立足商标 | 服务企业 | 面向社会

中华商标®

2023年第5期
总第309期

中华商标
二〇二三年第五期
总第309期

CHINA TRADEMARK

广告

诚信代理　自律执业

NAM&NAM
南恩南
韩国知识产权代理事务所
深耕知识产权领域70年
www.nampat.co.kr
clients@nampat.co.kr
T: 82 2 753 5477 (中文直拨)

Beshining
法律及知识产权
上海·西安·宁波·重庆·长沙·青岛·杭州·休斯敦
知识产权多生命周期及法律服务提供商
上海锦兴律师事务所
上海锦兴知识产权代理有限公司
专注知识产权 20 年 团队近 300 人
为了您 保护您 成就您
专业 负责 简单 阳光 奋进
2020-2022年度“优秀商标代理机构”。
2015-2022年，连续8年荣获“中国杰出知识产权服务团队”。
2022-2023年，二次荣获The Legal 500“备受瞩目律师事务所”。
2021-2022年，二次荣获ALB中国法律大奖提名。
2020-2022年，连续3年荣获《商法》专利、商标领域卓越律所大奖。
……
总部：上海市徐汇区小木桥路681号外经大厦21、26、29楼
总机：021-51797188、61258088、80522399
邮箱：law@beshininglaw.com
网址：www.beshininglaw.com

巴西商标和专利注册
知识产权
卡内维律师事务所
为您提供个性化解决方案
超过37年的经验
拥有10年以上执业经验的高级合伙人
经权威知识产权指南认可的管理合伙人
卡内维律师事务所
就在元宇宙
cnvbrazil.com
info@cnvbrazil.com
圣保罗普雷图河畔圣若泽11月15日路3171号-31区
+852 5808 2318

鼎宏知识产权集团
Dinghong Intellectual Property Group
中国知识产权
品牌服务机构
中国地理标志服务深耕者
鼎兴中国知识产权，宏扬中华民族品牌
商标/地理标志/著作权/商业秘密/法律
互联网与科技应用/品牌运营/培训
中华商标协会理事单位
中国版权协会理事单位
中国专利保护协会副会长单位
国家中小企业公共服务示范平台
全球服务热线：
400-6811-508
北京、四川、云南、河南、贵州、陕西、重庆、西藏、青海

SPTL
SHANGHAI PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE, LLC
上海专利商标事务所有限公司
全国商标代理品质服务机构
上海市知识产权服务领域头部机构
WIPO 在华授牌的首批技术与创新支持中心（TISC）
国家知识产权战略实施工作先进集体
国家级专利导航工程支撑服务机构
全国五星优秀专利代理机构
中日商标交流贡献奖
商业代理
30年
1990-至今
+86-21-34183200
info@sptl.com.cn
www.sptl.com.cn

北京玺泽律师事务所
TISIZE & PARTNERS
专 业 不 止 于 细 节
知识产权 / 资本市场 / 合规管理 / 争议解决
2020中国知识产权十大新锐商标诉讼代理机构
2017-2020中华商标协会优秀商标代理机构
2018中国知识产权十大新锐诉讼代理机构
2017-2019中华商标协会优秀商标代理案例
2016全国律师协会十大知识产权案例
电话：010-64796189　邮箱：mail@tisize.com
地址：北京市朝阳区保利国际广场T1-1701　网址：www.tisize.com

咨询电话：010-68031255

广告

MOUTAI

茅台酱香 股份出品

CCTV. 品牌保证工程
贵州茅台酒股份有限公司
KWEICHOW MOUTAI CO., LTD.
400-818 9999

WuXi Biologics · 君实生物 TopAlliance · Dragon Sail Pharmaceutical 白帆生物 · TEGEN 透景 · YUANSONG BIOTECHNOLOGY · DSM · Shanghai Hutchison Pharmaceuticals 上海和黄药业 · 国药集团 SINOPHARM · 裕信藥業 RISUN PHARM · 纽瑞茵 NEOTRIEON · SOVYA 索薇亚 —专注头皮护理—

溪木源 simpcare · 亿康基因 YIKON GENOMICS · 植物智慧 Botanical Wisdom · RAAS 上海莱士 · TENRY 腾瑞制药 · YOULAN 呦蓝 · 臻格生物 ZI JING BIOTECH · KANS 韩束 · DEVELOPED BY PETERSON'S LAB · cell beauty · 大和生技集团 TAI HO GROUP

Dewy Lab 得意 · CHICMAX 上美 · 丽舒丹 Lisudan.dr.lo · One leaf 一叶子 · 自然美 · MAYSU 美素 · 欧莱雅中国 L'ORÉAL CHINA · SHISEIDO · TECHCOS · 美麗華 · GROUPE POCHET

PMPM · MEILAN 上海美蘭 · 维琪生物 WINKEY BIO · JUDYDOLL · 养妍蜜方 · 彤颜 TONYAN · 李记包装 LLI PACKAGING · 云丽 · LUOSUN · Celltide 再生美学

广告

招商热线：
021-37195161

广告

中国贸促会专利商标事务所
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE

知识产权多领域服务专家

守护智慧 创造价值

始于1957年 / 620+总人数 / 320+代理人
90+人获得国家法律职业资格

官方微信公众号

www.ccpit-patent.com.cn Email: mail@ccpit-patent.com.cn

Beijing 北京 | Shanghai 上海 | Shenzhen 深圳 | Guangzhou 广州 | Hong Kong 香港 | New York 纽约 | Silicon Valley 硅谷 | Tokyo 东京 | Madrid 马德里

注：数据由中国贸促会专利商标事务所统计，时间截止为2021年10月31日。

广告

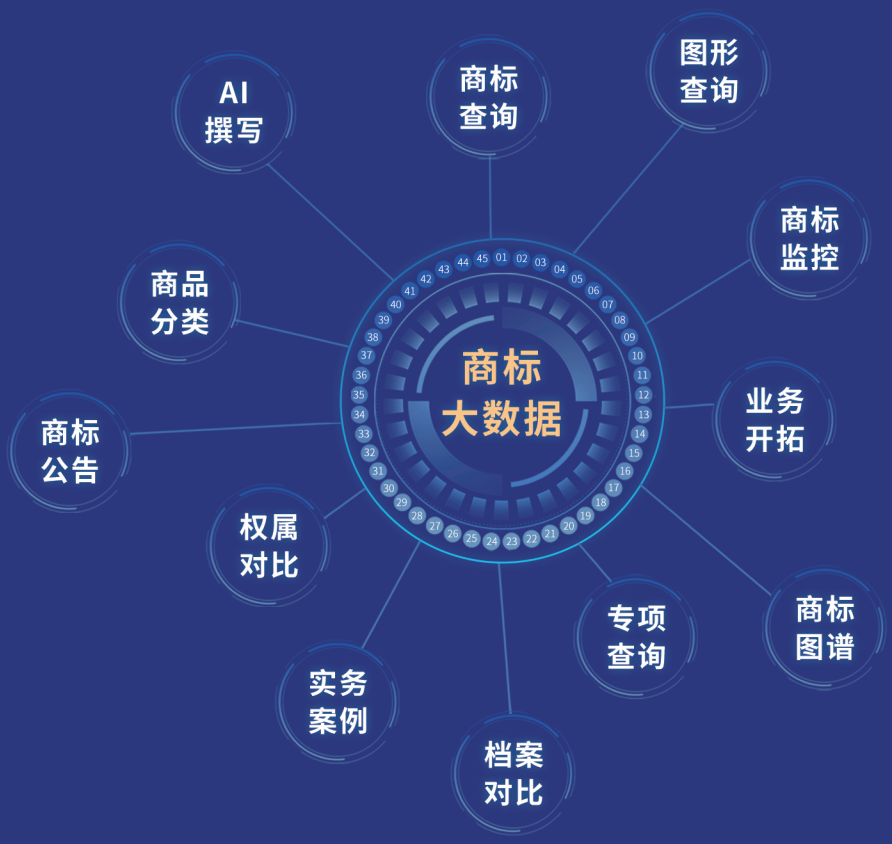
摩知轮 MOZLEN

让商标数据更专业

商标行业数字化创新平台

Digital Innovation Platform for the Trademark Industry

“摩知轮AI商标检索和管理平台”——商标品牌建设优秀案例



世界及中国500强企业青睐的商标好工具

MIP《知识产权管理》及WTR《世界商标评论》中国榜90%以上机构的选择

金杜律师事务所 KING&WOOD MALLESONS | 君合律师事务所 JUNHE | 中倫 ZHONG LUN | 中国贸促会专利商标事务所 CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE | 集佳知识产权 UNITALEN ATTORNEYS AT LAW

Bird & Bird | Baker McKenzie. | ROUSE | DEACONS 的近律師行 | LANE INTELLECTUAL PROPERTY

Alibaba | HUAWEI | Baidu 百度 | Tencent 腾讯 | 快手

北京摩知轮科技有限公司

邮箱：mail@mozlen.com
网址：www.mozlen.com
电话：010-65206680
地址：北京市朝阳区建国路118号招商局大厦1201

微信公众号　试用申请　小程序

上述数据由摩知轮统计（截止2022年12月30日）

中华商标®

ZHONGHUA SHANGBIAO

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

副主任（以姓氏笔画为序）：刘春田　吴汉东

编　委（以姓氏笔画为序）：

马　浩　王艳芳　孔祥俊　冯术杰　冯晓青　杨叶璇

张　平　张伟君　李　扬　李顺德　杜　颖　郭　禾

曹中强　黄　晖　黄　勇　蒋正龙　程永顺

社　长：张豫宁

副主编：李　崇

编　辑：马　君

广告发行部：李晓娟

编辑部：010-68983165　010-68037835

记者部：010-68983165　010-68031255

广告发行部：010-68031255　010-68036092

活动部：010-68031255　010-68048211

新媒体部：010-68983165　010-68031255

战略合作伙伴：艾欧史密斯（中国）水系统有限公司

战马（北京）饮料有限公司

合作伙伴：中国贸促会专利商标事务所

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

杂志社地址：北京市海淀区紫竹院街道车道沟10号院

《中华商标》杂志社（北方朗悦酒店）

邮编：100089

传真：010-68036092

投稿邮箱：China.trademark@263.net.cn

订阅邮箱：zhsb68036092@cta.org.cn

官方微信：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：中国国际图书贸易集团有限公司（北京399信箱）

