

中华商标®

立足商标 · 服务企业 · 面向社会

CHINA TRADEMARK

2025年

第1期

总第329期



诚信代理

自律执业



Beshining

法律及知识产权

上海·西安·宁波·重庆·长沙·青岛·杭州·广州·休斯敦

知识产权多生命周期及法律服务提供商

上海弼兴律师事务所
上海弼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

2024年，弼兴荣登《钱伯斯大中华区法律指南2024》知识产权领域榜单
2015-2023年，弼兴连续9年荣获“中国杰出知识产权服务团队”
2020-2022年，弼兴连续3年荣获“中华商标协会优秀商标代理机构”
2022年，弼兴荣获2022年度《商法》“知识产权（商标）卓越律所大奖”
2023年，弼兴荣登The Legal 500 2024年度亚太地区-中国区知识产权-争议领域榜单
团队多名合伙人荣获“商标代理金牌服务个人”
团队8名成员入选“商标人才库”，包含一名特级人才和多名高级、一级、二级人才
合伙人赵禹涵荣登《世界商标评论》(WTR)“商标申请和策略”领域杰出个人榜单



总部：上海市徐汇区小木桥路681号外经大厦21、26、28、29楼
总机：021-51797188、61258088、80522399
邮箱：law@beshininglaw.com
网址：www.beshininglaw.com



SHANGHAI PATENT &
TRADEMARK LAW OFFICE, LLC
上海专利商标事务所有限公司



1984 - 2024

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

诚信代理
40年

1984-至今



+86-21-34183200
info@sptl.com.cn

www.sptl.com.cn

诚信以待

010-68031255

lixiaojuan@cta.org.cn

中华商标® 征订 2025

《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，邮发代号：82-49，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：知名商标品牌、商标审查审理典型案例、商标执法与保护、判例辨析、法官说商标、地理标志、实务交流、理论研讨、观察与思考、他山之石、地方动态等。

2025年《中华商标》征订工作正在进行中，欢迎各有关单位和广大读者订阅。

订阅方式

- 1 通过当地邮局订阅(邮发代号:82-49);
- 2 将订阅回执及汇款凭证截图发送至 zhsb68036092@cta.org.cn。

户名：《中华商标》杂志社
 开户行：工行北京复外支行
 账号：0200048509200529372



2025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	平邮：16元/期； 快递：19元/期		
订阅费用总计	万 仟 佰 拾 圆		

广告宣传

封面	75000元/期	封三	45000元/期	彩色单页	20000元/期	诚信代理	30000元/年
封二	50000元/期	封底	60000元/期	彩色双页	36000元/期	目录刊花	60000元/年
扉页	40000元/期	页码广告	90000元/年	黑白单页	10000元/期	内插刊花	2200元/期

业务咨询 010-68031255

联系人：李晓娟
 电话：010-68036092
 邮箱：zhsb68036092@cta.org.cn



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：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

主编：臧文如

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：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 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：Chinatradeshield@cta.org.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

银行账号：0200048509200529372

设计印刷：中煤（北京）印务有限公司

CONTENTS

调研分析

- 4 中国商标数据系列报告·中国—中亚五国商标发展报告 2024
——中国内地主体在中亚五国商标申请及纠纷数据统计
中华商标协会 科睿唯安

专栏

审查审理之窗

- 10 如何规范申请含“金融”相关文字商标
判例辨析 管苗雨
- 33 《商标法》第十九条第四款的司法认定
法官说商标 张璇
- 38 关于驰名商标跨类混淆的思考
——以拉菲（LAFITE）商标侵权案为例 刘晓慧

理论研讨

- 12 强化知识产权法治保障 护航新质生产力发展
王志超 李胜臻
- 16 商标欺骗性判断要点和难点探讨 李鸿儒
- 54 人格权模式抑或财产权模式：寻求“乔丹案”法律适用的
第三种模式 何经纬

实务交流

- 20 同日商标“预先审查”
——以实例解析商标注册同日申请审查程序的例外情形
陈浩彬 成君 王磊
- 58 弱显著性商标注册及保护中的几个常见问题解析 丁金玲
- 66 马德里商标国际注册申请常见问题与规范建议
王睿哲 吴霜 贾开丽
- 68 情势变更下商标行政案件实质性化解
——以“撤回重评”程序的适用为例 时家旭

评案说法

- 23 商标权利人不能仅以标识近似为由阻止他人正当使用 关晓海

46 侵犯商标权罪中商标标识与商品之界限分析 姜琳洁

第四届“万慧达杯”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

27 平面商标立体化使用侵权认定标准的重构与实现 韦宜均

观察与思考

42 门店招牌法律辨析：商品商标还是服务商标 龙涵琼

一家之言

50 关于驰名商标制度的改进建议 吴琼

AI + 商标品牌

62 美国大语言模型术语商标的显著性审查 管超

最新发布

74 市场监管总局 国家知识产权局关于印发《商标行政执法
证据规定》的通知

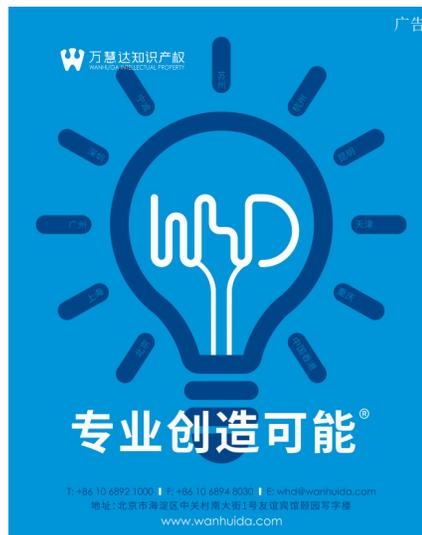
环球资讯 79

- 4.China Central Asia Five Countries Trademark Report 2024
- 12.Discussion on the Key Points and Difficulties in Judging Trademark Deceptiveness
- 27.The Reconstruction and Implementation of the Criteria for Determining Infringement Caused by the Stereoscopic Use of Graphic Trademarks
- 42.Legal Nature Analysis of Storefront Signboards: Goods Trademarks or Service Trademarks
- 46.Analysis on the boundary between Trademark and Commodity in Trademark Infringement Crimes
- 54.Personality Rights Model or Property Rights Model: Seeking a Third Model for the Legal Application of the "Jordan Case"
- 58.Analysis of Several Common Problems in the Registration and Protection of Weakly Distinctive Trademarks
- 66.Common Issues and Suggestions for Madrid International Trademark Registration

