

立足商标

服务企业

面向社会

2021年  
第11期

▶ 总第291期

# 中华商标®

## CHINA TRADEMARK

国际合作取得新突破  
运用取得新成效  
知识产权  
保护迈上新台阶  
服务达到新水平

《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》

# 诚信代理 自律执业

**百一知识产权**  
FORIDOM IP LAW FIRM

法律服务·专利·商标·著作权

Alibaba Group  
阿里巴巴集团

上海美影电影制片厂有限公司  
SHANGHAI ANIMATION FILM STUDIO CO., LTD.

JUNEYAO AIR  
吉祥航空

东方明珠  
DAZZLE

bilibili

上海市徐汇区桂平路410号  
漕河泾国际孵化中心B区一层  
(021) 64878081  
www.foridom.com foridom@foridom.com

为了您 保护您 成就您

专业 负责 简单 阳光 奋进

**海星 Beshining**  
上海 武汉 西安 长沙 休斯敦

团队近200人 专注知识产权20年  
知识产权生命周期及法律服务提供商

连续五年获得“中国杰出知识产权服务团队”  
《商法》卓越律所大奖—知识产权（专利）  
《商法》卓越律所大奖—工业制造  
《亚洲法律概况》知识产权领域值得关注事务所

总部：上海市外经大厦21楼、26楼  
总机：021-51797188 61258088  
邮箱：law@beshininglaw.com  
网址：www.beshininglaw.com

**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

iam 2021  
IP STARS TOP FIRM FIRM 2021  
THE ASIA BUSINESS LAW JOURNAL  
TOP RANKED Chambers Asia-Pacific 2021  
NAM & NAM

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

为您的知识产权保驾护航  
国内庭外的法律专家  
多方位、多层次、一站式服务

Securing Your Rights in a Changing China

- ▶ 知识产权的确权及维权业务
- ▶ 知识产权商业化业务
- ▶ 专利侵权及诉讼业务
- ▶ 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

**Chang Tsi & Partners**  
铸成律师事务所  
Beijing Shanghai Guangzhou Shenzhen HK USA

总部：北京市西城区北顺北街华远企业号A座6/7/8层  
电话：010-8836 9999  
邮箱：marketing@changtsi.com  
网址：www.changtsi.com

**永新知识产权**  
NTD Intellectual Property Attorneys Since 1987

永新专利商标代理有限公司  
永新同创知识产权代理有限公司  
永新智财律师事务所

WTR 2000  
IP STARS  
LEGAL 500  
AsiaIP 2021 CHINA IP AWARDS WINNER  
AsiaIP TRADEMARK SURVEY 2021 RANKED FIRM  
2020年度 驰名商标品牌

邮箱：mailboss@chinantd.com  
电话：+86-10-6361-1666 传真：+86-10-6621-1845

**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：010-68036092

# 2022《中华商标》征订

《中华商标》是中华商标协会主管、主办的我国商标领域代表性的权威专业期刊。《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，精读商标异议、评审典型案例，判例辨析，法官说商标，审查之窗，地理标志，实务交流，理论研讨，他山之石，基层传真等。

2022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，我们将竭诚为您服务做好各项服务工作。



## 2022年《中华商标》订阅回执单

单位全称		收件人	
单位详细地址		邮编	
联系电话		手机	
纳税人识别号		接收电子发票邮箱	
订阅价格	192元/套/年(16元/本, 全年12期)		
订阅费用总计	万 仟 佰 拾 圆		

- 注：1. 订阅单位除自用外，也可向指定用户订阅赠阅；  
 2. 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](mailto:zhsb68036092@cta.org.cn)，杂志为邮政平邮，如需修改挂号，请另行支付3元/期；  
 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：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003《中华商标》杂志社。

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

虚位以待



联系人：李晓娟  
 电话：010-68036092  
 邮箱：[zhsb68036092@cta.org.cn](mailto:zhsb68036092@cta.org.cn)  
 传真：010-68036092

广告招商电话：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

社长：南平

副主编：李崇

编辑：马君

广告发行部：李晓娟

编辑部：010-68983165 86-10-68032987

记者部：010-68014395 86-10-68048211

广告发行部：010-68036092

活动部：010-68036092

新媒体部：010-68983165

《中国商标年鉴》编辑部：010-68037835

战略合作伙伴：贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司

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：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003

邮编：100048

传真：010-68036092

投稿邮箱：China.trademark@263.net.cn

订阅邮箱：zhshb68036092@cta.org.cn

官方微信：中华商标杂志

官方微博：中华商标杂志

广告经营许可证：京西工商广字0113号

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

国外总发行：中国国际图书贸易集团有限公司（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

## 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。

## 目录

### CONTENTS

#### 报道

- 4 国务院印发《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》

#### 专稿

- 5 为知识产权强国鼓与呼  
——各界掀起《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》学习热潮（二）

#### 自主品牌献礼建党100周年

- 9 红色基因 中国好茶  
——中茶商标设计与演变 特约撰稿人 彭芳燕

#### 精读商标异议、评审典型案例

- 12 第34622404号“连樟村”商标异议案 陈德佳  
14 第35171630号“微力达 VILEDA”商标异议案 吴明贤 程志明  
16 商标评审案件中电子数据证据规则的适用  
——第23224251号图形商标无效宣告案评析 朱红  
19 第16037707号“卫红花及图”商标无效宣告案 谢峰