国外发行代号：6447BM

国内总发行：中国邮政集团公司北京市报刊发行局本刊发行部

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

目录 / CONTENTS

专　稿

4　各地印发 2023 年知识产权行政保护工作实施方案扎实推进知识产权保护工作　本刊编辑部

6　第十三届中国国际商标品牌节亮点概览

8　2022 年度商标异议、评审典型案例发布

商标案例精读

9　在先权益保护需要确立合理边界
——第 43541282 号“花满楼”商标异议案　董蓉晖

11　皮之不存　毛将焉附
——第 54491795 号“华莱仕福”商标异议案　李金阳

13　怠于行使举证义务　承担不利法律后果
——第 16195926 号“uBIDA Logistics”商标撤销复审案　张丁萍

15　伪造营业执照构成《商标法》所指“欺骗手段”
——第 14059309 号“世觀”商标无效宣告案　赵　爽

《商标法》四十周年

17　从商标注册与使用看中国商标 40 年　党晓林

20　企业专项商标管理工作建设心得　京东集团法律合规与知识产权部　商标团队

专　栏

审查审理之窗

24　三维标志商标申请书式填写注意事项　徐　放

法官说商标

33　《商标法》第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”的适用及例外探讨　吴园妹

判例辨析

39　《商标法》第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”的适用与例外　张　璇

实务交流

26　商品形状的保护：保护非传统商标的非传统方法　杨明明

30　运用成语申请注册商标在审查中被驳回的三种情形　赵　宇

74　含地名商标的申请注册和正当使用　王　思

理论研讨

44 老字号商业标识保护的路径、法律判断与焦点问题 杜 颖 李彧祺

54 商标授权确权实践中的商品化权益保护 孙明娟

61 “约定赔偿”在知识产权侵权损害赔偿中的适用 叶挺舟

他山之石

49 从欧盟判例法的视角分析恶意商标注册申请 刘岗林 王太平

58 马德里商标国际注册避“坑”小常识 孙 博

“万慧达杯”2022 中华商标协会全国高校商标热点问题征文比赛获奖作品选

64 我国商标共存协议效力的司法现状与对策 叶 悦

69 论商标权的滥用及其法律规制 孙思阳

商标执法与保护

77 九江市开展专项执法打击侵权假冒 优化发展环境 胡博翔

环球资讯 **78**

20. Share the Experience of Enterprise Special Trademark Management
44. The path, Legal Judgment and Focus of the Protection of Time-honored Commercial Signs
49. Analysis of Malicious Trademark Registration Application from the Perspective of EU Case Law
54. Protection of Commercial Rights and Interests in the Practice of Trademark Authorization Confirmation
61. The Application of "Agreed Compensation" in Compensation for Intellectual Property Infringement Damages
64 . Analysis on the Legal Status and Countermeasures of Trademark Coexistence Agreement
69. On the Abuse of Trademark Right and Its Legal Regulation
74. Some Thoughts on Applying for Registration and Proper Use of Place Name Trademarks

著作权使用声明

凡被本刊录用稿件，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。

2. 本刊已被中国知网等多家数据库收录，稿件刊发后本刊有权以纸媒体、网络、光盘等各种形式使用文章，中国知网等多家数据库有权通过信息网络传播本刊全文，稿酬与著作权使用费一并支付。如作者不同意数据库收录，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。

在先权益保护需要确立合理边界

——第 43541282 号“花满楼”商标异议案

◎ 董蓉晖

一、基本案情

异议人：郑小龙

被异议人：四川普度茶叶有限责任公司

被异议商标：花满楼

指定使用商品：第 30 类“茶；用作茶叶代用品的花或叶；红茶；白茶”等。

异议人主要理由：“花满楼”是其父亲古龙先生原创武侠小说《陆小凤传奇》中的人物名称，异议人及其关联公司对其享有在先著作权。该人物作为古龙创造的三花之一（花满楼、花无缺、无花），具有鲜明的性格特征，并随着多个版本的影视作品的制作播放，已有较高的知名度和美誉度。被异议商标与《陆小凤传奇》中的该人物角色名称相同，指定使用在“茶；用作茶叶代用品的花或叶；红茶；白茶”等商品上易使消费者误认为与异议人具有某种关联性，从而挤占了本属于异议人作为古龙长子以继承人身份享有的商业机会和市场份额，违反了《商标法》第三十二条所指的“不得损害他人现有的在先权利”之规定。

被异议人答辩理由：“花满楼”并非异议人一方所独创，异议人无权阻碍他人合理使用；异议人所提供的证据，涉及作品角色名称“花满楼”的较少，该角色完全未达到“商品化权益”所要求的知名度；异议人提供的证据不足以证明其所主张的作品角色名称在茶叶领域具有较高的知名度；被异议人没有主观攀附异议人作品知名度的恶意，其注册“花满楼”作为商标寓意花香满楼，使用在花茶等商品上是为了传达自身产品特点。异议人所称“花满楼”为作品角色名称，并不构成著作权法保护的客体，未侵犯异议人在先著作权。

经审查，国家知识产权局商标局（下称商标局）认为：被异议商标“花满楼”指定使用商品为第 30 类“茶；用作茶叶代用品的花或叶”等。异议人称“花满楼”是其父亲古龙先生原创小说《陆小凤传奇》中人物花满楼的名称，被异议商标的申请注册侵犯古龙先生小说《陆小凤传奇》的著作权。因人物名称并不能独立表达作品的思想和情感，不具备法律意义上作品的要素，不属于著作权法保护的客体，因此被异议商标的申请注册未侵犯古龙先生小说作品的著作权。此外，被异议人提供的证据显示，在古龙先生创作《陆小凤传奇》之前，“花满楼”一词已出现在唐、宋诗人的作品中，当代亦有以“花满楼”为名的歌曲、散文，因此在公众认知中“花满楼”应不唯一指向《陆小凤传奇》中的人物花满楼，且

异议人提供的证据不足以证明被异议商标使用在茶等商品上，易导致相关公众误认为其标识的商品与“花满楼”角色名称存在某种特定联系，从而挤占了异议人的潜在交易机会和商业价值。故对于异议人关于被异议商标损害其知名作品中角色名称所享有的在先权益的主张，商标局不予支持。

依据《商标法》第三十五条规定，商标局决定：第 43541282 号“花满楼”商标准予注册。

二、案件评析

本案焦点在于“花满楼”作为《陆小凤传奇》作品中的角色名称，是否应作为异议人享有的在先权益予以保护。

根据《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》，对于著作权保护期限内的作品，如果作品名称、作品中的角色名称等具有较高知名度，将其作为商标使用在相关商品上容易导致相关公众误认为其经过权利人的许可或者与权利人存在特定联系，当事人以此主张构成在先权益的，人民法院予以支持。

根据上述司法解释，在涉及在先权益保护的案件中，行政机关在作裁决时一般综合考量以下因素：1. 是否为在著作权保护期限内的作品；2. 是否为在保护期限内的作品中具有较高知名度的作品名称、作品中的角色名称等；3. 是否为能够让相关公众误认为该商标与在先权益主体之间存在特定联系、能够达到误导公众的客观效果；4. 诉争商标申请人是否存在主观恶意。

具体到本案，古龙先生于 1985 年去世，其创作的作品仍在著作权保护期限内，异议人作为古龙先生长子继承了其大部分作品版权，其中包括《陆小凤传奇》，异议人作为权利主体可以主张其在先权益，商标局在审查审理实践中也对其某些作品名称或角色名称作为在先权益予以保护。

其次，古龙先生笔下创作的“花满楼”这个人物形象，虽眼盲但仍具有乐天知命、乐善好施的性格，因而受到读者、观众的喜爱，该人物在相关公众中具有一定知名度。

但是，根据被异议人答辩中提供的证据并经商标局核实，早在唐宋时期，就已有诗人创作出含有“花满楼”的诗句，如唐代诗人罗邺在《上阳宫》里写有“春半上阳花满楼，太平天子昔巡游”、宋代诗人魏了翁在《送杨尚书知泸州》诗中著有“白璧抵山车断流，黄金牣屋花满楼”等。可见“花满楼”并非异议人一方所独创之文字，应当认为是公有领域已有词汇，作为公有领域元素，只要不损害公共利益，任何人都可以自由利用。对于并不仅仅指代古龙作品中的角色名称的词语“花满楼”，被异议人将其申请注册为商标并未侵犯到特定利益主体，特定主体不存在，利益受损就无从说起。

此外，异议人在本案中虽然提供了相关影视作品以证明异议人一方与作品角色名称“花满楼”之间已形成一定联系，但“花满楼”出处繁多，即便当下仍有许多歌曲、散文以“花满楼”为名。异议人在案证据也不足以证明“花满楼”角色名称的知名度已进入茶叶行业领域，因此“花满楼”一词注册使用在“茶”等商品上并不能与异议人产生足够强烈的紧密联系，使得相关公众看到“花满楼”商标就会联想到异议人。

最后，被异议商标指定使用在“茶”等商品上，具有美好的寓意，与指定商品之间有着天然的联系，被异议人申请注册“花满楼”商标具有合理性，可以推定本案被异议人没有搭便车意图。

因此，根据本案认定的事实，商标局认为被异议商标的注册使用不会使相关公众将其与异议人产生关联，从而不当挤占本属于异议人的商业机会和商业利益。被异议商标的申请注册未损害异议人的权益。

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

三、典型意义

作品名称和作品角色名称作为非法定权利，已在司法解释层面作为在先权益可以受到保护，并在商标授权确权实践中趋向严格保护。但权益保护的边界比较模糊，如何在实践中确立边界和范围越来越引起关注。不可否认，在实践中确有不少申请人基于“拿来主义”，从现成的文学、影视作品中拿来一些具有一定知名度的元素申请注册为商标。作为商标授权确权行政机关，在面对越来越多类似案件时，更应从保护客体的独创性、知名度、与特定主体的紧密联系、产生混淆的程度、利益衍生范围等多维度考虑，在个案中准确界定保护范围和边界，既要依法保护权利人因投入大量创造性劳动而应该享有的商业价值和商业机会，也要防止不当限制公众使用公有领域元素的自由。

