

中华商标®

2023年第 7 期

总第 311 期

广告

CHINA TRADEMARK



万年黑土孕育

主食吃粗粮

选北纬47°鲜食玉米*

✓ 万年黑土孕育 ✓ 10倍膳食纤维** ✓ 轻卡*** 低脂



* 指3小时快速锁鲜的玉米。

** 根据《中国食物成分表》第六版，北纬47°水果鲜玉米(4.37g/100g)、低GI水果玉米粒(3.2g/100g)、白糯鲜玉米(5.02g/100g)和黑珍珠甜糯鲜玉米(5.62g/100g)的膳食纤维含量均为米饭(0.3g/100g)膳食纤维含量的10倍以上。

*** 根据《中国食物成分表》第六版，北纬47°水果鲜玉米(80.7kcal/100g)和低GI水果玉米粒(73.8kcal/100g)的能量值较面条(355kcal/100g)的能量值均减少75%以上。

万年黑土：是指来自遵循自然农法，土地自然休眠的珍稀东北黑土地

图片仅供参考

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)



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

上海弢兴律师事务所
上海弢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



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路3171号-31区
+852 5808 2318



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



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、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

 贵州习酒股份有限公司

合作伙伴： 中国贸促会专利商标事务所
CCTP PATENT & TRADEMARK 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@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

商标品牌节专题

4 第十七届中国商标年会分论坛和沙龙撷英（二）

本刊记者 马君

14 首批 AAA 级（全国级）知名商标品牌授牌

15 第三批商标代理服务证明商标使用许可证书颁发

16 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在东莞举行

18 2020-2021 商标代理典型案例、2021-2022 商标代理典型案例发布

商标案例精读

21 借驰名商标市场声誉“傍名牌”不可行

——第 51074565 号“十四香幺妹 FLAVOURING AGENT”
商标异议案 冀轩

23 打击消极词语申请注册商标行为 维护良好社会风气

——第 53326770 号“酒肉三巡”商标异议案 张芳君

25 非物质文化遗产保护名录中的菜名不宜作为商标

——第 16385163 号“富源酸菜火锅猪脚”商标无效宣告案
徐永奎

27 商标注册人及关联主体的商标注册行为构成恶意注册 适用《商标法》第四十四条第一款的规制

——第 35078495 号“流浪地球 THE WANDERING EARTH”
商标无效宣告案 徐杭

专栏

审查审理之窗

29 如何正确填写颜色组合商标申请书 徐放

法官说商标

45 《商标法》对商标恶意注册行为的规制路径及完善

马兴芳 杨柳青

判例辨析

48 注册商标退化为通用名称的司法认定 亓蕾

本期聚焦

33 诉争商标在赠品上的使用在撤三案件中一定会被认可吗

张芳

36 我国商标撤三案件的实务特点与事中事前应对建议 秦 炎

40 注册商标三年不使用抗辩的司法适用 付 凡 凌宗亮

地理标志

53 景德镇陶瓷地理标志证明商标的合理使用 刘建华

58 包含地理标志的证明商标侵权的司法认定 黄瑜瑜

理论研讨

63 商标侵权以“行”代“赔”责任承担方式研究
徐升权 王冬梅

商标执法与保护

68 《商标侵权判断标准》理解与适用（八）

“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

74 论商标法视野下作品名称、角色名称商品化权益的保护
耿昕然

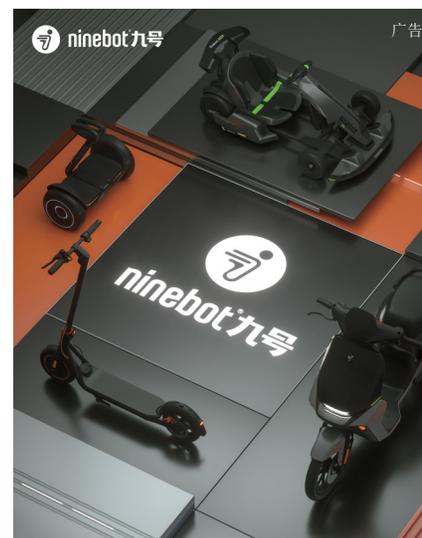
环球资讯 79

- 29. How to Fill in the Application for Color Combination Trademark Correctly
- 33. Will the Use of Gifts Be Recognized in the Three Cases of Trademark Withdrawal
- 36. Practical Characteristics of the Three Cases of Trademark Withdrawal in China and Suggestions for Dealing with Them in Advance
- 40. The Judicial Application of the Registered Trademark for Three Years Without the Use of Defense
- 45. The Regulation Path and Improvement of Trademark Law on the Malicious Registration of Trademark
- 48. The Judicial Determination that the Registered Trademark Degenerates into Generic Name
- 74. On the Protection of Merchandising Rights and Interests of Works Names and Character Names from the Perspective of Trademark Law

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。





第十七届中国商标年会分论坛和沙龙 撷英 (二)

◎ 本刊记者 马君

互联网环境下的商标品牌保护论坛：探索完善互联网领域知识产权保护

6月17日，由中华商标协会主办、中华商标协会互联网商标品牌专业委员会协办的“互联网环境下的商标品牌保护论坛”举办。会议由中华商标协会互联网商标品牌专业委员会联席执行主任汪泽、阿里巴巴集团法务总监金高平主持。

中华商标协会会长马夫出席论坛并致辞。马夫表示，建立健全新技术、新产业、新业态、新模式的知识产权保护规则，探索完善互联网领域知识产权保护，研究构建数据知识产权保护规则，有利于推动商标品牌建设，实施商标品牌战略，大力培育具有国际影响力的知名商标品牌，提升品牌国际影响力。中华商标协会成立互联网商标品牌专业委员会，就是希望通过聚集互联网企业、实体企业、服务企业等力量，共同研究互联网环境下的商标问题，为规则的制定贡献中国模式、中国力量。

国家知识产权局商标局审查一处副处长么勇介绍了近年来规制商标恶意注册工作的情况。他表示，《商标法》的修订以及《规范商标申请注册行为若干规定》和出台，使得商标注册部门有了更加明确

的依据，可以在法律规章的授权下，尽可能在简便快捷的单方程序中判断商标注册申请的意图。同样，其完善对于产业界、商标代理机构也是很好的指引。



腾讯科技(深圳)有限公司知识产权总监望娟认为，由于互联网领域业务形态的快速发展，企业在商标布局时，除了要布局核心类别，同时也要尽量多布局类别。互联网行业产品特点决定了其商标名称显著性较低。通过申请覆盖量解决恶意注册问题，远远较维权简单。

清华大学法学院副教授冯术杰认为，商标抢注的目的在于注册商标获利。因此，商标抢注的法律规制是一项系统工程。多角度制止恶意侵权，“硬法”



是对市场准入代理人的能力进行设置，“软法”是行业标准和职业纪律进行一定软性的引导和监督。发挥协会的作用，形成职业共同体，对行业发展和商标抢注规制能起到重要的作用。

抖音集团商标及品牌管理总监朱逢春表示，互联网公司产品业态丰富，新业务新产品孵化速度快，需要使用较大数量的商标，而商标新申请有一定审查周期。因此，互联网企业在注册中储备商标要有前瞻性，以匹配后续业务的突发用标需求。互联网新产品传播快，容易被抢注，进行防御性注册是保护新品牌最有效且成本最低的方式。

万慧达知识产权合伙人、律师张涵认为，当恶意维权发生时，如果恶意注册商标没有被使用，只是碰瓷式的维权，被诉方可以不用承担相应的赔偿责任，也可以在案件中引用在原用范围内继续使用的抗辩路径。同时，针对恶意投诉人，提起确认不侵权之诉。

浙江大学光华法学院教授张伟君表示，网络直播带货的推销模式带来了巨大的商业利益，新型网络直播电商中的商标问题值得分析。张伟君建议，在这次修法中，可以把销售行为列到使用行为中，也可以把许诺销售行为列到商标使用的含义中，以

便将来适用法律时较为清晰简洁。

广东省高级人民法院知识产权审判庭三级高级法官岳利浩表示，互联网催生了网络证据提取和采信，如电子收据、交易快照都可以作为新的证据类型，远程取证、时间戳也作为新的取证手段。随着AI技术的发展，AI技术应用下的商标侵权问题也备受关注。

百度集团法务部高级经理杜剑波就如果将生成式应用用于商标设计与广告文案撰写，如何判断侵权责任进行了分享。他认为，需要考量三个因素，首先，要考量生成式应用平台是否只是工具，如果是工具，适用于技术中立原则；其次，平台是否对生成结果保留知识产权，如果不保留，平台的责任会继续降低；最重要的一点，作为平台方，需要考量是否尽到了类似网络服务提供者必要的注意义务。

