兼职副主席、上海市商标品牌协会会长樊芸致辞



▲江苏省商标协会常务副秘书长刘铨发言



▲上海市商标品牌协会副会长兼秘书长林海涵发言



▲安徽省商标协会秘书长刘栋发言



▲浙江省商标协会赵祺瑜发言



▲参观“上海商标历史文化走廊”

努力，平等合作，优化长三角营商环境，祝大会取得圆满成功。

相关省市商标品牌协会围绕建立定期联系机制、促进区域重点商标名录建设、推动区域老字号老商标的共存与使用等议题踊跃发言，建言献策。

江苏省商标协会常务副秘书长刘铨表示，积极支持和参与推动长三角区域知识产权一体化合作，建议梳理政府部门相关政策，找出商标协会着力点，利用互联网等及时沟通，加强交流。

浙江省商标协会赵祺瑜建议推动区域重点商标（含地理标志）名录建设，为司法机关、市场监管部门执法提供协助，推动区域老字号、老商标的共

存与使用。

安徽省商标协会秘书长刘栋表示，安徽要积极对标长三角先进地区，建议加强区域品牌保护维权联动，协同促进区域商标代理行业规范，统一标准，加强行业自律。

上海市商标品牌协会副会长兼秘书长林海涵表示，长三角各省市应定期轮流举办联席会议，共同打造“长三角商标品牌建设发展报告”等课题，加强区域会员联动互动。

会前，马夫会长与樊芸会长进行了会谈。会后，与会全体人员还参观了首家被国家市场监督管理总局认定的科普基地——“上海商标历史文化走廊”。



“新农具” “新农活” “新农资” 重塑乡村振兴新现实

潘海峰 南平 陈荣深

编者的话：

习近平总书记在近期主持召开的企业家座谈会上指出：“大疫当前，百业艰难，但危中有机，唯创新者胜。”习总书记还高度重视特色经济、特色产业、特色品牌，强调：“乡村振兴要靠产业，产业发展要有特色。”在担任福建宁德地委书记时，就提出要发展“一县一品”，并亲自撰写了《摆脱贫困》一书。今年在抗击新冠肺炎疫情决胜的关键时刻，习总书记视察陕西安康又为柞水木耳点赞“带货”：“小木耳，大产业”。国家知识产权局提出：大力发展以地理标志为支撑的特色经济。以地理标志运用促进工程等举措，推动我国特色经济在扶贫攻坚全面小康的道路上不断创新。此次品牌战“疫”化危为机中，特色经济、特色产业、特色品牌成效明显；各电商平台、传媒平台和其他业态的直播带货活动异军突起，成为经济复苏的最大热点之一。

为此，本刊在聚焦以商标为支撑的品牌经济高质量发展进行集体访谈之后，再次与央媒、大佬微直播等联手，以品牌战“疫”之后的重启为切入点开展访谈，特邀企业家、专家学者和相关领导答问。本期访谈嘉宾是潘海峰（中共陇南市委常委、陇南市人民政府党组成员、副市长，国家市场监督管理总局宣传中心副主任）。访问者为南平（中华商标协会副秘书长、《中华商标》杂志社社长）和陈荣深（大佬微直播CEO）。不久前，国务院扶贫办在陇南市召开全国产业扶贫工作推进会，国务院扶贫办刘永富主任、中共甘肃省委林铎书记出席并参加观摩活动。陇南市被国务院扶贫办确定为全国唯一的“电商扶贫示范市”，陇南市电子商务发展局也入选全国脱贫攻坚奖候选名单。“陇南模式”已经引起社会各方关注和好评。



潘海峰

中共陇南市委常委、陇南市人民政府党组成员、副市长，国家市场监督管理总局宣传中心副主任



问：对于以地理标志为支撑特色经济高质量发展，您认为应该如何理解？怎样落实？

答：地理标志用于标示商品的来源地，且该商品的特定质量等特征主要由该地区的自然因素或者人文因素所决定。地理标志的合法使用者有权阻止其他人在来源于其它区域的商品上使用该地理标志。由此可见，地理标志对壮大特定区域的特色产业、发展和保护特色经济具有十分重要的作用。

