

# 中华商标®

2023年第 6 期

总第 310 期

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

CHINA TRADEMARK

# 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

**lam** 2021  
**IPSTARS** TOP FIRM 2021  
**THE ASIA BUSINESS LAW JOURNAL**  
**Asiapal** INFORMED ANALYSIS  
**TOP RANKED** Chambers Asia-Pacific 2021

www.nampat.co.kr  
clients@nampat.co.kr  
T: 82 2 753 5477 (中文直拨)

**衡興 Beshining**  
法律及知识产权  
上海·西安·宁波·重庆·长沙·青岛·杭州·济南

知识产权多生命周期及法律服务提供商

上海衡兴律师事务所  
上海衡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 锐意进取

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

**CN & V**

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@tysize.com  
地址：北京市朝阳区保利国际广场T1-1701 网址：www.tysize.com

咨询电话：010-68031255

# 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

# 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 冯木杰 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  
CCPIT CHINA PROMOTION & TRADE MARK LAW OFFICE

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：zhshb68036092@ccta.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

### 商标品牌节专题

- 4 第十三届中国国际商标品牌节在东莞隆重举行
- 6 商标品牌之光闪耀东莞 本刊记者 马君
- 11 2023 中华品牌商标博览会成果丰硕 马家媛 段毓克
- 12 第十七届中国商标年会分论坛和沙龙撷英（一） 本刊记者 马君

### 商标案例精读

- 19 惠民工程 惠归于民  
——第 52917720 号“惠民南粤家政”商标异议案 刘萍
- 21 何为“知晓他人商标且应予以主动避让的其他关系”  
——第 52528962 号“KARTNERS 及图”商标异议案 贾敏
- 24 申请商标注册不得损害他人现有在先权利  
——第 47838763 号“茶丽宜世及图”商标无效宣告案 梁朦朦
- 26 商标评审案件中电子证据规则的适用  
——第 11892697 号“DUNGEON STRIKER 及图”  
商标撤销复审案 暴红侠

### 专栏

#### 审查审理之窗

- 28 新标准下电子商务商标使用证据的提交 钱文愚

#### 法官说商标

- 33 从商标专用权范围审视电子商务平台帮助侵权的主观过错 王仲阳

#### 判例辨析

- 48 商标授权确权行政案件中涉外国地名商标的司法审查 杨玲

### 《商标法》四十周年

- 38 商标立法中难忘的人和事 魏启学
- 44 恒源祥的品牌之路 欧阳

### 理论研讨

- 53 地理标志商标侵权应纳入民事检察公益诉讼受案范围  
孙可文
- 58 假冒服务商标犯罪中服务商标使用的认定  
尹腊梅 张遂宇

### 实务交流

- 63 商标申请很重要，选择契合的商品类别也很重要 崔丽娜
- 69 平行进口纠纷中如何识别商标侵权风险 朱文龙

### 商标杂谈

- 67 都叫宇通，凭啥要我更名又赔钱？ 周道

### “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

- 73 平行进口商标侵权的裁判标准  
——基于商标功能的视角 樊子源

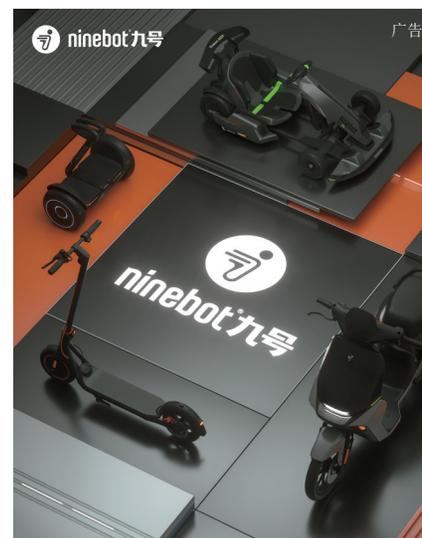
### 环球资讯 79

6. The Light of Trademark Brand Shines in Dongguan
28. Submission of Evidence of Use of E-commerce Trademarks under the New Standard
33. From the Scope of Trademark Exclusive Right to Examine the Subjective Fault of E-commerce Platform Help Infringement
38. Memorable People and Events in Trademark Legislation
53. On the Infringement of Geographical Indication Trademark into the Scope of Civil Inspection Public Interest Litigation
58. The Identification of the Use of Service Marks in the Crime of Counterfeiting Service Marks
63. Trademark Application Is Important, so Is Choosing the Right Product Category
69. How to Identify Trademark Infringement Risks in Parallel Import Disputes
73. The Adjudication Standard of Parallel Import Trademark Infringement

#### 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。



# 第十三届中国国际商标



▲ 第十二届全国政协副主席、民革中央原常务副主席齐续春（中）宣布第十三届中国国际商标品牌节开幕

开幕式



▲ 中华商标协会与广东省市场监督管理局（知识产权局）签订战略合作框架协议



▲ 第十七届中国商标年会主论坛：第八届中国品牌经济主题论坛

主论坛



▲ 第十四届中国国际商标品牌节举办城市花落西安

# 品牌节在东莞隆重举行

2024年9月

西安见



▲ 领导视察中华品牌商标博览会

2023 中华品牌  
商标博览会



▲ 广州阿道夫个人护理用品有限公司荣获  
2023 年度品牌商标建设特殊贡献奖



▲ 首批 AAA（全国级）知名商标品牌评价获证企业授牌

主题活动



▲ 商标代理服务证明商标使用许可证书颁发



▲ 第三届“万慧达杯”中华商标协会全国高校知识产权（商标）  
热点问题辩论赛决赛



# 商标品牌之光 闪耀东莞

◎ 本刊记者 马君

由中华商标协会、广东省市场监督管理局（知识产权局）和东莞市人民政府共同主办，东莞市市场监督管理局（知识产权局）、广东商标协会和中企商标发展中心承办，广州阿道夫个人护理用品有限公司总协办，广东省知识产权保护中心、全国商标协会联席会议成员单位支持的第十三届中国国际商标品牌节（下称商标品牌节）于6月16日至19日在广东省东莞市隆重举办。商标品牌节被《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》列为国家知识产权重大宣传活动，是国内一年一度规格最高、规模最大的商标品牌盛会。首届商标品牌节于2005年在广东省深圳市举办，今年，第十三届商标品牌节又回到南粤大地，在东莞市书写下了浓墨重彩的一笔。

## 开幕式

6月17日上午，在庄严的国歌声中，第十三届中国国际商标品牌节在东莞市拉开帷幕，第十二届全国政协副主席、民革中央原常务副主席齐续春宣布第十三届中国国际商标品牌节开幕。开幕式上，国家知识产权局党组成员、副局长胡文辉，广东省市场监督管理局（知识产权局）党组书记、局长刘光明，广东省人大常委会副主任、东莞市委书记



国家知识产权局党组成员、副局长胡文辉致辞



广东省人大常委会副主任、  
东莞市委书记肖亚非致辞



广东省市场监督管理局  
（知识产权局）党组书记、  
局长刘光明致辞

肖亚非致辞，世界知识产权组织（WIPO）品牌与外观设计部马德里体系运营司司长陈宏兵宣读了世界知识产权组织副总干事王彬颖发来的贺信。第十三届全国人大常委会委员、农业与农村委员会





WIPO 品牌与外观设计部马德里体系运营司司长陈宏兵宣读 WIPO 副总干事王彬颖致第十三届中国国际商标品牌节的贺信



中华商标协会会长马夫夫主持开幕式

委员、原国家工商行政管理总局副局长、中国市场监督管理学会会长刘玉亭，第十二届全国政协常委、港澳台侨委副主任、民革中央原副主席、原国家工商行政管理总局副局长刘凡，最高人民法院民事审判第三庭庭长林广海，最高人民检察院知识产权检察办公室副主任宋建立，国家知识产权局知识产权保护司司长张志成，国家知识产权局商标局局长崔守东，国务院参事、中国科学院大学教授石勇，北京大学国际知识产权研究中心主任、北京大学法学院教授易继明，东莞市人民政府副市长李延振，西安市人民政府副市长张涌，广州阿道夫护理个人用品有限公司

总裁李志珍以及国家市场监督管理总局和国家知识产权局有关司局、广东省政府有关部门、东莞市委市政府、全国各级市场监督管理（知识产权）部门领导，国际知识产权组织、驻华使领馆、国外相关组织、高等院校、中外知名企业、代理机构的代表等 1200 余人参加了开幕式。

## 第十七届中国商标年会

第十七届中国商标年会主论坛：第八届中国品牌经济主题论坛上，第十三届全国人大常委会委员、农业与农村委员会委员、原国家工商行政管理总局副局长、中国市场监督管理学会会长刘玉亭，最高人民法院民事审判第三庭庭长林广海，最高人民检察院知识产权检察办公室副主任宋建立，国务院参事、中国科学院大学教授石勇，北京大学国际知识产权研究中心主任、北京大学法学院教授易继明，广州阿道夫个人护理用品有限公司



第十三届全国人大常委会委员、农业与农村委员会委员、原国家工商行政管理总局副局长、中国市场监督管理学会会长刘玉亭发表演讲



最高人民法院民事审判第三庭庭长林广海发表演讲



最高人民检察院知识产权检察办公室副主任宋建立发表演讲



国务院参事、中国科学院大学教授石勇发表演讲



北京大学国际知识产权研究中心主任、北京大学法学院教授易继明发表演讲



广州阿道夫个人护理用品有限公司总裁李志珍发表演讲



西安市人民政府副市长张涌发表接旗感言



公司总裁李志珍等嘉宾围绕“商标赋能新发展 品牌引领双循环”主题发表演讲，为中国商标品牌事业建言献策，共商“双循环”新发展格局下商标赋能新发展的中国方案。

主论坛上揭晓了第十四届中国国际商标品牌节的举办城市——陕西省西安市，举行了授旗仪式。西安市人民政府副市长张涌热情欢迎大家明年到西安体验汉风唐韵，感受古都魅力，共商商标品牌发展大计。