#### 商标执法与保护

- 22 上海菲桐贸易有限公司侵犯“BORDEAUX”地理标志商标专用权案 王莹

#### 实务交流

- 24 互联网商标侵权民事案件管辖的确定 曾帅  
60 一文看懂商标海关保护 蒋秀华  
77 《商标法》第五十条在商标审查环节的应用及思考 史甄真 林丹

#### 品牌视界

- 26 君子之品 东方习酒  
——习酒品牌与商标故事 代晓冲 李灵丽  
30 恒源祥“牛合”文创艺术内涵与设计思考 于越

#### 评案说法

- 33 遵循诚实信用原则 遏制恶意注册、使用商标行为  
——评“巴里赞姆”“虎头”等系列商标权属、侵害商标权纠纷案 李嵘

#### 专栏

##### 审查之窗

- 37 企业名称作为商标申请注册的审查实践 邱雪鑫

法官说商标

- 39 商标注册中“不良影响”条款的适用 石燕

“万慧达杯”2021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

- 43 新《商标法》第四条的法律适用研究 谢采洪  
47 论商标描述性正当使用的认定  
——兼议85℃商标侵权纠纷案 胡若茜  
52 探析声音商标认定的显著性标准 余晓仪

观察与思考

- 57 让子弹飞一会儿  
——从第7871186号“花好月圆”商标无效宣告案看剧情如何反转 王阳  
67 关于商品零售行业的服务商标注册问题的建议 于泽辉  
75 恶意商标申请注册行为众生相 钟燕

理论研讨

- 64 商标授权确权中混淆可能性与近似判断的关系 马孟驰飞  
71 商标显著性保护范围和联想范围保护边界探析 徐红星

简讯

- 13 世界知识产权组织：中国多项知识产权申请量全球第一  
21 《最高人民法院关于加强新时代知识产权审判工作为知识产权强国建设  
提供有力司法服务和保障的意见》发布  
38 18人因生产假冒“牛栏山”获刑  
70 广东省知识产权局发布《直播电商知识产权保护工作指引》

环球资讯 79

16. Application of Electronic Data Evidence Rules in Trademark Review Cases  
37. Examination Practice of Applying for Registration of Enterprise Name as Trademark  
39. The Application of "Adverse Effect" Clause in Trademark Registration  
43. Research on the Legal Application of Article 4 of the New "Trademark Law"  
47. On the Identification of the Legitimate Use of Trademark Descriptive  
52. An Analysis of the Significant Standard of Sound Trademark Recognition  
60. An Article Enables You to Understand the Trademark Customs Protection  
64. The Relationship Between the Possibility of Confusion and Approximate Judgment in the Confirmation of Trademark Authorization  
67. The Issues on the Registration of Service Trademarks about Commodity Retail Industry  
71. An Analysis of the Protection Range of Trademark Distinctiveness and Association Range Protection Boundary  
75. Different Malicious Behaviors for Applying for Registration of Trademark





## 为知识产权强国 **鼓与呼**

——各界掀起《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》学习热潮（二）



刘华 | 世界知识产权组织中国办事处主任

### WIPO中国：世界知识产权组织愿助力中国建设知识产权强国

9月22日，中国政府发布了《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》（以下简称《纲要》）。作为中国新时代建设知识产权强国的宏伟蓝图，《纲要》对中国知识产权事业未来十五年的发展做出了新一阶段的顶层设计，正式标志着中国向建设知识产权强国迈进。这将为世界知识产权组织（WIPO）加强同中国的合作提供强劲动力。

《纲要》立足于当下中国知识产权事业蓬勃发展的现状，聚焦大数据、人工智能、基因技术等新领域的知识产权立法进程，推进算法、商业方法、人工智能产出物等新业态知识产权保护规则，积极构建经济数字化、贸易全球化时代背景下新兴和关键领域的知识产权新规则和国际新竞争力。

《纲要》明确将“改革驱动，质量引领”作为中国建设知识产权强国时期的工作原则，不断深化中国知识产权管理模式改革。从公共政策评估机制的建立到专利商标审查官的设立，从知识产权服务业监管体系的完善到专门法庭专案审判体系的丰富，《纲要》致力于进一步完善知识产权制度供给和体系输出，形成具有中国特色的知识产权生态保护高地、市场营商环境和可持续发展道路。

《纲要》积极推动中国深度参与全球知识产权治理，扩大知识产权对外开放新格局，优化国际对话沟通机制，统筹推进中国在知识产权领域的国际合作和竞争。发展和WIPO、WTO等国际组织的多边知识产权交流网络，加强国际知识产权人才的培养等被《纲要》明确列为“知识产权中国”建设下一阶段的工作重点。

中国无疑已经成为国际创新版图上极为重要的一极，对于全球知识产权的发展走势具有十分关键的影响。根据WIPO近期发布的《2021年全球创新指数》显示，中国在创新领域的全球排名从去年的第14位上升至今年的第12位，是前15名中唯一的中等收入经济体，在本国人专利申请量、实用新型申请量、外观设计申请量、商标申请量、国内市场规模、提供正规培训的公司占比、高技术出口在贸易总额中的占比、创意产品



出口在贸易总额中的占比以及阅读、数学和科学量表得分（PISA）等9项细分指标上领跑全球。WIPO刚刚发布的《世界知识产权指标》（WIPI）显示，2020年，中国国家知识产权局共受理了150万件专利申请，比排名第二的美国专利商标局受理的申请量（597172件）多2.5倍；共受理了930万件商标申请，占世界总量的54%；受理的外观设计申请中包含了770362项外观设计，占世界总量的55.5%。这些数据表明中国是名副其实的知识产权大国。

WIPO总干事邓鸿森在上任伊始即提出要构建一个平衡包容、充满活力、具有前瞻性的全球知识产权生态体系。随着《纲要》将中国知识产权建设提高到了国际核心竞争力、国家战略性发展资源的高度，WIPO与中国之间的合作也必将进一步走深走实。