陇南位于甘肃东南部，甘、陕、川三省交界处，素称“秦陇锁钥，巴蜀咽喉”，是甘肃唯一全境属于长江流域的地区，被誉为“陇上江南”。境内高山、河谷、丘陵、盆地交错，地域差异明显，生态环境多样，水热资源丰富，发展农业特色产业条件得天独厚。多年来，陇南市委、市政府坚持把发展产业作为脱贫攻坚的根本之策，逐步构建起了“3×4”富民产业体系，即：花椒、油橄榄、核桃、苹果四棵“摇钱树”，中药材、食用菌、苗木、茶叶四个“特别特”，牛、猪、鸡、蜂四类“特色养”，同时培育出了“麻、辣、香、甜”四大特色品牌，“麻”就是产量、产值、品质、人均收入四项指标均居全国第一的花椒产业，“辣”就是投资少、易耕作、风险低、效益好的辣椒产业，“香”是陇南独一份的油橄榄产业，“甜”就是品质独特的中蜂养殖业。目前全市特色产业面积稳定在1000万亩以上，年产值达到180亿元，认证地理标志产品达24个，覆盖了陇南特色产业大多数门类 and 主产区，对陇南市农特产品的提档升级、促进农民增收发挥了巨大作用。比如，地理标志产品“武都花椒”的种植总面积达260万亩，其产量、产值、品质、人均收入四项指标全国第一，推动陇南市武都区成为全国最大的优质花椒生产基地，也成为了花椒产品的研发中心、集散中心、信息发布中心、价格形成中心，花椒成为武都区特色经济高质量发展的强大支柱和引擎之一。

陇南市在落实以地理标志支撑特色经济高质量发展上重点做了以下五方面的工作。一是严格全程质量管理。陇南坚持发展绿色有机农产品，严格执行质量标准，推进农产品标准化生产，24个地理标

志产品都建立了示范基地，确保了地理标志农产品质量安全、品质稳定。二是着力全产业链培育。陇南坚持产销全链条培育、一二三产融合式发展，围绕地理标志产品，打造了一批百亩试验园、千亩产业带、万亩示范区。引进培育重点龙头企业249家，延长产业链，提高附加值。如生产地理标志产品的陇南祥宇油橄榄开发有限责任公司，已发展成为集油橄榄良种育苗、规模种植、科技研发、精深加工、市场营销、旅游体验为一体的全产业链综合性企业，在带动群众增收致富，促进地方经济发展中发挥着重要作用。三是注重品牌双线营销。陇南发展“三品一标”农产品289个，充分发挥地理标志农产品品牌价值“双线营销”，“线下”通过举办或参加各类节会活动对接销售，发展订单种养定向销售，深化消费扶贫定点销售，加强地理标志农产品的宣传展示、推介营销。“线上”通过发展电商，利用电商平台等开办网店微店2万多家，让陇南地理标志农产品“热卖全国”“网销世界”，把资源优势变成了经济优势。四是强化知识产权保护。深入实施地理标志农产品保护工程，大力宣传地理标志产品保护的知识，提高知识产权保护意识，规范地理标志农产品品牌标志标识及包装管理，加强地理标志农产品品种保护，有效维护本地地理标志产品的品牌价值。五是实施多元带动模式。陇南市探索出“群众+村合作社+乡镇联合社+县级龙头企业”的“宕昌模式”，形成了产品质量可追溯、农民利益有保障、组织方式现代化的质量控制、利益联结、管理运营机制，增强了群众发展本土农特产品的信心，调动核心产区老百姓的积极性，也提高特色产业基地化、标准化、组织化程度，整体推进特色产品产业化经营，确保了地理标志产品稳定增产、特色经济持续增效、主产区群众有效增收。

问：在战“疫”之后的重启中，陇南市在运用促进特色经济、特色产业、特色品牌方面有何好做法、好经验？

答：陇南市是全国区域性整体贫困的典型代



表，着眼于破解农产品卖难问题，抢抓“互联网+”机遇，大力发展电子商务，探索出了农产品电商“陇南模式”，被国务院扶贫办确定为全国唯一的“电商扶贫示范市”。如今在陇南市，让手机成为“新农具”、让直播成为“新农活”、让数据成为“新农资”已经成为了现实。今年自抗击新冠肺炎疫情以来，电商发展在陇南市加快复商复市、促进经济重启中发挥了独特作用。