知识产权保护既要遵循严格保护原则，也要做到公正合理。商标异议程序作为双方当事人参与的程序，异议人与被异议人是平等主体，双方利益均需要法律给予合理公正保护。双方当事人要在案件审理过程中积极参与进来，为各自利益获得更好的保护而充分举证。本案采纳了被异议人答辩理由，异议不成立，对角色名称作为在先权益保护的边界进行了清晰地划定，对类案审查作出了较强的指引。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查二处

皮之不存 毛将焉附

——第 54491795 号“华莱仕福”商标异议案

◎ 李金阳

一、基本案情

异议人：上海榕赢品牌管理有限公司

被异议人：唐山米源企业管理咨询有限公司

被异议商标：华莱仕福

指定使用服务：第 35 类“商业战略规划服务、市场调查和商业分析、商业中介服务”，第 43 类“餐馆服务、餐厅服务、外卖餐馆”等。

异议人主要理由：1. 被异议商标与异议人引证商标构成使用在类似服务上的近似商标，并存使用易造成消费者混淆误认；2. 被异议人企业已于 2021 年 5 月 11 日注销完成，且被异议人在此之前并未对被异议商标的权利进行处置，被异议商标的核准注册不具有正当性和合理性。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

经审查，国家知识产权局商标局（下称商标局）认为，被异议商标“华莱仕福”指定使用在第 35 类市场调查和商业分析、第 43 类餐馆服务等服务上，异议人引证在先注册的第 23667026 号“华莱士”、第 6401793 号“华莱士 CNHLS 及图”等商标核定使用服务分别为第 35 类为零售目的在通讯媒体上展示商品、第 43 类餐馆等，被异议商标与异议人上述引证商标在文字构成、呼叫和整体外观等方面

相近，构成近似商标。被异议商标部分指定使用服务与异议人引证商标核定使用服务属于同一种或类似服务。因此双方商标构成使用在部分类似服务上的近似商标，并存使用易导致消费者混淆误认。

根据异议人提供的证据显示，被异议人唐山米源企业管理咨询有限公司已于 2021 年 5 月 11 日被注销，其主体资格已经丧失，且尚无证据显示被异议人在注销前办理了被异议商标申请人变更手续，在被异议人未答辩提供反证的情况下，商标局予以采信。商标专用权作为一种民事权利，应由具有民事主体资格的主体来享有和行使，故被异议商标在丧失了申请主体的情况下不应被核准注册。依据《商标法》第四条、第三十条、第三十五条规定，“华莱仕福”商标不予注册。

二、案件评析

在以往适用《商标法》第四条成立的异议案件中，多因申请人不以使用为目的大量申请注册商标而成立，本案的不同之处在于，商标申请人在权利主体资格丧失，不再从事生产经营活动的情况下，被异议人申请注册被异议商标是否构成《商标法》第四条所指“自然人、法人或者其他组织在生产经营活动中，对其商品或者服务需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商标注册……”的情形。

《商标法》第四条前半段对提出商标注册申请规定了前提条件，即注册商标的申请人需要满足的条件：一、商标专用权作为一种民事权利是应由自然人、法人或其他组织，即具有主体资格的申请人行使的。二、商标应是申请人因从事生产经营活动在需要使用的情况下进行申请注册。商标是由使用商标的主体、商标使用的对象、以及商标标识共同构成的，这三个因素相互关联、缺一不可，否则就不能起到商标识别商品或服务来源的功能，这也是商标最本质、最基本的作用。

本案中，异议人举证了被异议人企业营业执照注销信息及被异议商标的业务流程信息等证据材料，上述证据可以初步证明：被异议人企业营业执照于 2021 年 5 月 11 日已注销，且无证据表明被异议人企业在注销前办理了申请人变更、商标转让手续或对该商标的权利进行了处置。被异议人并未答辩举证在被异议人企业营业执照注销后仍存在权利义务承受主体。皮之不存，毛将焉附。被异议人企业既已不存在，其作为商标权利主体的资格已经灭失，在这种情况下，被异议商标无法进入到生产经营领域中流通，无法使用在指定服务上，进而不能起到识别服务来源的作用。考虑到此时被异议人的商标申请行为已不符合生产经营所需取得专用权的前提条件，因此被异议人申请注册被异议商标的行为已构成《商标法》第四条前半段所指情形。

三、典型意义

商标的生命和价值在于使用。本案是适用《商标法》第四条，对已丧失商标权利主体资格的申请人商标不予核准注册的典型案例。本案通过对不再从事商事活动的商标申请主体所申请的商标不予核准注册，强化商标实际使用，引导商标注册回归“注册为了使用”的制度本源，使真正有使用需求的市场主体能够依法取得商标注册，具有较好的价值导向作用。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查一处

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

怠于行使举证义务 承担不利法律后果

——第 16195926 号“uBIDA Logistics”商标撤销复审案

◎ 张丁萍

一、基本案情

复审商标：uBIDA Logistics

第 16195926 号“uBIDA Logistics”商标（以下简称“复审商标”）由深圳金色生活科技有限公司于 2015 年 1 月 20 日申请注册，核定使用在第 39 类货运等服务上，于 2016 年 4 月 14 日获准注册，经核准，2018 年 12 月 27 日复审商标权利人名义变更为深圳嘉德高新材料有限公司（撤销复审申请人，以下简称“申请人”）。美国联合包裹服务公司（撤销复审被申请人，以下简称“被申请人”）以无正当理由连续三年不使用为由，于 2021 年 4 月 8 日向国家知识产权局商标局（下称商标局）申请撤销申请人的复审商标在“货运”等全部核定使用服务上的注册。申请人在指定期限内向商标局提交了其在 2018 年 4 月 8 日至 2021 年 4 月 7 日（以下简称“指定三年”）期间使用该商标的相关证据材料。商标局经审查认为，申请人提供的商标使用证据无效，被申请人申请撤销理由成立，商标局决定：撤销复审商标，原第 16195926 号《商标注册证》作废，并予公告。

申请人不服，于 2021 年 10 月 19 日向商标局申请撤销复审。撤销复审中，商标局向被申请人交换了申请人在连续三年不使用撤销阶段以及撤销复审阶段提交的申请理由及证据材料。被申请人针对上述理由及证据材料于法定期限内进行了答辩，认为上述证据材料部分关键信息前后矛盾，部分证据材料显示信息不符合正常商业习惯，上述证据材料真实性、关联性、合法性存疑。商标局向申请人送达了证据交换通知书，将被申请人的答辩理由及证据材料向申请人进行交换。申请人质证意见中并未就被申请人提出证据问题作出直接、明确的说明与解释。为了进一步查明相关案件事实，商标局依据《商标法实施条例》第六十条的规定，认为本案有进行口头审理的实际需求，询问双方当事人是否愿意参加口头审理，申请人表示拒绝参加口头审理，故商标局进行书面审理。商标局经审理认为，申请人提交证据的真实性存疑，在案证据无法形成完整的证据链条证明其复审商标在指定三年期间内经过真实、有效的使用，予以撤销。

二、案情解析

本案申请人在连续三年不使用撤销阶段向商标局提交了：承运合同、发票、收付款业务回单、物流托运单，作为在案证据材料。申请人在撤销复审阶段提交了以下证据材料：1. 商标使用许可合同；2. 申请人与复审商标被授权使用人的承运合同、运输发票及银行流水单；3. 复审商标被授权使用人与“上海俊彩材料科技有限公司”“吉雅德新材料（佛山）有限公司”运输合同、运输发票、银行流水单、物流托运单；4. 仓储租赁费、货物搬运费、装卸费、其他仓储服务费部分发票及银行流水单。

商标局经审理比对，发现申请人在前后撤销审理环节提交的证据材料中存在以下三个问题。一、物流单证据材料中，申请人在连续三年不使用注册商标撤销申请阶段与撤销复审阶段，提交的物流托运单制式基本相同，但前段连续三年不使用注册

商标撤销程序中申请人提交的托运单中未显示复审商标，然而撤销复审中的托运单显示有复审商标。二、物流托运单中通常单号数字小的单据开票日期在前，而在案证据中出现了多处，单号数字小的票据开票日期在后，前后时间逻辑顺序异常的情况。三、部分承运合同履行证据中存在发票开具日期在先，付款日期在后的情况，不符合“先付款、后开票”的一般交易习惯。经查发现，在案的承运、运输合同中相关合同签订主体的大股东为同一自然人，上述合同主体之间具有关联关系。由于在案证据出现多处有违正常交易习惯的情况，且关键证据的合同主体存在关联关系，致使复审商标在指定三年期间是否得以真实使用的在案证据真实性存疑。复审商标权利人在质证中未予解释说明，为可以更准确、高效查明案件事实，商标局认为本案有进行口头审理的实际需要。由于复审商标权利人拒绝参加口审，案件事实无法得到进一步查清，复审商标权利人的在案证据不能证明复审商标在指定三年期间内经过了商标法意义上的使用，加之在案证据存在诸多无法合理解释与自洽之处，故对全部在案证据从严予以审查，对复审商标予以撤销。

三、典型意义

本案的典型意义在于在撤销复审案件中，复审商标权利人主张维持注册复审商标，根据“谁主张，谁举证”的举证责任分配原则，复审商标权利人负有对其复审商标进行商标法意义上使用的举证义务，同时复审商标权利人对其提交证据的真实性负有诚实守信义务。案件审理中一旦发现证据确存疑点，将会对全部在案证据从严审理。本案中，在案证据存在诸多疑点，且复审商标使用主体存在关联关系，因此对在案证据的真实性可以做出合理怀疑。根据《商标法实施条例》第六十条的规定，商标局认为有实际需要的，可以组织当事人进行口头审理。通过口头审理，当事人当面质证、充分论证，对案件事实辩论越深入，审查员及合议组对案件事实的认定越准确，更有利于合议组作出公平的裁决。复审商标权利人应当积极配合行政机关履行自己的举证义务，若其不积极配合、消极对待，其怠于行使举证义务的行为将会导致承担举证不能的不利法律后果。

作者单位：国家知识产权局商标局评审四处

“强能力 提质量”第二届知识产权代理行业行风建设年活动启动

5月9日，“强能力 提质量”第二届知识产权代理行业行风建设年活动启动仪式在京举行。国家知识产权局党组成员、副局长卢鹏起出席并讲话。

卢鹏起指出，知识产权代理服务贯穿知识产权制度运行全链条，是推动知识产权高质量创造、高效益运用、高标准保护、高水平管理的重要支撑，是推进知识产权强国建设的重要力量。他强调，要加快推动知识产权代理服务由追求数量向追求质量转变，树立“质量至上、质量优先”的责任意识，把高质量作为新时代知识产权代理事业发展的主旋律、硬任务，持续深化落实、落地见效、坚持不懈，不断加强服务能力、提升服务质量。