中国移动咪咕公司高级法务经理熊定一认为，由于元宇宙中所有的东西都是通过代码解决的，元宇宙的世界可以做到权利“去中心化”。在这种条件下，申请商标只需要提前制定商标规则，品牌注册不需要再去现实中提交申请。对于企业来说，“去中心化”带来了更安全的数据保障。

华进论坛——品牌建设与企业高质量发展的双向促进

6月17日，由中华商标协会主办、华进联合专利商标代理有限公司协办的“华进论坛——品牌建设与企业高质量发展的双向促进”举行。华东政法大学教授王莲峰主持论坛。

国家知识产权局商标局评审四处副处长曲红阳就商标审查动态与趋势进行了分享。她介绍，目前，《商标法》第四十四条第一款已成为评审案件中成立最多的绝对条款，体现了评审部门对恶意商标注册行为的严厉打击，及对健康有序诚实守信的商标注册

和使用秩序的坚决维护。她建议，企业加强对商标的统一注册与管理，根据企业自身发展和对商标实际使用需求，科学谋划、合理注册、有效运营。

广州知识产权法院三级高级法官刘小鹏结合相关案例，分析了驰名商标的司法认定与保护现状。我国驰名商标认定途径包括行政认定和司法认定，刘小鹏强调，关于驰名商标跨类保护，要综合知名度、显著性及原告商标商品和被告商标商品的重合度等因素进行判断。



对风险时，制定对应的策略，使企业在未来出海之路上更加一帆风顺。

安克创新科技股份有限公司商标总监杨霄飞认为，囿于客观情况，品牌全球运营过程中不存在绝对零风险的商标使用。企业在选择品牌名的时候会遇到不可预测的困难。杨霄飞建议，最好以任意性商标为选择范围，注册成功的

关于商标布局，盛趣信息技术（上海）有限公司知识产权总监郑慧认为，要关注既有市场和未来市场，充分考虑文影游联动、电竞直播、人工智能、数字藏品等领域。对于已经注册的商标尤其是核心商标，后期要及时关注。关于网络游戏商标保护策略，要注意防淡化、重使用，并做好全面稳定的商标监测工作。

华进知识产权涉外商标高级分析师罗丹称从商标出海遇到的风险种类、应对的方案，预警的方法和对策等方面给大家展示了商标防身之法。罗丹称表示，提前布局是省钱、省力、省时的方法，只有提前做好注册风险评估和使用风险评估，才能在面

的概率会更高，权利更稳定，海外布局时风险更低。

美的集团股份有限公司高级知识产权顾问王明红表示，商标出海有风险，需谨慎。前期要做好审查和未雨绸缪的防控工作，中期要考虑布局和获得权利，后期则要考虑管理和保护。

圆桌对话环节，华进知识产权合伙人郑露、上海幻电信息科技有限公司法务经理郑嘉欣、北京车和家信息技术有限公司知识产权高级经理晏倩岚、荣耀终端有限公司知识产权部商标总监金香英以及安踏体育用品集团知识产权副总监庄建阳共同就“品牌全球化，企业IPR工作的思考及建议”话题展开深度探讨。

知识产权出版社沙龙——新一代人工智能加速商标产业创新变革

6月17日，由中华商标协会主办、知识产权出版社有限责任公司协办的“新一代人工智能加速商标产业创新变革”沙龙举办。

知识产权出版社有限责任公司党委副书记、副总经理李程致欢迎辞。他表示，人工智能技术的广泛应用会改变专利、外观设计、文学和艺术作品等固有的知识产权概念。目前，这种改变已经悄然而至。

他呼吁大家顺应大势，积极作为，让新技术为我所用，发挥价值。

跨界艺术家、数字策展人岳路平分享了美国最高法院对安迪·沃霍尔基金会侵权案的判决、盖蒂基金会和艺术家对AIGC平台的起诉等内容，并和观众分享了他使用人工智能所进行的艺术创作。

快手集团商标总监娄丽认为，面对技术飞速发



展，竞争环境严峻，精细化管理和资源分配的优化等挑战，企业首先应该建立商标工作价值的一个正向认知，然后在此基础上搭建工作框架和工作体系，最后才是有效的执行和创新。

平安集团知识产权高级律师余凤认为，生成式AI在效率、精准性以及帮助企业降本增效三个纬度非常重要。平安智慧知识产权平台就是运用AI技术进行的一些探索。

文远知行 (WeRide) 全球知识产权负责人何石认为，知识产权战略是围绕商业定位、技术定位得到的，反过来赋能到商业，也赋能到技术，通过不断反哺形成一个闭环的调整，达到适应公司、商业和技术的程度。

北京商标协会专家委员会成员张亚洲回顾了人工智能的发展脉络，剖析了人工智能在知识产权工作当中的应用情况。

知识产权出版社有限责任公司、知识产权服务部产品服务中心负责人赵国璧介绍了该出版社使用AI智能所做的专利申请前评估、评价，在商标大数

据方面的智能运用。麦知网创始人余丹丹探讨了“商标领域在人工智能新时代的服务裂变”。四川中智慧数据科技股份有限公司董事长王荔分享了“品牌法律健康评价，助力品牌高质量发展”的内容。知识产权出版社图书发行事业部经理苏意就知识产权出版社商标及地理标志新书进行了介绍。



据方面的智能运用。与会人士共同见证了“中国数字人知识产权存证保护平台”上线仪式。该平台由知识产权出版社有限责任公司、太一集团、繁星超越、汇文传媒等企业联合发起，旨在共促中国数字产业合规运营，实现高质量、可持续健康发展。

马德里商标国际注册圆桌会议

马德里商标国际注册圆桌会议于6月18日举行，中华商标协会会长马夫、世界知识产权组织 (WIPO) 马德里国际注册部运营司司长陈宏兵出席并致辞。会议由世界知识产权组织 (WIPO) 马德里国际注册部信息推广司高级顾问张俊琴主持。

马夫在致辞中表示，马德里商标国际注册体系为中国企业商标品牌高效管理与国外布局提供了便捷通道，加强了中国企业与世界的联系。中华商标协会与世界知识产权组织 (WIPO) 通过一系列的活

动，共同促进马德里商标国际注册体系在中国的应用与实践。为提升中国企业品牌国际化运营和马德里商标国际注册保护水平，中华商标协会成立了马德里工作委员会，旨在认真研究、讨论、学习马德里商标国际注册体系的规则，帮助中国的商标权利人通过马德里体系申请国际注册商标，在海外进行相关布局；听取中国广大的商标权利人或马德里商标国际注册体系使用人对马德里商标国际注册体系使用当中存在的问题和改进的意见，汇集并反



世界知识产权组织 (WIPO) 马德里国际注册部运营支持经理法比奥·斯卡帕蒂奇介绍了 e-Madrid 门户网站。该门户网站可根据用户的需求提供一站式的服务,就商标整个的发展历程、生命周期提供相应的电子服务。e-Madrid 的主要功能是呈现所有信息,通过 e-Madrid 可以提交马德里商标国际注册申请,管理自己的品牌,

以及实时监控自己的商标。

以及实时监控自己的商标。

映到世界知识产权组织 (WIPO) 马德里运营的相关机构中。

陈宏兵介绍了马德里商标国际注册体系的最新进展。他表示,近年来,作为全球唯一国际商标的注册体系,马德里商标国际注册体系日益受到世界各国的广泛欢迎。希望能够用马德里商标国际注册体系的服务支撑推进中国国内产业的转型升级,使企业获得更多的发展机遇,确保企业的竞争优势。用马德里商标国际注册体系的服务推动中国企业走向国际舞台,在世界范围内构建自己的价值链,实现更大发展。

以及实时监控自己的商标。

国家知识产权局商标局国际注册一处处长张思京介绍了马德里商标国际注册体系的最新发展、中国马德里商标国际注册体系应用情况、马德里商标国际注册体系运用技巧、马德里商标国际注册体系电子服务与电子通讯的最新进展。张思京表示,中国国家知识产权局商标局将更加积极地参与马德里商标国际注册体系国际规则的制定,充分利用和世界知识产权组织多边合作的框架,为中国广大申请人提供更加便利的条件,帮助中国企业更好地走出去。

2023 年广东商标品牌发展论坛：共话商标品牌建设 赋能高质量发展

6月18日,由广东省市场监督管理局(知识产权局)主办、广东商标协会承办的2023年广东商标品牌发展论坛围绕“商标品牌建设赋能高质量发展”主题进行了专题研讨。

第一环节：领导致辞

广东省市场监督管理局(知识产权局)党组成员、副局长高国盛表示,广东省委省政府高度重视知识产权和商标品牌建设工作。在国家知识产权局

的大力支持和指导下,广东省市场监督管理局(知识产权局)贯彻落实知识产权强国、创新驱动发展战略,深入实施商标品牌战略,推动广东省商标品牌建设不断迈上新台阶。广东省市场监督管理局(知识产权局)将坚持以实体经济为本、制造业当家原则,持续推进商标品牌培育发展,创新商标品牌战略实施工作举措,不断加大商标品牌保护力度,积极推动商标品牌区域及国际合作,全力促进商标品牌的