一是“同城配送”破解买卖难题。陇南市已上线同城配送平台64家，入驻商家4063家，上线产品9712款，累计完成配送100多万单4232多万元，服务群众300多万人次。为应对疫情防控常态化的形势，陇南市不断创新电商发展思路，着力推动电商同城配统一平台建设，着力发挥特色产品的集聚效应。按照“拉内需、找刚需、政府引、同城配、增就业、保民生、都学会、政府退”的思路，市县两级政府相关部门牵头，通过提供奖补资金，建设陇南电商同城配平台，建成了“三端两线”（供应端、平台端、配送端和产品上架对接线、产品到户配送线）组成的同城配送体系，将陇南市域内优质农特产品资源集中于一个平台，形成了陇南农特产品卖向国内外的“大循环”和自产自销的“小循环”构成的“双循环”发展格局，既解决了疫情期间日用品“买”难问题，也解决了农产品“卖”难问题。陇南电商同城配平台自7月25日上线以来，短

短几天就发展会员7万多人，实现交易7000余单，达30余万元。国务院扶贫办在陇南市召开全国产业扶贫工作推进会期间，天津大学率先提出了在该平台采购消费扶贫大礼包150万元的意向。陇南电商同城配平台具有区别于其他商业平台的三大显著特点：其一，该平台以销售农特产品为主，同时建设服务本市范围内的城乡配送体系，切实为本地群众提供优质高效的配送服务；其二，陇南市一区八县的县区长通过网络作出“质量合格、价格合理、数量充足、配送及时”的承诺，为本县区上线的农特产品背书，成为信誉质量有保障的平台；其三，市内机关食堂、职工福利以及东西协作、定点帮扶消费扶贫大礼包均可以通过该平台一网搞定。通过对该平台的宣传和推介，可以让广大消费者便捷地了解 and 获取陇南市特色农产品，同时也倒逼本市特色产业不断规范化、标准化、规模化。

二是“直播带货”助力电商升级。陇南市开展以市长、县区长、乡镇长、市县局长、驻村帮扶工作队队长“五长直播带货”为龙头的全民直播带货



活动，全市先后共有248名领导干部开展网络直播带货活动，累计成交15万多单，销售额达到1240多万元。培育本地直播“网红”，并组织“网红”达人将直播间开到田间地头、景区景点、生产一线，多视角宣传陇南，推介特色产品。引导住宿、餐饮、旅游等从业者开展直播电商业务，发展“线上引流+实体消费”新模式，以“旅游+直播”跨界融合直播推广旅游资源，吸引游客，扩大消费。“直播带货”不仅推销了陇南优质农产品，而且带动了全市的复工复产、复商复市。

三是“产品出村”扩大帮扶成效。组织开展“农产品出村”情系帮扶村活动，各单位驻村帮扶队提前对接，将帮扶村产品上架到同城配送指定平台，派出有电子商务经验、接受新事物能力强的干部，与帮扶村网店合作，借助快手、抖音短视频平台，宣传推销帮扶村美食美景、风土人情和特色产品。驻村第一书记、驻村帮扶队成员等纷纷成为带货能手，让所在村的农产品销售找到了新渠道，增加了农民的收入，助力贫困户脱贫。

四是“做旺消费”加速经济复苏。把提振消费作为经济重启的切入点，鼓励引导干部职工在同城配送平台及直播间购买本地产品，走上街头、走进商超带头消费，截至目前，全市干部职工在同城配送平台和直播活动中消费达1600多万元，其中消费贫困地区农特产品占到60%以上。市内销售平台主动对接农产品企业（合作社），提前备货，通过“秒杀”“满减”“以券抵现”等优惠活动刺激消费。线上线下结合，举办“特色美食人人品，消费环境我代言”“走进陇南、尝遍美食”“美食大家品，消费助脱贫”等为主题的节会活动，带动了全社会消费，促进了经济发展。