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。



编者按: 2024年11月23日,在第十四届中国国际商标品牌节期间举办的第五届商标行政保护局长会议上,中华商标协会与科睿唯安联合发布《中国商标数据系列报告:中国—中亚五国商标发展报告》,通过中国申请人在中亚五国的商标相关数据呈现,展示中国企业在海外商标申请布局与诉讼纠纷趋势,助力中国企业在国际市场扬帆远航。

中国商标数据系列报告

中国—中亚五国商标发展报告 2024

——中国内地主体在中亚五国商标申请及纠纷数据统计



前言

商标在中国至少有千年的发展史,宋代“济南刘家功夫针铺”的“白兔儿”标记,至今依然被视为世界上已知最早的具备现代商标要素的商业标识之一,收录在历史教科书中,显示着古代中国的商业盛景。改革开放以来,中国经济快速融入世界市场,尤其是随着国家知识产权战略和商标品牌战略的顺利有效实施,我国已连续多年位居全球商标申请第一大国之列,并稳步走向高质量发展。

2022年1月25日下午,国家主席习近平在北京主持中国同中亚五国建交30周年视频峰会。此次峰会通过并发表《中国同中亚五国领导人关于建交30周年的联合声明》,为双方关系发展确立大方向,增添新动能,共同发出了打造中国—中亚命运共同体的时代强音。2023年5月19日上午,国家主席习近平在陕西省西安市国际会议中心主持中国—中亚峰会。这是中国同中亚五国建交31年来,六国元首首次以实体形式举办峰会。此次峰会成为双方关系史上的里程碑,为双方合作搭建了新平台,中国同中亚国家关系迈入崭新时代。

中华商标协会与科睿唯安一起,借助大数据的视角,联合策划推出《中国商标数据系列报告》。本文为报告第三篇。我们将通过中国申请人在中亚五国的商标相关数据呈现,展示中国企业在海外商标申请布局与诉讼纠纷趋势,希望能够借助数据分析,助力中国企业在国际市场扬帆远航。

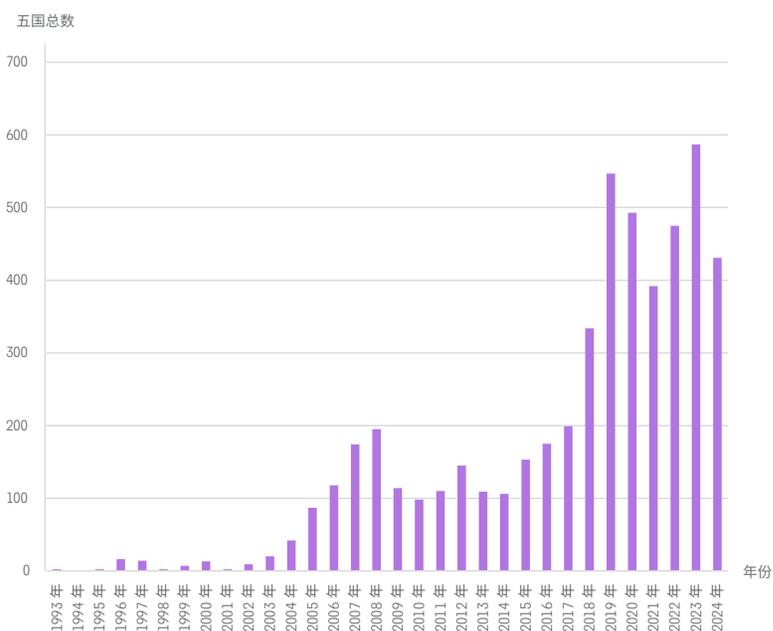
注:1. 商标申请统计年度:1993年-2024年第三季度

2. 商标申请:以单一国家申请数据统计,一标多类视为一件申请

3. 中国内地主体:不包含中国香港、中国澳门和中国台湾地区的申请主体

4. 中亚五国:哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦、土库曼斯坦和塔吉克斯坦五国

中国内地主体中亚五国商标申请分析



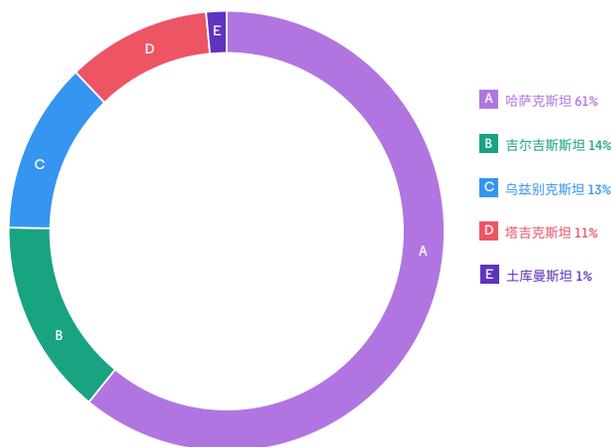
数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库

图1 中国内地主体中亚五国商标申请趋势（1993年至2024年）

图1统计了中国内地主体1993年至2024年期间在中亚五国的商标申请趋势，可见：

- 建交初期的1993年至1995年，商标申请伊始，商标申请量仅有个位数字；
- 1996年至2003年，呈现跳跃式增长，但申请总量仍比较小；
- 自2004年开始，整体呈现阶段式增长，大致以5年为一个周期，自2018年开始，一路飞跃式增长，出现了一个又一个小高峰，分别在2019年与2023年；
- 截至目前，2023年是申请量最高的年份。