国家市场监督管理总局和国家知识产权局有关司局、广东省政府有关部门、东莞市委市政府、全国各级市场监督管理（知识产权）部门的领导，国际知识产权组织、驻华使领馆官员、国外相关组织代表，高等院校、中外知名企业、代理机构等方面的代表出席了本次主论坛。

本届年会在继承传统论坛模式的同时，围绕地理标志与乡村振兴、知识产权数据与品牌高质量发展、系统治理商标恶意注册、商标代理专业人员队伍建设等热点话题举办了商标行政保护局长论坛、“加强地理标志商标注册 助力乡村振兴”研讨会、“系统

治理商标恶意注册 助推经济高质量发展”研讨会、国际商标法律动态论坛、2023年广东商标品牌发展论坛、商标品牌赋能东莞高质量发展创新论坛等近30场分论坛和沙龙。知识产权（商标）领域政府官员、法院法官、专家学者、权利人、代理人、律师聚焦商标及知识产权领域热点话题展开思想碰撞，各抒己见，赢得参会代表的一致肯定。

### 2023 中华品牌商标博览会

2023 中华品牌商标博览会（下称品博会）于6月17日至19日在广东（东莞）现代国际展览中心举办。品博会受到了社会各界的广泛关注。6月17日上午，第十二届全国政协副主席、民革中央原常务副主席齐续春，国家知识产权局党组成员、副局长胡文辉，第十三届全国人大常委会委员、农业与农村委员会委员、原国家工商行政管理总局副局长、中国市场监督管理学会会长刘玉亭，第十二届全国政协常委、港澳台侨委副主任、民革中央原副主席、原国家工商行政管理总局副局长刘凡等在中华商标





协会会长马夫等陪同下巡视了品博会。

品博会展览面积2万平方米，设立了“商品品牌商标展区”“服务品牌商标展区”和“地理标志产品展区”。本届品博会受到了各地政府和市场监督管理（知识产权）部门的重视和大力支持，广东、四川、西藏、山东、福建、河北、江西、西安、湖北等地的700余家企业积极参展，累计观展近5万人次。世界知识产权组织特色展区首次亮相今年的品博会。总协办单位阿道夫集团特装展区设在展馆的显著位置，展示了多元化的产品组合，让观众直观体验其优异品质。“四川馆”展示了四川地理标志

产品、乡村振兴商品等，帮扶川货出“山”入“海”；来自西安的老字号企业、地理标志产品、商标专利代理机构、维权援助工作站等齐聚“西安馆”；国家



商标品牌创新创业(广州)基地亮相博览会,集中展示商标品牌创新创业成果;长春展馆现场展示的新款汽车吸引了不少观众。“地理标志产品展区”展出的静宁苹果、五常大米、赤壁青砖茶、文登西洋参等地理标志产品深受观众喜爱。荟萃各方地理标志产品的展区为观众提供了品鉴地理标志产品、了解地理标志文化的良机。“服务品牌商标展区”更是汇聚了国内外知识产权服务机构,通过展出一系列知识产权产品、运营服务等,为观众展示知识产权成果,包括与知识产权相关的金融产品、AI与大数据服务等。

广东省开辟了“粤港澳大湾区馆”“东莞展区”等特色展区,集中展示广东商标品牌建设成果,推介“广东制造”“东莞制造”优质品牌。“粤港澳大湾区馆”在整体结构上,以粤港澳大湾区互联互通的“脊梁”——港珠澳大桥作为参照元素,沿线展示。整体线条为弧线型环绕,成环抱状,既寓意大湾区创新元素高效流动及飞速发展,也寓意广东兼容并蓄的胸怀,促进多方合作共赢,帮助来自广州、深圳、东莞、珠海、江门、潮州、肇庆、揭阳等地的知名品牌和产品企业打造世界商标品牌创造条件。“东莞展区”重点展示了东莞产业及商标品牌建设概况,众生、永益、马可波罗、旗峰、思朗、美宜佳、天福、明华、小猪班纳、都市丽人等41家参展企业组团参展。桑植和崇礼是在国家知识产权局帮扶下,充分发挥知识产权的独特优势,用品牌的力量助力乡村振兴的典型。桑植白茶、崇礼蚕豆等来到品博会,向观众展示了富有区域特色的产品,展示了运用知识产权和品牌的力量推动乡村振兴的有效路径。

## 主题活动

商标品牌节主题活动丰富多彩、形式多样:举行首批AAA(全国级)知名商标品牌评价获证企业授牌仪式、商标代理服务证明商标使用许可证书颁发仪式;举办第三届“万慧达杯”中华商标协会全国高校知识产权(商标)热点问题辩论赛决赛;发布“2020-2021 商标代理典型案例”“2021-2022 商标代理典型案例”等。

主办方紧跟“互联网+”时代发展步伐,将互联网与提升会务保障水平紧密结合。商标品牌节已连续四届采用线上会员系统报名,每个参会代表携带二维码注册报到。本届商标品牌节专门开发了商标品牌节专网,为参会代表提供报名、查阅行程等服务,为与会者提供便捷高效的参会体验。

商标品牌节紧紧围绕国家经济发展主线,回应社会各界对实施商标品牌战略的热切期望,展示了我国商标品牌事业取得的伟大成就,交流了商标品牌战略的实施经验,传播了年度商标品牌领域最权威的实用信息,为商标品牌领域的国际交流与合作搭建了良好的平台。新华社、中央广播电视总台、人民网、经济日报、法治日报、中国质量报、中国知识产权报、新浪、腾讯、凤凰、环球网、中国日报网、中国网、中国市场监管报、中国消费者报、《小康》杂志等知名媒体对本届商标品牌节进行了全面报道,中央广播电视总台CCTV-1早间新闻对本届商标品牌节进行了特别报道。为方便未能参会的国内外有关人士动态了解、参与本届商标品牌节的盛况,主办方还开通了图片+视频直播,各方反响热烈,热度经久不息。



## 2023 中华品牌商标博览会成果丰硕

◎ 马家媛 段毓克



第十二届全国政协副主席、民革中央原常务副主席齐续春（前左二）等领导视察展览

6月16日至19日，第十三届中国国际商标品牌节（下称商标品牌节）在广东东莞举办，作为本届商标品牌节重要组成部分的2023中华品牌商标博览会（下称品博会）同期成功举办。品博会为中国品牌商标走向世界搭建了展示舞台，成为推动中国产品向中国品牌转变、助力经济高质量发展的重要平台。

品博会展址位于广东现代国际会展中心3号馆，总面积2万平方米，设有“商品品牌商标展区”“服务品牌商标展区”和“地理标志产品展区”三个展览区域。今年参展企业达749家，展商人数近2000人，观展人数近5万人次，现场销售和签订意向性购销合同成绩喜人。来自粤港澳大湾区、东莞、西安、四川、西藏、漳州、莆田、长春、广西、江西、河北、湖北等地区代表团各展风采，带来了各具特色的品牌商标商品；来自全国各地的知识产权服务机构也通过品博会的舞台展示了品牌服务形象。

西安参展团汇聚了来自西安的老字号企业、地理

标志产品企业、商标专利代理机构、维权援助工作站等，在展区核心区域搭建了总面积600平方米、特色鲜明的西安展馆，集中展示91家名优企业的商品、服务品牌商标和地理标志特色产品。展馆设置广告宣传屏7处，滚动播放西安市参展企业商标品牌，吸引了众多嘉宾参观交流、洽谈合作。据初步统计，仅展会期间，参展企业签订意向订单1000余万元。

2014年以来，“川货全国行”品牌展销活动与品博会并肩前行，一起走过了苏州、海口、南昌等七个城市，让川货名扬万里。今年，“四川馆”组织了中国质量奖、四川省天府质量奖获奖企业参展，参展产品多为中欧互认地理标志产品、“天府乡村”品牌产品。参展的88家企业，共展示商品千余种。据不完全统计，本届品博会“四川馆”签订意向性购销合同72份、合同金额达1228万元；15家企业受邀到广东四川商会考察并签定购销协议。

西藏参展团达成合作意向167个，签订合同13份，合同金额达705.92万元，销售金额达140.83万元；广西参展团百色芒果成交量达到10万斤，订单总额150万元。

近年来，在各省（区市）人民政府和市场监督管理（知识产权）等部门及相关社会团体的大力组织下，全国各地品牌企业积极参展，展示自主品牌形象。今后，中华商标协会将继续探索创新，依靠各界力量，加大知识产权宣传力度，为促进中外商标品牌界交流合作，助力中国经济高质量发展作出贡献。

作者单位：中华商标协会



**编者按：**第十七届中国商标年会围绕商标品牌创造、保护、运用、管理和服 务，共举办了近30场交流 研讨论坛和沙龙，邀请了230余名中外嘉宾发言，吸引了来自国内外的近2000名代表参会。众多 专家学者、行业精英、企业代表畅所欲言、建言献策，各种观点相互交流碰撞，与会者受益匪浅。本刊 精选各分论坛和沙龙的精彩内容，与大家共享。