问：对于特色品牌直播带货活动的规范发展，您有何建言？

答：直播带货已经成为电子商务发展的新模式，陇南市“五长”领衔、“网红”发力、全民直播的直播带货，在销售农产品、促进经济复苏方面

发挥了积极作用，但也需要进一步规范发展。

一是做优网货。严把产品质量关，加强生产、加工、包装、销售各环节工作。陇南市严格要求“三品一标”产品，必须符合相关标准和质量要求，严格杜绝以次充好、以假充真等欺诈消费者行为，确保了网货地道正宗、品质上乘、货真价实。二是做大平台。加强与阿里巴巴、拼多多等大型电商企业合作，建设地方特色突出、产品质量合格、立体多元呈现的电商平台。陇南市积极推进互联网、大数据、物联网等在农业种植养殖、加工、物流、营销各环节的应用，打造了需求对接、业务关联、市场融合、经营协同的陇南电商平台，成了“线上旗舰店”“网上食堂”“生活居家平台”。三是做实直播。对直播带货活动有效管理，推介产品的描述必须与产品相一致，严禁虚假宣传、夸大功效。政府官员推介本地农特产品聚焦品类和地理标志品牌，比如，陇南橄榄油、武都花椒、宕昌黄芪等，避免把带货变成为个别企业代言，影响市场公平竞争。网红带货要注意网络展示的方式方法，杜绝庸俗恶搞等。四是做精服务。直播带货销售具有派送产品类别集中、派送时段集中的特点，要持续加强物流快递体系建设，按照承诺的要求及时送达消费者，还要提供优质的售后服务，真正以优质高效的服务赢得消费者的信任。五是做严监管。相关部门要加强对网货生产、销售环节的监管，对违法违规的行为依法从严处理。经过深加工的农产品，要严格做到带证上网、带码上线、带标上市。“三品一标”产品要确保产自特定区域、具有独特品质。六是做强信誉。信誉是电商持续发展的根本依靠，市场主体要以过硬的产品品质和高效的服务树立好口碑、留住消费者。政府也要主动作为，加强监管，提供服务。陇南市在陇南电商同城配平台的推广上借助政府负责人的承诺，通过网络向广大消费者郑重承诺：“我县（区）在陇南电商平台上架销售的产品，质量合格、价格合理、数量充足、配送及时，请大家放心购买！”用政府信用背书的方式，消除消费者后顾之忧。



北京橙乐视觉斩获

- IAI 第20届IAI国际广告节品牌形象设计金奖
 - 第26届中国国际广告节长城奖标识设计银奖
 - 第3届中华商标创意设计大赛金奖、铜奖
- 三项大奖

10年橙乐只专注LOGO设计这一件事

公司成立以来一直专注于品牌形象的创建、更新与传播，“只做好设计”是我们企业使命。通过多年 LOGO 设计经验，形成了专属方法论：LOGO 设计既不能流于纯商业的媚俗，又不能陷入纯艺术的虚无。LOGO 设计需要读懂用户的内心，与受众产生共鸣。



北京橙乐视觉部分logo设计作品

好的设计可以让品牌开口说话，
也可以征服欣赏者的心。

合作交流:138-1168-5571 (同微信)



扫描二维码添加微信



简讯

中欧地理标志协定正式签署 双方各100种地方名产纳入保护范围

9月14日，在中德欧领导人峰会召开之际，欧盟方面宣布，中欧已经在会前正式签署了中欧地理标志协定，将中国和欧盟两地各100种受到地理标志保护的地方名产纳入保护范围。在中国可以吃到欧洲特产的放心食品，同样，在欧洲也可以享用原滋原味的中国地方名品。

这些被欧盟市场保护的中国地方特产包括安吉白茶、盘锦大米、郟县豆瓣、山西老陈醋、吐鲁番葡萄干等，而欧洲的地方名品则包括法国香槟、爱尔兰威士忌、巴伐利亚啤酒、菲达奶酪、帕尔玛火腿、葡萄牙绿酒等等。未来在中欧正规市场上见到的上述名品，意味着均来自特定产地，其他国家和地方无法使用受到地理标志保护的商标。

据路透社14日消息，2019年欧洲出口到中国的农产品总值为149亿欧元，目前中国是欧盟的第三大农产品出口目的地。随着中欧签署这一协议，世界其他国家，包括美国、澳大利亚、新西兰等国出口到中国的农产品无法再使用受到地理标志保护的的商品名称。

今年中德欧领导人峰会原计划在德国莱比锡召开，受疫情影响，改为网络举行。中德欧将在天气变化、投资合作等一系列重大议题上加强探讨，今年年底前，中欧还有望在扩大双方投资上达成一项新协议。

(来源：央视新闻)



马来西亚加入马德里体系的实施情况

郑芳君

马来西亚政府大约于十一年前首次提议废除1976年马来西亚商标法令。此后陆陆续续有修正法案的风声，直到在马来西亚向世界知识产权组织递交加入马德里体系之商标保护的文件之前的几个月，相关新法案的一些特征才被零星地披露。2019年12月27日，2019年商标法令伴随着2019年商标条例以及2019年商标指南正式生效。本文旨在从一特定方面探讨这一新发展如何影响马来西亚商标申请的格局，即马来西亚在引入马德里体系后所带来的影响。