启动仪式上，有关部门介绍了《2023年知识产权代理从业人员专业能力建设行动方案》，发布了《全国知识产权代理行业发展状况（2022年）》；中华商标协会和中华全国专利代理师协会介绍了2023年行业自律和能力建设工作要点；地方有关协会和知识产权代理机构代表作了主题发言。活动现场还向12家商标代理机构颁发了“商标代理服务证明商标使用许可证书”。国家知识产权局专利局有关负责同志出席活动。

此次活动由国家知识产权局指导，中华商标协会和中华全国专利代理师协会联合举办，地方协会代表、知识产权代理行业代表参会。（来源：国家知识产权局）

简 讯

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

伪造营业执照 构成《商标法》所指“欺骗手段”

——第 14059309 号“世觀”商标无效宣告案

◎ 赵爽

一、基本案情

申请人：四川观世茶业有限公司

被申请人：张婷

争议商标：

指定使用服务：第 35 类“广告宣传；特许经营的商业管理”等。

申请人主要理由：被申请人以个体户负责人名义（亦为个体工商户营业执照上显示的经营者姓名，即以下个体工商户负责人和经营者含义一致）申请注册争议商标时提交的个体工商户营业执照已被注销，已丧失主体资格，且被申请人未就其与争议商标相关的权利义务的承继情况作任何说明，据此可认定被申请人已不具备取得商标专用权的条件。被申请人以个体工商户负责人名义申请注册争议商标时提交的个体工商户营业执照系伪造，违反了 2013 年《中华人民共和国商标法》（下称《商标法》）第四十四条第一款等的规定。

申请人提交的主要证据：1. 其他类似情形商标无效宣告请求裁定书;2. 案外人“态好吃”百度百科；3. 广州市越秀区世观服饰店（经营者为本案被申请人）信息等。

被申请人答辩的主要理由：被申请人并未提交虚假营业执照申请注册商标，请求维持争议商标。

被申请人提交的主要证据：1. 广州市海珠区凤阳世观服饰制衣厂、江苏态好吃餐饮管理有限公司营业执照及企业信息；2. 被申请人的第 10967787 号“态好吃”商标注册资料；3. 申请人企业信息查询。

二、案件评析

本案焦点在于是否认定被申请人申请注册争议商标的行为构成了《商标法》第四十四条第一款所指的以欺骗手段取得商标注册之情形。

国家知识产权局商标局（下称商标局）审查查明：被申请人于 2014 年 2 月 24 日提出了争议商标的注册申请，届时被申请人按规定提交了个体工商户营业执照。为查明事实，商标局调取了被申请人申请注册争议商标时提交的前述主体资格证明文件，被申请人提交的个体工商户营业执照显示的名称为钟楼区南大街港粤风餐饮店（以下称港粤风店），经营者姓名为张婷。

根据审查查明中被申请人申请注册争议商标时提交的个体工商户营业执照名称，商标局查询相关工商信息显示港粤风店的经营者姓名为虞月红，并非被申请人张婷，且港粤风店已于 2014 年 10 月 27 日注销。对此，被申请人在本案中并未提交充足的证据予以反驳。故商标局认为，被申请人申请注册争议商标时所提交的个体工商户营

业执照系伪造，争议商标的注册申请已构成2013年《商标法》第四十四条第一款所指的以欺骗手段取得商标注册之情形。

三、典型意义

《商标法》第四十四条第一款规定："已经注册的商标，违反本法第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四款规定的，或者是以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的，由商标局宣告该注册商标无效；其他单位或者个人可以请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。"该条款中欺骗手段取得商标注册的行为，就是指争议商标申请人在明知前提下，为了牟取非法利益，以虚构或故意隐瞒事实真相的方式，提交了虚假的相关文件，欺骗行政机关并使其陷入错误认识，从而非法取得商标注册的行为。

原商标局于2007年发布的《自然人办理商标注册申请注意事项》中第一条规定：个体工商户可以以其《个体工商户营业执照》登记的字号作为申请人名义提出商标注册申请，也可以以执照上登记的负责人名义提出商标注册申请。以负责人名义提出申请时应提交负责人的身份证、营业执照复印件。[1]《商标审查审理指南》（2021）同样要求，申请人为内地（大陆）自然人的，应提供载有统一社会信用代码的个体工商户营业执照、农村土地承包经营合同复印件等表明申请人从事生产经营活动的主体资格证明文件。[2] 商标申请注册的实践中，大部分自然人以其个体工商户营业执照负责人名义申请注册商标。

申请注册商标应当遵循诚实信用原则，不得以弄虚作假的手段欺骗商标注册部门取得注册。在审查审理过程中，要求审查员查明争议商标注册人在申请注册商标时，是否采取了向商标注册部门虚构或者隐瞒事实真相、提交伪造的申请书或者其他证明文件等手段骗取商标注册，该行为包括使用虚假的营业执照等身份证明文件等。[3]

上述关于自然人申请注册商标的注意事项以及审查标准要求，落实在商标审查审理实践中就是运用《商标法》第四十四条第一款予以规制，其根本目的是为了保护正常的商标注册和市场秩序，打击以欺骗行为牟取非法利益并获得商标注册的行为。同时也在一定程度制止自然人不以使用为目的的恶意囤积商标的行为，从而避免商标资源的浪费。

结合到本案，被申请人作为自然人在申请注册商标时就应该按照相关规定提供真实有效的个体工商户营业执照，即经营者姓名为被申请人的个体工商户营业执照。如前述案件述析，事实并非如此。被申请人提供的个体工商户营业执照中显示的经营者姓名为虞月红，与本案被申请人姓名张婷不一致。对此，被申请人未作出合理解释，亦未提交相反的证据予以证明其在争议商标申请注册时其提交的个体工商户营业执照并非伪造。故可以认定被申请人上述商标注册申请提交的主体资格证明文件与《自然人办理商标注册申请注意事项》及审查标准的要求不符。另，虽被申请人在无效宣告答辩过程中提交了其名下第10967787号"态好吃"商标注册资料等证据，但上述证据并非本案争议商标在其核定使用的第35类广告宣传等服务上已投入市场流通领域的证据，亦不能证明被申请人申请注册争议商标具有真实使用意图。

作者单位：国家知识产权局商标局评审九处

注　释

[1] 北京市高级人民法院（2020）京行终5070号行政判决书.

[2] 国家知识产权局.《商标审查审理指南》（2021）[M]. 北京：知识产权出版社，2022：9.

[3] 同[2] 363.

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

从商标注册与使用看中国商标40年

◎ 党晓林

1982 年颁布的《中华人民共和国商标法》（下称《商标法》）是我国改革开放后颁布的第一部知识产权专门法律。砥砺深耕，笃行致远，40 年来，我国《商标法》先后进行了四次修改，有力保护了注册商标专用权，有效维护了公平竞争的市场秩序，为我国经济社会的全面、协调、可持续发展，发挥了积极作用。《商标法》在确保商标注册制不动摇的基础上，不断提高商标使用的重要地位，打击恶意抢注和不以使用为目的的囤积商标资源的行为，促使注册商标制度逐步向其核心功能回归，稳定市场主体合理预期，稳定商标管理秩序。笔者从商标注册与使用视角对《商标法》实施的 40 年进行回顾与展望。

新中国成立之初，政务院于 1950 年 7 月 28 日通过了《商标注册暂行条例》，该条例采用了商标权注册取得和先申请原则。随后在 1963 年 4 月 10 日，国务院公布了《商标管理条例》，采用了强制注册商标制度，即未注册商标是不能使用的，而使用的商标应该是注册商标，这就开启了全面注册时期。当时我国实行计划经济体制，一般是政府按事先制定的计划，提出国民经济和社会发展的总体目标，制定合理的政策和措施，有计划地安排重大经济活动，引导和调节经济运行方向。在这种全面注册原则下，在针对商标的认知上，商标主要被当做管理对象来对待，管理色彩非常浓厚，这与当时中国经济环境有关。

1982 年《商标法》开启了从全面注册原则向自愿注册原则的转变。1982 年《商标法》是改革开放后制定的第一部《商标法》，它废弃了《商标管理条例》确立的全面注册原则，采用了自愿注册原则。在对商标的认知上，体现了商标从被管理对象转变为具有私权属性的权利，但在保护上，只保护注册商标，而对未注册商标没有给予任何保护，即使对在先使用的商标也没有给予任何的保护。因此，在注册制度中缺少维护商标本质和商标功能的规制，例如缺少对商标的真实使用目的的要求、商标注册中的诚实信用原则等。

1993 年我国已由计划经济向市场经济转型，《商标法》顺应时代发展进行了第一次修改，本次修改首次引入了有关诚实信用的一些具体规定，具体体现在第 27 条的禁止以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册的内容，当然，这只是针对申请人在提出注册申请时不能采用欺骗手段，例如，伪造某些证明材料等，仅仅是将注册取得制度作为绝对的权利取得制度朝向综合性制度转变的一点萌芽。

2001 年《商标法》开启了将注册取得制度从绝对的注册取得朝向注册与使用逐步并重的转变。仍

沿用了自愿注册原则和注册取得原则的基本原则，不过此次对《商标法》修改的幅度比较大，特别是增加了较多的维护商标领域的诚实信用和公平竞争的规定。体现除了对商标注册制度在认识上的转变，不只是将注册取得制度简单地作为绝对的通过注册即可获得权力的概念，而是给商标使用一定的分量，在先使用的未注册商标具有了一定的地位。这体现出了我国的商标权注册取得制度开启了从绝对的注册取得朝向注册与使用逐步并重的转变。

2013 年《商标法》的修改进一步增大了注册与使用逐步并重的趋势，加大了商标使用在商标权注册取得制度中的地位。在 2013 年《商标法》中引入了诚实信用原则条款，其目的在于强调市场主体在从事有关商标的活动时，应遵守诚实信用原则，同时对日益泛滥的商标囤积和商标抢注行为在原则上进行了规制。虽然该条款仅仅在原则层面进行了规制，但是，对于具体条款的适用起到了指导作用。