# 第十七届中国商标年会分论坛和沙龙 撷英（一）

◎ 本刊记者 马君

## 国际商标法律动态论坛：传递最前沿的国内外商标信息

6月17日，由中华商标协会主办、天丝医药保健有限公司协办的国际商标法律动态论坛在东莞举办，中国国家知识产权局国际合作司（港澳台办公室）一级巡视员原琪主持论坛，来自中国国家知识产权局、世界知识产权组织、欧盟知识产权局、美国专利商标局、英国知识产权局、法国工业产权局、日本特许厅、韩国特许厅的商标主管部门官员等分别介绍了本国（组织）商标法律及实践的最新发展情况。

中国国家知识产权局条法司条法二处处长胡安琪介绍了中国商标法修改的最新情况。胡安琪介绍说，本次修法的基本思路旨在维护社会公平正 义和公平竞争的市场秩序，服务中国经济社会高质

量发展，继续强化商标的使用义务，在坚持商标 申请制和注册制的基础上，把商标在使用中与消费



者建立的联系和在市场 中积累的商誉紧密关联起来，让商标更好地发挥标志作用。胡安琪从“顺应时代 发展要求，服务经济社会发展”“维护社会公平正 义，营造公平竞争市场秩序”“完善授权全程序”



“强化商标使用义务”“商标专用权的保护”“商标监督管理和违法行为的规制”六个方面分享了修法的主要内容。关于后续的安排，胡安琪介绍，将在汇总整理各方的意见基础上，不断完善草案的条款，继续进行相关的调研论证，进一步设计商标法实施条例、商标审查审理指南和其他规范性文件的配套措施，系统化地推进商标立法工作。

WIPO 品牌与外观设计部门马德里信息和推广司高级顾问张俊琴介绍了马德里国际注册马德里体系的最新进展。张俊琴着重提示，要特别注意分别于 2022 年 11 月和 2023 年 2 月 1 日生效的马德里体系两个重要规定中相关规则的变化，以免在实际申请处理马德里案件的操作中产生困扰或不规范的问题。

欧盟知识产权局知识产权专员 Benoit Misonne（米默勤）介绍了欧盟通过知识产权行动方案所制定的商业框架，以及欧盟和中国在商标法律条款存在的共性与相应的挑战。关于恶意申请，米默勤说，虽然，在欧盟没有与中国相同量的恶意申请，但欧盟及其他国家和地区的商标权利人与中国的商标权利人面临的挑战是相同的，希望密切交流与合作，共同应对挑战。

美国驻华大使馆知识产权参赞 Duncan Willson（魏邓肯）介绍了美国商标制度的最新发展。一是美国于 2021 年 12 月 18 日生效的《商标现代化法案》中包括的有关抗议信、缩短审查意见通知书回复期限、两个全新单方撤销机制在内的三个重要改革。二是美国商标申请中的恶意行为呈上升趋势，包括提交虚假或者改动的使用样本，或者委托无美国律师职业资格的从业者代为申请商标等。为打击这些恶意行为，美国专利商标局成立特别工作组，并制定新的规则和政策，以惩罚非法申请和注册。

英国驻华大使馆知识产权专员 Samuel Stone（石桑陌）介绍了英国商标实践与最新进展，分享了英国强制答辩程序。依据英国相应的机制，商标公

告后，如果收到任何异议，英国知识产权局会告知商标申请人，收到异议之后有两个月的时间就异议进行答辩，如果放弃答辩则商标不予注册，针对异议，申请者要基于相应的政策、证据和理由进行答辩。如果在两个月的时间内放弃答辩，异议就会自动生效。相应的统计数据表明，70% 异议的情况没有获得答辩。这种情况下，这些商标注册申请将会被英国知识产权局自动放弃并不予注册。

法国驻华大使馆知识产权参赞 / 法国国家工业产权局（下称 INPI）中国代表 Julie HERVÉ（魏玉立）介绍了 INPI 于 2020 年新增的有关商标撤销和无效宣告的程序的规定。新规定下，该程序可在线上申请，并支付一定的费用。该程序有对抗性的原则，双方可以比较论据论点，而且程序的过程主要取决于双方交流的次数，各方最多可以有三轮的讨论。该程序的结果是行政的决定，具有绝对判决的效力，如果有必要的话会允许强制执行。

日本特许厅商标课商标审查企划部主任 Hiroshi Mizuochi（水落洋）介绍了日本商标审查的现状。日本特许厅自 2020 年 4 月起雇佣包括专利律师在内的专业人士增强审查力量。此外，通过外部调查报告提高审查效率。积极利用信息提供制度提升了整个审查的质量。

韩国驻华大使馆特许参赞 SEO CHANG DAE（徐昌大）介绍了韩国商标法的最新动向。关于 2022 年 2 月 3 日修正，2023 年 2 月 4 日生效的韩国商标法，徐昌大重点介绍了部分驳回制和再审申请制。此外，他分享了与他人注册的商标相同和近似被驳回的具体实例。

天丝医药保健有限公司法务总监 Yiam Yukhunthorntham（梁朝伟）介绍了泰国商标法律的最新信息以及天丝集团在知识产权保护方面开展的工作。

## “加强地理标志商标注册 助力乡村振兴”研讨会



第十七届中国商标年会平行会议“加强地理标志商标注册 助力乡村振兴”研讨会6月17日在东莞成功举办。本次研讨会由国家知识产权局商标局主办，中华商标协会地理标志分会协办，主要目的是贯彻落实知识产权强国建设纲要，推动地理标志与特色产业发展，更好发挥地理标志助力乡村振兴的作用。研讨会由国家知识产权局商标局一级巡视员李朝晖主持。

研讨会上，国家知识产权局商标局局长崔守东作总结发言。他指出，与会发言嘉宾围绕“加强地理标志商标注册 助力乡村振兴”主题进行了精彩发言，为大家带来了政府部门、行业协会和企业利用地理标志助推地方经济发展方面的宝贵经验，非常值得大家学习和借鉴。

崔守东表示，近年来，国家知识产权局商标局全面贯彻党中央国务院决策部署和国家知识产权局党组工作要求，继续深化商标改革，加强地理标志

商标注册，积极推广地理标志“宁德经验”“淮安经验”和“山东模式”，加大地理标志商标宣传力度和研究，指导各地知识产权部门运用地理标志商标增加农产品附加值，推进了产业可持续性发展，助推精准脱贫和乡村振兴。2022年，我国注册地理标志商标514件，截至2022年底，累计注册地理标志商标7076件。下一步，商标局将继续畅通地理标志商标注册

“绿色通道”，依法核准注册符合条件的地理标志商标申请；认真开展地理标志商标助力乡村振兴专题调研，坚持问题导向，进一步完善和优化地理标志商标注册审查制度，持续提升审查质量和效率；积极开展地理标志商标宣传培训工作，鼓励和支持地理标志商标提高使用和运用水平，发挥集体商标、证明商标制度作用，依法依规支持先进制造业集群品牌发展，推动经济转型升级和高质量发展。

福建省漳州市人民政府副秘书长张志祥、湖北省知识产权局商标和地理标志处处长江中祥、山东省地理标志协会会长孙明香、四川宜宾碎米芽菜有限公司总经理周雨浓、京东集团公共业务部副总经理李娟、甘肃省农业农村厅二级巡视员武红安、湖南省张家界市桑植县副县长何玮、陕西省柞水县无公害绿色农业产品开发协会秘书长李颐沅、广东省茂名市农村农业事务中心主任李海元等来自各地政府部门、行业协会、企业界的代表作了经验分享。



## “共享·融合·赋能——知识产权数据助力品牌高质量发展”交流研讨活动

6月17日，“共享·融合·赋能——知识产权数据助力品牌高质量发展”交流研讨活动在第十七届中国商标年会期间成功举办。研讨活动由国家知识产权局公共服务司主办，公共服务司信息传播利用处处长王波主持。



国家知识产权局公共服务司副司长刘毅在致辞中指出，知识产权是一种无形财产，其具体表现形式就是知识产权信息。知识产权信息是国家经济社会发展的核心战略资源。做好知识产权信息服务，对缩短创新周期、降低研发成本，培育高知名度品牌，推进品牌建设和保护，促进品牌经济发展具有重要的支撑作用。加强知识产权信息公开是知识产权制度的本质要求，也是数字政府建设、推动数据要素开放的重要内容。他介绍了近年来公共服务司在实施知识产权公共服务普惠工程，提升公共服务专业水平，聚焦政策普惠公平、服务普惠可及、数据普惠开放方面开展的工作。

广东省市场监督管理局（知识产权局）二级巡视员傅铁笔介绍了广东省商标品牌相关工作；中国人民大学商学院教授陈冠对 AI 时代品牌构架中的品牌、公益、数据等进行了深度解析；南京理工大学知识产权学院院长戚湧探讨了数智化趋

势下如何利用商标数据信息赋能品牌高质量发展；江西绿萌科技控股有限公司董事长朱壹以“十年磨一剑，绿萌建设高质量果蔬采后设备自主商标品牌之路”为主题，对江西绿萌科技控股有限公司进行了详细介绍；腾讯公司知识产权部赵也分享了腾讯知识产权保护工作中使用商标数据的现状，展望了大数据、人工智能等前沿信息

技术在知识产权保护中的运用；国家知识产权局公共服务司信息传播利用处四级调研员于浩重点介绍了欧盟商标查询系统及外观设计专利检索公共服务系统。

张家口市崇礼区人民政府副区长（挂职）敖翔，深圳市百果园实业发展有限公司高级合伙人、营销中心品牌总监龚勋，北京梦知网科技有限公司（权大师）创始人、董事长孟潭，摩知轮创始人兼 CEO 张锐、深圳市知识产权大数据中心主任李军等，就商标信息利用助力乡村振兴以及区域公用品牌战略等话题进行了分享和讨论。