在这32年间，北京奥运会和上海世博会的成功举办、“一带一路”倡议、中国—中亚峰会等，对中国内地主体商标申请量的增长都有积极促进作用。



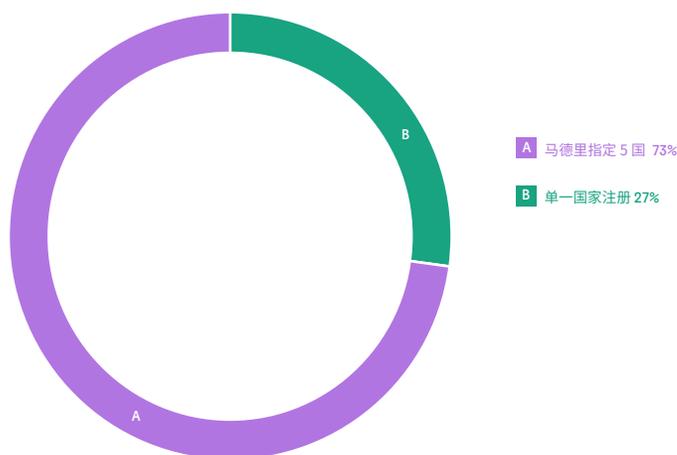
数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库

图2 中国内地主体中亚五国商标申请占比（按注册辖区）

图2统计了中国内地主体中亚五国不同注册辖区商标申请量的占比，可以看到，中国申请人在中亚五国商标申请的比例有很大区别：

- 哈萨克斯坦占比61%，超过申请总量的半数，是中国内地申请人最青睐的市场；
- 其次是吉尔吉斯斯坦的14%，乌兹别克斯坦的13%与塔吉克斯坦的11%，三个市场分布比较平均；
- 土库曼斯坦仅占1%，申请量占比最小。

2023年，中哈两国之间的贸易额高达410亿美元，占中国与整个中亚地区贸易总额的46%。2023年，中塔贸易额达39.26亿美元，同比增长53.5%。2023年，中国与土库曼斯坦进出口额同比下降5.2%。商标申请占比也恰恰反映了实际的市场贸易情况，商标情报也可以洞察市场走向。



数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库

图3 中国内地主体中亚五国商标申请方式占比（单一申请和马德里申请）

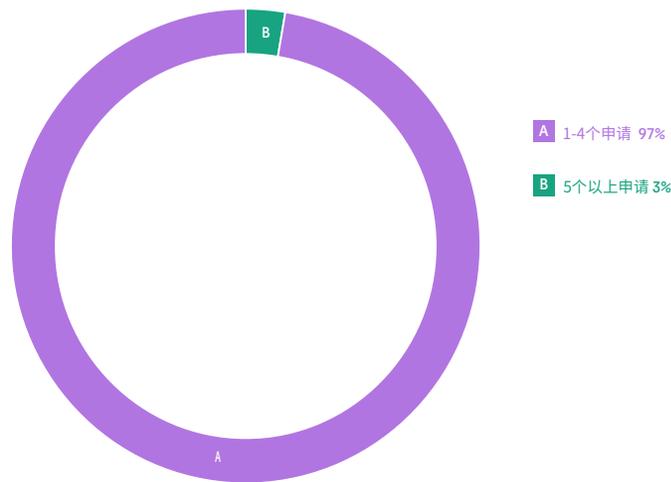
图3统计了中国内地主体中亚五国商标申请方式的占比，绝大多数是马德里国际注册，占比73%。单一国家注册占比27%，不足三分之一。

序号	申请人名称	行政区划
1	湖南中烟工业有限责任公司	湖南
2	重庆长安汽车股份有限公司	重庆
3	TCL 科技集团股份有限公司	广东
4	厦门强力巨彩光电科技有限公司	福建
5	长城汽车股份有限公司	河北
6	添可智能科技有限公司	江苏
7	北新集团建材股份有限公司	北京
8	杭州快准车配电子商务有限公司	浙江
9	江铃汽车集团有限公司	江西
10	深圳市致远智创科技有限公司	广东

数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库

图4 中国内地主体中亚五国商标申请人Top10（2022年至2024年）

图4统计了2022年到2024年中国内地主体在中亚五国商标申请人Top10。其中，广东省企业家次最多，中烟集团申请数量最多，汽车行业申请数量最多。

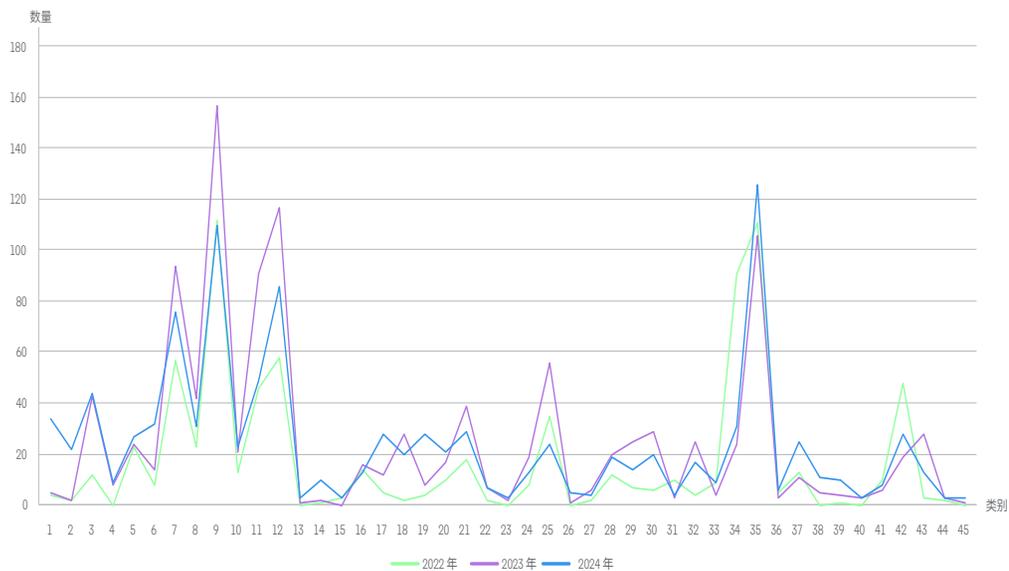


数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库
图5 中国内地主体中亚五国商标申请人占比（按申请数量）

图 5 按申请数量统计了中国内地主体在中亚五国商标申请人占比。其中，绝大多数申请人提交了 1-4 个申请，仅有 3% 的申请人提交了 5 个及以上申请。

由图 3、图 4 和图 5 可见：

- 中国申请人更青睐于马德里国际注册的形式提交中亚五国商标申请，在单一申请的形式下每个申请主体的申请量普遍较低；
- 或许对于大部分中亚市场的中国内地主体来说，方便经济的马德里申请更具有吸引力。而我们可以推测到，单一申请 5 件商标以上的主体对于中亚五国的市场重视程度相当高。