2017 年我国商标注册申请量达到了 574.8 万件，比 2016 年增长 55.7%，2018 年我国商标注册申请量达 737 万件，申请量和增速均创当时历史新高。在大量的注册申请中，有真实使用目的的注册申请仅占一部分，大部分的注册申请并没有真实的使用目的，这些申请中既有简单地将商标作为商品来制造、销售从而获利的目的，也有抢注他人在国内已经使用但尚未注册，或者已经注册但存在盲区的不正当性甚至恶意的注册申请，这就造成了各种商标乱象，常见的情形有商标囤积和商标抢注。

为了遏制囤积商标待价而沽、恶意抢注商标索要高价或恶意提起商标侵权诉讼的情形，2019 年《商标法》进行了第四次修改，本次《商标法》修改的最大亮点为第四条第一款增加了：“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回。”具体明确了“不以使用为目的的恶意商标注册申请”的后果：一是在申请阶段将予以驳回；二是在初步审定公告阶段，在先权利人、利害关系人有权据此提出异议；三是即使已经注册成功，也将面临被宣告无效。但此法条的修改并不意味着我国商标权取得方式会从“注册取得”变成“使用取得”。“以使用为目的”不等于“商标注册需要提供使用证据”，我国商标专用权取得制度依旧遵循注册取得制度，并不要求注册阶段提供使用证据。此法条的修改体现了商标使用的重要地位，对恶意抢注和不以使用为目的的囤积商标资源的行为进行了规制，促使注册商标制度逐步向其核心功能回归。

1982 年至今的《商标法》制定和历次修改中，我国对商标的认知及对商标权注册取得制度的认知，逐步从绝对的商标权和绝对的商标权注册取得制度朝向注册与使用逐步并重的方向发展，增加了注册取得制度的弹性，使注册取得制度中的商标权更加符合商标本质。

在早期，《商标法》缺少规制非以使用为目的无正当理由大量囤积的恶意商标申请行为的相关条款。在商标审查和相应的司法实践中，对于明显的商标囤积和商标抢注的行为，裁判者只能从《商标法》中寻找是否违反了相关可以撤销或无效宣告的规定。这种迂回的操作使裁判者对于明显的恶意申请束手无策，也使合法经营并善意申请商标的经营者感到无奈。在早期的经典案例“360 安钱宝”商标异议案中，法院认为，根据在案证据显示，原告大量申请注册与他人知名品牌相近似的商标，大量公开售卖商标，法院依据最高人民法院《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》第 24 条的规定，以欺骗手段以外的其他方式扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者谋取不正当利益的，法院可以认定其属于《商标法》第 44 条第 1 款规定的“其他不正当手段”。

虽然法院作出了诉争商标的注册已构成“其他不正当手段”的结论，但是该结论的论述逻辑值得商榷。法院认为上述商标申请注册行为“具有明显的抄袭，模仿他人商标的主观故意，同时其超出经营范围，非以使用为目的无正当理由大量囤积商标，并通过商标转让等手段谋取不正当利益的行为”，就

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

此已经能够表明了该商标注册申请违反了诚实信用原则，明显属于恶意申请，但是，法院还进一步延伸了逻辑至“不正当地占用公共资源”“违反公序良俗原则，损害公共利益”，似乎这样才能与《商标法》第 44 条第 1 款中的“其他不正当手段”相契合。事实上，这种典型的商标圈地或商标囤积行为，确实是占用了公共资源，但是，任何一个商标注册申请都是将公共资源（注册前该商标应属于共有领域）变为私有权利，因此，占用公共资源的申请行为自身不是不正当的，申请的数量多少也不是不正当的判断依据，而申请中的恶意才是不正当的。但是，仅仅依据恶意来规制又无法在现有商标法律框架中找到依据，这种适用情形是受限于现有《商标法》的框架内容，“其他不正当手段”情形的适用体现出了一种智慧和“趁手工具不足”的无奈。

随着《商标法》的深入实施和不断完善，市场主体的商标注册和使用意识被逐渐唤醒并不断提高。打击商标恶意囤积行为已成常态化，有效规范了商标注册秩序，维护了公平有序的市场环境。虽然在 2019 年修改的《商标法》中加入了“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回”之条款，但在商标注册制度中对商标使用要素仍存在缺失。

首先，在商标注册申请中，缺少对商标使用目的的要求。在商标申请的基本原则中，缺少明确的以商标使用为目的的申请要求，且在注册申请中不要求提交使用意图的声明，即商标注册申请不是建立在以商标使用为意图的基础上。

其次，在商标注册申请审查程序中，缺少商标使用要素的要求。一方面，在相对事由的审查中，没有针对引证商标是否使用进行主动考虑。例如，一件已经注册多年但是从未使用的商标，虽然其从未发挥过商标的基本功能，没有在市场上出现过，也不可能指示商标或服务的来源，因此，也不可能与在后申请注册的商标在市场上构成混淆，但仍然能够依据《商标法》相关条款来阻止在后申请但实际使用的商标。这就造成了实质上的不公平，没有起到商标作用且没有对社会做出任何贡献的商标，仅仅因为在先申请，就阻止了他人在后的具有真实使用意图，或者已经实际使用的商标的注册申请，从而变相鼓励了商标囤积和商标抢注的行为。另一方面，在续展申请的审查中，还缺少对商标使用要素的要求。因此造成了大量的“僵尸商标”的长期存在，不仅占用了大量的审查资源，还占用了大量的商标资源，并且这些商标资源并没有得到有效的利用。

再次，在权利行使上商标使用要素的规制不足。对于未使用的注册商标在行使权利上的规制力度尚欠缺。我国《商标法》第 64 条规定了在侵权赔偿问题上对商标使用的要求，根据该规定，前三年未使用的注册商标在商标侵权诉讼中不能获得赔偿，但并不影响商标权人请求获得停止侵权的禁令。从商业上考虑，对于正常经营的企业来说，停止侵权的禁令的威胁，有可能远远大于侵权赔偿数额的威胁，或者说，即使没有侵权赔偿的风险，停止侵权的禁令至少给正常经营的企业带来了较大的威胁，因此，商标权人还是能够以此获得一定的商业利益，如通过放弃禁令要求和解来获得一定数额的赔偿费等。实际上，若注册商标专用权人不能证明此前三年内实际使用过该注册商标，根据商标的本质，其商标权不应该存在而应该被撤销，因此，还应该对未使用的注册商标在行使权利上进一步进行规制。

以上是笔者从商标注册及使用视角对《商标法》颁布之初至今的回顾与展望，今年是《商标法》正式实施 40 周年，中国的商标事业走过了一段不平凡的发展历程，经历了从无到有、从小到大的沧桑巨变，从《商标法》的设立，到与国际全面接轨，再到从商标大国向商标强国的转型，取得了举世瞩目的成就，成就了我国商标强国的国际地位，这与每一位知识产权人的努力密不可分。我非常幸运处于这个知识产权强国的伟大时代，能够参与其中并能尽自己微薄之力，对此我深感骄傲，期待我国的商标事业越来越好！

作者系北京三友知识产权代理有限公司总经理、法学博士

京东

企业专项商标管理工作建设心得

◎ 京东集团法律合规与知识产权部 商标团队

《中华人民共和国商标法》（下称《商标法》）自1983年到2023年已经实施了40年，这40年来中国经济腾飞，企业数量不断增加，各类产品和服务类型不断增加，对商标的注册、使用、维权需求和要求也在不断发展。值此《商标法》实施40年之际，我们从京东集团的自身管理经验对企业专项商标管理工作建设进行分享，总结企业专项商标管理工作的必要性和重要性，提炼共性问题，分享建设思路和经验，希望能够给已经或将要建设专项商标管理的企业以启发。

一、企业专项商标管理问题的提出

本文中所说的企业专项商标管理是指专人专岗对企业商标资产进行管理的机制。企业为什么要进行专项商标管理？从实际工作中可以发现，有的企业对商标管理缺乏足够的重视，没有建立专项商标管理制度、流程和治理机构，往往由企业的行政人员等非专业人员兼职或外包商标代理机构处理商标申请或维权事务。而同时又发现近年来各类商标纠纷案件屡见不鲜，甚至成为热点新闻。事前管理的不够重视和事后可能产生的重大纠纷，这二者间差异所带来的思考就是我们所要讨论的问题，即企业专项商标管理建设。

为了提高专项商标管理工作与企业经营管理工作的契合度，我们将商标管理工作分为申请、使用、维权三部分内容，再借鉴企业管理的PDCA循环，即将管理工作分为策划（Plan）、执行（Do）、检查（Check）、改进（Action）四个阶段分别进行讨论。

二、商标申请管理工作

1. 策划阶段

在申请的策划阶段，将分别从商标和人员两方面进行分析。

就商标方面而言，需要从多个方面考虑策划方案。首先，企业发展实际需求不可能只满足于一个商标品牌。随着产品细分、产品迭代、新品发售、新业务线需求等，需要有针对性地对不同产品进行商标布局。此外，还要围绕商号名称、IP形象名称、创始人姓名等需求进行布局。特别是平台类企业，渠道多、新产品多、业务线多、宣传范围广、知名度提高快、不定时出现爆款产品，往往易遭受抢注，就有较多的商标申请需求。其次，关于企业多商标

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

品牌的资源分配管理。这个问题建议可以通过“商标分级”制度来进行管理。建议根据品牌价值、业务发展情况、消费者认知度等将商标分为重要商标、一般商标，如果有特别重要的商标可以再细分为核心商标。从法律角度而言，商标保护力度与注册商标的显著性有关；从企业角度而言亦然，商标也是企业的一种资产，对于企业越重要的商标资产，就应当倾向性的提供更多资源，乃至扩展到域名、著作权等领域，进行更为完善的综合布局保护。再次，对商标申请类别而言，在企业专项管理中，商标的注册类别和业务的发展休戚相关，就需要企业商标人员立足商标专业能力，具有业务视角。既要在业务已开展的领域提前进行商标注册，还要对未来业务规划进行了解预判，根据业务侧的发展规划及需求提前进行商标布局规划。最后，对跨境产品服务的商标海外布局。要求企业商标人员具有全球视野，根据预算、上市时间、发售国家等因素，选择单一国家申请或马德里注册申请，及时完善跨境商标布局。