## 商标典型案例评析论坛发布商标代理典型案例

6月17日，由中华商标协会主办、中企商标鉴定中心承办的商标典型案例评析论坛举办。论坛聚焦构建新发展格局，着力推动高质量发展，邀请业内专家就商标审查审理、司法审判要点及商标典型案例、商标案件的检察监督等进行深入探讨和交流，探索新发展格局下的商标注册保护制度。论坛上发布了2020—2021商标代理典型案例和2021—2022商标代理典型案例。论坛由中华商标协会秘书长助理（挂职）江琦主持。



在主题演讲环节，最高人民法院民三庭审判长李嵘结合“好太太”商标行政案、“九制陈皮”案、集体商标“潼关肉夹馍”案等典型案例，分享了最高人民法院商标民事行政典型案例司法审判要点。李嵘指出，在商标权纠纷案件、侵犯商标权纠纷案件等知识产权案件中，不再依据侵权结果发生地确定管辖。关于商标近似的判断标准，主要是从音、形、义等方面进行判断。关于惩罚性赔偿，鼓励追源头，让生产商多赔，销售商少赔。关于商标的使用，是指具有真实使用意图的合法商业使用构成商标使用，如果是象征性使用或者侵权性使用，没有进入流通

领域的使用，我们都不认为它是商标使用。

最高人民法院民三庭综合办主任许常海分享了最高人民法院商标刑事典型案例司法审判要点。许常海指出，在商标刑事案件中，依据基本事实，对于认定假冒注册商标罪还是认定非法制造注册商标罪，意见经常产生分歧。正确区别标识与商品很重要。商标标识指带有商标但独立于被标志商品的物品，如带有商标的标签、分签、包装物等是商品的标识。对于标识数量的认定，亦争议颇多。对于在一个一件有形载体上印制数个标识图样，该标识图样不能脱离有形载体单独使用的应当认定为一件标识，是商标刑事案件的特点。

国家知识产权局商标局异议审查二处副处长程丽元介绍了商标异议程序制度设计以及相关的法律规定。程丽元说，在商标异议的审查审理过程中，主要考量诉争双方的基本情况、被异议商标的显著性、引证商标的权利状态以及双方商标的相似度、消费者市场的混淆程度、主观意图等因素。综合考量各方面因素之后，以消费者或市场上是否产生混淆价值判断来决定案件结果。程丽元最后还介绍了花满楼、张子憨、唐妞、华莱仕福、惠民南粤家政五个商标异议方面的典型案例的情况。

广东外语外贸大学教授王太平从《商标法》法律事实的语境性、语境的不同认知与商标案件处理的不同结果、商标案件处理中语境的运用三个角度与大家分享自己的思考。王太平指出，《商标法》的法律事实具有语境性，商标标志和使用它的性质在很大程度上取决于商标标志使用的语境，语境是《商标法》法律事实认定的关键，在处理《商标法》问题时要坚持一种语境观念，以案件所涉《商标法》问题为指导，对商标案件所涉语境进行识别与重构，



提高《商标法》处理的确定性。

最高人民检察院知识产权检察办公室三级高级检察官助理樊雪分享了商标案件的检察监督情况。据介绍，公益诉讼案件是目前检查机关工作的一大亮点，按照相关法律规定可以提起行政公益诉讼、民事公益诉讼。在履职过程中如果发现具有知识产权监督管理职责的行政机关违法行使职权或者不作为，使国家利益或社会公共利益受到损害，检察机关应当向行政机关提出检察建议，督促履行。行政机关不依法履行的，检察机关可以向法院提起行政公益诉讼。

国家知识产权局商标局评审四处副处长曲红阳分享了商标评审要点。曲红阳强调商标评审是商标授权、确权行政阶段的最后一公里，兼具行政的高效和司法公正，在保护权益人利益、保障消费者权益、维护社会公共利益等方面一直发挥着积极的作用。曲红阳表示，受疫情等多种因素影响，近几年，

评审部门的口审案件数量相对较少，今后会进一步发挥口审在促进双方当事人和解的优势和作用。

华东政法大学教授王艳芳就商标恶意注册、驰名商标的保护、知识产权公共服务意识等焦点问题与大家进行分享。她认为，在恶意注册的大背景下，由于恶意是非常广泛的一个概念，对于恶意的界定、适用法律及相关标准等需严谨；对于驰名商标的保护，目前司法和行政都更加注重维护社会公共利益和权利人之间的平衡；随着知识产权公共服务意识的显著提升，商标评审机制的优化减负等，审查质量得到了很大的提升。

在典型案例点评环节，国家知识产权局商标局原副处长、二级调研员李雍君和广东外语外贸大学教授王太平就2020—2021 商标代理典型案例进行了点评；国家知识产权局商标局原二级巡视员郭京平、华东政法大学教授王艳芳点评了2021—2022 商标代理典型案例。

## 加强知识产权法治保障 有力支持全面创新——商标行政保护局长论坛

6月17日，由中华商标协会、中国市场监管报社共同主办的商标行政保护局长论坛在东莞举办。本次论坛的主题为“加强知识产权法治保障 有力支持全面创新”。

国家知识产权局知识产权保护司司长张志成、国家市场监督管理总局执法稽查局副局长佟波、中国市场监管报社副总编辑金树泳在论坛上致辞。在2022年度商标行政保护典型案例评选发布活动中获选的广东省、湖北省、广西壮族自治区市场监督管理局和知识产权局相关负责人出席并作主题发言。国家市场监督管理总局原正局级巡视员徐晓东主持论坛。

张志成介绍，近年来围绕商标等知识产权保护，

国家知识产权局会同相关部门，坚决贯彻落实党中央、国务院决策部署，各方共同努力，同频共振、问题共答的具体举措。一是加强知识产权保护工作顶层设计，完善知识产权严保护政策。二是推动提高商标管理和保护法治化水平，营造良好的商标注册使用秩序和公平竞争的市场环境。三是严格保护标准，提升商标行政保护水平。2022年，国家知识产权局对各地在执法办案中的商标等疑难问题作出40件行政答复。四是严格商标管理，规范商标使用注册秩序，指导各地查办了一批案值过亿的大案要案，做到指导查处一批案件，警示一片区域，规范一类行为。五是加强维权援助，指导企业积极应对海外商标抢注，国家知识产权局组织编制发布

《海外商标维权指南》，并联合中国贸易促进会共同设立企业海外知识产权纠纷应对指导中心和43家地方分中心，提供专业化公益性指导服务。六是加强跨部门协作，推动形成知识产权保护合力。先后与公安部、最高人民检察院、最高人民法院联合印发强化知识产权协同保护的政策文件，高位推进协同保护。2022年，我国知识产权保护社会满意度进一步提高到81.25分，整体步入良好阶段，充分展现了近年来商标等知识产权保护取得的成效。

佟波表示，市场监管部门承载着商标、专利等知识产权行政执法的重要职责，国家市场监督管理总局一直把知识产权执法作为市场监管综合执法的重要内容。一是加强统筹谋划，全面履行执法职责。2019年，国家市场监督管理总局印发《假冒伪劣重点领域治理工作方案(2019-2021)》，并连续两年印发知识产权执法行动方案，针对侵权假冒突出问题，严厉查处商标侵权、假冒专利等违法行为。自2021年起，将重点领域知识产权执法纳入到民生领域铁拳行动，不断提高执法效能。二是强化组织指导，狠抓大案查办。5年来，共查处商标、专利等领域违法案件24.7万件，有力保护合法权益。三是建立制度机制，加强执法联动，推动修订《行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定》，会同公安部、农业农村部、海关总署、国家版权局、国家知识产权局，制定《加强网购和进出口领域知识产权执法实施办法》。四是注重能力建设，夯实执法工作基础。每年举办知识产权执法培训，编印知识产权执法典型案例，开设网络云课堂，开展执法办案、电子数据取证大比武活动。多种形式锤炼市场监管执法队伍，运用信息技术，为执法办案赋能。建成运行全国市场监管行政执法平台，为执法办案提供参考。

金树泳介绍了《中国市场监管报》作为全国



市场监管系统的主舆论阵地，坚持“立足系统，面向社会”的办报方针，以建设市场监管主舆论阵地和市场监管多元共治综合性平台为目标，围绕党和国家中心工作，聚焦市场监管领域，策划、组织形式多样的宣传活动的情况。

广东省市场监督管理局（知识产权局）党组成员、副局长高国盛代表东道主以《高标准强化商标行政保护 全力优化大湾区创新环境》为题，介绍了该局全力推进商标保护工作取得的新进展和成效；湖北省知识产权局党组书记、局长刘治田在题为《以保护促发展 以发展强保护——商标行政保护更好赋能湖北品牌经济发展》的发言中，介绍湖北省引导经营主体树立品牌意识，把政府的商标行政保护与品牌培育的发展紧密结合的相关经验；广西壮族自治区市场监督管理局党组成员、副局长、知识产权局局长徐文伟介绍了广西在不断强化协同保护，提升知识产权领域治理水平工作中取得的显著成效；广州阿道夫个人护理用品有限公司总裁特助陈盛书介绍了阿道夫商标品牌培育的历史。

在对话环节中，受邀的2022年度知识产权行政保护典型案例当中商标行政保护案件查办案执法人员，围绕典型案例，分析办案过程，分享办案经验，进一步助推知识产权行政保护工作的开展。