我们相信，知识产权已经成为各国、各企业进行创新的关键生产要素和开展国际竞争的核心力量。WIPO正在积极推动其在华全球服务体系的数字化进程，建立运行一系列全球知识产权数据库，开发探索新型人工智能工具，为中国的数字发展、创新发展和可持续发展提供助力。

为了让人人得享知识产权的好处，WIPO正致力于打造一流水平的全球知识产权服务体系，密切关注PCT体系、马德里体系、海牙体系等WIPO全球知识产权服务的中国用户需求，助力中国企业的海外知识产权战略布局；进一步走进中小企业、女性和青年，使知识产权为他们的生活和梦想赋能，帮助他们将创意推向市场。

作为全球性知识产权政策论坛，WIPO支持中国早日加入《工业品外观设计国际注册海牙协定》《保护原产地名称及其国际注册里斯本协定》《商标法新加坡条约》，尽快实施《马拉喀什视障者条约》。WIPO还将通过“世界知识产权日”活动选择一些优秀的知识产权案例，向世界推广中国知识产权的生动故事。WIPO将继续支持中国的知识产权能力建设，推动国际合作机制建设，和中国共同优化国际知识产权合作环境。

WIPO中国办事处作为世界知识产权组织在华的延伸，将不断加强与中国的协调与合作，提高WIPO全球知识产权体系在华的申请量，抓住中国经济发展的机遇和红利；紧密连接媒体、市场和官学商民等各利益攸关方，走进新技术、新兴行业领军人物和新一代，继续为中国各方提供更优质、更及时、更紧密的服务，助力中国知识产权强国建设。



李宗辉 | 南京航空航天大学知识产权研究咨询中心主任

### 知识产权人才培养应当充分发挥学生主观能动性

在《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》（下称《纲要》）的implement中，高校的知识产权人才培养具有十分重要的地位，而除了专门的知识产权法律人才和管理人才培养外，提升具有其他学科尤其是技术相关学科背景学生的知识产权素养，使他们掌握一定的知识产权创造、运用、保护和管理能力，对于全社会的知识产权现代治理体系建构都具有非常积极的作用。工科为主高校的知识产权人才培养应当充分发挥学生的主观能动性，努力做到以下三点：

第一是应其所需。首先，工科为主高校大部分专业的学生在学习和科研的过程中，都有将创新和实验成果专利化的需求，因此，有关专利信息检索、分析和专利申请文件撰写，专利侵权比对等方面的课程内容都极受欢迎。其次，科学研究过程中的学术规范要求与尊重他人知识产权的法律规范要求之间存在着非常紧密



的联系，很多学生也迫切希望通过知识产权相关课程的学习来明确自己的行为边界。再次，从未来的职业发展来看，无论是成为企业、科研院所的研发人员还是管理人员，抑或是专利代理、审查方面的从业人员，工科学生都有系统学习知识产权知识的需求。最后，如火如荼的各类大学生创新创业和技术竞赛等也对参赛团队的专利数量和质量、品牌建设和营销策略等有较高的要求，而相关能力的提升则需要加强知识产权课程的学习。

第二是投其所好。知识产权法律规范体系和管理制度体系涉及内容很多，知识产权法学、管理学等专业学生都需要花费几年的功夫才能较好地掌握和应用。因此，在对工科学生进行知识产权教学和培养时首先要消除他们在学习上的枯燥感和记忆上的畏难情绪，增强趣味性，设计能吸引他们关注或共鸣的问题切入点，进而拓展到相关知识体系的完整内容。例如，针对我校航空航天民航相关专业学生较多的特点，笔者在课堂上重点介绍了“歼十飞机及模型的著作权侵权纠纷案”，以及有关国产C919大飞机上的自主知识产权情况。另外，还从网络游戏版权侵权和不正当竞争案件出发，帮助学生了解并引导他们思考当下移动网络和“泛娱乐”时代IP商业化应用中的潜在利益冲突及法律问题。

第三是尽其所长。要想使工科学生在知识产权学习过程摆脱被动知识接受者的角色，就要真正实施某些形式的“因材施教”和“翻转课堂”，使他们充分结合本专业的知识和技能，从听课者变成讲授者、从困惑者变成思考者。例如，让人工智能学院的学生就人工智能的可专利性以及人工智能产出物的知识产权保护发表其自己观点；让生物科学相关专业的同学就基因专利问题阐述自己的认识；让化工相关专业的同学就方法专利的研发和保护提出自己的见解；让网络安全相关专业的同学分析网络安全与知识产权保护之间的联系等等。这样的教学培养模式不仅可以充分发挥学生的知识特长，激发他们的学习兴趣，而且可以帮助实现《纲要》所追求的“建立健全新技术、新产业、新业态、新模式知识产权保护规则”这一目标。

张合营 | 仲景宛西制药股份有限公司知识产权部经理

### 《纲要》为中医药传承创新指明了发展方向

《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》（下称《纲要》）中说：“推动中医药传统知识保护与现代知识产权制度有效衔接，进一步完善中医药知识产权综合保护体系，建立中医药专利特别审查和保护制度，促进中医药传承创新发展。”《纲要》出台符合国情，擘画出我国经济、可持续发展的长远之策，也给我国中医药传承创新指明了发展方向。