就人员方面而言，以上企业的实际需求决定了要求企业商标人员既要懂商标，具有完备的商标专业技能；又要保持与业务侧的密切沟通，学习业务思维，深耕业务领域，这个问题建议可以通过“商标BP”制度解决。具体而言，BP是“Business Partner”的缩写，中文译为“业务合作伙伴”，具体管理表现形式为按照业务线而不是专业工作进行工作划分。即作为业务线统一接口人与业务侧建立长期、直接、信赖的关系，处理各类商标需求；同时遇到疑难复杂问题建立内部协商机制，讨论后反馈答复，也避免业务侧一事需要找多人带来的低效率。

2. 执行阶段

在申请的执行阶段，一般认为多数工作由商标代理机构处理，其实企业内部也有诸多工作要协调处理。首先，业务侧想要用的标识可能显著性存在问题或有在先商标，需要进行初筛工作解决申请成本。其次，商标申请流程工作可能并无太大区别，但企业内部商标品牌分级、价值、规划、投入是有很大区别的。因此也对企业商标人员提出了更高的要求，要比代理机构更全面、更及时、更贴合企业发展规划去考虑商标申请。

执行阶段还有一个重要的问题，就是数字化系统建设。当企业商标人员管理着数量众多的商标资产时，需要完善商标管理系统进行流程处理和数据留痕工作。首先，从商标申请角度来说，商标的申请、续展、历史版本图样及对应的商标号、商标分级、商标最新授权确权情况、代理机构沟通信息等都需要系统协助高效查询。其次，从企业内部管理角度来说，标识的选取确认机制、与企业形象是否匹配、版本设计迭代、提交的业务部门等信息，均需要进行留痕和查询。再次，从工作交接角度来说，企业人员流动在所难免，在预设工作缺乏良好交接的情形下，完善的系统留痕就给商标继续管理和交接工作带来便捷。因此，好的专项商标管理工作离不开好的系统支持。

3. 检查阶段

在申请的检查阶段，商标工作的特点就是商标的状态不是一成不变的。从授权确权角度来说，商标随时有可能出现被抢注、异议、撤销、无效的情况；从企业发展的角度来看，当前新业务领域级别并不高的商标，可能会随着业务的急速发展变成“爆款”。因此，就需要定期或不定期地对商标申请工作进行及时检查，督促策划工作的执行落地。首先，对于商标被异议、无效、撤销的，要及时进行处理，特别是确保送达文件的接收。其次，要定期对商标进行监控，及时发现并处理商标、商号、爆款产品被恶意抢注的事宜。通过预案准备严厉打击抢注行为，保护企业商标资产安全。再次，对于知名度迅速提高的“爆款”商标要及时提升商标分级，补充注册图样及相关类别，必要情况下进行防御申请布局。

4. 改进阶段

在申请的改进阶段，正如企业管理工作需要复盘，专项商标管理工作也应当周期性地进行复盘。

首先，复盘商标分级情况。把商标作为“资产”管理，结合企业未来发展规划，无变化的业务商标沿用分级，有变化的业务及时调整商标分级以有效进行资源分配。其次，对于商标品牌最新设计的复盘，好的品牌设计是不断迭代的，及时对最新设计进行补充申请。再次，对于代理机构的复盘，与表现好的代理机构加大合作力度，与存在问题的代理机构进行沟通。促进企业与代理机构的需求沟通与密切合作。最后，对本年度商标工作中发现的好的方法、流程、措施等复盘，将可复制的经验做法更新到制度中进行沉淀。

三、商标使用管理工作

1. 策划阶段

在使用的策划阶段，需要推进商标品牌建设，保障业务安全发展。《知识产权强国建设纲要(2021－2035年)》规定，推进商标品牌建设，加强驰名商标保护，大力培育具有国际影响力的知名商标品牌。建议主要工作集中在两个方面：首先，使用商标的过程中，规范商标使用；其次，对外授权的情形下，依据法律规定监督被许可人商标使用。

2. 执行阶段

在使用的执行阶段，关于规范商标使用方面。一方面，合法使用自己的商标，对迭代的商标图样及时补充商标申请。另一方面，合法使用他人的商标，依法获得授权或依据法律规定的合理使用情形进行使用。特别是通过培训让业务侧了解商标惩罚性赔偿制度，提高商标保护意识，有商标问题及时咨询。

关于商标授权监督方面。一方面，授权书文本需要形成模板，方便业务侧使用，同时对授权中产生的各种风险进行约定，就被许可人不当使用商标情形有权立即终止商标授权。另一方面，在实际授权监督管理中，协同相关业务、品牌管理、法务等同事，内部建立畅通的沟通机制，及时进行违约情形处理。

商标使用管理中系统建设也非常重要，一方面可以用于存储各类使用证据；另一方面，也可以高效开展部门协同工作。

商标使用是否合法？授权管理规定及流程是什么？业务侧不是天然就知道这些商标管理内容的，因此需要注意通过培训进行商标合规意识建设。首先，“商标BP”为对接业务线提供培训，让业务了解基本商标法律规定，知悉何种情况需要进行商标评估，让业务侧信任企业商标人员，主动提报问题。其次，充分利用好“4·26世界知识产权日”等节日或项目节点，通过培训、有奖问答、海报宣传等多种形式，让业务侧了解商标基础知识，知悉与企业商标人员的沟通渠道。

3. 检查阶段

在使用的检查阶段，关于规范商标使用方面，要及时对企业商标使用情况进行监督。首先，一旦发现未注册的商标或商品类别及时补充注册，并培养业务侧提前申请商标的商业习惯；其次，及时监督不合规使用商标的行为，协同各部门出具品牌管理规范，约束商标使用行为；再次，对于商标的各类使用证据要及时留存，防范不当的撤销、无效。

关于商标授权监督方面。首先，在商标品牌授权阶段涉及业务、品牌管理、法务等多部门协同工作，需要及时沟通。其次，就商标新的授权使用情形，及时补充各类商标授权模板。再次，持续监控被许可方的各项资质，遇到问题及时终止授权，减少后续损失。

4. 改进阶段

在使用的改进阶段，复盘工作包括：首先，保持和品牌管理、法务同事的沟通，复盘遇到的问题及解决方案，将好方案沉淀提升为固定制度流程。其次，根据业务实际情况对各类授权模板进行复盘，如有修改需求及时进行修改及更新。再次，授权书原则上不约定过长的授权期限，即可以通过授权书的到期续签，掌握被许可人最新情况，作为监督被许可人商品服务质量的复盘节点之一。

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

四、商标维权管理工作

1. 策划阶段

在维权的策划阶段，需要保护企业商标品牌价值，维护企业商标资产安全，建立品牌护城河。商标权是排他性的权利，但市场竞争中又难免遭遇“搭便车”的行为，且越是高知名度的商标，越是易遭遇类似侵权。建议主要工作集中在两个方面：及时发现侵权线索；及时通过多种方式进行维权；通过树立维权典型案例，彰显维权决心，防范后续商标侵权行为。

2. 执行阶段

在维权的执行阶段，首先，在寻找侵权线索时，不能仅局限在商标抢注领域，近年来相同近似商号、虚假招商、跨类别产品包装装潢、超授权范围使用等商标侵权行为层出不穷，这些也都应纳入侵权线索搜索的范围。其次，要及时进行侵权证据固定。目前区块链、时间戳等便捷的电子存证方式较多，可以根据案情采取线上线下多种存证方式，防范证据灭失。再次，综合研判案情、时效、赔偿、是否恶意等选择案件启动方式，通过发函，或基于“双轨制”保护采取行政投诉、司法诉讼方式维权。再次，鉴于侵权行为可能发生在境外，涉及到不同法域实体法与程序法律适应的问题，就需要协同当地律师进行案件处理工作。

值得一提的是，商标的维权阶段也需要系统管理，包括提报线索管理、案件进展管理、代理机构管理、行政司法往来文件管理等。系统的设置将提高案件管理效率，及时处理各类程序与实体问题。

3. 检查阶段

在维权的检查阶段，多个案件处于不同阶段，随时都会有新问题要解决，新情况要应对。首先，维权阶段要求企业商标人员具有很高的专业能力，及时了解案件情况，准确做出处置安排。其次，知名商标品牌维权案件可能会引发舆论讨论，应当及时与企业公关部门同步，做好应急预案工作。再次，综合考虑案件实际情况，根据企业需求与外部律师及时沟通案件处置方式。

4. 改进阶段

在维权的改进阶段，首先，需要周期性地对维权工作进行复盘，及时追缴侵权赔偿，核实是否有继续侵权的情况。其次，对于维权工作中发现的可以事先预防的问题，及时调整补充合同条款，复盘管理机制，鼓励线索提报。再次，对司法维权案件争取形成典型案例，我司维权案件“京东诉江苏佳润公司、无锡京东商业广场公司商标侵权及不正当竞争案”入选最高人民法院指导出版的《民事法律文件解读》丛书 2022 年第 1 期，对外展示了企业维权决心，维护了公司合法权益，同时，也起到对潜在侵权行为的警示作用。

五、结语

回到文章最开始的问题，企业为什么要进行专项商标管理？提出问题和解决问题之间，需要认识问题。商标工作像是静水深流：不仅是申请、续费等可感知的流程性工作，企业专项商标管理涉及的领域其实非常广泛。申请阶段不光要进行商标的授权确权，更要结合企业发展同步进行周密的商标布局工作；使用阶段不光要考虑适配商标注册证书，更要考虑是否适配企业合规发展、品牌建设目标；维权阶段不光是配合外部机构，更是全盘考虑内外部合作甚至社会舆论的综合“大考”。

同时，近几年法律法规也在关注打击恶意注册、一般违法判断标准、惩罚性赔偿等热点问题，还有鼓励商标品牌建设、商标质押等支持企业发展的新类型业务也需要从业人员及时了解熟悉。这些工作在企业内部的落实有利于企业发展，也呼吁企业商标人员不断提高专业素养，完善企业专项商标管理，保障企业商标安全、品牌安全、业务安全，从而培育具有国际影响力的商标品牌，提升中国企业商标品牌影响力。