# 惠民工程 惠归于民

——第 52917720 号“惠民南粤家政”商标异议案

◎ 刘 萍

## 一、基本案情

异议人：广东省人力资源和社会保障厅

被异议人：惠州市南粤家政服务有限公司

被异议商标：**惠民南粤家政**

指定使用服务：第 45 类“社交护送（陪伴）；家务服务；保姆服务”等。

异议人主要理由：“南粤家政”工程是广东省委、省政府首创提出并持续推进的重要民生工程。被异议人申请注册被异议商标明显具有恶意，损害“南粤工程”品牌权益，不利于“南粤家政”民生工程的贯彻落实，对社会公众具有欺骗性并易产生不良社会影响。

异议人提交的主要证据：1. 关于征求《广东省“南粤家政服务”工程实施方案（征求意见稿）》意见的函。2. 广东省人力资源和社会保障厅关于印发《广东省实施“南粤家政”工程促进就业工作方案》的通知。3. 广东省委、省政府及各省级部门为实施“南粤家政”工程制定的政策文件。4. 广东省人力资源和社会保障厅官网有关“南粤家政”工程的文件及报道。5. “广东人社”微信公众号、中央及地方媒体对“南粤家政”工程的报道。

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认为，“南粤家政”工程系广东省委省政府首创提出，并经多个政府部门共同贯彻落实的重要民生工程，并已经过媒体广泛报道。被异议人在该案中未提交证据证明其获得政府授权从事上述工程建设或许可使用上述工程名称，被异议商标由“惠民”和“南粤家政”组成，“惠民”有“给人民好处”含义，被异议商标“惠民南粤家政”指定使用在社交护送（陪伴）、家务服务等服务上，易使公众对服务的来源产生误认，并可能损害社会公众利益，从而产生不良社会影响，违反《商标法》第十条第一款第（七）项、第（八）项的规定，故被异议商标不予注册。

## 二、案件评析

本案的焦点为被异议商标是否违反《商标法》第十条第一款第（七）项和第（八）项的规定。

**（一）被异议商标是否违反《商标法》第十条第一款第（七）项的规定**

《商标法》第十条第一款第（七）项规定，“带有欺骗性，容易使公众对商品或服务的质量等特点或者产地产生误认的”不得作为商标使用。《商标审查审理指南》明确：“本条中的‘带有欺骗性’，是指标志对其指定使用商品或服务的质量等特点或者来源作了超过其固有程度或与事实不符的表示，

容易使公众对商品或服务的质量等特点或者来源产生错误的认识”。该条款的核心应当为“误认”，即对商品或服务的质量等特点、来源产生误认，或者认为商品或服务与特定主体存在一定的关联，进而产生误认。

国家知识产权局《打击商标恶意抢注行为专项行动方案》第二条规定中，“专项行动重点打击以下商标恶意抢注、图谋不当利益，扰乱商标注册管理秩序，造成较大不良社会影响的行为”就包括“恶意抢注国家或区域战略、重大活动、重大政策、重大工程、重大科技项目名称的；明显违背《商标法》第十条规定禁止情形以及其他违反公序良俗，对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序造成重大消极、负面社会影响的”。

“南粤家政”工程于2019年8月实施，系广东省委、省政府为贯彻落实习近平总书记对技能人才工作重要指示和对广东重要讲话、重要批示精神，着眼满足人民群众美好生活需要，壮大技术工人队伍，支撑高质量发展而实施的一项重大民生工程，正属于《打击商标恶意抢注行为专项行动方案》中提及的打击恶意抢注“区域重大政策、重大工程名称”的适用范围。且“南粤家政”工程经过广东省人力资源和社会保障厅及其他部门的贯彻落实，被中央和地方各权威媒体所报道，具有一定知名度。被异议人在本案中未提交证据证明其获得政府授权从事上述工程建设或许可使用上述工程名称。

本案被异议商标指定使用的服务与“南粤家政”工程所涉及行业相同、相近。被异议商标“惠民南粤家政”由“惠民”和“南粤家政”组成，“惠民”有“给人民好处”含义，显著性较弱，被异议商标指定使用在其服务上，易使公众将其标示的服务与异议人相联系，认为二者之间具有特定关联。因此，被异议商标注册和使用在其指定服务上具有欺骗性、误导性。该商标若在其服务上获准注册并在市场经营活动中使用，会导致社会公众对被异议人提供的服务来源、信誉等特点产生误认，从而损害不特定

消费者的利益。因此，被异议商标的注册违反了《商标法》第十条第一款第（七）项的规定。

### （二）被异议商标是否违反《商标法》第十条第一款第（八）项的规定

《商标法》第十条第一款第（八）项规定，“有害于社会主义道德风尚或者具有其他不良影响的”不得作为商标使用。根据《商标审查审理指南》的指引，《商标法》第十条第一款第（八）项中“其他不良影响”，包括与我国政治、经济、文化、社会发展关系密切的国家重大工程、重大科技项目等名称相同或近似，由该申请人注册使用易对我国社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响的情形。

被异议人作为广东省内的企业，具有知晓“南粤家政”重大工程的可能性，却以含有“南粤家政”字样的“惠州市南粤家政服务有限公司”作为企业名称，并申请注册被异议商标“惠民南粤家政”，具有明显的主观恶意。本案被异议人明知“南粤家政”工程的重要性和知名度，却没有尽到合理避让的义务，而是攀附“南粤家政”民生工程的重大影响和信誉度，造成相关公众混淆，以谋求不正当利益，使广东省在“南粤家政”工程上的公信力受到损害，在政治和经济上易产生负面作用，造成不良社会影响。因此，被异议商标的注册违反了《商标法》第十条第一款第（八）项的规定。

## 三、典型意义

该案是对恶意注册重大民生工程相关名称，损害公共利益和公共秩序行为进行有力规制的典型案例。“南粤家政”工程是政府打造的重大民生工程。该案彰显了商标注册机关打击恶意注册国家或区域战略、重大政策、重大工程、重大科技项目名称行为的鲜明态度和坚定决心，实现了政治效果、法律效果和社会效果的有机统一。[图]

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查一处



# 何为“知晓他人商标且应予以主动避让的其他关系”

——第 52528962 号“KARTNERS 及图”商标异议案

◎ 贾敏

## 一、基本案情

异议人：卡迪纳卫浴用品公司

被异议人：江门市雅廷卫浴有限公司

被异议商标：**KARTNERS**

指定使用商品：第 11 类“沐浴用设备；龙头”等。

异议人主要理由：1. 被异议人恶意抢注其“KARTNERS”商标，被异议商标的申请注册违反了《商标法》第十五条第二款的规定。2. 被异议商标的申请注册侵犯了异议人的在先著作权和商号权，违反了《商标法》第三十二条的规定。

异议人提供的证据：异议人介绍及中文摘译、标识有“KARTNERS”的产品图片、销售订单和发票、产品装箱单、KARENERS 标识设计图稿、与广东省开平市水口镇多家卫浴企业的商业往来邮件等。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，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“KARTNERS 及图”指定使用商品为第 11 类“沐浴用设备；龙头”等。异议人称被异议人恶意抢注其“KARTNERS 及图”商标，并提供了产品图

片、销售订单及发票、产品装箱单、KARTNERS 标识设计图稿、与广东省开平市水口镇多家卫浴企业的商业往来邮件等证据。根据在案证据并经查，水暖卫浴是广东省开平市水口镇的傳統优势行业。在被异议商标申请注册前，异议人与广东省开平市水口镇多家卫浴企业就卫浴配件商品进行过商业询价和合作磋商。被异议人是广东省开平市水口镇同行业经营者，被异议商标与异议人“KARTNERS 及图”商标在字母构成、首字母 K 的色彩和设计形式、整体外观上完全相同，可以推定被异议人对异议人商标理应知晓，异议双方存在《商标法》第十五条第二款所指的知晓他人商标且应予以主动避让的“其他关系”。被异议商标指定使用的商品与异议人“KARTNERS 及图”商标所使用的卫浴配件等商品类似。因此，被异议人申请注册被异议商标的行为违反了《商标法》第十五条第二款的规定。异议人主张被异议商标的注册侵犯其“KARTNERS 及图”美术作品的在先著作权和字号权等证据不足，商标局不予支持。

依据《商标法》第十五条第二款、第三十五条规定，商标局决定：第 52528962 号“KARTNERS 及图”商标不予注册。

## 二、案件评析

本案焦点为异议双方是否存在《商标法》第十五条第二款规定的“其他关系”。

《商标法》第十五条、第三十二条是对在先使用未注册商标的保护，是诚实信用原则具体化条款。其立法目的是制止抢注未注册商标行为，在商标授权确权实践中，对规制恶意抢注发挥了重要作用。第十五条是对特定关系人明知他人商标却恶意抢注行为的规制。2001年《商标法》第十五条仅有第一款规定。该条款中虽然将“代理人和代表人”扩大解释为“具有代理业务的代理人和代表人”，但适用范围有限，在实践中对一些恶意抢注行为难以起到有效规制作用。为加大打击商标恶意注册力度，2013年《商标法》借鉴我国台湾地区“商标法”第三十条第一项第十二款规定，增设第十五条第二款。至此，特定关系不再局限于代理、代表关系，而是采取了列举加兜底的方式，将“特定关系”扩大到“合同、业务往来或者其他关系”。