数据来源：科睿唯安CompuMark™的SAEGIS®全球商标数据库
图6 中国内地主体中亚五国商标申请变化趋势（按尼斯分类）

图 6 统计了 2022 年至 2024 年中国内地主体中亚五国商标申请按尼斯分类的变化趋势。基本的大趋势显而易见：

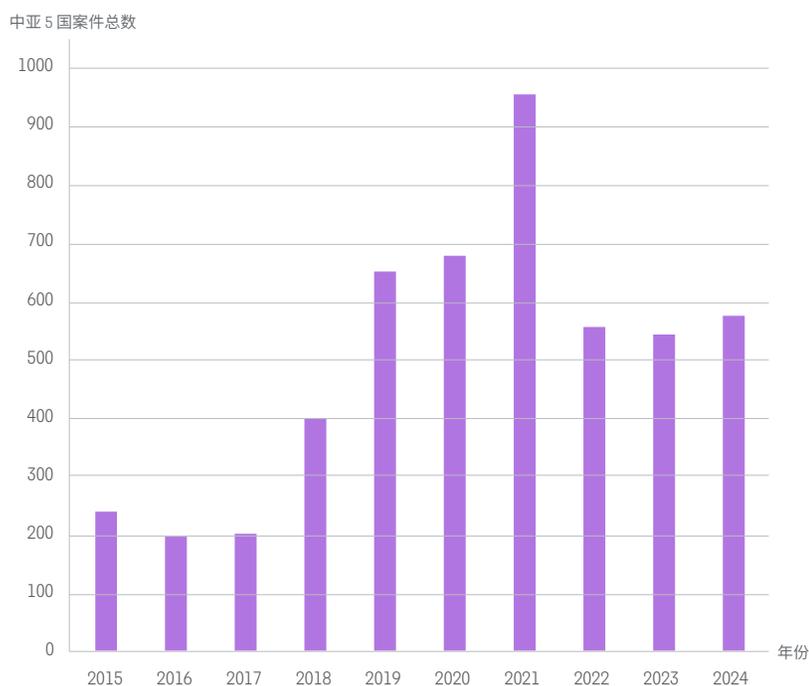
· 每年度 45 个类别的申请趋势大体一致；

· 第一梯队为第 9 类（电子产品）、第 35 类（广告商业）、第 12 类（运载工具）、第 7 类（机械设备）；第二梯队为第 25 类（服装鞋帽）、第 42 类（科技网络）、第 3 类（日化用品）和第 21 类（厨具洁具），这与中国申请人在整个海外辖区的类别覆盖峰值几乎没有差别；

· 其中，第 1 类（化学原料）、第 3 类（日化用品）、第 7 类（机械设备）、第 11 类（家用电器）、第 12 类（运载工具）、第 18 类（皮革皮具）、第 43 类（餐饮住宿）逐年大幅增长，而第 34 类（烟草烟具）和第 42 类（科技网络）则逐年明显下降，中烟的申请绝大多数都是在 2022 年申请的。

在共建“一带一路”倡议提出之前，中国与中亚一直保持着频繁的贸易往来，但受生产力、经济结构等各方面的影响，贸易结构比较单一。2023 年上半年，除了传统的能源贸易（第 1 类）外，中国对中亚的出口以机械器具及零件（第 7 类），以及电视电器（第 11 类）等工业产品为主。这些数据表明，中国与中亚国家的经贸结构正在向多样化方向发展，这对优化双边贸易结构，提升贸易质量有重要意义。而近三年的商标类别覆盖布局也恰恰反映了实际的市场贸易情况。我们更可以大胆地预测，未来中国企业将在化妆品（第 3 类）、汽车（第 12 类）、小皮具（第 18 类）和餐饮服务（第 43 类）上加大对中亚五国的出口与布局。

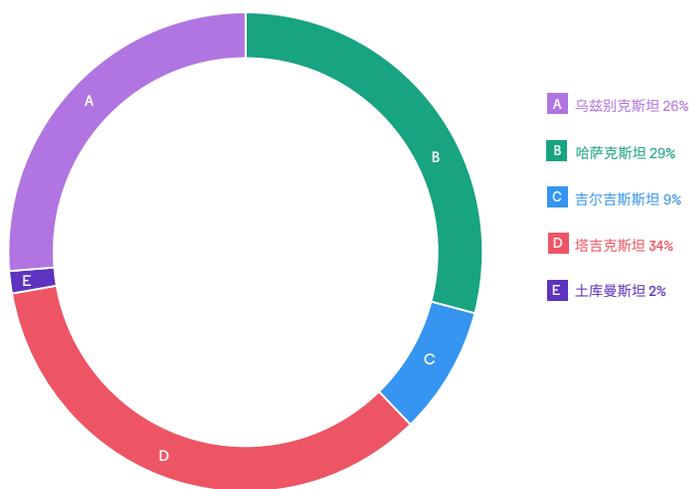
中国内地主体中亚五国商标纠纷分析



数据来源：科睿唯安 Darts-ip™ 全球知识产权案例数据库

图7 中国内地主体中亚五国商标纠纷案件趋势（2015年至2024年）

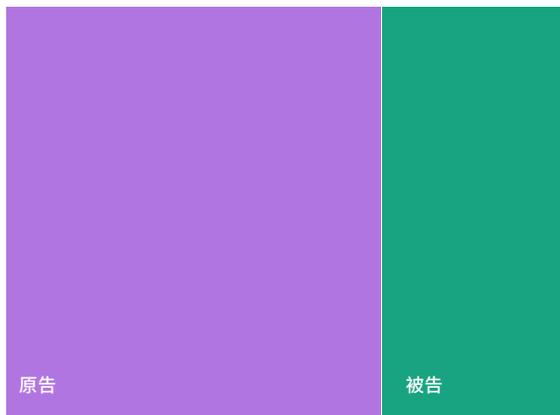
图 7 呈现了中国内地主体在中亚五国近十年的商标纠纷案件趋势。2015 年开始案件量逐步增加，2021 年达到峰值，又于次年开始回落，近三年的案件情况趋于平稳。另外，鉴于 2021 年并不是中国内地主体商标注册申请量最高的一年，推测可能有疫情后申请人更加积极地维护自身权益、注重商标资产的原因，也不乏中亚五国官方商标裁判倾向的影响。