中药“经典名方”是我们老祖宗留下的宝贵财富，是中华文明的印记，倾注了历代仁人志士的心血，从秦汉时期《黄帝内经》奠定中医理论体系，到东汉张仲景的《伤寒杂病论》确立了辨证论治的理论和体系，到金元四大家的出现，再到明清时期瘟病学的产生，可以说，中医药的发展史，就是一部传承创新史，传承精华，守正创新是推动中医药发展的根本动力。地处南阳医圣张仲景故里的仲景宛西制药股份有限公司，是一家国内知名的中药制药企业，企业从八十年代开始挖掘、整理传统“经典名方”，并用现代科学技术对组方、工艺、药理进行研究、实验、分析，探索出一些先进制药方法，为国家制订标准提供了基础资料，生产的仲景牌六味地黄丸年销售额突破四亿元。企业在研究“经典名方”时从药材原产地抓起，探索“公司+基地+农户”模式建立药材基地，确立了



“药材好 药才好”的制药理念，率先在全国三省六地原产地建立原药材种植基地，已通过国家GAP（中药材生产质量管理规范）认证，并建立中药材生产流通可追溯体系，中成药市场流通可追溯体系，实现从中药材种植、生产流通到成药生产全过程的可追溯，整理出从种子、种苗、中药材、饮片到六味地黄浓缩丸共38个标准及生产技术规范，强化了过程监控，保证产品内在成分含量的均一性，批间产品质量的一致性，为“药材好 药才好”提供数据及标准支持，是企业有信息化转向数字化，继而为精细化管理打下了基础，把传统知识和现代知识完美的结合在一起，生产出的中成药产品“让老百姓放心；让老中医放心；让老祖宗放心。”

仲景宛西制药从“传承精华，守正创新”中，积极协助当地政府申报原药材地理标志产品保护，将研发成果、先进工艺、创新的制备方法、技术改造，及时申报专利保护，同时又强化品牌宣传，提炼出其知识产权核心竞争力，目前企业被授权专利80多项，“仲景”商标于2005年获驰名商标保护。

2021年5月12日，习近平总书记来到医圣张仲景故里南阳市，在参观医圣祠时，殷殷嘱托要做好守正创新，传承发展工作，为人民群众提供更加优质的健康服务。习总书记对推动我国中医药传统知识保护与现代知识产权制度有效衔接，促进中医药传承创新发展提出了更高的要求。



王合锋 | 超凡知识产权高级合伙人

### 加快建设知识产权涉外风险防控体系的步伐

中共中央、国务院印发的《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》（下称《纲要》）为我国知识产权事业进入新发展阶段指明了方向。

《纲要》明确提出了要“建立健全海外知识产权预警和维权援助信息平台”“建设知识产权涉外风险防控体系”，这是对知识产权国际服务领域从业者的新要求、新期望。作为中华商标协会商标海外维权委员会的主任委员，超凡知识产权在2002年创立时就设置了国际部，20余年来见证了国际知识产权服务领域的巨大发展与变迁，也曾协助众多国内知名企业打通了走向海外的知识产权通道。然而，伴随着中国企业品牌在全球范围内获得关注和认可，相关商标在海外被抢注也频频出现、问题凸显。

结合《纲要》的新要求、新期望，商标海外预警是打通海外确权和维权的关键环节、也是防范海外风险的关键举措，这方面的工作必须要加强探索。早在2018年，为探索商标海外维权援助的路径，中华商标协会专门成立了商标海外维权委员会。近年来，在中华商标协会的领导下，商标海外维权委员会已连续多年发布了《中华商标协会会员企业商标国际抢注预警报告》《浙江省出口品牌2019商标海外抢注预警报告》《中医药企业商标在海外被抢注情况报告》等10余份覆盖600多家国内知名企业商标在海外被抢注情况的预警报告；同时，围绕商标海外维权主题，商标海外维权委员会还多次邀请高校学者、代理机构专家和企业代表开展了线下座谈会、专题培训会、线上直播课等，为超过400家企业、2000人次传经送宝。

进行海外预警是及时、主动发现知识产权海外侵权线索的根源，是主动打击海外侵权和防范海外知识产权风险的关键举措，也是打造有国际竞争力的知识产权能力的必由之路。相信在《纲要》的指引下，在知识产权管理部门的领导下、在行业组织的带领下、在权利人的警醒下、在代理机构的参与下，建立健全海外知识产权预警和维权援助信息平台、建设知识产权涉外风险防控体系的工作肯定会逐步完善，实现知识产权强国战略目标。■



# 上海菲桐贸易有限公司侵犯“BORDEAUX” 地理标志商标专用权案

王 鉴

上海市浦东新区知识产权局2019年4月成功查获上海菲桐贸易有限公司侵犯法国波尔多葡萄酒行业联合委员会“BORDEAUX”地理标志商标专用权案件，查扣涉案侵权的葡萄酒计1608箱。该案案值较大，上海市浦东新区知识产权局联合公安、检察院及时启动行刑衔接，追究侵权人刑事责任，最后被上海市浦东新区人民法院判处刑事处罚。该案的查处前后正值第二届中国国际进口博览会隆重召开，中国与欧盟签署关于地理标志保护协议之际，很好地体现了中国严格知识产权保护，加强地理标志保护的决心和力度，为双边协定的签署做了最好的注解。

## 一、案情简介

2019年4月25日，浦东新区知识产权局接到成都市市场监督管理局线索告知，上海菲桐贸易有限公司在成都举办的第100届全国糖酒商品交易会上展出涉嫌侵犯波尔多葡萄酒行业联合委员会“BORDEAUX”注册商标（地理标志集体商标）专用权的葡萄酒。虽然该商标侵权纠纷现场经过调解，以下架了结，但办案人员凭着高度的责任感和职业敏感度，认为当事人很有可能还存在侵权行为。遂对当事人位于浦东新区惠南镇的住所地址，及松江区泗泾镇的实际经营地、松江区九亭大街的仓储地进行全面彻查，发现了当事人涉嫌生产销售侵权红酒的违法事实，并扣押涉嫌侵权的标有“BURKE LAFAEL BORDEAUX 2007”“伯克拉斐干红葡萄酒”字样的葡萄酒657箱、标有“BURKE