“其他关系”是指双方商业往来之外的其他关系，对“其他关系”的认定经历了从较为严格到宽松的过程。在适用之初，对“其他关系”作了严格的限制，通常认为“其他关系”与“合同、业务往来关系”为同一性质的关系，不能宽泛解释。但随着实践的发展和认识的深入，“其他关系”的界定趋于宽松。《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》（2017）第十六条对“其他关系”列举了五种情形：1. 亲属关系；2. 劳动关系；3. 营业地址邻近；4. 曾就达成代理、代表关系进行过磋商，但未形成代理、代表关系；5. 曾就达成合同、业务往来关系进行过磋商，但未形成合同、业务往来关系。事实上，案件中异议双方关系远比法律和司法解释列举的情形更为复杂，“其他关系”情形无法穷尽，而且明确列举的“其他关系”情形往往容易被规避。为了适应实务发展，《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》（2019）对“其他关系”进

一步扩张解释为“与在先使用人存在代理、代表关系以外的，能够知道他人商标且应予主动避让的关系”。有利于更大力度规制恶意抢注行为。

适用《商标法》第十五条第二款主观要件为“明知”。“明知”包括“证明明知”和“推定明知”，具有较大的弹性空间。“能够知道他人商标且应予主动避让的关系”属于“推定明知”关系。如前所述，双方当事人之间往往呈现的是错综复杂的关系，客观上难以直接证明商标申请人是明知他人在先使用的商标，只能通过案证据和案件的事实，例如在先商标固有显著性、双方商标近似程度、相同地域范围、属于同业竞争者、申请人围绕同一在先权利人申请注册多件商标等，推定商标申请人存在“明知”情形。

具体到本案，广东省江门市开平市水口镇是传统的水暖卫浴生产基地，水暖卫浴是开平市水口镇的支柱产业，相关的企业和个体经营户超过了2000家。水口镇的水暖卫浴产品有数百种，企业拥有自主品牌160多个，产值过亿的企业有十多家。在被异议商标申请注册前，异议人曾在2017年、2018年、2019年连续三年通过电子邮件与广东省江门市开平市水口镇多家卫浴企业就卫浴配件商品进行商业询价和合作磋商。虽然异议人与水口镇卫浴企业具有合同、业务往来关系，但在案证据不能证明异议双方存在直接业务往来关系，也不能证明被异议人与水口镇卫浴企业串通合谋抢注异议人商标，因此不能认定异议双方存在《商标法》第十五条第二款所指的合同、业务往来关系。本案关键是对“其他关系”的认定。

异议人是加拿大知名卫浴配件生产商，主要生产经营毛巾挂杆和淋浴门把手等产品。早在2010年，异议人在其官方网站、产品及包装上开始使用“KARTNERS及图”商标。异议人在先使用“KARTNERS及图”商标中的英文无含义，也非固有英文词汇，作为商标具有较强固有显著性。被异议商标与异议人在先使用的“KARTNERS及图”



## 国家知识产权局关于组装不同商标的商品并进行销售行为定性问题的批复

国知发保函字〔2022〕83号

安徽省知识产权局：

《关于将不同商标的商品作为零部件自行组装进行销售是否属于商标侵权行为的请示》（皖知发〔2022〕2号）收悉。经研究，现批复如下：

经查，上海群政实业有限公司在商标注册用商品和服务国际分类第28类全自动麻将桌（机）等商品上注册了第10487563号“上岛”、第10487572号“”商标，其注册商标专用权受法律保护。

根据请示及所附材料，综合考虑涉案当事人在销售时已明示其销售的仅为“上岛”桌框、而电机为其他商标的组装麻将机，“上岛”桌框确为商标权利人生产，行业内存在根据消费者需求组装不同商标的桌框、桌腿、电机进行销售的商业惯例，宜认定当事人的组装销售行为不构成商标侵权。但是，当事人在与商标权利人的许可经销合同终止后，仍旧在麻将桌的销售单据等上突出使用“”商标，易使相关公众误以为其为商标权利人许可的经销商，损害注册商标专用权，该行为属于《中华人民共和国商标法》第五十七条第七项规定的商标侵权行为。

特此批复。

国家知识产权局  
2022年5月25日

商标字母构成相同，尤其在首字母K的色调明暗设计和表现形式上完全相同，这种情形没有巧合的可能性，被异议人对此未作任何合理解释。被异议人为广东省江门市开平市水口镇同行业经营者，与异议人进行商业磋商、业务往来的广东省江门市开平市水口镇多家卫浴企业同处一地，将与异议人完全相同的在先商标注册使用在“沐浴用设备；龙头”等类似商品上，可以认定异议双方存在知晓他人商标且应予以主动避让的“其他关系”，属于《商标法》第十五条第二款的规制范畴。

### 三、典型意义

本案是通过准确判定“其他关系”对恶意抢注行为予以严厉打击的典型案。《商标法》第十五条第二款是规制恶意抢注的重要条款。实务中，认定存在该条款中“合同、业务往来关系”进而规制

恶意注册行为较为常见，但认定存在能够知道他人商标且应予主动避让的“其他关系”案件较为少见。恶意注册行为隐匿性强，当权利人负有较高的举证责任时，权利人经常面临举证不能的困境。如果对“其他关系”的理解和认定过于保守，不能灵活运用法律，则不利于打击恶意注册行为，也不利于预防类似抢注行为再次发生。因此，应当根据案情，适当扩大对“其他关系”的界定范围，充分保护在先使用人的合法权益。本案结合异议人与被异议人所在地的多家卫浴企业进行过商业磋商、双方商标完全相同等事实，合理推定异议双方存在知晓他人商标且应予以主动避让的“其他关系”，适用《商标法》第十五条第二款规制的违反诚实信用原则的恶意抢注行为。本案对“其他关系”界定进行了有益的探索，对类案审查具有一定的借鉴意义。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查二处

# 申请商标注册 不得损害他人现有在先权利

——第 47838763 号“茶丽宜世及图”商标无效宣告案



◎ 梁滕滕

## 一、基本案情

申请人：广州茶理宜世餐饮管理有限公司（原申请人：湖南鼎太德食品贸易有限公司）

被申请人：凌兴旺

争议商标：

核定使用商品：第 21 类茶叶罐、纸杯等。

原申请人的主要理由：被申请人具有抄袭、摹仿如“茶理宜世”“茶颜悦色”“喜小茶”“嫦娥的茶”等众多知名饮品品牌的一贯恶意。争议商标系对原申请人在先著作权的侵犯。请求依据《商标法》第三十二条、第四十四条第一款等规定，对争议商标予以无效宣告。

原申请人提交了以下主要证据：1. 被申请人抄袭原申请人及其他品牌的情况；2. “茶理宜世”产品宣传手册、微信公众号宣传截图、大众点评平台的销售情况；3. 在先相关决定、裁定；4. 作品登记证书等。

之后，申请人补充提交了主体承继声明、营业执照复印件及相应的商标评审代理委托书。

被申请人在规定期限内未予答辩。

## 二、案件评析

本案的焦点问题主要涉及以下两点：一是争议

商标的注册是否侵犯了申请人主张的在先著作权，违反《商标法》第三十二条关于“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”之规定。二是争议商标的注册是否构成《商标法》第四十四条第一款所禁止的“以其他不正当手段”取得注册的情形。

涉案作品：



针对焦点问题一，首先，申请人主张著作权的《茶理宜世古风女像图》美术作品经过设计，其表现形式独特，具有一定的独创性，属于我国《著作权法》保护的作品。其次，本案原申请人早于争议商标申请日期对《茶理宜世古风女像图》美术作品予以著作权登记，该登记证书可以作为原申请人在先享有涉案作品著作权的初步证据。申请人与原申请人法定代表人均为徐世磊，二者具有利害关系，申请人可以作为对涉案作品主张著作权的利害关系人。在案的宣传、销售证据可以证明在争议商标申请日前，原申请人已将涉案作品作为商标在茶饮料等商品上公开使用并具有一定的使用规模，被申请人在申请注册争议商标前完全具有接触该作品的可能性。最后，争议商标图形部分与原申请人享有著作权的《茶理宜世古风女像图》美术作品在表现形式、设计风格、视觉效果等方面基本相同，已构成《著作权法》意义上的实质性相似，且被申请人未就其图形的设计提供合理出处。加之查明，被申请人名下



第 39109708 号“茶理宜世及图”商标异议决定书中已认定被申请人上述商标的注册损害了原申请人的在先著作权。综上，本案认为被申请人未经原申请人许可或同意，将与原申请人享有著作权的作品作为商标申请注册，损害了申请人作为利害关系人主张的在先著作权，从而构成《商标法》第三十二条规定所禁止的“损害他人现有的在先权利”的情形。

针对焦点问题二，本案中，被申请人作为自然人在多个商品或服务类别上申请注册了 83 件商标，其中包括 20 余件“茶理宜世”“茶丽宜世江南茶”等商标，另还包括诸多如“嫦娥的茶”“嫦娥仙女的茶”“嫦娥”“茶颜悦色”“茶颜幽兰拿铁”“喜小甜”“鲜枝玉露”等与他人饮品品牌相同或相近似的商标，被申请人于本案规定期限内并未对争议商标的合理来源进行答辩，亦未就其使用意图进行举证，其行为难谓巧合，上述注册行为具有借助他人品牌进行不正当竞争或牟取非法利益的意图。该类抢注行为扰乱了正常的商标注册管理秩序，并有损于公平竞争的市场秩序，违反了诚实信用原则。加之查明，第 49368288 号“茶丽宜世”商标异议决定书中认定被申请人的行为违背了《商标法》关于禁止以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册的立法精神，故本案认定争议商标的注册属于《商标法》第四十四条第一款所禁止的“以其他不正当手段”取得注册的情形。