数据来源：科睿唯安Darts-ip™全球知识产权案例数据库

图8 中国内地主体中亚五国商标纠纷案件分布（按辖区）

图8呈现了中国内地主体在中亚五国商标纠纷案件辖区分布，与商标注册申请辖区分布基本一致，但最大的不同是34%的案件发生在塔吉克斯坦，占比最大，其次是哈萨克斯坦29%，乌兹别克斯坦26%，吉尔吉斯斯坦9%，最小占比仍然是土库曼斯坦2%。



数据来源：科睿唯安Darts-ip™全球知识产权案例数据库

图9 中国内地主体哈萨克斯坦商标纠纷案件占比（按原/被告）

图9统计了中国内地主体在哈萨克斯坦商标纠纷案件原/被告占比。在中亚五国所有纠纷案件中，涉及双方主体纠纷案件量最大的国家是哈萨克斯坦，中国主体作原告占67%，中国主体作被告占33%，均为一审异议案件，是中亚五国中确权和维权都具有挑战的国家，值得所有中国内地主体密切关注。

结语

中国与中亚五国既同为上海合作组织的创始成员国，又是共建“一带一路”过程中守望相助的“好邻居”。希望商标数据信息分析能够为中国—中亚五国实现创新驱动持续赋能，对中国与中亚五国贸易的增长起到积极的推动作用，未来在大家的共同努力下，为区域经贸合作带来更多的发展机遇。



如何规范申请 含“金融”相关文字商标

■ 管苗雨



近年来，在商标审查实践中，针对含有“金融”相关文字的商标注册申请，审查标准正逐步趋向严格。这一趋势的核心目的，是为了在商标注册领域构筑一道防线，有效防范非法集资行为，避免商标成为非法集资活动的宣传工具，从而保障国家的经济秩序和社会大局的稳定。依据《商标法》《商标审查审理指南》《防范和处置非法集资条例》的相关规定，申请注册含有“金融”相关文字的商标，申请人必须具备相应的资质，并严格遵守相关法律法规。

本文通过分析近年来若干“金融”相关文字商标典型案例，深入解读含“金融”相关文字商标的审查标准，通过系统地梳理和总结，进一步阐述申请注册含“金融”相关文字商标所需满足的相关条件。

一、什么是“金融”相关文字商标

在当前的商标审查实践中，所谓“金融”相关文字商标并不仅仅局限于直接包含“金融”这一词汇，还包括一系列与金融活动密切相关的词汇，如“贷款”“交易所”“交易中心”“理财”“财富管理”“股权众筹”等。这些词汇的共同特征在于都体现了金融行业的属性，涉及资金筹集的方式，并且通常与一定的财务风险相关联。这些词汇的使用，往往意味着商标所代表的业务涉及金融产品或服务。因此，在商标审查过程中，这些含有金融特征的文字会受到特别的关注和严格的审查。

二、如何确定“金融”相关文字商标的适格主体

要成为含有“金融”相关文字商标的适格主体，必须满足以下两个核心条件：首先，申请人的营业执照应当明确涵盖“金融”相关服务项目，且这些服务项目应与商标中包含的“金融”相关文字描述一致。这意味着，申请人的业务范围必须与商标所声明的金融服务紧密相关。其次，申请人必须持有国务院金融管理部门颁发的合法许可文件，以证明其具备从事相关金融业务的资质。这份文件是申请人合法经营金融业务的必要凭证。

值得注意的是，申请人名称中是否包含“金融”相关文字，并不是判断其是否为合格申请人的标准，关键在于申请人的营业执照范围和是否拥有国务院金融管理部门的正式许可。这一规定确保了只有真正具备金融业务能力的实体，才能申请注册含有“金融”相关文字的商标。

三、含“金融”相关文字商标的常见驳回情形

（一）营业执照范围不含“金融”相关服务

以第71031133号“婷易贷款之家”商标为例，其申请人为深圳某金服集团有限公司，指定使用在第42类“测量（工程）；材料测试；为他人创建和维护网站”等服务项目上。申请商标中



含“贷款”字样，但申请人营业执照范围不含“贷款”相关服务项目，作为商标易使公众对服务的内容等特点产生误认，带有欺骗性，违反了《商标法》第十条第一款第（七）项之规定。

（二）营业执照范围包含“金融”相关服务，但未提供国务院金融管理部门颁发的合法许可文件

以第74872229号“瀛赐基金”商标为例，其申请人为上海某私募基金管理有限公司，指定使用在第36类“基金投资；提供金融信息；金融事务管理”等服务项目上。申请人营业执照经营范围包括“私募证券投资基金管理服务”，与商标所含“基金”文字相符合。审查员曾发审查意见书，要求提供《防范和处置非法集资条例》第二条第三款规定的国务院金融管理部门出具的依法许可文件（即金融许可证），申请人提供的回文材料为中国证券投资基金业协会信息公示文件等，不包含规定的金融许可证。该回文材料无效，故该商标违反了《商标法》第十条第一款第（七）项之规定，以“易使公众对服务的来源等特点产生误认”为由被驳回。

（三）商标文字整体含义违反了《商标法》规定的禁止使用或者禁止注册行为

抛开含“金融”相关文字商标适格主体的因素，就商标文字本身而言，也要具有商标应有的显著性，这是商标的本质特征。

例如，重庆某科技有限公司在第41类“商业培训；在线培训；在线教育”等服务项目上申请的第76306308号“极简理财”商标。该标志一般可理解为非常简单便捷的理财方式或内容，直接描述了服务的内容特点，易使相关公众当作普通广告宣传用语看待，缺乏商标应有的显著特征，违反了《商标法》第十一条第一款之规定。