LAFANEL BORDEAUX 2010”“伯克拉斐干红葡萄酒”字样的葡萄酒699箱、标有“BURKE LAFAEL BORDEAUX 2015”“伯克拉斐干红葡萄酒”字样的葡萄酒252箱（共计1608箱）。

经查：2018年7月起，当事人委托烟台奥威依曼酒业有限公司加工生产“伯克拉斐”系列干红葡萄酒，由当事人提供酒瓶、酒盖、酒标、酒帽、瓶塞、内外箱等包装物料。当事人在未取得BORDEAUX注册商标权利人波尔多葡萄酒行业联合委员会的授权和许可的情况下，擅自在伯克拉斐2007干红葡萄酒、伯克拉斐2010干红葡萄酒、伯克拉斐2015干红葡萄酒三款葡萄酒的酒瓶标贴上标注了“BORDEAUX”字样。上述标有“BORDEAUX”字样的酒标系当事人提供内容并委托深圳大卫福音包装设计有限公司设计、生产，再提供给烟台奥威依曼酒业有限公司加贴。上述三款标有“BORDEAUX”字样的伯克拉斐干红葡萄酒6瓶/每箱，标价40元/瓶，合计违法经营额385920元。

另查明：BORDEAUX是波尔多葡萄酒行业联合委员会在中国注册的商标（地理标志集体商标），商标注册证号为第19564618号，有效期至2027年7月20日，核定使用商品为（第33类）：葡萄酒（截止）。

## 二、处理结果

当事人生产销售上述侵权商品的行为构成了《中华人民共和国商标法》第五十七条：有下列行



为之一的，均属侵犯注册商标专用权……“（一）未经商标注册人的许可，在同一种商品上使用与其注册商标相同的商标的”所指之行为。鉴于涉案商品数量较多、案值较大，达到刑事追诉标准，根据《中华人民共和国行政处罚法》《行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定》等相关规定，将该案移送浦东公安部门追究刑事责任。

2020年6月4日，浦东新区人民法院依法作出刑事判决，判处被告单位上海菲桐贸易有限公司犯假冒注册商标罪，处罚金人民币十万元；被告人诸葛某某犯假冒注册商标罪，判处有期徒刑一年六个月，缓刑一年六个月，罚金人民币五万元；查获的假冒注册商标的葡萄酒予以没收。禁止被告人诸葛某某在缓刑考验期限内从事食品生产、销售及相关活动。



涉案侵权的葡萄酒

### 三、案件意义

1、落实涉外地理标志保护，加大知识产权保护力度。该案的查处正值第二届中国国际进口博览会隆重召开，中国与欧盟签署关于地理标志保护协议之际，很好地体现了中国严格知识产权保护，加强地理标志保护的决心和力度，为双边协定的签署做了最好的注解。本案的成功判罚或成为涉外地理标志侵权而追究刑事责任的第一案。

2、推进保护合作机制协调，提升知识产权保护效能。本案办案人员由外地一个展会的线索查起，通过了缜密的案情分析和证据排查，对当事人住所、实际经营地址、仓储地址进行了全面的调查，在兄弟单位的支持下，顺利查扣了涉案的1600多箱红酒。及时启动行刑衔接，多次与公安、检察院沟通，实现行刑无缝衔接，按照刑事追诉标准扎实取证，顺利将案件移送刑事处理。最后人民法院成功作出刑事判决，有效地震慑了侵权人，大幅提升了地理标志保护的影响力。



上海市浦东新区知识产权局办案人员全面彻查当事人仓储地

3、探索认罪认罚诉前调解，营造健康有序营商环境。该案主要责任人接公安机关电话通知后到案，如实供述了上述犯罪事实，在司法审理过程中，积极与权利人波尔多葡萄酒行业联合委员会协商，赔偿其17.5万元，并获得权利人谅解，由此法院最后作出从轻判罚。该案的成功处理，很好的落实了认罪认罚从宽制度，既规范了市场经济秩序，保护知识产权权利不受侵犯，又尊重了权利人意志，调和了社会纠纷矛盾，有利于上海优良营商环境的营造。■

作者单位：上海市浦东新区知识产权局





# 幸福时光 分享有云

有 **天翼云盘** 家庭共享空间 我家的数字生活更多爱

独立空间 成员共有 互联互通 家庭共享



扫码即刻体验

有云5G hello  
更精彩

中国电信  
全面推出 **5G云套餐**





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



[www.ccpit-patent.com.cn](http://www.ccpit-patent.com.cn) Email: [mail@ccpit-patent.com.cn](mailto:mail@ccpit-patent.com.cn)



官方微信公众账号

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

# KANGXIN IP PLATFORM 康信IP平台

知识产权便捷解决方案

service.kangxin.com | 🔍

商标  
生命  
周期  
管理

- 商标查询
- 商标注册
- 商标续展
- 驳回复审
- 商标变更
- 商标转让
- 商标监控
- 商标异议
- 商标地图

KANGXIN

## 多种服务 任您选择



### 智能商标查询

AI图形识别 | 大数据分析  
深度学习



### 全球商标注册

世界多地覆盖 | 专业团队



### 全球电商监控

全球140+电商平台 | 7x24h监控  
在线投诉



### 智能商标监控

AI技术 | 定期监控



### 时间戳认证

版权保护 | 秒获认证



### 商标管理

资深专家 | 定制服务



客户服务邮箱: [tm@kangxin.com](mailto:tm@kangxin.com)  
北京康信知识产权代理有限责任公司

**编者按：**窃盗不生权利，毒树不结善果。对于恶意申请注册的商标，即使经过使用形成一定的商业规模，具有一定的知名度，也不予法律上的承认和保护。对恶意注册、滥用商标权的行为，不仅要坚决予以依法制止，还要综合运用信用惩戒、“败诉反赔”、判决变更权利归属等措施，让违法者付出必要代价。本文介绍的最高人民法院对俄罗斯乌苏里斯克市巴里赞姆开放式股份公司与绥芬河市传峰经济贸易有限责任公司进行边贸合作过程中产生的商标权权属、侵害商标权纠纷的最终裁判，正是最高人民法院遵循诚实信用和公平原则、弘扬社会主义核心价值观的体现，切实保护了外国当事人合法的商标权益。