三维标志商标申请书式填写注意事项

◎徐 放

根据《商标法》第八条规定，任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。

近年来，越来越多的申请人以三维标志申请商标注册。三维标志商标，通常也称立体商标。它比平面标志具有更强的视觉冲击力，能更好地让人识别，日渐受到人们的青睐。随着申请量的增多，笔者在书式审查过程中发现，有些申请人对三维标志申请的填写要求不太清楚，经常因为填报有误影响到商标的注册申请。笔者结合自身多年从事商标书式审查工作的经验，就有关三维标志申请商标注册的常见问题进行解析，希望对申请人有所帮助。

以三维标志申请商标注册的，应当在申请书中“商标申请声明”栏选择“以三维标志申请商标注册”，提交能够确定三维形状的图样。提交的商标图样应当至少包含三面视图（正视图、侧视图、仰视图、俯视图等），并在“商标说明”栏内说明商标使用方式，且提交的商标图样应当清晰完整。这几点缺一不可。具体示例如下：

示例：

商标申请声明：
☐ 集体商标　　☐ 证明商标
✓ 以三维标志申请商标注册
☐ 以颜色组合申请商标注册
☐ 以声音标志申请商标注册
☐ 两个以上申请人共同申请注册同一商标

商标说明：申请商标为立体商标，指定颜色保护，图形依次为正面视图、左侧面视图、右侧面视图、背面视图。申请商标的主要使用方式为：作为商品的吉祥物用在动画广告和网页等上，起到对商品的展示和宣传作用。

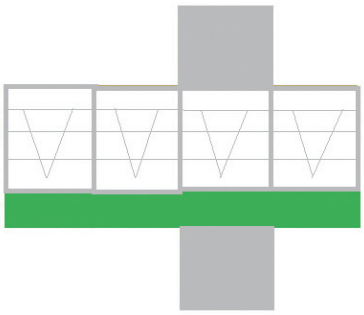
申请人在申请书“商标申请声明”中勾选了“以三维标志申请商标注册”；在商标图样中，申请人分别从正视图、侧视图、背面视图等不同角度提交了四面视图，并在“商标说明栏”内写明商标的使用方式，符合三维标志的申请要求。

下面几个例子是申请人在申请三维标志商标中常犯的错误，希望申请人在填报的时候多加注意。

例一：

商标申请声明：
☐ 集体商标　　☐ 证明商标
✓ 以三维标志申请商标注册
☐ 以颜色组合申请商标注册
☐ 以声音标志申请商标注册
☐ 两个以上申请人共同申请注册同一商标

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990



商标说明：立体商标。由 VVVV 构成的包装盒。

上图在“商标申请声明”栏中勾选了“以三维标志申请商标注册”，但商标图样只提交了包装盒的展开图，而不是多面视图，且商标说明中未说明商标的使用方式，不符合三维标志商标申请的要求。

例二：

商标说明：三维标志

有的申请人提交了三面及三面以上的多视图图样，但在商标说明处没有说明商标的使用方式，仅写明了三维标志，不符合三维标志商标申请的要求。

例三：

商标说明：将商标用于商品容器的立体形状。

从上图可以看出，申请人虽然提交了三面及三面以上的多视图图样，但图样不够清晰，图样上包含的文字和图形难以辨认，无法确定具体内容，不符合三维标志商标申请的要求。

例四：

商标申请声明：

☐ 集体商标　　☐ 证明商标

✓ 以三维标志申请商标注册

☐ 以颜色组合申请商标注册

☐ 以声音标志申请商标注册

☐ 两个以上申请人共同申请注册同一商标

从上图可以看出，申请人在申请书“商标申请声明”中勾选了“以三维标志申请商标注册”，商标图样提交的是三面以上视图（正视图、侧视图、仰视图、俯视图等），商标说明处说明了使用方式（使用在盲盒、玩具等）。这是一个符合要求的三维标志商标申请。

以上是申请人在填报三维标志商标时常常出现的错误，申请人在提交三维标志商标时，一定要仔细查看填写说明，注重细节，以提高申请成功率，节省时间成本。

作者单位：国家知识产权局商标局申请受理事务二处

运用成语申请注册商标在审查中被驳回的三种情形

◎赵 宇

成语，是指汉语词汇中定型的词，众人皆说，成之于语，故称成语。由于言简意赅、指向明确，朗朗上口、内涵丰富，使用广泛、耳熟能详，易记易看易传播，被一些市场主体选择申请注册为商标，成为商标领域一种奇特现象。比如指定使用在第20类金属家具等商品上的“龙飞凤舞”，指定使用在第33类酒等商品上的“国色天香”，指定使用在第36类资本投资等服务项目上的“乘风破浪”……

实践中运用成语注册商标，不仅受限于商标显著特征的认定等问题，也包含其他多方面因素的制约，情况相对复杂，本文简要谈一谈运用成语注册商标在审查环节易被驳回的三种情形。

第一种是《商标法》第十条第一款（七）所指“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”情形。如果使用的成语指定使用的商品或服务项目，有夸大事实成分，容易导致相关公众对产品、服务质量或者产地产生误认的，不得作为商标使用和注册。比如“货真价实”“价值连城”“物美价廉”“名列前茅”等。

第二种是《商标法》第十条第一款（八）所指“有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的情形。”包括对成语的不规范使用和滥用。不良影响，是指会对我国政治、经济、文化、宗教或民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响。以下四个方面应引起注意：

一是随意模仿篡改成语的文字构成。比如“有焙而来”和“有备而来”、“心满意竹”和“心满意足”、“析时如金”和“惜时如金”、“丰和日丽”和“风和日丽”、“美仑美奂”和“美轮美奂”、“小蹄大作”和“小题大作”、“食全食美”和“十全十美”，都是前者对成语固有的文字随意进行模仿篡改。这七件申请商标虽然借鉴成语的含义，并结合行业特点进行了

华进联合专利商标代理有限公司
http://www.aciplaw.com 400-883-1990

一定的“创新创造”，但由于对成语的使用不规范和滥用，容易影响社会公众特别是青少年对于规范成语的认知，是对成语固定用法的破坏，有损社会公共利益，易产生不良影响。

二是不规范书写成语中的汉字。包括缺少笔画、文字有缺失和含有自造字等不规范使用行为。《商标审查审理指南》将“不规范书写汉字”的商标明确列为禁止注册和使用的范畴，但也并非一概而论，有两种情况较为特殊。一种情况是书法体文字。主要指毛笔字中汉字的书写，因有极强的个人色彩和风格，不乏异体字、变造字甚至无法识别的汉字，且属于著作权法意义上的作品，在商标审查中会更多地从作品的层面而非文字的意义上去识别，一般不认定具有不良影响。还有《国家通用语言文字法》将书法艺术作品、手写字等，作为使用规范汉字的例外情形等。另一种情况是图形化文字。对成语中的文字进行艺术化设计，既凸显个性和美感，又能给消费者留下深刻印象。在不改变原汉字认知习惯情况下，通常也会允许申请进入正常审查程序。

三是违反社会主义道德风尚。社会主义道德风尚，是指我国人民共同生活及其行为的准则、规范以及在一定时期内社会上流行的良好风气和习惯。对于违反社会主义道德风尚的词汇，不得作为商标注册和使用。比如“吃喝玩乐”“花天酒地”“纸醉金迷”“情窦初开”等，表示消极低迷、荒淫腐化和极端奢侈、格调不高等意思。

四是对政治产生不良影响。比如“解放思想”“实事求是”，既是具有深刻历史渊源的成语，又是极富时代特征的政治语言，具有特定的政治内涵，用作商标使用易对政治产生不良社会影响。

第三种是《商标法》第十一条所指“……仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的；其他缺乏显著特征的情形。前款所列标志经过使用取得显著特征，并便于识别的，可以作为商标注册”的情形。

如前所述，商标的基本特性是区分商品或服务的来源，需具备显著特征。成语具有特定含义及使用语境，在特定类别的商品及服务内容上并不必然具备区分不同来源的作用，或是区分作用不够明显。比如用“厚德载物”“笃学不倦”“上善若水”“慈孝于行”“万事如意”“新年快乐”等常用成语申请注册商标，由于其意思是为人做事、治学修养、日常祝福等，缺乏商标显著特征，不予核准注册。还比如“五谷丰登”指定使用在谷物等商品上，仅直接描述了商品的内容特点，缺乏显著特征；“数不胜数”指定使用在剃须刀等商品上，容易被识别为商品的数量特点，单纯作为商标注册同样缺乏显著特征。

总之，成语注册商标的审查，在不同的时期、不同的情形、不同的商品和服务项目上，会有不同的审查结论，就算是同一成语注册商标，每个案例也都有其特殊性，应当结合具体情况具体分析、综合判定。

广告

中华人民共和国地理标志
GI
GEOGRAPHICAL INDICATION OF PRODUCT
93140822MA0KY4X95G
万荣柴胡®
（注册号：第32726396号）

“万荣柴胡”种植历史悠久，生长环境得天独厚。地处晋南峨嵋岭台垣地区，土层深厚、光照充足、昼夜温差大。本品具有疏散退热、疏肝解郁、举升阳气之功效，其高品质备受八方药商喜爱。年均产量达5000余吨，带动了3000余户广大农民发家致富。

2023 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。《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：**商标执法与保护、商标案例精读、判例辨析、法官说商标、审查审理之窗、地理标志、实务交流、理论研讨、他山之石、地方动态**等。

2023 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。

2023 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） 如改挂号：19 元／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. 请填写回执或编辑回执单内容，连同汇款凭证截图，发送至：zhsb68036092@cta.org.cn，杂志为邮政平邮，如需快速配送请另行支付 3 元／期，并备注挂号；
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. 地 址：北京市海淀区紫竹院街道车道沟 10 号院《中华商标》杂志社（北方朗悦酒店）邮编：100089

广告招商

封 面	75000 元 / 期	彩色单页	20000 元 / 期
封 二	50000 元 / 期	彩色双页	36000 元 / 期
扉 页	40000 元 / 期	黑白单页	10000 元 / 期
封 三	45000 元 / 期	诚信代理	30000 元 / 年
封 底	60000 元 / 期	目录刊花	60000 元 / 年
页码广告	90000 元 / 年	内插刊花	2200 元 / 期

联系人：李晓娟
电 话：010-68036092
邮 箱：zhsb68036092@cta.org.cn
传 真：010-68036092

详情咨询电话：010-68031255

广告

阿道夫®

爱的味道一辈子忘不了!