再如，北京某科技有限公司在第36类“基金投资；有价证券经纪；股票和债券经纪”等服务项目上申请的第78337413号“全球证券交易所”商标。该标志所含文字“全球证券交易所”是一种常见的商贸用语，不具备区分商品和服务来源的特性，符合《商标法》第十一条第一款所述“缺乏显著特征”情形。同时，“全球证券交易所”作为一种组织形式，与申请人名称存在实质性差异，易使公众对服务的来源等特点产生误认，属于《商标法》第十条第一款第（七）项不得作为商标使用的情形。

四、如何规范申请含“金融”相关文字商标

申请人在提交含“金融”相关文字商标时，应当同时提交国务院金融管理部门颁发的合法许可文件，且确保营业执照经营范围与“金融”相关文字相符；另外，商标名称应当包含具备显著特征的文字，且避免与他人在先申请或注册的商标构成相同或近似等情形。例如，第78992921号“信达金融租赁”商标，其申请人为中国某资产管理股份有限公司，指定使用在第36类“融资租赁；金融咨询；金融服务”等服务项目上。经查，申请人营业执照经营范围包含“发行金融债券、同业拆借和向其他金融机构进行商业融资服务”等项目，与申请商标所包含的“金融”字样相匹配，且申请人在审查意见书回文中提供了金融许可证，符合《防范和处置非法集资条例》第二条第三款规定的国务院金融管理部门出具的依法许可文件。经全面审查，该商标最终获准注册。

以上为笔者关于申请含“金融”相关文字商标的一些理解和认识，希望本文能够为申请人申请含“金融”相关文字商标提供较为清晰的操作指引，进而帮助申请人在金融领域内成功注册并保护其商标品牌。

作者单位：国家知识产权局知识产权检索咨询中心

强化知识产权法治保障 护航新质生产力发展

■ 王志超 李胜臻

一、引言

习近平总书记指出，高质量发展是新时代的硬道理，发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点^[1]。在知识经济高速发展的时代，科技创新作为发展新质生产力的核心要素，不断催生新产业、新模式、新动能。随着我国拥有越来越多自主知识产权的核心技术和关键技术，持续加大知识产权保护力度正当其时。知识产权作为科技创新的法治化表现形式，其保护力度直接关系到新质生产力的健康发展。加强知识产权法治建设，构建完善的知识产权法治保障体系，形成与新质生产力相适应的知识产权战略，对护航新质生产力、推动高质量发展具有重要作用和关键意义。

二、深刻认识“新质生产力”的科学内涵

2023年9月，习近平总书记在黑龙江省实

地考察期间首次提出“新质生产力”。同年12月，在中央经济工作会议上，习近平总书记再次强调“发展新质生产力”。2024年1月，中共中央政治局第十一次集体学习时，习近平总书记对“新质生产力”进行了全面系统的阐释，深刻揭示了其科学内涵和重大意义，全面回答了“什么是新质生产力、为什么要发展新质生产力、怎样发展新质生产力”的重大理论和实践问题，为新时代新征程推动高质量发展提供了科学指引和根本遵循。这一系列重要讲话和指示，充分体现了对经济社会发展规律的深刻把握，彰显了在新时代推动高质量发展的坚定决心和战略定力^[2]。

回顾人类科技发展史，每一次科技革命都伴随着生产力的飞跃，从蒸汽技术引领工业革命到以互联网为代表的信息革命，每一次技术的突破都极大地推动了生产力的发展。“新质生产力”的提出顺应历史发展规律，突出“新”和“质”。“新”体现在创新，以科技创新为引领寻求新经济增长模式；而“质”主要体现在高质量的发展，



彰显高科技含量和高品质效能。当前，科技创新无疑是推动生产力发展最活跃的因素。新一轮的科技革命与产业变革正迅猛突破人类的认知边界。诸如人工智能、量子科技、生物科技等前沿技术，已在多个领域实现突破性进展，触发了一系列连锁反应式的变革。这些变革不仅深刻影响着全球的产业结构和经济形态，也极大地改变了人类的生活方式。与此同时，科研范式发生重大变化，学科交叉融合不断深入，战略导向、数据驱动成为科技创新的重要方式。科技创新正以无所不在的渗透性、扩散性、带动性广泛赋能经济社会发展，科技创新与产业创新加快融合发展，对促进科技、产业、金融良性循环，促进各类先进优质创新要素向发展新质生产力集聚，进一步催生新产业、新模式、新动能。

党的二十大报告明确指出，科技是第一生产力，人才是第一资源，创新是第一动力。在党中央坚强领导下，我国加快实施创新驱动发展战略，不断强化国家战略科技力量，充分发挥新型举国

体制的优势突破关键核心技术，深化推进知识产权体制改革，科技实力跃上新的大台阶，进入创新型国家前列。全社会研发投入从2012年的1.03万亿元增长到2023年的3.3万亿元，研发投入占GDP的比重从1.98%增至2.64%；科研人员数量、科学论文产出和专利申请量位居世界第一；涌现出一批国际知名创新型企业，在高铁、核电、卫星导航、5G、特高压输变电等领域取得一大批重大创新成果，战略性新兴产业增加值占GDP比重超过13%。截至2024年10月底，国内有效发明专利拥有量达到466万件，PCT国际专利申请量连续多年位居全球第一。我国的综合创新能力世界排名实现显著跃升。根据世界知识产权组织发布的《2023年全球创新指数报告》，我国从2012年的第34位提升至2023年的第12位^[3]。

三、强化知识产权法治保障是发展新质生产力的必然选择

习近平总书记在十九届中央政治局第二十五次集体学习的讲话中指出，知识产权与科技创新之间具有相互促进、融合共生的紧密关系，保护知识产权就是保护创新。要加强知识产权保护工作顶层设计，提高知识产权保护工作法治化水平，强化知识产权的技术和制度供给双重作用，培育发展新质生产力的新动能。党的二十大报告明确指出，要加强知识产权法治保障，形成支持全面创新的基础制度。

知识产权制度是激发创新活力的根本法治保障，它在保护科技成果、促进科技进步以及推动经济社会高质量发展方面发挥着至关重要的作用。首先，知识产权制度通过赋予科技创新成果合法的财产权利，为科技成果转化提供了坚实的法律保障，营造了良好安全的创新环境。其次，知识产权制度在促进科技进步方面起到了激励作用，它激发了创新主体的创造热情和研发动力，使得企业和研究机构更加积极地投入到新技术、新产品的研发中。最后，知识产权制度推动经济