## 遵循诚实信用原则 遏制恶意注册、使用商标行为

——评“巴里赞姆”“虎头”等系列商标权权属、侵害商标权纠纷案

李 嵘

### 案 情

当事人

再审申请人（一审原告、二审上诉人）：俄罗斯乌苏里斯克市巴里赞姆开放式股份公司（简称俄罗斯巴里赞姆公司）

被申请人（一审被告、二审被上诉人）：绥芬河市传峰经济贸易有限责任公司（简称传峰公司）

被申请人（一审被告、二审被上诉人）：绥芬河市巴里赞姆酒业有限公司（简称绥芬河巴里赞姆公司）

案由：商标权权属、侵害商标权纠纷

俄罗斯巴里赞姆公司一审诉称其自1999年起在中国大陆于酒类商品上广泛使用其“巴里赞姆”“虎头”等系列商标。传峰公司从1999年起与俄罗斯巴里赞姆公司合作，使用该公司相关商标经销虎头系列滋补酒。2003年2月28日，传峰公司未经许可在中国大陆以自身名义申请了俄罗斯巴里赞姆公司的“巴里赞姆”“虎头”等系列商标，并转让给其关联公司绥芬河巴里赞姆公司，阻止俄罗斯巴里赞姆公司商品进入中国大陆市场，给该公司造

成了巨大损失。请求法院判令：1.宣告中文版《授权书》无效，确认解除俄罗斯巴里赞姆公司依据俄文版《授权书》对传峰公司的任何授权；2.确认传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司之间转让第3470263号等注册商标的行为无效；3.确认绥芬河巴里赞姆公司名下的第3470264号等商标申请和注册均属于俄罗斯巴里赞姆公司所有；4.传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司在三十日内无条件协助俄罗斯巴里赞姆公司将涉案商标注册和商标申请转移到俄罗斯巴里赞姆公司名下，并由传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司承担全部相关费用；5.确认传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司使用涉案第3470264号注册商标的行为构成对俄罗斯巴里赞姆公司商标侵权并判令传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司连带赔偿俄罗斯巴里赞姆公司经济损失及合理支出共计人民币50万元……

### 审 判

黑龙江省哈尔滨市中级人民法院一审认为：传峰公司在中国注册11个涉案商标符合《授权书》中文版的约定。该公司将涉案商标转让给绥芬河巴里



赞姆公司的行为有效。绥芬河巴里赞姆公司及传峰公司使用涉案商标合法。判决：驳回俄罗斯巴里赞姆公司的诉讼请求。

黑龙江省高级人民法院二审认为：涉案商标由传峰公司申请、经商标局依法核准注册并由绥芬河巴里赞姆公司受让取得，俄罗斯巴里赞姆公司申请在中国领土延伸未获准，其对传峰公司注册商标提出的异议申请未获支持。涉案商标的权利人是传峰公司和绥芬河巴里赞姆公司，而非俄罗斯巴里赞姆公司。判决：驳回上诉，维持一审判决。

俄罗斯巴里赞姆公司不服，向最高人民法院申请再审。最高人民法院于2019年12月26日作出（2018）最高法民申2817号民事裁定再审本案，并于2020年12月17日作出（2020）最高法民再24号民事判决：1.撤销二审判决；2.撤销一审判决；3.确认传峰公司与绥芬河巴里赞姆公司之间转让第3470263号等11个注册商标的行为无效；4.确认绥芬河巴里赞姆公司名下的第3470264号等20个涉案商标的申请和注册均属于俄罗斯巴里赞姆公司所有；5.传峰公司与绥芬河巴里赞姆公司于判决生效之日起三十日内协助将涉案商标全部转移至俄罗斯巴里赞姆公司并承担全部费用；6.驳回俄罗斯巴里赞姆公司的其他诉讼请求。一、二审案件受理费各8800元，由俄罗斯巴里赞姆公司负担5600元，传峰公司与绥芬河巴里赞姆公司负担12000元。

最高人民法院认为：（一）关于中文版《授权书》的效力。俄罗斯巴里赞姆公司签署《授权书》的目的是为使传峰公司拥有合法经营权，保障销售俄罗斯巴里赞姆公司的产品，故授权传峰公司在中国注册使用该公司在俄罗斯联邦已经获准注册的商标。俄文版《授权书》与中文版《授权书》无本质区别，不影响对中文版《授权书》的效力认定。俄罗斯巴里赞姆公司具有民事行为能力，其已在中文版《授权书》上签名并加盖公章，该授权书合法有效。中文版《授权书》属于单方民事法律行为，俄罗斯巴里赞姆公司可以随时变更或撤销其授权。