培育、发展、壮大，推动形成一批影响力大、带动性强、具有国际美誉的优质商标品牌，推动实现广东产品加快向广东品牌转变，为广东高质量发展提供更加有力的支撑。

品牌的发展离不开知识产权工作的全方位支撑。商标是品牌的法律载体和主要表现形式，是加强品牌法律保护，实现品牌市场价值，发挥品牌经济社会效益的基础保障。国家知识产权局知识产权运用促进司副司长赵梅生在致辞中希望广东各级知识产权部门、广大企业和相关机构共同努力，推动区域商标品牌共建共享，打造区域品牌经济发展高地，强化企业商标品牌管理和运营，树立企业品牌价值提升的优秀范例，加强商标品牌指导站高质量建设和规范化运行，努力打造商标品牌建设的广东模式，在服务和融入新发展格局，推动经济高质量发展中作出新的更大贡献。

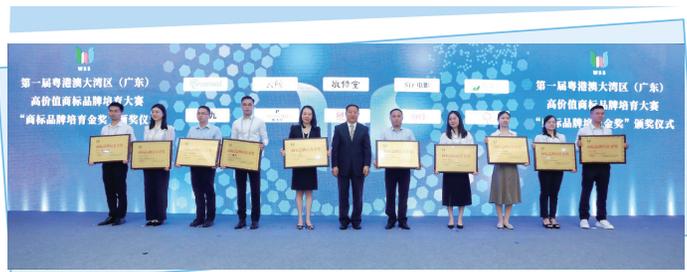
世界知识产权组织中国办事处顾问文学在致辞时表示，广东是中国改革开放的前沿阵地，广东的经济发展成就得益于知识产权创造、运用、保护、管理、服务方面的成功运作，广东的品牌更是中国品牌国际化的“领头羊”。他表示，世界知识产权组织中国办事处将继续加强马德里商标国际注册体系在中国的推广，为更多的广东企业、中国企业提供经济、便捷的商标国际注册方案，让马德里商标国际注册体系为中国企业“走出去”保驾护航，推动中国品牌走向世界，实现从中国产品到中国品牌的飞跃。

第二环节：颁奖仪式

论坛上播放了第一届“粤港澳大湾区（广东）高价值商标品牌培育大赛”视频短片，随后举行了第一届“粤港澳大湾区（广东）高价值商标品牌培育大赛”颁奖仪式。

广东省市场监督管理局（知识产权局）一级巡视员钱永成介绍，第一届“粤港澳大湾区（广东）高价值商标品牌培育大赛”以“培育高价值商标品牌赋能大湾区经济发展”为主题，面向粤港澳大湾区

和粤东西北地区先进制造业、现代服务业和新型农业等中小企业，发现、培育、展示了一批竞争力强、市场信誉好的广东商标品牌。大赛启动以来，累计有 1109 家中小企业踊跃报名。经过层层选拔、专家评审、社会公示等各环节认真评选，100 家企业的参赛商标进入“商标品牌培育百强”榜单；在此基础上，评选出了“商标品牌培育银奖”40 名、“商标品牌培育金奖”10 名。



第三环节：主题演讲

国家知识产权局条法司条法二处处长胡安琪解读了《中华人民共和国商标法修订草案（征求意见稿）》；TCL 科技集团首席运营官王成分享了“TCL”品牌的发展之道；广州白云山医药集团股份有限公司副总经理黄海文分享了广药集团的品牌建设之路；广东宝华农业科技股份有限公司副总裁吕云松介绍了打造

广东省油茶产业新发展模式，助力广东省油茶产业高质量发展的路径；慕思健康睡眠股份有限公司副董事长姚吉庆分享了“慕思”在国际市场打造属于中国人的高端品牌的经验；澳门商标协会会长王爱民分享了澳门的知识产权制度及对相应规则衔

接、机制对接的实践与思考；中国社会科学院知识产权中心研究员李明德就商标品牌与市场竞争的关系同大家进行了交流；华东政法大学商标法研究所所长王莲峰分享了商标品牌的使用策略、经营策略和创新策略。

INTA 论坛——解锁元宇宙中的品牌战略



《元宇宙中商标》和《非同质化代币》白皮书。专家们预计元宇宙将迅速发展，并带来巨大价值。她希望大家能从本次活动中对元宇宙商标品牌问题有所了解，有所收获。

关于元宇宙情境下的商标申请问题，INTA 董事会董事、中国贸促会专利商标事务所诉讼事业部部长胡刚提出三个建议：一是在第9类与NFT(非同质化代币)

6月17日，以“解锁元宇宙中的品牌战略”为主题的INTA论坛举办。中华商标协会秘书长吴东平出席论坛并致辞，INTA 2023 主席 Jomarie Fredericks 以视频形式致辞。论坛由安杰世泽律师事务所合伙人于雯竹主持。

吴东平感谢INTA方面的精心策划和组织，本次论坛为大家提供了一个交流学术、分享经验和探讨问题的平台，希望大家通过参与INTA论坛，了解更多国外同行关于元宇宙商标品牌的研究。他表示，长期以来，中华商标协会和INTA有良好的合作关系，通过举办活动增进交流，共同推进全球商标事业发展。

Jomarie Fredericks感谢中华商标协会参与INTA2023新加坡年会，以及邀请INTA参加本届中国国际商标品牌节。2023年，INTA发布了

相关联的数字代币进行申请，确保商标出现在数字代币的正面或和与其相关联的访问、下载和购买屏幕上；二是提供NFT交易平台和网点零售的实体，考虑在第35类申请从而保护与NFT零售相关的商标；三是各国考虑和NFT采取一个统一的分类办法，可以通过尼斯分类体系提供新的规范措辞，通过NFT实现知识产权的有效和持续的商业化。

罗思国际合伙人杨熠通过丰富的案例和实践经验分享，提出了元宇宙和NFT语境下的商标保护策略。她表示，时尚品牌和文体品牌在元宇宙不停地出现新的产品和活动。她建议现阶段应集中在第9类、第35类、第41和第42类申请相关的商品和服务商标注册。对于品牌方来说，在元宇宙中，如何区分国家国别，如何在最大范围内降低知识产权风险是亟待解决的问题。



“系统治理商标恶意注册 助推经济高质量发展”研讨会

6月18日上午，由国家知识产权局商标局主办、中华商标协会协办的“系统治理商标恶意注册 助推经济高质量发展”研讨会举办。国家知识产权局商标局局长崔守东致辞并发表主旨演讲。国家知识产权局条法司、知识产权保护司、知识产权运用促进司、上海市知识产权局相关负责人出席并作主题发言。国家知识产权局商标局副局长李昶主持研讨会。



崔守东介绍，近年来，在国家知识产权局党组的坚强领导下，商标恶意注册行为治理实现三个转变，取得重要进展和明显成效：一是连续三年发布政策文件释放从严治信号，商标局会同各有关部门从法律制度、商标代理、审查把关、保护运用、舆论引导等方面综合施策，打造一体化治理格局，实现了商标恶意注册行为治理从单打独斗到协同联动的转变；二是关口前移严打囤积行为，通过集中打击并通报典型抢注案例，末端治理限制违法转让牟利等措施，构建全流程治理体系，实现了商标恶意注册行为治理从个别打击到全面发力的转变；三是完善商标审查审理标准，优化工作流程，强化信

息化技术应用，提升精细化治理能力，实现了商标恶意注册行为治理从被动应对到主动防范的转变。崔守东表示，商标局下一步将深入贯彻落实党的二十大精神，以扎实开展商标恶意注册专项整治行动为重点，以全领域深化商标恶意注册行为治理为抓手，以努力打造商标恶意注册治理共同体为方向，以持续推动治理规范与促进发展并重为目标，进一

步加强商标恶意注册行为系统治理、依法治理、综合治理、源头治理，为经济社会高质量发展提供更加坚实的知识产权保障。

国家知识产权局条法司条法二处处长胡安琪、知识产权保护司二级巡视员崔海瑛、知识产权运用促进司副司长彭文、上海市知识产权局副局长卫岚分别介绍了本轮《商标法》修改对

商标恶意注册行为的法律规制措施，近年来打击商标恶意注册、加强知识产权保护，打击商标恶意注册违法代理行为、强化商标代理行业监管，打击涉商标恶意注册侵权违法行为等有关工作情况。