### 三、典型意义

《商标法》第三十二条关于“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”的规定，保护的是特定主体享有的除商标权以外现行法律已经明确规定的在先法定权利，以及根据《民法典》和其他法律规定应予保护的合法权益。本条规定的在先权利包括著作权，判断系争商标是否损害他人在先著作权时，需先确定著作权归属。在著作权归属确定的情况下，还需符合接触可能性、实质性相似、未

经许可等条件。《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》第十九条规定：“商标标志构成受著作权保护的作品的，当事人提供的涉及商标标志的设计底稿、原件、取得权利的合同、诉争商标申请日之前的著作权登记证书等，均可以作为著作权归属的初步证据。”本案《茶理宜世古风女像图》美术作品的登记日期早于争议商标申请日期，可以作为著作权归属认定的初步证据。涉案作品的公开发表及在茶饮料等商品上的商业使用使得著作权归属的认定更加客观，并据此可合理推定接触的可能。《商标法》第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”的规定是指确有充分证据证明系争商标注册人采用欺骗手段以外的扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册。认定是否构成“不正当手段”需要综合考虑申请注册商标的表现形式、商标注册人相关信息以及使用意图等因素。实践中，被申请人作为自然人申请注册了 80 余件与他人饮品品牌相同或相近似的商标，且未对商标创意来源作出合理解释，并缺乏实际使用意图，属于以“不正当手段”取得商标注册之情形。

上述所提法律条款保护的权利性质有所不同。当商标的注册损害了特定主体民事权益，注册人又无真实使用意图，可能对商标注册秩序造成扰乱，对公平竞争的市场秩序造成冲击时，商标评审案件可对上述条款并行适用。一方面，对当事人的合法权益予以保护；另一方面，也对企图牟取不正当利益的当事人起到警示作用，从而更有力地制止商标注册申请中的“傍名牌”“搭便车”等行为。为规制恶意注册，合法保护在先权利，审理该类案件不仅应考虑案件本身事实，还应结合当事人的举证、质证情况查询关联案件的审理情况进行综合分析研判，以更好地实现立法意图，维护正常的商标注册管理秩序和公平竞争的市场环境。

作者单位：国家知识产权局商标局评审九处

# 商标评审案件中**电子证据**规则的适用

——第 11892697 号“DUNGEON STRIKER 及图”商标撤销复审案

◎ 暴红侠

现行《商标评审规则》在 2014 年第三次修订时，第四章证据规则第三十八条增加了关于证据形式的规定，明确电子数据作为证据的一种形式。随着互联网、电子信息技术的发展，智能设备的普及，以电子邮件、电子设备聊天记录、微博、电子交易记录等形式出现的电子数据证据日益增多，成为商标评审案件中的重要证据形式之一。本文将结合第 11892697 号“DUNGEON STRIKER 及图”商标（下称复审商标）撤销复审案，分析电子数据证据的形式、特点及审查认定标准和原则，重点阐释对电子数据真实性的审查。



第 11892697 号“DUNGEON STRIKER 及图”商标

## 一、基本案情

美林娱乐（地牢）有限公司（下称申请人）对艾登特堤游戏公司（下称被申请人）注册在第 41 类提供在线游戏服务的复审商标以连续三年不使用提出撤销申请。被申请人在撤销复审程序中答辩称其是韩国知名网络游戏开发公司，复审商标指向其开发的一款 3D 动作网游，并提交了相关使用证据。

国家知识产权局审理认为：被申请人提交的网络关于其官网介绍、“DUNGEON STRIKER（地城之光）”游戏介绍、“盛趣游戏”公司介绍可以证明被申请人公司开发了动作网游《龙之谷》，现已经被盛趣游戏（前身：盛大游戏）全资收购。《地城之光》

（Dungeon Striker）是被申请人公司的游戏作品。同时被申请人提交的上述证据及经公证的复审商标使用于“游戏”等服务上的网页介绍的搜索结果及下载页面截图均体现了《地城之光》（Dungeon Striker）并附有游戏介绍。申请人虽通过质证程序对被申请人证据来源于网络提出质疑，但复审商标用于“在线网络游戏”服务，被申请人证据不可避免地来源于网络，商标评审案件审理不应脱离社会经济生活中新技术、新业态、新模式出现的客观实际，对电子证据与其他证据区别对待于法无据；况且，被申请人证据已经经过公证。故，综合全部在案证据可以形成证据链，证明被申请人在指定时间内在“在线网络游戏”服务上使用了复审商标。

## 二、案件评析

随着网络科技的普及和互联网经济的发展，电子数据类型的证据在知识产权案件中发挥着越来越重要的作用。本案被申请人的商标使用行为均发生在线上，因而，本案的证据集中表现为电子数据形式。

### （一）什么是电子证据

电子数据是案件发生过程中形成的，以数字化形式存储、处理、传输的，能够证明案件事实的数据。<sup>[1]</sup>

### （二）电子数据的常见形式和特点

结合评审实践，电子数据常见形式主要体现为网站、朋友圈、公众号等网络平台发布的内容信息；电子邮件、即时通信等网络应用服务的通讯信息；用户注册信息、电子签名数据等身份识别信息；网络销售记录、销售量等交易信息；网络检索结果、



网络点击量等统计信息；网页、网页快照、域名、数码图片、音视频、计算机程序等电子文件等。本案主要形式为网站平台发布的信息、网络检索结果、搜索引擎记录信息。传统观点认为电子证据具有易灭失、易篡改、技术依赖性强等特点，但事实上，电子数据本身又具有极强的稳定性和安全性，即如果电子数据是孤立存在的，那么被篡改的可能性就比较大；但是如果电子数据是以系统数据的形式存在，那么对它造假的可能微乎其微，又因修改产生的文件属性信息和系统日志的变化往往难以掩盖，所以在这个意义上，电子证据又具有很强的稳定性。

### （三）电子数据证据的审查认定标准和原则

电子数据与传统证据本质上并无不同，区别仅在于表现形式的不同。在审查实践中，电子数据证据的审查和认定应当围绕案件中事实争议焦点，审查电子数据的真实性、完整性、关联性与合法性，并对电子数据及有关证据组合有无证明力及证明力大小做出判断。结合本案案情，下文主要针对证据真实性的审查进行剖析。

### （四）电子数据真实性的审查

虽然早在 2008 年就有观点针对电子数据提出非歧视原则，但在案件审理实践中，电子数据易篡改性的一面总被习惯性地作为争议策略片面夸大，从而质疑电子数据的真实性和证明力。本案复审商标用于“在线网络游戏”服务，被申请人大量商业活动都是通过互联网进行，因此被申请人提交的证据不可避免的来源于网络。而网页证据的真实性审查在于网页是否客观存在于真实网络环境中，网页内容本身在实质上是否客观真实。首先，被申请人提交了其商标使用于“游戏”等服务上的网页介绍、官网介绍以及其“DUNGEON STRIKER（地城之光）”游戏介绍等，符合上述要求。一般认为，经公证的电子证据的证明力强于一般电子证据，但这种观点是基于电子数据易篡改性的传统观点。然而，如前所述，被申请人提交的网页可经勘验，网页客观存在于真实网络环境中，网页内容本身在实质上是否

客观真实，与纸件还可以相互印证，足以认定证据的真实性。没有必要一概要求当事人进行公证加重其举证负担。

其次，被申请人亦提交了第三方网络平台的搜索结果证据，该证据是基于中立第三方的数据、平台形成的，其真实性和可靠性一般较高，可进一步与被申请人提交的网页证据相互印证，确定被申请人证据的真实性。

## 三、典型意义

在经济全球化、数字经济背景下，电子数据日益成为商标案件中重要的证据形式，商标评审案件审理不应脱离社会经济生活中新技术、新业态、新模式出现的客观实际，对于采用新类型技术手段进行取证存证的电子证据，应结合行政裁决程序特点，从有利于切实解决商标评审案件中电子数据取证难、认证难等实际问题出发，秉持开放、中立的态度。如果片面夸大电子证据的易篡改性，对电子数据的真实性产生怀疑和顾虑，将不必要地增加当事人的举证负担；如果执着于讨论电子证据在技术上有无伪造、篡改的极端可能性，容易将电子证据审查中的技术问题凌驾于事实问题之上，从而偏离了案件审理对全部证据综合审查判断的主线。本案围绕电子数据的真实性进行全面审查，并对证据证明力做出综合判断。在案件审理实践中，根据电子数据作为证据的共性和其自身特性，结合法律法规、审理标准进行全面、综合、客观判定，从而更好地保障当事人合法权益，促进相关主体与时俱进，服务于日新月异的社会经济发展。<sup>[1]</sup>

作者单位：国家知识产权局商标局评审八处

### 注 释

[1] 最高人民法院 最高人民检察院 公安部 2016 年 9 月发布的《关于办理刑事案件收集提取和审查判断电子数据若干问题的规定》第一条第一款。

# 新标准下 | 电子 | 商务 | 商标使用证据的提交

◎ 钱文愚

近年来,随着我国电子商务等新业态的快速发展,注册商标的使用形式更加多样,应用场景更加多元,由此带来商标使用证据的多样化、取证方式的多元化,对撤销连续三年不使用注册商标(下称撤三)案件审查审理工作提出了新的更高要求。2021年11月,国家知识产权局商标局对《商标审查及审理标准》进行修订,发布了《商标审查审理指南》(下称《指南》)。《指南》第十七章新增了关于电子商务经营中商标使用具体表现形式的规定,明确电子商务经营交易单据、交易记录等可以作为商标使用证据予以认定。