香氛愈情绪 越洗悦上头

— 阿道夫情绪香氛系列 —

NEW
心悦瓶

阿道夫,创天然情绪香氛

疗 愈 自 己 亦 是 爱 的 味 道

欢迎关注阿道夫公众号

广告

A.O.SMITH 史密斯 | AI-LiNK — A.O.SMITH —

AI-LiNK高端智慧互联

好风好水
就找A.O.史密斯

热水 · 净水 · 冷暖新风

扫码了解详情

广告

中国电信
CHINA TELECOM

天翼云

天翼云

国云筑基 智算引擎

自主可控 | 智能敏捷

安全可信 | 绿色低碳 | 应用牵引

扫码了解更多详情

康信知识产权 KANGXIN

广告

康信IP平台

全球知识产权一站式解决方案

service.kangxin.com

商标查询

商标监控

多种服务
任您选择

商标注册

商标许可

商标续展

品牌管理
随时掌控各类业务进度

案件管理 | 文档管理
绝限管理 | 统计分析

商标
生命周期的一站式服务

商标查询 | 商标监控 | 商标注册
商标变更 | 商标续展 | 商标转让
商标撤三 | 商标许可 | 补发商标注册证
补发变更/转让/续展证明 | 商标异议 | 驳回复审

品牌保护
为您的品牌线上口碑保驾护航

电商监控 | 域名监控
图片监控 | 网站监控

版权保护
更简单便捷的保护认证

版权保护时间戳

商标信息库
轻松获取商标知识

商标知识库 | 商标大数据 | 商标布局策略

北京康信知识产权代理有限责任公司
服务邮箱：tm@kangxin.com
电话：8610-56571588
地址：北京市海淀区知春路甲48号盈都大厦A座16层

.网址 记得住的品牌
成都第31届世界大学生运动会
中文域名类官方指定服务商

.网址注册局 ☎ 400-0800-066

招募授权注册服务机构

帮助知识产权机构拓宽现有业务，保持团队快速成长。

成都大运会.网址 注册局.网址

让品牌直连消费者，一键直达官网

.网址是企业的无形资产，是企业知识产权战略规划的重要组成部分

从商业角度来看，域名和商标都具备品牌代表性，具有识别功能，且拥有一定的经济价值，构成相互关联，企业为了使商业标识一体化，将商标名作为域名的重要组成部分注册使用。

您的网址是？

品牌名.网址

商标名.网址

品牌建设 品牌营销 品牌保护

线上线下品牌一致 | 看一眼就记住

网址即品牌 品牌即网址

北龙中网（北京）科技有限责任公司，成立于2009年，是由中国科学院计算机网络信息中心负责资产管理业务的独资公司中科北龙出资组建。“.网址”是经ICANN批准的全球通用的国际顶级中文域名。工信部批准同意北龙中网（北京）科技有限责任公司成为“.网址”顶级域名注册管理机构。

“.网址”是新通用顶级中文域名。众多世界500强企业和数十万家企事业单位选择注册.网址域名。如：两会.网址、一带一路论坛.网址、成都大运会.网址、中央电视台.网址、工商银行.网址、故宫博物院.网址等，中文域名已逐渐发展成为企事业单位互联网信息化建设的有力支撑点，助力企业品牌文化的迅速传播。

广告

广告

第十三届
中国国际商标品牌节

商标赋能新发展　品牌引领双循环

6月16日–19日　广东·东莞

中国国际商标品牌节 CHINA TRADEMARK FESTIVAL

主办单位：中华商标协会　广东省市场监督管理局　东莞市人民政府
总协办单位：广州阿道夫个人护理用品有限公司

ADOLPH 阿道夫®

中国商标年会
China Trademark Annual Meeting

28场论坛

重磅嘉宾倾情助阵

共论行业前沿话题

……

报名咨询电话：010-52217967　010-52131491
010-68014071
博览会招商电话：010-68986840　010-68018015

微信小程序参会
报名二维码

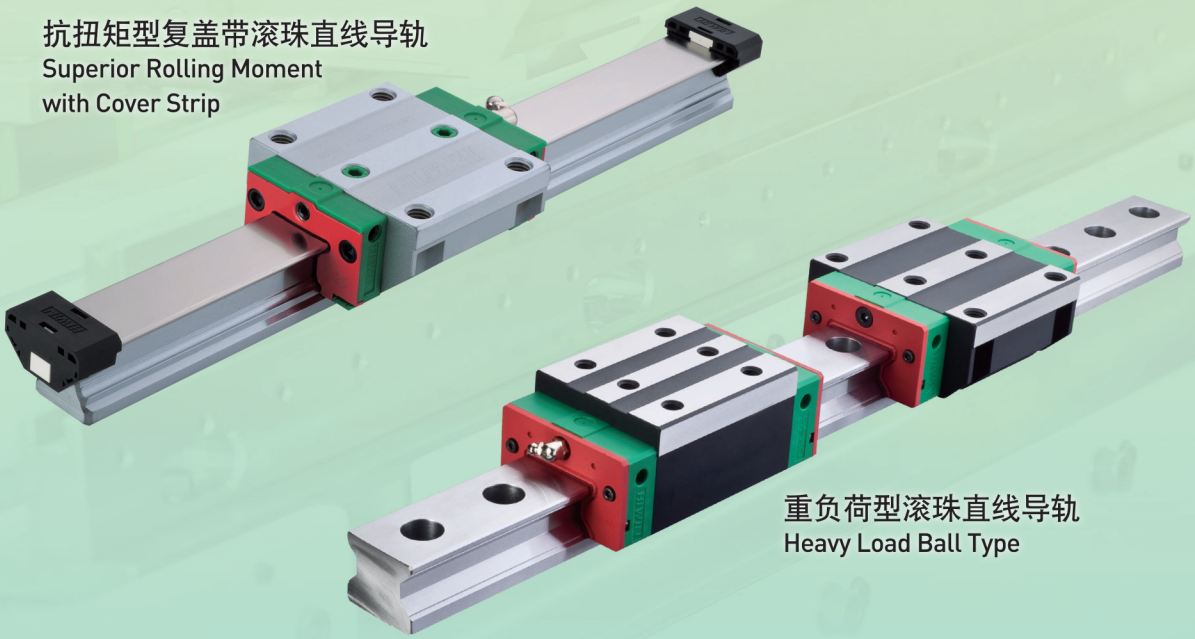
数据由中华商标协会统计，时间截止为2023年4月16日。

广告

HIWIN® 上银®

工业4.0 优质伙伴

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

HIWIN直线导轨产品辨识

请先确认滑块产品上是否有“HIWIN”商标，见右图所示，如没有“HIWIN”商标，您购得的产品就是仿冒品。

如有“HIWIN”商标但产品外观质量不如以往购得的产品好，或使用精度及寿命皆不如以往，请联系HIWIN客服，让HIWIN进一步帮您确认。

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
business@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

仿 请向合格经销商购买

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

上海玖钲机械设备有限公司
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

全球销售暨服务点

德国 www.hiwin.de
日本 www.hiwin.co.jp
美国 www.hiwin.us
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

广告

万慧达知识产权
WANHUIDA INTELLECTUAL PROPERTY

www.wanhuida.com

北京 · 上海 · 广州 · 深圳
重庆 · 天津 · 杭州 · 苏州 · 宁波

专业创造可能

地址:北京市海淀区中关村南大街1号友谊宾馆颐园写字楼
电话:86-10-6892 1000
传真:86-10-6894 8030
邮箱:whd@wanhuida.com

万慧达文库

微信公众号

广告

wistron®

纬创®

纬创资通专注于信息及通讯科技产品的研发、制造与售后服务，
并发展绿资源、光电及云端等高附加价值的产品、系统与服务，
为 ICT产业之技术服务提供商(Technology Services Provider,TSP)。

2011、2012、2018~2022年荣登美国财富杂志(Fortune) 全球500大企业
2009~2022年连续14年获福布斯杂志(Forbes)评选为「全球2000大企业」
2011、2013年获数字时代杂志评选为亚洲・台湾科技百强双榜荣耀
2011~2022年连续12年获天下杂志颁「天下企业公民奖」
2010年获福布斯杂志(Forbes)评选为「全球高成长企业」
2007~2009年获福布斯(Forbes)亚洲杂志评选为「亚太50家优秀上市企业」

www.wistron.com

广告

Securing Your Rights In A Changing China

Chang Tsi & Partners
铸成律师事务所
2002-2022
全国优秀律师事务所

铸成律师事务所多年来深耕知识产权保护，为来自各个领域的客户提供优质的法律服务。铸成的客户包括许多全球财富100强和500强企业。

以了解客户商业需求为首要目标，通过制定复合型的维权策略，充分保护客户的合法利益。铸成拥有一支专业、高效、复合型的业务团队，与国际知名律所紧密合作。

- 知识产权的确权及维权业务
- 知识产权商业化业务
- 争议解决及诉讼业务
- 反垄断及不正当竞争法业务
- 公司法业务
- 企业综合法律业务

北京（总部）
北京市西城区北展北街华远企业号A座6/7/8层
Tel. (+86) 10 8836 9999
Fax. (+86) 10 8836 9996
E-Mail. info@changtsi.com

上海
上海市浦东新区世纪大道88号金茂大厦办公楼三
Tel. (+86) 21 6168 2668
Fax. (+86) 21 6106 2098
E-Mail. info@changtsi.com

广州
广州市天河区林和西路161号中泰国际广场
Tel. (+86) 20 2881 6699
Fax. (+86) 20 2881 6669
E-Mail. info@changtsi.com

深圳
深圳市南山区科苑南路3099号中储能大厦38
Tel. (+86) 755 8660 3009
Fax. (+86) 755 8660 3005
E-Mail. info@changtsi.com

香港
中国香港中环金融街8号国际金融中心二期大厦
Tel. (+852) 3101 7277
Fax. 852 3101 7288
E-Mail. info@changtsi.com

广告

五粮液
WULIANGYE

中国品牌“质”敬未来

5.10中国品牌日

大国浓香 和美五粮

AROMA OF THE NATION
HARMONY OF WULIANGYE

中国标准连续出版物号：ISSN 1006—7531
CN 11 —3655 / D

邮发代号：82— 49
定　　价：16.00元

ISSN 1006-7531
9 771006 753238 05