自2019年12月27日起，外国商标持有人无需直接向马来西亚知识产权局提交在马来西亚国内商标体系下的相关申请。商标持有人可以通过马德里体系在国际商标申请中指定在马来西亚寻求其商标保护。因此，外国申请人运用马来西亚国内商标申请体系的情况将大幅度地减少。然而，根据马来西亚知识产权局的最新统计，截至2020年6月30日，即马德里体系在马来西亚实施的6个月后，外国商标持有人在马来西亚提交的商标申请量已达9912件。尽管世界各行各业，基于应对新冠肺炎疫情而采取应对措施和知识产权局业务中断的冲击下，2020年上半年的外国商标持有人在马来西亚申请商标量已达到2019总量的41.25%。其中值得一提的是，2019年24045件的数额量是历史新高，即在此之前的5年的总申请量除了2018年以外，每年都只在2万以内收尾。这其中的原因何在呢？

国内注册优势之一：初步调查与咨询

马来西亚知识产权局为协助马来西亚国内申请

迅速获得商标保护而设立了一些特别程序。

一个相当有用的特点是申请前的咨询与查询程序。除了非传统商标、集体商标和证明商标的申请以外，申请人可以向商标注册处处长提交申请，要求针对该商标是否于表面上为可注册商标进行初步调查与咨询。

这些初步咨询与结果预计可以在提出该要求后的一个月之内取得，并且这些初步咨询与结果是保密的，不得公开让公众查阅。倘若商标申请是根据商标注册处处长的肯定意见而提出的，但经过进一步的调查或考量，商标注册处处长提出商标不可被注册的驳回意见，申请人将有权要求退还提出申请时支付的任何费用。

由于行政管理上的限制或由于成本效率的关系，这些程序可能不适用于马德里国际申请。

国内注册优势之二：加速审查商标注册

商标注册时，时间是至关重要的。马来西亚知识产权局一直保留了国内申请的加速审查程序。除集体商标、证明商标和非传统商标外，商标申请注册的审查可以通过请求加速审查。与此相关的是，马来西亚知识产权局已经废除了一些旧有的做法，以使该程序更加方便易用。

在已废法律下，请求核准必须在提出相关商标申请日的4个月内提出，并在获得批准后，提出加速审查的请求。请求核准现已被省略，而如今申请人只需提交加速审查的请求。此外，提交该请求书也不再有时间限制。只要申请尚未公告，马来西亚



知识产权局可随时接收所提交的请求。

马来西亚知识产权局也取消了提交经公证的法定声明以支持加速审查申请的规定。申请人如今需做的是在申请表格中标明一个或多个理由，作为请求加速审查的原因。这些理由包括国家或公共利益；申请的商标正在涉及侵权诉讼或有证据表明可能存在侵权的行为；商标注册是从政府或商标注册处处长认可的机构获得经济利益的条件等。商标申请人也可以提供其他合理的理由来支持其申请。

根据笔者的经验，倘若提出合理的理由，商标注册处处长一般会允许加速审查的请求。

倘若商标申请人在提交商标申请时一并提交加速审查的请求，或者在商标申请的早期阶段就提交加速审查的请求，则极有可能在商标申请日的4个月内获得商标注册。这与通过马德里议定书指定马来西亚为商标保护国在申请日起的18个月内的审查形成鲜明的对比。

尼斯 (NICE)、马德里体系商品与服务 (MGS)，东盟名单

对于指定马来西亚为商标保护国的国际申请，马德里商品与服务 (Madrid Goods & Services) 会自然地采纳。对于国内申请而言，商标申请人也可以选择增添尼斯和东盟商品与服务的名单。此外，商标注册处处长具有酌情权，以允许不在名单中的商品与服务。相对而言，国内申请可能会给商标申请人提供更广泛的商品与服务保护范围。

在某些情况下，商品与服务也可能是本地市场特有和独特的。鉴于当地的惯常做法以及理解与认知，一个在外国司法管辖区使用的术语，可能并非马来西亚公众和本地有关当局所理解的。因此，通过马德里申请所使用的商标描述，一般是基于基本的商标申请，极可能无法充分覆盖商

标持有人的利益。

系列商标

在实质性细节上彼此相似，只在非实质性的特征上有区别的商标，可申请为一系列商标。一个系列里，可以多达6个。先决条件是商标之间的差异没有对商标本质有重大的影响也不关乎显著特性。关于这点，审查员会将商标视觉、语音以及概念差异三个方面进行考察。