社会的高质量发展，它通过专利许可、技术转让等多种方式，加速了科技成果的转化运用，不仅为社会带来了经济效益，还推动了相关产业的升级和结构的优化，为可持续发展奠定了坚实的基础，提升了国家的创新能力和国际竞争力。

强化知识产权法治保障，加大对关键核心技术、新兴产业、未来产业等领域知识产权保护力度，依法公平保护各类经营主体，坚决惩处侵权违法行为，创造稳定、透明、规范、可预期的法治环境，促进国企敢干、民企敢闯、外企敢投，确保创新者能够获得其创新成果的合法权益，进而促进科技创新和科技成果的转化，服务保障新质生产力发展，实现高水平科技自立自强。

四、深化知识产权法治建设，护航新质生产力发展

党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》就“建立高效的知识产权综合管理体制”“构建支持全面创新体制机制”作出的系统部署，是激发全社会创新创造活力的关键举措，为新时代新征程进一步深化知识产权领域改革提供了行动指南^[4]。

一方面，加强顶层设计，建立健全知识产权法律制度体系。近年来，我国加快实施创新驱动发展战略，深化知识产权体制机制改革，完善知识产权管理体制，将国家知识产权局调整为国务院直属机构，同时强化地方知识产权管理职责，缩短纵向管理链条，提高了决策和执行的效率；加强

横向协调联动机制，确保了协调联动的全面性和一致性，极大地提升了知识产权管理的整体效能，为创新活动的蓬勃发展提供了坚实的制度保障。知识产权事业实现历史性、整体性、格局性重大变化。这些成就的取得离不开我国知识产权法律制度体系的不断完善。例如，《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法实施细则》等法律法规的出台与修订，完善了专门领域的知识产权法规制度。与此同时，各地方不断丰富和发展涉及知识产权的地方性法规，形成了覆盖知识产权创造、运用、保护等各个层面的法规制度^[5]。

以建设和完善国家创新体系为总体要求，健全知识产权法律体系，充分发挥法治促进科学技术和抑制科技发展负面效应的作用，推动完善有利于创新发展的市场环境，营造有利于创新的良好秩序。弘扬科学精神，培育创新文化。推动知识产权诚信法治建设，保障科学共同体规范运行。围绕知识产权法律的实施，建立部门、地方协同机制，推动完善地方性法规，构建上下贯通、统一衔接的知识产权法律制度体系。同时，我们深度参与全球知识产权法治治理，积极推动



新领域及新业态知识产权国际规则和标准的完善,全面对接高标准国际经贸规则,加强与各国的双边和多边合作,促进知识产权的国际协调与合作,助力构建开放型经济新体制,共同推动知识产权保护的全球治理,以实现知识产权保护与创新发展的良性互动,为知识产权保护和创新发展提供更加有力的法律保障,为经济发展注入新的活力。

另一方面,强化精准落实,全面提升知识产权保护工作法治化水平。立足保护知识产权就是保护创新的理念,深化知识产权领域改革,推动建立高效的知识产权综合管理体制,构建与科技强国建设相适应的知识产权法治体系。强化知识产权保护大体系建设,深入落实《关于强化知识产权保护的意见》,全面实施《知识产权保护体系建设工程实施方案》。进一步提升知识产权法治保障水平,统筹推进专利法、商标法、著作权法、反垄断法等法的执行,完善惩罚性赔偿机制,加快构建便捷高效、严格公正、公开透明的行政保护体系和统一领导、衔接顺畅、快速高效的协同保护格局,更好激发全社会创新创造活力。

严格知识产权保护规范,提升行政保护法治水平。近年来,为推动全国范围内知识产权执法标准统一,国家知识产权局先后制定《商标侵权判断标准》《查处假冒专利行为和办理专利标识标注不规范案件指南》《商标一般违法判断标准》,会同国家市场监督管理总局出台《商标侵权案件违法经营额计算办法》,及时解答各地在实施过程中的适用问题。这些标准结合执法办案的实际问题需求分类指定,填补了法律法规空白。2024年1-6月,全国各级知识产权管理部门共参与或者指导办理商标侵权违法案件1.48万件,案值2.76亿元。运用驰名商标法律手段,加大对知名品牌的保护。2024年,在3起查处商标违法案件中认定4件商标为驰名商标,并由立案机关予以扩大保护力度。近年来,我国企业在积极“走出去”的同时,也频繁遭遇海外诉讼、商标抢注等一系列知识产权问题。根据中华商标协会发布的报告,娃哈哈、比亚迪、皇上皇等国内驰

名商标在海外频繁被抢注。国家知识产权局组织编制发布《海外商标维权指南》,收录二十余个重点国家商标注册制度、应对商标抢注和侵权的措施建议等,并联合中国国际贸易促进委员会,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,提供专业化公益性法治指导服务。全国知识产权保护社会满意度持续提升,2023年(82.04分)较调查之初(2012年,63.69分)提高了18.35分。其中对于“执法保护”的满意度指标,2023年(82.19分)较调查之初(2012年,59.16分)提高了23.03分。

五、结语

面对知识产权保护和科技创新工作的复杂形势和严峻挑战,必须牢固树立知识产权法治保障意识,不断提升知识产权整体质量效益,将知识产权保护贯穿在科技创新的全过程中。强化知识产权法治保障,加强执法指导、行政司法衔接和社会共治,提升知识产权治理能力和治理水平,构建更加完善的知识产权保护体系。充分发挥知识产权对发展新质生产力的导向作用,以高质量知识产权保护支撑服务新质生产力的发展,为我国实现高水平科技自立自强、推动高质量发展保驾护航。

作者单位:中国人民大学法学院、国家知识产权局南通市知识产权保护中心

注释

- [1] 发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点[J].人民之声,2024(11):1.
- [2] 本报评论员.因地制宜发展新质生产力[N].宁夏日报,2024-03-16(001). DOI:10.28607/n.cnki.nmxb.2024.001070.
- [3] 申长雨.为培育发展新质生产力提供知识产权支撑和保障[J].中华商标,2024(08):4-6.
- [4] 曹雅丽.国家知识产权局:围绕重点产业强链增效[N].中国工业报,2024-08-26(011). DOI:10.28076/n.cnki.ncgyb.2024.000723.
- [5] 靳学军.科技创新体系中知识产权司法的守正创新[J].知识产权,2022(12):23-39.