在与谈环节，主办方邀请华东政法大学教授王艳芳、广东外语外贸大学教授王太平、百度集团法务部高级经理杜剑波、永新知识产权副总裁沈春湘就系统治理商标恶意注册进行了学术和实务分享。在互动环节，主办方认真听取了现场观众对打击商标恶意注册工作的意见建议，并对有关热点问题进行了积极回应。

区域品牌发展市县长论坛：交流创新发展模式 共话区域品牌助力高质量发展



6月18日，区域品牌发展市县长论坛在第十三届中国国际商标品牌节期间举行。论坛由中华商标协会原副秘书长南平主持。

在致辞环节，国家知识产权局商标局一级巡视员李朝晖表示，随着我国进入新发展阶段，高质量发展对地理标志审查工作提出了更高要求。从审查实践来看，2020年，地理标志商标驳回率达82%。主要原因是加大了对史料记载的核实力度，从严驳回了史料造假的地理商标申请。造假行为得到遏制，提升了地理标志商标审查的质量。李朝晖表示，地理标志商标注册只是基础，使用才是关键。要发挥政府主管部门、市场主体、行业协会的作用，保护地理标志形成一个区域品牌，带活一个产业，富裕一方百姓，为优化营商环境和助力区域经济发展做出贡献。

国家知识产权局知识产权运用促进司副司长赵梅生介绍了近年来国家知识产权局立足新使命，认真贯彻党中央国务院决策部署，深入推进商标品牌建设工作情况。一是强化政策引领。国家发展改革委等七部门联合印发了《关于新时代推进品牌建设的指导意见》，进一步强化协同品牌建设的工作合力；国家知识产权局印发了《“千企百城”商标

品牌价值提升行动方案（2023—2025年）》，有效促进企业和区域商标品牌价值提升。二是提高服务水平。推动全国建设三千多家商标品牌指导站，为区域品牌建设提供便利化、公益性的商标业务服务。三是加大宣传推广。连续三年委托中华商标协会编制发布中国商标品牌发展指数，组织遴选商标品牌建设优秀案例，分享推广区域品牌建设典型经验。四是加强地理标志工作。实施地

理标志运用促进工程，开展地理标志助力乡村振兴行动，加快形成商标品牌带动企业壮大，区域发展，产业升级的区域品牌经济新模式。

中国消费者协会副秘书长潘海峰表示，区域品牌是区域产业竞争优势的体现，区域品牌建设和维护需要地方政府和相关部门，以及相关市场主体树立强烈的危机意识和责任感，对区域品牌使用者实行严格的市场和品牌准入制度，严厉打击假冒伪劣产品。他强调，消费者是商标品牌建设的最终检验者，区域品牌高质量发展，需要树立消费者优先的理念；经营者是商标品牌建设的直接受益者，区域品牌高质量发展，需要企业切实落实主体责任，质量是品牌的生命，创新是品牌的内核；政府部门是商标品牌建设有力推动者，区域品牌高质量发展，需要政府完善培育发展机制。

广东省市场监督管理局（知识产权局）一级巡视员谢红介绍了近年来广东区域品牌建设成效。在农业领域，大力推动以地理标志商标为主的农业区域品牌培育工作，建成了具有规模效应和集聚效应的地理标志，产业集群有效地提高了农产品的附加值和效益。在制造业领域，通过产业层面进行结构化布局和整合，形成了联合品牌。谢红表示，



广东将积极提升农业品牌，壮大升级制造业品牌，做强做精服务业品牌，推动形成一批影响力大、带动力强的优质区域品牌，为广东高质量发展注入强大的动力。

淘天集团公共事务副总裁仇亚童表示，区域品牌作为展现地方特色人文，推动地方产业发展的金字招牌，已成为助力乡村振兴的重要抓手。越来越多的县城通过打造区域品牌，推动当地的优质产品对接电商平台，拓展线上销售渠道。淘天集团积极推进地理标志品牌的融合发展，打造地理标志的数字化产业模式；围绕县域地理标志推动产业数字化升级，输出产地区品牌打造爆款品牌。仇亚童表示，淘天集团将继续加强与各地和各界的合作，共同助力地理标志保护和运用促进，助推区域品牌发展。

在演讲环节，广东省东莞市大朗镇党委副书记、镇长邓柏松以大朗毛织区域品牌为主题，介绍了大朗深入实施包括大朗优选品牌行动、服务平台提升行动、数字赋能升级行动、全球市场拓展行动、新锐人才培养行动、行业活动发声活动在内的六大行动，引领大朗毛织向潮流时尚华丽转身，高标准打造东莞乃至全省全国的纺织服装产业集群核心区的相关经验。

河北省秦皇岛市青龙满族自治县县委常委、办公室主任邱中凯介绍了具有北方山区特色乡村振兴的青龙样本，分享了青龙在打造区域品牌，提高青龙知名度和影响力；坚持品牌赋能，提升青龙形象；大力发展电商经济，完善数字经济链条；持续放大品牌效应，擦亮“满意青龙”区域公用品牌的经验举措。

河北省张家口市崇礼区人民政府副区长敖翔介绍了崇礼在运用冬奥和体育两大品牌核心

板块，发挥资源优势，进一步的完善主导产业的配套的同时，拓宽多元的产业发展，形成多元支撑，多业融合的产业体系，努力打响崇礼品牌，围绕区域品牌建设，探索出一条产业科技化、标准化、精品化、市场化、品牌化的发展路线的独特经验。

湖南省张家界市桑植县人民政府副县长何玮介绍了桑植县在长达 30 余年的脱贫攻坚战中，结合自身发展模式，在国家知识产权局定点帮扶下，依托资源禀赋，以建品牌、带产业、稳收入为目标，打造知识产权助力精准扶贫的世界样本，积极探索知识产权助力乡村振兴的桑植模式，在巩固脱贫攻坚衔接乡村振兴工作中的积极作为。

陕西省铜川市宜君县人民政府副县长宋亮分享了宜君县深入实施生态强县、生态立县战略，将产业转型和乡村振兴相结合，将乡村振兴与品牌建设相结合，坚持走品牌化、标准化、产业化发展之路，推动县域经济走上了高质量发展快车道的举措。

为表彰淘天集团和阿里云智能集团为知识产权发展及品牌商标建设作出的重要贡献，中华商标协会特授予淘天集团和阿里云智能集团第十三届中国国际商标品牌节 2023 年度品牌建设贡献奖。



首批 AAA 级（全国级）知名商标品牌授牌



（本刊讯）6月16日，Haier、中国电信、牛栏山、白云山、快手、扬子江、阿道夫、青岛啤酒、恒源祥、海澜之家等十件首批 AAA 级（全国级）知名商标品牌在第十三届中国国际商标品牌节欢迎会上公布并授牌。

知名商标品牌依据《知名商标品牌评价规范》(T/CNTA 002—2022)，经现场评价、专家评审，由中华商标协会审核，公示无异议后产生。

《知名商标品牌评价规范》是由中华商标协会联合中华全国专利代理师协会、中国人民大学信息资源管理学院、中国消费者报社等十余家科研院所、专业协会、行业机构、新闻媒体共同起草制定的团体标准，于2022年12月29日发布。该标准是首个全国知名商标品牌团体标准，在



国务院出台《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》的背景下适时发布。目的在于建立有中国特色的知名商标品牌评价体系，以评促建，引导我国企业建立和完善商标品牌创造、运用、管理和保护体系，积极推进商标品牌战略实施，大力培育具有市场竞争力、国际影响力的知名商标品牌，助力中国品牌全球推广。

首批 AAA（全国级）知名商标品牌评价获证企业名单（排名不分先后）

恒源祥（集团）有限公司	广州阿道夫个人护理用品有限公司
中国电信集团有限公司	广州白云山医药集团股份有限公司
青岛啤酒股份有限公司	海尔集团公司
北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	海澜之家集团股份有限公司
北京达佳互联信息技术有限公司	扬子江药业集团有限公司



第三批商标代理服务证明商标使用许可证书颁发

(本刊讯) 为发挥中华商标协会作为商标领域全国性行业社团组织作用, 提升代理机构和代理人的服务质量和代理水平, 加强商标代理行业诚信体系建设, 配合国家知识产权局开展“蓝天”行动, 引导商标代理机构自觉遵守有关法律规定及行业纪律要求, 经申请, 中华商标协会于2021年8月获准使用商标代理服务证明商标。2022年、2023年, 在国家知识产权局知识产权运用促进司指导, 中华商标协会和中华全国专利代理师协会联合举办的“弘正气 提质量”知识产权代理行业行风建设年活动上, 中华商标协会先后向23家代理组织颁发了证明商标使用许可证书、证牌。