（二）关于涉案商标是否应返还俄罗斯巴里赞姆公

司。首先，俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司签订《合同》及其二份《补充协议》，约定俄罗斯巴里赞姆公司向传峰公司供货，合同有效期至2006年12月31日。俄罗斯巴里赞姆公司为虎头系列酒的制造商，传峰公司为经销商。俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司存在的买卖合同关系是前者签署《授权书》的前提和基础。其次，中、俄文版《授权书》签署目的均为为确保俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司之间买卖合同的履行，将原本属于俄罗斯巴里赞姆公司的商标授权传峰公司注册使用。双方买卖关系终止，授权目的已无法实现，授权亦应终止。最后，传峰公司与绥芬河巴里赞姆公司法定代表人同为姚传明、股东同为姚传明及其妻子张凤艳，两公司为关联公司。俄罗斯巴里赞姆公司为销售其酒类产品授权传峰公司注册使用其巴里赞姆及虎头系列商标，传峰公司不享有转让上述涉案商标之权利。传峰公司自2003年2月28日起申请注册商标，共获准注册第3470263号等11个商标。传峰公司在明知《授权书》的签订意图、俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司经销关系已经终止的情况下，于2011年3月27日起陆续将上述11个商标转让给其关联公司绥芬河巴里赞姆公司，其商标转让行为具有明显恶意，损害了俄罗斯巴里赞姆公司的利益，其转让行为无效，上述11个商标应返还给俄罗斯巴里赞姆公司。对于此后绥芬河巴里赞姆公司申请注册的第7959666号等14个商标，绥芬河巴里赞姆公司明知俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司之间的经销关系已终止数年，仍然在相同或类似商品上申请注册与其受让自传峰公司的11个商标相同或者近似的商标，亦具有损害俄罗斯巴里赞姆公司利益的恶意，其后续申请注册的相关商标应一并返还给俄罗斯巴里赞姆公司。（三）关于传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司的被诉侵权行为是否构成侵害俄罗斯巴里赞姆公司涉案商标权。首先，俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司于2006年6月23日签订《补充协议》，约定俄罗斯巴里赞姆公司向传峰公司供货，合同有效期延长至2006年12月31日。俄罗斯巴里赞



姆公司还签署了中文版《授权书》授权传峰公司注册并使用其商标。传峰公司使用涉案商标并销售上述商品，具有合法依据。其次，《授权书》未明确俄罗斯巴里赞姆公司授权传峰公司使用涉案商标的期限。俄罗斯巴里赞姆公司于2014年12月起诉前，未向传峰公司通知授权其注册使用涉案商标的期限届满，亦未主张传峰公司及绥芬河巴里赞姆公司返还涉案商标权，故传峰公司在收到俄罗斯巴里赞姆公司起诉状副本前的行为不构成侵害涉案商标权。最后，传峰公司在其官网上刊登文章及该公司于2012年9月13日向俄罗斯巴里赞姆公司发出函件的内容均不足以证明传峰公司已经全部销售完由俄罗斯巴里赞姆公司提供的虎头系列酒。综上，传峰公司及绥芬河巴里赞姆公司于收到起诉状副本前的被诉侵权行为，不构成侵害涉案商标权。

### 重点评析

一、对恶意注册、转让商标、滥用商标权的行为，运用判决变更权利归属等措施，让违法者付出必要代价

该案中，传峰公司与绥芬河巴里赞姆公司法定代表人同为姚传明、股东同为姚传明及其妻子张凤艳，两公司密切关联。俄罗斯巴里赞姆公司为销售其虎头系列酒授权传峰公司注册使用其“巴里赞姆”“虎头”等11个系列商标，传峰公司并不享有转让上述涉案商标之权利。传峰公司在明知《授权书》的签订意图、俄罗斯巴里赞姆公司与传峰公司经销关系已经终止的情况下，陆续将11个商标转让给其关联公司绥芬河巴里赞姆公司的行为具有明显恶意，损害了俄罗斯巴里赞姆公司的利益，其转让行为无效，涉案商标应返还给俄罗斯巴里赞姆公司。

关于绥芬河巴里赞姆公司后续自行申请注册的14个商标，是否应一并返还给俄罗斯巴里赞姆公司的问题。首先，如果绥芬河巴里赞姆公司未从传峰公司受让11个涉案商标，其后续自行申请注册的

14个商标因与传峰公司申请注册的11个涉案商标构成同一种或者类似商品上的相同或者近似商标而不可能获准注册，即绥芬河巴里赞姆公司从传峰公司受让11个涉案商标是该公司后续申请商标获准注册的前提基础。鉴于传峰公司转让涉案商标具有损害俄罗斯巴里赞姆公司利益的恶意，其关联公司绥芬河巴里赞姆公司后续自行注册相关商标亦具有明显恶意，故其名下的相关商标理应一并返还俄罗斯巴



里赞姆公司。其次，根据《商标法》第四十九条第二款“转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让”的立法原意，如果商标注册人在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似商标不一并转让，将导致不同的商标权利人享有同一种或者类似商品上的相同或者近似商标，可能造成相关公众对商品的来源产生混淆误认。该案中，如果仅判决传峰公司返还涉案系列商标，不判令绥芬河巴里赞姆公司返还相关商标，将造成俄罗斯巴里赞姆公司与绥芬河巴里赞姆公司同时享有“巴里赞姆”“虎头”等系列商标的局面，相关公众将混淆此类酒产品的来源。鉴于此，最高人民法院判令绥芬河巴里赞姆公司将其后续自行申请注册的相关商标一并返还给俄罗斯巴里赞姆公司。

窃盗不生权利，毒树不结善果。对于恶意申请注册的商标，即使经过使用形成一定的商业规模，具有一定的知名度，也不予法律上的承认和保



护。对恶意注册、滥用商标权的行为，不仅要坚决予以依法制止，还要综合运用信用惩戒、“败诉反赔”、判决变更权利归属等措施，让违法者付出必要代价。<sup>[1]</sup>该案的最终裁判，正是最高人民法院遵循诚实信用和公平原则、弘扬社会主义核心价值观的体现，切实保护了外国当事人合法的商标权益。