在以下一个或多个事项上存在差异的商标可被接受作为系列商标。

第一，有关商品或服务的声明或陈述，而该商标是分别就该商品或服务而使用或意图使用的。一般在这种情况下商标申请人将申请注册各种商标，而该商标是由有关商品的声明和陈述组成或包含有关商品的声明和陈述。例如，有关商品为糖果，商标申请人可以提交多达6个包装，而这些包装在糖果的口味，如橙子、草莓、荔枝、榴莲、苹果和椰子口味的声明和陈述上有所不同。

第二，有关数目、价格或品质的声明或陈述。关于品质的声明或陈述，例如A、AA或AAA等级。

第三，对商标本质没有重大影响的标准字体。这包括大小写，音形义相同的文字。不同字体字形差异的文字也能被接受。前提是其差异不影响商标的含义和显著性。



第四，商标的任何部分的颜色。这适用于使用不同颜色陈述的同一商标。它们可以通过一个系列来保护。

可见有效及灵活地使用一系列商标，可大幅度的减低商标注册的成本。

只用于马来西亚的商标无需通过马德里注册

马来西亚拥有3237万人口，基本上所有马来西亚人都精通国语，即马来语。因此，无论是出于吸引本地消费者的目的或是出于防御的目的，国外商标持有人除了用本国文字注册商标外，运用马来语注册商标也是可行的。对于这类商标，商标持有人没必要通过马德里体系寻求其商标保护，通过马来西亚国内途径申请商标足矣。

根据马来西亚商标注册程序，马来西亚知识产权局保留决定是否根据马来西亚法律针对在国际申请中指定马来西亚为商标保护国而给予相关的商标保护的权力。这意味着，即使商标在原属国受到保护，该商标也不一定会在马来西亚受保护。倘若被提出商标注册审查意见通知书，申请人则必须在规定的期限内给予书面回应或申请听证，否则将被视为放弃该申请。针对商标注册审查意见通知书作出回应或申请听证的期限仅有两个月。就商标异议而言，最长的延长期限为提交反对通知书的期限届满后的两个月。至于向商标注册处处长要求获取驳回决定所基于的书面理由，则完全不能被延长。

马德里注册欠缺弹性

众所周知，除了针对商品和服务范围的限制外，国际申请必须反映在基本申请上所填写的申请细节。国际申请不能含有不同的申请细节来反映每个指定商标保护国的商标使用与表现方式的差异。此欠缺弹性的规定可能会使商标持有人倾向于使用国内商标注册体系。

马德里注册的风险：中心打击 牵一发而动全身

中心打击的风险可说是马德里体系注册商标的最大致命伤。国际申请必须以原属国申请或注册为基础，并且在5年内依附于基础申请或注册。倘若在这段依附期内，基础申请因某种原因被驳回，注册被撤销、或宣布无效，原属局将向国际局申请撤销该国际注册。虽然商标持有人可以在该商标被注销后的3个月内要求将国际申请转为在马来西亚国内商标体系下的申请，但这将加重注册的成本。

这牵一发而动全身的风险是后果极其严重。或许正是因为这个原因，商标持有人选择继续通过国内途径在马来西亚申请注册商标。

马德里体系的局限

虽然马德里体系具有106个缔约成员国，覆盖122个国家，但也有一些国家或地区没有加入该体系。因此，马德里体系未必是商标注册的唯一方案。通过马德里体系获得的商标注册的也有局限。局限之一是无法将其商标所有权转让给成员国非居民的一方。为了转移其商标所有权，商标持有人必须首先从马德里体系中撤回其商标。

结语

不可否认的是，马德里体系在多个法域获得商标注册方面是一个潜在的成本较低、效率较高的体系。然而，马来西亚知识产权局的数据显示，不少的商标持有人还是继续使用马来西亚国内申请的途径来获取商标注册。总的来说，马来西亚国内申请存在一些优势，有效的利用这途径，不但省时省事，也很可能为商标持有人带来更全面有利的保护。

作者单位：马来西亚思纪龄律师事务所



中华品牌博览会

地理标志展



区域品牌发展市县长论坛



2020.12 江西·南昌

即将开幕

第十二届中国国际商标品牌节

—— 纵论商标经纬 共筑品牌未来 ——



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