在第十三届中国国际商标品牌节欢迎会上, 中华商标协会举行了第三批



商标代理服务证明商标使用许可证书颁发仪式, 向隆天知识产权代理有限公司、北京康信知识产权代理有限公司、北京东方天健知识产权代理有限公司等8家代理组织颁发了商标代理服务证明商标使用许可证书。

中华商标协会
第48120466号证明商标



G
guarantee
品质的保证



寓意品牌的服务高品质高质量, 是商标代理行业中的佼佼者, 专业品质值得客户信赖选择。

Q
quality
品质



品牌想要发展长远最根本就是高品质高质量的输出, 图形中融入字母“Q”代表 quality, 赋予其高品质输出的寓意, 本着专业服务理念, 给予大众高品质服务。

R
R



“R”元素为商标代理中最具标志性的元素之一, 点明所从事的行业, 同时增加标志的显著性与独特性。



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 辩论赛决赛在东莞举行

（本刊讯 马君）6月18日，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（下称辩论赛）决赛在东莞激烈开赛。上海大学和华东政法大学代表队围绕辩题“对注册商标被宣告无效前的使用行为是否应当追究侵权赔偿责任”展开精彩对决。最终，华东政法大学夺得辩论赛冠军，上海大学获得亚军。国家知识产权局人事司一级巡视员曹红英出席辩论赛并致辞。北京君策知识产权发展中心副理事长汪泽主持本次活动。

一、辩论赛决赛环节： 上演“反”“正”巅峰对决

本届辩论赛由中华商标协会主办，北京工商大学法学院、北京君策知识产权发展中心承办，万慧达知识产权协办，《中华商标》杂志社和中华商标协会互联网商标品牌专业委员会为支持单位。辩论赛

决赛主席为北京工商大学法学院副教授张龙。各参赛选手紧扣辩题、立意新颖、妙语连珠，旗帜鲜明、直击要害、攻防有序，掀起阵阵“头脑风暴”，上演了一场精彩绝伦的视听盛宴。

二、决赛辩题专家解析环节： 升华观点、引发思考

在决赛辩题专家解析论坛上，江苏省知识产权保护与发展研究院副院长姚兵兵，浙江大学光华法学院教授张伟君，浙江省高级人民法院知识产权庭副庭长何琼，广东省高级人民法院知识产权审判庭三级高级法官岳利浩，广州知识产权法院三级高级法官刘小鹏，万慧达知识产权管委会成员、合伙人黄晖等专家对决赛辩题进行了专业点评，引发了与会者和听众进一步的深度思考。





国家知识产权局人事司一级巡视员曹红英致辞



曹红英在致辞中表示，高校是人才培养的主阵地，知识产权人才队伍建设离不开高校的支持和参与。国家知识产权局高度重视高校知识产权人才培养。在2022年召开的全国知识产权人才工作电视电话会议上，国家知识产权局党组书记、局长申长雨指出，大学是人才培养的摇篮，也是知识产权人才培养的主阵地、主渠道。强调了高校在知识产权人才培养中发挥的重要作用。

自2019年以来，中华商标协会已经连续三次成功举办辩论赛，吸引了全国40余所高校近千名师生积极参与，受到了社会各界广泛关注。辩论赛将传统辩论与知识产权学术探讨相结合，辩题紧扣时代脉搏，以赛促学，激发参赛同学的学习热情，引导高校师生对知识产权实践中的热点问题予以关注、研究和探讨，有力推动了我国知识产权法学教育实践和知识产权复合型人才培养。

曹红英表示，希望中华商标协会建立的这种由社会组织、高校和企业等共同参与的知识产权人才产学研联合培养模式，能够不断发扬完善，搭建知识产权法学理论和实践的交流平台，创新

商标人才培养路径，提高商标人才培养质量，提升商标人才能力素质，共同为推动知识产权事业高质量发展，助力知识产权强国建设贡献力量。

在辩论赛颁奖仪式上，组织者颁发了辩论赛的部分奖项。



2020-2021 商标代理典型案例 2021-2022 商标代理典型案例

发布



中华商标协会秘书长助理（挂职）江琦发布
2020-2021 商标代理典型案例、2021-2022 商标代理典型案例

（本刊讯）第十三届中国国际商标品牌节期间，在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上，组织者发布了2020—2021 商标代理典型案例和 2021—2022 商标代理典

型案例，并邀请业内专家进行点评。据了解，年度优秀商标代理案例评选活动至今已经举办了七届，对于发挥典型案例指导示范作用，提高代理机构业务水平产生了积极影响，成为每届商标品牌节最受关注的活动之一。2020—2021 年度商标代理典型案例评选活动共征集了 2020 年 6 月至 2021 年 5 月期间结案的 195 件案例，经来自法院、知识产权主管部门、高校组成的专家评审委员会认真评选，共选出 26 件典型案例；2021—2022 年度商标代理典型案例评选活动共征集了 2021 年 6 月至 2022 年 5 月期间结案的 263 件案例，经评选，共选出 34 件典型案例。



2020-2021 商标代理典型案例名单

1. 第 40380805 号“三甫三工”商标异议案	浙江龙华知识产权服务有限公司
2. 第 33638882 号“麻蜀记巴渝小馆”商标异议案	北京市东岩律师事务所
3. 第 36981251 号“夏加尔及图”商标异议案	广州华进联合专利商标代理有限公司
4. 西南政法大学简称“SWUPL”商标异议案	重庆西南知识产权运营集团有限公司
5. 第 40804897 号“金健农实在”商标异议案	长沙德恒知识产权代理有限公司
6. 第 18411211 号“唐汪”商标异议案	甘肃华科润知识产权代理有限公司
7. 第 1025917 号“假日酒店”商标撤销复审案	永新专利商标代理有限公司
8. 第 29092432 号等 31 件图形系列商标不予注册复审案	中国专利代理（香港）有限公司
9. 第 25195845 号“半边桥王胖”商标无效宣告案	鼎宏知识产权服务集团有限公司
10. 第 19480006 号红梅杏商标无效宣告案	中国专利代理（香港）有限公司
11. 第 18618490 号“智博会 CIERE”商标无效宣告案	重庆强大知识产权服务有限公司
12. 第 39787178 号“HWEI-5G”商标无效宣告案	北京超凡知识产权代理有限公司
13. 第 32046803 号“自卫”商标无效宣告案	智信禾（北京）知识产权代理有限公司
14. 第 38499010 号图形商标无效宣告案	北京允天律师事务所
15. 第 4523737 号“格力 GELI”商标无效宣告案件	珠海格力电器股份有限公司
16. 第 15427327 号“敖麓谷雅”商标无效宣告案	北京金信诚国际知识产权代理有限公司
17. 第 11047169 号“象球牌 FUMAKILLA 及图”商标无效宣告案	北京魏启学律师事务所
18. “检查官”商标无效宣告行政诉讼案	浙江六和律师事务所
19. “禹谟洞”商标无效宣告行政诉讼案	四川泽实律师事务所
20. “珍爱情缘”商标无效宣告行政诉讼案	北京市海问律师事务所
21. “王者荣耀”商标无效宣告行政诉讼案	北京市集佳律师事务所
22. “曲焕章”商标撤销复审行政诉讼案	北京国爱律师事务所
23. “OPPO”商标侵权案	北京市集佳律师事务所
24. “惠氏”“Wyeth”商标侵权及不正当竞争案	北京万慧达知识产权代理有限公司
25. “葫芦娃”美术作品著作权及不正当竞争案	上海漕溪律师事务所
26. “红牛”系列商标权属纠纷案	天丝医药保健有限公司