从实践看,常见电子证据形式主要有以下几种:一是网站、朋友圈、公众号等网络平台发布的内容信息;二是电子邮件、即时通信等网络应用服务的通讯信息;三是用户注册信息、电子签名数据等身份识别信息;四是网络销售记录、销售量等交易信息;五是网页、网页快照、域名、数码图片、音视频、计算机程序等电子文件;六是网络检索结果、搜索引擎记录、网页访问量、网络点击量等统计信息。与传统证据相比,电子证据有发现难、取证难以及采信难等特点。

笔者结合撤三案件审查审理实践,以几种较为常见的应用场景为示例,就新标准下电子商务商标使用证据有关问题作简要解析。

## 一、在天猫、京东等电子商务平台的使用

案例一:第24518637号“TAFUCO”商标撤三案

### (一) 商标信息

# TAFUCO

指定商品:午餐盒;水壶;水瓶

### (二) 证据提供情况

商标注册人提交了以采购方身份采购产品的发票及销售发票,定制模具、彩盒、零部件的发票,天猫、京东交易订单及买方评价,与京东经销商的销售合同、发票等证据。

### (三) 审理要点

1. 商标注册人提交了购买保温杯、保温杯皮圈、玻璃杯模具、咖啡壶、保温饭盒的发票,销售厨房电器、餐具、保温壶、水杯的销售发票(经核实发票为真,发票上显示商标及商品)。

2. 商标注册人提交了通过电子取证获取的天猫、京东交易平台证据。包括:(1) 天猫网店、京东商城店铺的经营者资质信息(经营者资质信息可通过天猫、京东核实);(2) 天猫、京东的后台销售记录截图(显示商标、商品、销售时间等信息,且销售时间在三年以内);(3) 天猫网店、京东商城店铺的产品展示截



图（显示商品及商标）；（4）商品评价截图（显示商品销售时间在三年以内）。

本案的核心证据是商标注册人在天猫、京东开设店铺的后台交易记录，如何采信这份电子证据成为审理的关键点。天猫网店、京东商城店铺卖家中心的交易记录属于第三方平台保存的数据，当事人不易篡改。审查员审理时可以登录天猫网店、京东商城核实店铺经营者资质、月销纪录及商品评价记录等电子证据，以确定电子数据的真实性。因此，商标注册人提交的证据可以证明“TAFUCO”商标在核定使用商品上进行了实际使用。

## 二、在美团、大众点评等电子商务平台的使用

案例二：第 14339195 号“音乐厨房”商标撤三案

### （一）商标信息



指定服务：餐厅；饭店；餐馆

### （二）证据提供情况

商标注册人提交了证据保全公证书，公证内容包括：“音乐厨房”店铺在美团、大众点评的小程序码、店铺显示信息、门店档案、菜品榜单、菜品销售统计、营业收款统计、付款汇总、店内订单明细、订单详情、优惠券兑换记录、评价等证据。

### （三）审理要点

1. 公证书的申请人是商标注册人的法定代表人，从公证内容可以看出，注册人的手机可以进入注册人在美团、大众点评开设“音乐厨房”店铺的后台，可查看菜品销售统计、经营分析、营业收款统计、记账本收入支出明细、付款汇总、线上平台营业统计及部分销售订单等信息。

2. 商标注册人提交的营业执照地址与在美团、大众点评平台开设“音乐厨房”店铺的地址一致（显

示美团、大众点评“厨房”及评价时间，显示提供服务时间在三年以内）。

本案的重点是经公证的电子数据具有较高的证明力，商标注册人请公证机关对其提交的电子证据进行公证。不仅有“音乐厨房”店铺后台及部分销售订单等电子证据，还有第三方平台菜品销售统计、经营分析等流通数据、评估报告。审查员审理时可以登录美团、大众点评查看商标注册人店铺期限内的客户评价。当第三方平台电子数据与商标注册人提供的电子证据可以相互印证时，进一步佐证了电子证据的真实性。因此，商标注册人提交的证据可以证明“音乐厨房”商标在核定使用服务项目上进行了实际使用。

## 三、在微信等电子商务平台的使用

案例三：第 17396213 号“蟹小姐”商标撤三案

### （一）商标信息



指定商品：蛋糕；甜食

### （二）证据提供情况

商标注册人提交了经营店铺的营业执照，产品照片、微信朋友圈截图、与客户的微信聊天记录，支付宝付款截图、微信支付转账电子凭证、宣传海报、朋友圈宣传视频等证据。

### （三）审理要点

1. 商标注册人通过微信朋友圈宣传产品，产品图片上体现了商标及微信二维码。

2. 商标注册人提供了显示时间的与客户之间的微信聊天、收款记录、微信支付转账电子凭证。

小微企业（个体工商户）使用微信平台销售商品或者提供服务，对象多为个人，一般没有书面合同和发票。此类电子证据取证困难，商标注册人利用录屏等形式提供微信朋友圈宣传及销售情况等证据，形成了较为完整的证据链。因此，商标注册人提交的证据

可以证明“蟹小姐”商标在核定使用商品上进行了实际使用。

#### 四、在全球速卖通等跨境电子商务平台的使用

案例四：第23691142号“GLORRIA”商标撤三案

##### （一）商标信息

Glorria

指定商品：背包

##### （二）证据提供情况

商标注册人提交了产品图片（背包），在全球速卖通（aliexpress）上的账号及认证截图、订单交易记录、商品展示截图、店铺后台分析、卖家评论等证据。

##### （三）审理要点

1. 全球速卖通（aliexpress）是阿里巴巴旗下跨境电商平台，销售对象主要是海外买家客户，通过支付宝国际账户进行担保交易，并使用国际物流渠道运输发货。

2. 商标注册人提交的全球速卖通（aliexpress）账号及认证截图、后台销售记录截图，可以证明在全球速卖通上的店铺与注册人的关系，产品图片、店铺销售页面截图、后台销售记录截图都含有商标图样，显示的销售时间在三年以内。

本案中，商标注册人提交的电子证据虽然不多，但链条较为完整。从全球速卖通后台销售记录能看到注册人把GLORRIA背包卖给了国外客户，销售记录显示的时间在三年内，且注册人全球速卖通账号及认证截图可以显示注册人与店铺的关系。因此，商标注册人提交的证据可以证明“GLORRIA”商标在核定使用商品上进行了实际使用。

#### 五、在其他电子商务经营中的使用

案例五：第20303634号“芯乐”商标撤三案

##### （一）商标信息



指定商品：为商品和服务的买卖双方提供在线市场；计算机网络上的在线广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；提供商业和商务联系信息；商业中介服务；通过网站提供商业信息

##### （二）证据提供情况

商标注册人提交了营业执照、公众号认证信息、公众号文章、游戏联合运营协议、结算单、发票、运营咨询服务协议及发票、“芯乐”招聘信息、公司官网信息、名片及宣传海报等证据。

##### （三）审理要点

1. 商标注册人是从事互联网推广服务代理、策划的互联网公司，主营业务包括为线上（移动端）游戏联运推广，本地生活类商户（主要为餐饮企业）的营销整体方案策划与执行，线上产品套餐设计及相关营销轻Saas工具（微信生态后台工具）的技术开发，广告主移动端推广需求的投放代理。

2. 商标注册人提交的公众号认证信息，证明注册人是公众号“芯乐”的账号主体，案件审理时，该公众号仍在运营。

3. 商标注册人提交的协议及发票。游戏联合运营协议证明游戏开发权利人（甲方）授权注册人（乙方）在“芯乐”平台联合运营某游戏，并附有多个甲方出具给注册人的销售发票（经核实发票为真，显示交易时间在三年以内）。运营咨询服务协议证明注册人为他人提供运营咨询服务，并附有注册人出具的顾问咨询服务销售发票（经核实发票为真，显示交易时间在三年以内）。

在本案中，商标注册人提交的公众号等信息是电子证据，协议及发票是传统证据。本案的重点是注册人提交的电子证据与传统证据能够互相印证，形成较为完整的证据链。因此，商标注册人提交的证据可以证明“芯乐”商标在核定使用服务项目上进行了实际使用。 [\[1\]](#)

作者单位：国家知识产权局商标局审查事务五处



# 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

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



# 金酒訣<sup>®</sup>

赞好酒

重掷杯

舒展眉

深入喉

轻举杯

莲花指



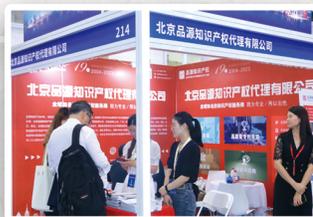
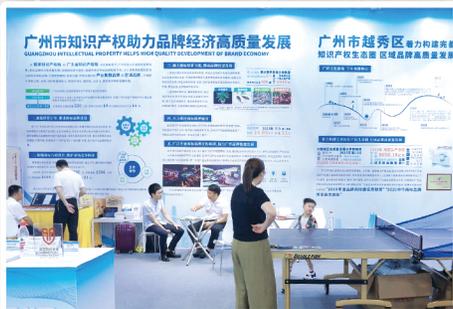


# 第十三届中国 国际商标品牌节



# 精彩 集锦 (一)

## 中华品牌商标博览会



 **阿道夫**<sup>®</sup>  
 高 端 香 氛 洗 护

爱  
的  
味  
道  
一  
辈  
子  
忘  
不  
了

阿道夫洗护发品牌代言人

王一博




欢迎关注阿道夫公众号



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