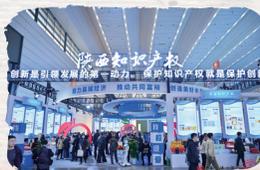


2024中华品牌商标博览会

2024 CHINA BRANDS & TRADEMARKS EXPOSITION



服务

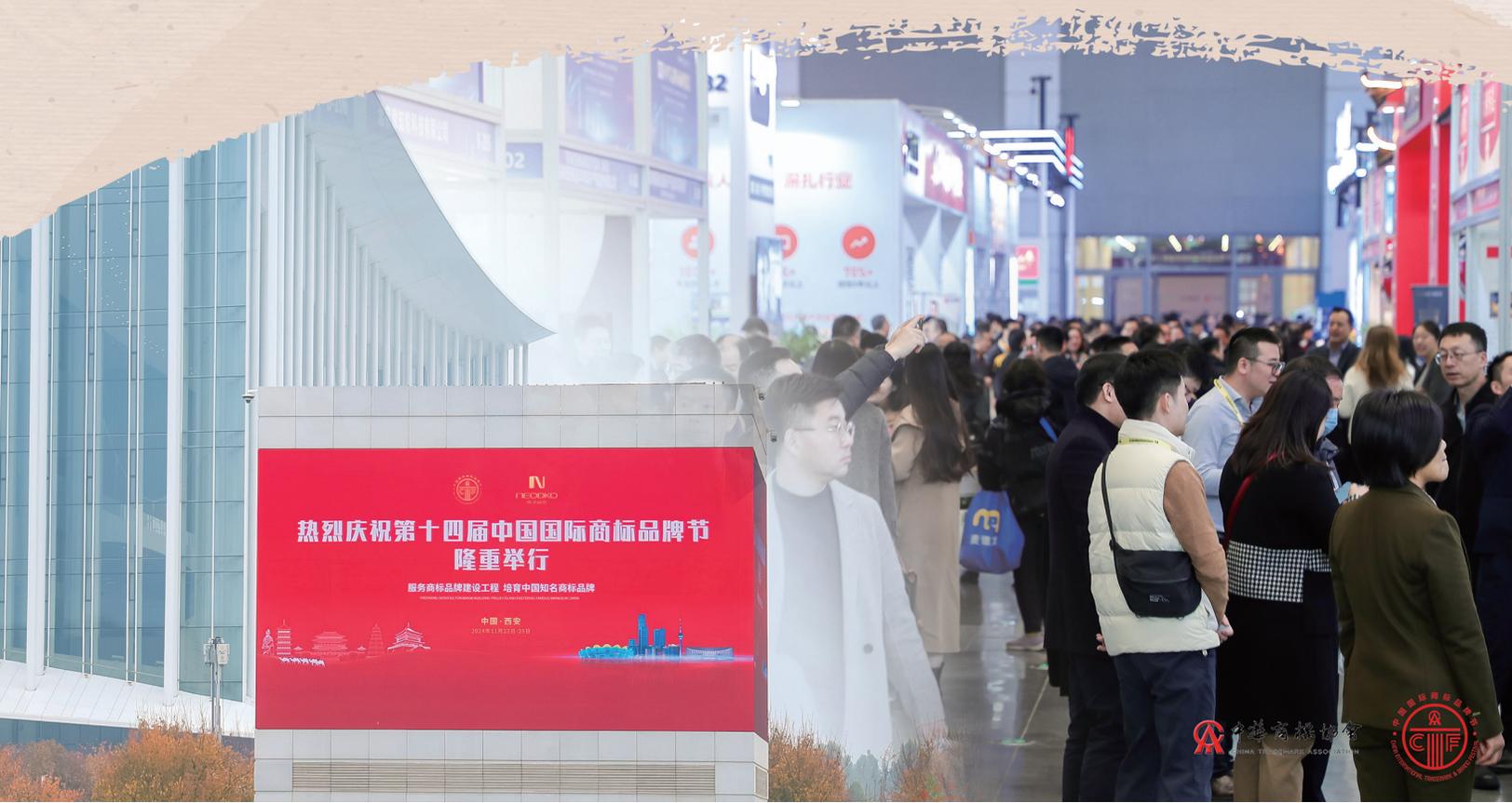


培育

商标品牌建设工程



中国知名商标品牌



热烈庆祝第十四届中国国际商标品牌节
隆重举行

服务商标品牌建设工程 培育中国知名商标品牌

中国·西安
2024.11.20-22



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、中国消费者报社等十余家科研院所、专业协会、行业机构、新闻媒体于2022年12月30日共同发布《知名商标品牌评价规范》(T/CNTA 002-2022) 团体标准。

5个一级指标

法律因素

管理因素

市场因素

财务因素

社会责任

18个二级指标

商标获权

商标品牌管理

市场影响

组织的盈利能力

环境保护

商标确权

产品/服务管理

广告宣传

商标品牌效益

公共责任

商标品牌维权

创新发展

市场占有率

社会信用

延展保护

行业地位

公益支持

资质/荣誉

41个三级指标

中华商标协会委托第三方机构，依据《知名商标品牌评价规范》及其细则，对商标品牌做出全面、客观、公正、合法、合规的专业评价，并由专家评审公示。旨在以评促建，帮助企业建立符合市场规则的知识产权创造、运用、管理和保护体系，推动新质生产力发展，助力中国品牌走向世界。

评价流程

提交申请

被评价方提交申请材料向品工委报备

1

评价组评价

文件评审、预评价(非必要)、现场评价

2

专家复评

专家评审会:邀请行业、学术专家对参评商标品牌终审评定(每季度一次)

4

5

颁发证书

颁证、公布
证书有效期3年

6

7

8

申请受理

评价机构评审
签订评价合同

品工委中评

核实评价机构人员资质及评价流程是否合规
初审评价机构针对参评企业的评价报告及有关记录是否符合标准及相关细则
向知名商标品牌评价专家评审组提出参评商标品牌推荐意见

社会公示

协会网站公示
5个工作日

持续保持

监督评价
再评价