2021-2022 商标代理典型案例名单

1. 第 27275121 号 “DNP” 商标异议案	北京世纪铭洋知识产权代理有限公司
2. 第 37486163 号 “法雷奥” 商标异议案	北京磐华捷成知识产权代理有限公司
3. 第 41920817 号 “联通” 商标异议案	北京中北知识产权代理有限公司
4. “高仪 /GROHE” 系列商标异议及行政处罚案	北京万慧达知识产权代理有限公司
5. “JERIH” 商标异议案	上海专利商标事务所有限公司
6. “柳洲妹” 商标异议案	北京安度知识产权代理有限公司
7. 第 45059578 号 “丘麦丘 BLE QIU QIU” 商标异议案	厦门合道联合知识产权事务有限公司
8. “宝堰面” 商标无效宣告案	江苏省宁海商标事务所
9. “昌宜铝模” 商标无效宣告案	北京悦和知识产权代理有限公司
10. 第 41545340 号 “孔府旧藏” 商标无效宣告案	山东千慧知识产权代理咨询有限公司
11. 第 28296901 号 “博尔福 BORFUL” 商标无效宣告案	北京超凡知识产权代理有限公司
12. 第 5222148 号 “雷津 LEIJIN” 商标无效宣告案	北京正理商标事务所有限公司
13. “化腾唯品” 系列商标异议、无效宣告案	北京黄金智慧知识产权代理有限公司
14. 第 20203950 号 “YAONYAEX 及图” 商标无效宣告案	华进联合专利商标代理有限公司
15. “revitacare” 商标无效宣告案	上海百一知识产权代理有限公司
16. 第 18661420 号图形商标无效宣告案	邦唐邦（北京）知识产权服务有限公司
17. “平安人家” 商标撤销案	武汉捷诚智权知识产权服务集团有限公司
18. 第 16487763 号 “首席高参 SHOUXIGAOCAN” 商标撤销复审案	北京科亮知识产权代理有限公司
19. 假冒第 18763306 号 “SHIMGI” 注册商标案	杭州德龙知识产权代理有限公司
20. “BENTRE” 商标侵权案	北京市品源律师事务所
21. “齐鲁少年” 商标侵权案	山东康桥（北京）律师事务所
22. “阿道夫” 系列商标侵权案	广东哲诚律师事务所
23. “Paratherm” 系列商标侵权案	北京市金杜律师事务所上海分所
24. “百度烤肉” 商标侵权案	北京天驰君泰律师事务所
25. “凤凰卫视” 商标侵权及不正当竞争案	北京玺泽律师事务所
26. “MCM” 商标侵权及不正当竞争案	隆天知识产权代理有限公司
27. 精英公司系列商标侵权案	永新知识产权
28. “高邮湖” 商标撤诉重裁案	北京共腾律师事务所
29. “Bioderma” 商标驳回复审再审查	北京魏启学律师事务所
30. “TOKYO MARATHON” 商标驳回复审行政诉讼案	中国专利代理（香港）有限公司
31. “蔡林记” 商标不予注册复审行政诉讼案	北京文苑知识产权代理有限公司
32. “MIND BRIDGE” 商标无效宣告行政诉讼案	北京三友知识产权代理有限公司
33. “扎狼 ZALA GIRL” 商标无效宣告行政诉讼案	中国贸促会专利商标事务所
34. “小猪佩奇” 商标无效宣告行政诉讼案	北京英特普罗知识产权代理有限公司



借驰名商标市场声誉

“傍名牌”不可行

——第 51074565 号“十四香 幺妹
FLAVOURING AGENT”商标异议案

© 冀轩



一、基本案情

异议人：驻马店市王守义十三香调味品集团有限公司

被异议人：翁俊英

被异议商标：



指定使用商品：第 30 类“食品用香料（含醚香料和香精油除外）”。

异议人主要理由：1. 异议人请求依据《商标法》第十三条第三款对其“十三香”商标予以保护。2. 被异议商标的申请注册侵犯其在先字号权。3. 被异议商标与异议人在先注册的第 1546438 号“十三香”商标、第 3348096 号“十四香”商标、第 3348095 号“十五香”商标构成近似商标，使用在类似商品上易造成相关公众的混淆误认。

异议人提供的证据：企业介绍、引证商标信息、荣誉证书、媒体宣传与报道、引证商标曾作为驰名商标保护记录、企业字号登记资料、合同及发票等。

被异议人答辩理由：1. 被异议商标与异议人引

证商标在读音、文字构成、整体外观上差异显著，不存在攀附异议人知名度、傍名牌的行为。2. 被异议商标与异议人字号“王守义十三香”存在一定差别，未构成损害异议人字号权的情形。3. 被异议商标与异议人引证商标在字体效果、含义、整体外观上存在差异，双方商标不构成近似。

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（以下称商标局）认为：被异议商标“十四香 幺妹 FLAVOURING AGENT”指定使用商品为第 30 类“食品用香料（含醚香料和香精油除外）”。异议人引证在先注册的第 1546438 号“十三香”商标、第 3348096 号“十四香”商标、第 3348095 号“十五香”商标，核定使用商品为第 30 类“醋；调味酱油；调味品”等。被异议商标与异议人引证商标指定使用商品不属于类似商品，因此双方商标未构成使用于类似商品上的近似商标。但是，异议人在先注册并使用在“调味品”商品上的“十三香”商标已为相关公众所熟知，并曾获得《商标法》第十三条的保护。鉴于被异议商标指定使用商品与异议人商标赖以知名的商品具有一定关联性，且被异议商标与异议人的“十三香”商标近似，因此，被异议商标已构成对异议人商标的摹仿。其注册使用易误导公众，致使异议人利益可能受到损

害。异议人称被异议人侵犯其在先商号权证据不足，商标局不予支持。

依据《商标法》第十三条第三款、第三十五条规定，商标局决定：第51074565号“十四香 幺妹 FLAVOURING AGENT”商标不予注册。

二、案件评析

本案焦点主要涉及被异议商标的申请注册是否构成《商标法》第十三条第三款所指的在不相同或不相类似商品上复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标的情形。

根据《商标审查审理指南》(2021)规定，请求保护的商标曾被作为驰名商标受保护的，如驰名商标注册人提交驰名状态延及本案的证据，其再次请求驰名商标保护的范围与曾被作为驰名商标予以保护的的范围基本相同，且对方当事人对该商标驰名无异议，或者虽有异议，但异议理由和提供的证据明显不足以支持该异议的，可以根据之前保护的记录，结合相关证据，给予驰名商标保护。

具体到本案，异议人在先注册并使用在“调味品”商品上的“十三香”商标已在被异议商标申请日前为相关公众所熟知，并曾获得《商标法》第十三条的保护，被异议人未对引证商标驰名的事实予以否认。

在案件审理中，首次认定驰名商标和再次请求商标驰名保护的主要区别在于证据上的要求。首次认定驰名商标时，需要提交足够的证据来证明该商标已经达到驰名程度。而再次请求驰名商标保护时，主要是证明商标的驰名状态仍然得以维持。异议人提交的广告明细及票据、广告内容、媒体报道等材料证明了该商标宣传的广告费用、形式载体、持续时间、覆盖范围等情况。另外，证据中的销售材料证明了标识该商标的商品所销售的区域范围、销售渠道及相关公众对标识该商标商品的认可程度。异

议人提交的证据之间内容互为印证，证据取得方式、形成原因、反映内容真实、合法、有效。因此，可以认定异议人引证商标驰名状态延及到本案。

判定摹仿他人驰名商标，需要考虑被异议商标是否沿袭他人驰名商标的显著部分或者显著特征。本案被异议商标与异议人驰名商标在文字构成、排版设计、整体外观上差别不大，双方商标已构成近似商标。

判定混淆、误导可能性，主要考虑相关公众认为标识被异议商标的商品系由驰名商标所有人生产或提供，或者使相关公众联想到标识被异议商标的商品与驰名商标所有人存在相当程度的联系。本案中，引证商标核定使用的调味品商品与被异议商标指定使用的食品用香料（含醚香料和香精油除外）商品均属于食品类别，消费对象为广大普通消费者，与消费者的日常生活联系紧密，在销售场所的摆放位置十分邻近，因此具有相当程度的相关性。在引证商标构成驰名商标的情况下，相关公众容易误认为使用被异议商标的商品来源于异议人，致使异议人的利益可能受到损害。

三、典型意义

本案是在现行商标法下给予驰名商标更高水平保护的典型案例。驰名商标的首次认定采用较高的证明标准，为此可能耗费权利人大量时间和精力。商标法设定驰名商标制度的目的是加强对驰名商标的保护力度。降低驰名商标注册人请求再次保护的举证成本，减轻注册人的举证责任，能够更好地体现立法目的，实现各方权益平衡。本案减轻驰名商标权利人的举证责任，从保护驰名商标权利人的利益出发，对可能利用驰名商标的知名度和声誉，造成市场混淆或者误导公众，致使驰名商标权利人的利益受到损害的商标注册行为予以制止，有力地维护了公平有序的市场竞争秩序。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查二处



打击消极词语申请注册商标行为

维护良好社会风气

——第 53326770 号“酒肉三巡”商标异议案

© 张芳君

一、基本案情

异议人：鑫众营销策划（上海）有限公司

被异议人：扬州大蓝鲸餐饮服务有限公司

被异议商标：**酒肉三巡**

指定使用服务：第 35 类“广告宣传；为零售目的在通信媒体上展示商品；通过电子手段展示商品和服务以便于电视购物和居家购物；商业管理辅助；特许经营的商业管理；替他人推销；市场营销；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；进出口代理；寻找赞助”。

异议人主要理由：

1. 被异议商标“酒肉三巡”申请注册在第 35 类“替他人推销；市场营销；进出口代理”等服务上易造成消费者对服务内容的误认，故被异议商标违反了《商标法》第十条第一款第（七）项的规定。

2. 被异议商标“酒肉三巡”文字表现了多次且长时间饮酒形成的酩酊大醉、烂醉如泥及大鱼大肉的情形，整体格调不高，传递出不良社会信息，易造成不良社会影响，故被异议商标的申请注册违反了《商标法》第十条第一款第（八）项之规定。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

国家知识产权局商标局决定主要内容：

被异议商标“酒肉三巡”文字整体含义格调不高，易造成不良社会影响，违反了《商标法》第十条第一款第（八）项之规定，不予核准注册。

二、案件评析

本案焦点在于被异议商标文字是否具有不良影响。《商标审查审理指南》（2021）中对《商标法》第十条第一款第（八）项“有害于社会主义道德风尚或者其他不良影响”的具体解释如下：

“社会主义道德风尚”是指我国公众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、习惯及社会主义核心价值观，是我国各族人民共同的思想道德基础。

“其他不良影响”是指标志的文字、图形或者其他构成要素具有贬损含义，或者该标志本身虽无贬损含义，但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。

具体到本案，被异议商标中“酒肉”即为字面含义，“三巡”表达次数，为三次或泛指多次。因此，“酒肉三巡”整体含义亦可理解为多次且长时间饮酒

并大吃大喝。

近年来，随着国家经济的飞速发展，老百姓的生活水平日益提高。在一些经济利益的驱使下，社会上形成了一种不良的酒桌文化。其中，大快朵颐、相互劝酒的场景十分常见，高消费吃喝的奢靡风气日渐盛行。“酒肉三巡”这个词汇极易让人联想到上述的不良风气及相关场景。这些现象既不符合国家提倡的勤俭节约风尚，也会对消费者的消费习惯和身体健康产生严重的不良影响。以上行为及风气不宜提倡，更加不宜作为商标使用在经营生产活动中。加之本案被异议人扬州大蓝鲸餐饮服务有限公司从事餐饮行业，如核准被异议人申请注册被异议商标并在实际的生产经营活动中使用，极易助长不良的社会风气，对我国经济文化产生消极、负面的影响。

三、典型意义

本案是一起打击社会上使用含义消极词语申请注册商标的典型案例。党的十八大以来，习近平总书记一直提倡“厉行节约、反对浪费”的社会风气，不仅在多次讲话中强调要坚决制止餐饮浪费行为，纠正奢靡之风，还以身作则，在工作生活中保持艰苦朴素的优良传统。

本案中的“酒肉三巡”文字格调不高，涉及享乐主义和奢靡风气等问题，若作为商标注册使用，不利于我国社会主义精神文明建设。对此类文字不予核准注册，体现了商标局在案件审查中对一些申请人漠视国家相关政策方针，随心所欲、不计后果申请商标行为的高度重视和坚决制止，也是商标局以实际行动响应国家号召，弘扬传统美德，维护良好社会风气的具体表现。

作者单位：国家知识产权局商标局异议审查七处

简讯

《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布，强调持续完善知识产权保护体系

（本刊讯）7月19日，《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布。意见指出，民营经济是推进中国式现代化的生力军，是高质量发展的重要基础，是推动我国全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标的重要力量。

意见提出，持续完善知识产权保护体系。加大对民营中小微企业原始创新保护力度。严格落实知识产权侵权惩罚性赔偿、行为保全等制度。建立知识产权侵权和行政非诉执行快速处理机制，健全知识产权法院跨区域管辖制度。研究完善商业改进、文化创意等创新成果的知识产权保护办法，严厉打击侵犯商业秘密、仿冒混淆等不正当竞争行为和恶意抢注商标等违法行为。加大对侵犯知识产权违法犯罪行为的刑事打击力度。完善海外知识产权纠纷应对指导机制。



非物质文化遗产保护名录中的菜名 不宜作为商标

——第 16385163 号“富源酸菜火锅猪脚”商标无效宣告案

◎ 徐永奎



一、基本案情

申请人：李海龙

被申请人：杨国伟

争议商标：
猪火酸富
脚锅菜源

指定使用商品：第 43 类“餐馆；酒吧服务；烹饪设备出租；饮水机出租；照明设备出租；住所代理（旅馆、供膳寄宿处）”。

申请人的主要理由：争议商标包含县级以上地名，不具有其他含义，不得作为商标使用。争议商标包含商品通用名称，缺乏显著性不得作为商标注册。综上，请求依据《商标法》第四十四条第一款、第四十五条第一款的规定，宣告争议商标无效。

申请人提交的主要证据：百度百科截图及云南省曲靖市第四批非物质文化遗产保护名录。

由于向被申请人寄送的答辩通知被邮局退回，国家知识产权局商标局（以下称商标局）通过《商标公告》进行了公告送达，被申请人在规定期限内未予答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，商标局认为：申请人称争议商标为商品通用名称，缺乏显著性不得作为商标注册的主张，属于 2013 年《商标法》第十一条第一款第（一）项、第（二）项及第（三）项的审理范围，商标局将依据 2013 年《商标法》第十一条第一款第（一）项、第（二）项及第（三）项的规定对申请人该项主张进行审理。根据商标局

查明的事实可知，“富源酸菜猪脚火锅制作技艺”被列为曲靖市第四批非物质文化遗产保护名录。争议商标“富源酸菜火锅猪脚”与上述被列为曲靖市第四批非物质文化遗产保护名录的“富源酸菜猪脚火锅制作技艺”的菜名文字相同。作为商标使用在指定餐馆等服务上，仅仅直接表示了服务的内容等特点，缺乏商标应有的显著特征，不易使消费者将其作为商标进行识别，难以起到区分服务来源的作用，已构成 2013 年《商标法》第十一条第一款第（二）项、第（三）项所指情形。另，申请人提交的在案证据不足以证明在争议商标申请日之前，其在核定使用的商品上为国家标准、行业标准规定的或者约定俗成的名称，故在案证据难以认定争议商标已构成 2013 年《商标法》第十一条第一款第（一）项所指之情形。

依照 2013 年《商标法》第十一条第一款第（二）项、第（三）项、2019 年《商标法》第四十四条第一款、第三款和第四十六条的规定，商标局裁定如下：争议商标予以无效宣告。

二、案件评析

本案的焦点为争议商标是否违反 2013 年《商标法》第十一条第一款第（一）项、第（二）项、第（三）项的规定。

在商标授权确权的实践中，商标的显著特征，即显著性被认为是判断一个商标应否获得注册或维持注册的重要条件，通常要求该商标应当具备足以

使相关公众区分商品或服务来源的特征。判断商标是否具有显著特征，应当综合考虑构成商标的标志本身的含义、呼叫和外观，该商标指定使用商品或服务及对应的相关公众的认知习惯，对应的行业特性等。

2013年《商标法》第十一条分为两款，第二款属于“但书”情形，指出缺乏显著特征的商标通过使用获得显著性后可以注册。本案中，被申请人未予答辩，其对争议商标是否进行了使用未可知，故在本次无效宣告审理时，主要以申请人的主张及证据，结合查明事实，对争议商标的显著特征进行判定。

2013年《商标法》第十一条第一款共三项，从法律适用上看，是有层次的。第（一）项中的通用名称、图形、型号是指国家标准、行业标准规定的或者约定俗成的名称、图形、型号，其认定在三项中最为严格。第（二）项中“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”，在具体判断时应当结合商标标志指定商品或服务、相关公众的认知习惯等因素。第（三）项作为第十一条第一款的兜底项，其主要针对将过于简单或复杂的标志、普通的广告宣传用语、行业企业形式和标语、祝颂用语等作为商标的情况。由于上述用语在日常生活中十分常见，相关公众不易将其视为商标加以识别，无法起到指示区分来源的作用。

在案证据表明，“富源酸菜猪脚火锅制作技艺”为曲靖市第四批非物质文化遗产，但并未成为国家标准、行业标准规定的或者约定俗成的名称。故争议商标的注册未违反2013年《商标法》第十一条第一款第（一）项规定。

争议商标为文字商标，由汉字及方块背景构成，汉字虽作了排列组合，但均太过简单，相关公众可以一眼识别为“富源酸菜猪脚火锅”。“富源”是地名，为云南省曲靖市下辖县级市名称；“酸菜”“猪脚”“火锅”为日常生活中常见菜名、食品名、行业名等词汇。争议商标使用在餐馆等服务上，仅直接表示了服务的内容、口感、地域、原材料等特点，缺乏注册商标应有

的显著特征，违反2013年《商标法》第十一条第一款第（二）项规定。争议商标使用在烹饪设备出租等服务上，相关公众易将其理解为服务的描述用语、介绍用语等，亦不易将其作为商标加以识别，违反2013年《商标法》第十一条第一款第（三）项规定。

《商标法》用显著性条款规定地名、行业名称、菜名、常见标语等不能作商标，其立法本意指向公用性质的词汇名称等不宜作为商标。同时，“公”“私”相对，这一类公用标识不能被一家独占。本案中，争议商标“富源酸菜火锅猪脚”与被列为曲靖市第四批非物质文化遗产保护名录的“富源酸菜猪脚火锅制作技艺”菜名文字相同，除却仅表示服务内容缺乏显著特征外，还应该关注到争议商标与非物质文化遗产的关联。非物质文化遗产作为社会共同的财富，经各族人民世代相承，与广大群众生活密切相关，蕴含丰富的历史人文情怀。这一类名词作为商标自带吸引属性，由一家独占有失公允且并不利于非物质文化遗产的保护传承工作。

三、典型意义

随着经济发展，商业秩序与其他社会秩序相伴相随，难免互有冲突。2013年《商标法》第十一条第一款旨在厘清商标与其他公用标识的界限，即通用名称、商品质量、主要原料、重量数量、行业名称、祝颂用语、地名、节日名称等公用性质的标识，通常情况下不宜作为商标被一家独占。其中，非物质文化遗产是历史发展的见证，具有极其重要的精神文化意义，往往体现了地方特色、行业特色、文化特色等。本案援引2013年《商标法》第十一条第一款第（二）项、第（三）项对与非物质文化遗产相同的争议商标宣告无效，既体现了立法本意，规范商标使用的秩序，又保护了非物质文化遗产，避免过度的商业垄断或商业竞争对文化发展保护秩序造成冲击，具有较高的现实意义。

作者单位：国家知识产权局商标局评审十处



商标注册人及关联主体的商标注册行为构成恶意注册 适用《商标法》第四十四条第一款的规制

——第 35078495 号“流浪地球 THE WANDERING EARTH”商标无效宣告案

◎ 徐杭

一、基本案情

申请人：中国电影股份有限公司

被申请人：郭某

争议商标：流浪地球 THE WANDERING EARTH

流浪地球
The wandering earth

指定使用商品：第 16 类“绘画用纸；书写本；笔记本；书籍；绘画板；学校用品（文具）；文具盒（文具）；印泥；书写工具；文具用胶带”。

申请人依据《商标法》第三十二条、第四十四条第一款主张：争议商标的注册使用是对申请人在先使用并有一定知名度的“流浪地球”商标的恶意抢注。被申请人具有恶意，其名下多件商标属于对他人享有在先权利的标识的恶意抢注。

申请人提交的主要证据：《流浪地球》小说介绍、电影改编合同、拍摄许可、媒体报道证据；《流浪地球》电影票房数据、所获荣誉及申请人 2019 年年度报告等证据；申请人商标注册列表；被申请人商标注册情况等。

被申请人主要的答辩理由：争议商标是被申请人独创商标，申请人主张权益的《流浪地球》电影公映时间晚于争议商标申请日。争议商标属于在先取得商标权，并且已经过被申请人的宣传使用具有一定知名度，应予以维持。

被申请人提交了其流浪地球（石家庄）文化用

品有限责任公司的营业执照、域名注册等证据。

国家知识产权局商标局（以下称商标局）认为：首先，《流浪地球》小说是作家刘慈欣创作完成，并于 2008 年出版发行。争议商标申请日前，申请人已经改编并着手拍摄《流浪地球 THE WANDERING EARTH》电影，在腾讯网、猫眼电影网等互联网媒体先后对该电影进行了宣传报道，该影片在消费者中业已形成一定的影响力。其次，申请人主张在先权利的文字“流浪地球 THE WANDERING EARTH”文字组合具有一定独创性，争议商标与之完全相同，难谓巧合。再次，包括争议商标在内，被申请人及关联公司流浪地球（石家庄）文化用品有限责任公司名下申请注册了多件与他人在先制作的科幻类动画片、电影等作品名称相同的商标。被申请人未提供上述商标的合理出处。据此，商标局可以认定本案被申请人上述注册商标行为是采取不正当手段复制、抄袭及摹仿他人先创作的科幻类文学、影视等作品名称，其注册行为违反诚信原则，扰乱了商标注册秩序，已构成《商标法》第四十四条第一款规定的以其他不正当手段取得注册的情形。申请人提出的《商标法》第三十二条等其他主张，缺乏事实依据，商标局未予支持。

二、案件评析

本案的焦点问题为争议商标是否违反《商标法》第四十四条第一款规定的“以其他不正当手段取得注册”的情形。该条款“以其他不正当手段取得注册”

主要是指，系争商标注册人在申请注册商标的时候，采取了以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的情形。

在本案审理过程中，主要考虑以下因素：

1. 该条款的适用主体不限于系争商标申请人，也包括与系争商标申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系、特定联系的人。本案审理时，审查员对被申请人及其流浪地球（石家庄）文化用品有限责任公司名下注册商标情况均进行了查询。

2. 该条款既可以适用大量抢注公共资源名称的行为，也可以适用于抢注他人在先使用并有一定知名度的多件不同商标的行为。被申请人名下共申请注册15件商标，其中含文字“流浪地球”的商标7件，含文字“火星孤儿”的商标1件。《火星孤儿》亦是一本科幻小说的书名。2020年5月20日，被申请人成立了流浪地球（石家庄）文化用品有限责任公司，以“流浪地球”为其企业商号，并以该企业为注册人继续申请注册商标80余件，其中包括“流浪地球”“寻鲲记”“再见木星”等多件与他人在先制作的科幻类动画片、电影等作品名称相同的商标，被申请人及其关联公司的上述行为是采取不正当手段复制、抄袭及摹仿他人在先创作的科幻类文学、影视等作品名称，属于抢注他人在先使用并有一定知名度的多件不同商标的行为。

3. 申请人举证的重要性。首先，申请人提交的证据表明《流浪地球》小说是作家刘慈欣创作完成，并于2008年出版发行。2012年，申请人取得《流浪地球》的改编权，2016年进行电影拍摄备案，备案电影名称为《流浪地球 THE WANDERING EARTH》。自2017年1月起，在腾讯网、猫眼电影网等互联网媒体先后对该电影的开机拍摄及电影剧情等进行了宣传报道。因此，即便被申请人答辩主张《流浪地球》电影公映时间晚于争议商标申请注册日，但依据申请人举证可以证明，影片由新锐导演及知名演员吴京、吴孟达等参演，因此在影片公

映前在消费者中亦可以形成一定的影响力。其次，申请人对被申请人注册商标的其他恶意情形进行了举证，为审查员进一步查明被申请人注册商标情况提供了事实依据。

基于上述事实，合议组认为，被申请人及其关联公司注册行为违反诚信原则，扰乱了商标注册秩序，已构成《商标法》第四十四条第一款规定的以其他不正当手段取得注册的情形。

三、典型意义

近年来，随着影视作品的热议、热映，其商业价值逐步凸显。我国热门影视作品已成为商标抢注的重灾区，许多人利用影视作品名称、角色名称、人物形象、经典台词等方面的热度，抢注商标并从中牟取不当利益。影视作品是国家文化软实力的重要组成部分，我国的影视作品是民族精神、民族文化、民族传统、民族力量的重要传播渠道之一。影视作品的在先权益人，面对恶意抢注商标的行为，应全面搜集并保存好作品形成前后的创作、制作、宣传及他人的恶意抢注行为等证据。本案的典型意义在于，《流浪地球》是深受相关公众喜爱的、由中国人创作和拍摄的科幻类电影，即便在申请人主张特定民事权益的《商标法》第三十二条等法律规定不能适用的情况下，商标评审部门仍然依据案件事实、当事人举证，对商标注册人及关联主体的系列商标注册行为的性质已构成恶意注册之情形予以认定，并依据《商标法》第四十四条第一款的规定对系争商标予以无效宣告。2023年春节《流浪地球2》热映以后，该影视作品所传递的民族精神、文化信仰等正能量持续传播。因此，本案的典型意义尤为凸显。商标局将继续坚决打击违反诚实信用原则的各类恶意注册行为，保护好在先权益人及相关公众的利益，切实规范商标注册管理秩序，为营造良好的市场竞争环境，建设知识产权强国贡献力量。

作者单位：国家知识产权局商标局评审二处



商标代理及管理数字化创新平台

Digital Innovation Platform for Trademark Agency and Management

“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



阿道夫[®]

高 端 香 氛 洗 护

广告

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



第十七届中国商标年会

精彩集锦 (二)



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



2023年广东商标品牌发展论坛



商标典型案例评析论坛



“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



“系统治理商标恶意注册
助推经济高质量发展”研讨会



互联网环境下的商标品牌保护论坛



集佳沙龙



马德里商标国际注册圆桌会议



华进论坛



INTA论坛



区域品牌发展市县长论坛



知识产权出版社沙龙



国际商标法律动态论坛



贵州习酒
— GUIZHOU XIJIU —



君子之品 东方习酒



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