二、不为成规束缚、不为形式纠缠，透过表象看清本质

从表象上看，传峰公司注册涉案商标具有合法依据，即俄罗斯巴里赞姆公司签署了《授权书》，授权传峰公司注册使用该公司的商标。此后传峰公司将涉案商标转让给其关联公司也办理了形式合法的转让手续。绥芬河巴里赞姆公司在同一种或者类似商品上申请注册与涉案商标相同或者近似的商标，亦经商标行政部门办理手续，形式上属于合法注册商标。在涉案商标的异议复审程序中，商标行政部门经审查认为涉案商标具有注册的合法依据《授权书》，传峰公司注册涉案商标未违反商标法的相关规定。一、二审法院亦仅从上述形式合法的角度认定涉案商标应归传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司享有，在传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司合法享有涉案商标的情况下，其对涉案商标的使用具有合法性。如果仅从表象上对该案进行审理，不难得出商标行政部门及一、二审的上述结论。

然而，从深层次考量，俄罗斯巴里赞姆公司在俄罗斯联邦注册了“巴里赞姆”“虎头”等系列商标，自1999年起将生产的酒类商品销往中国大陆，传峰公司仅为经销商。俄罗斯巴里赞姆公司授权传峰公司在中国注册并使用涉案商标，目的是销售其生产的酒类产品，并无将其商标权益转让给传峰公司之意。在俄罗斯巴里赞姆公司停止供货后，传峰公司作为销售商，并不生产酒产品，从诚实信用的角度，此时传峰公司即应将涉案商标归还给俄罗斯巴里赞姆公司，并协助办理相关手续。但是，传峰公司为继续占有并控制涉案商标，将涉案商标恶意转让给其关联公司，同时其关联公司又自行在同一种或者类似商品上申请注册了相同或者近似商标，

实为以合法形式达到恶意占有他人商标的目的。

最高人民法院不为成规束缚、不为形式纠缠，穿透案件事实表象看清案件的本质，从当事人的基础合同关系、授权注册商标的目的、被授权方转让商标的意图、被授权方关联公司注册商标的意图等方面综合判断，得出涉案商标应归属俄罗斯巴里赞姆公司的结论。同时，考虑到传峰公司注册涉案商标时具有俄罗斯巴里赞姆公司的合法授权，《授权书》未明确约定使用期限、根据授权目的推出的授权期限届满后，俄罗斯巴里赞姆公司并未通知传峰公司其注册使用涉案商标的期限届满，故最高人民法院认定传峰公司、绥芬河巴里赞姆公司在接到起诉状副本前使用涉案商标的行为不构成侵害俄罗斯巴里赞姆公司的商标权。

## 结 语

公者无私之谓也，平者无偏之谓也。该案是俄罗斯公司与中国公司进行边贸合作过程中产生的商标权属、侵害商标权纠纷。涉外案件案情复杂，双方当事人提交证据较多，适用法律难以把握，平等保护成为衡量知识产权保护水平和能力的重要标志。最高人民法院在查明案件事实后，未偏袒中国一方当事人，而是充分考虑双方当事人合法的商标权益，遵循国民待遇和平等保护原则，平等保护中外当事人。通过案件的公正裁判实现平等保护所营造的良好营商环境，将大大降低外国商标权利人在我国从事商业活动的成本，是我国知识产权制度自信的重要体现。■

作者单位：最高人民法院

## 注 释：

[1] 摘自最高人民法院民三庭原庭长胡仕浩在全国法院知识产权审判工作座谈会上的总结讲话（2020年11月12日）。



# 新《商标法》第四条的法律适用研究

谢采洪

关于“不以使用为目的恶意商标注册申请”的调整对象为何，有学者认为该新增内容调整的对象为不以使用目的且具有恶意的商标注册申请，具体表现为商标囤积行为。但也有学者认为，第四条修改主要在于规制商标的恶意注册申请行为，而非仅仅适用于商标囤积行为。法律调整对象的不明确会严重影响法律条款的具体适用。因此本文拟在论证新《商标法》第四条的调整对象为何的基础上，借鉴以往司法实践的经验分析该新增内容的具体法律适用条件，以促其在商标审查阶段发挥应有的价值。

## 一、《商标法》第四条新增内容的调整对象

（一）《商标法》第四条新增内容的立法目的在于使用

首先在历史解释上，根据立法文件显示，立法者修订《商标法》第四条的目的是为了重点打击不以“使用为目的”的商标注册申请。全国人大宪法和法律委员会在修正案草案审议结果的报告中指出：“草案在商标法第4条第1款中增加规定：‘不以使用为目的的商标注册申请，应当予以驳回’。有些常委会组成人员提出，考虑到已经取得商标注册并实际使用的企业为预防性目的申请商标注册的实际情况，对此类申请不宜一概驳回。宪法和法律委员会经研究，建议修改为：‘不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回。’”简言之，该新增内容原本仅规制“不以使用为目的”的商标注册行为，但考虑到企业为防御性目的申请商标注册的情形最后在正式通过的修正案中增加了“恶意”。也就是说，“恶意”仅是对“不以使用为目的”的限制，将“非恶意”的不以使用为目的的商标注册申请排除在该新增内容的调整范围之外。

其次在目的解释上，国家相关部门明确说明第四条修改的目的就在于打击商标囤积注册行为。国家知识产权局条法司对第四条新增内容进行了解读：认为近年来出现了以傍名牌为目的的恶意申请和为转让牟利而大量囤积商标等问题。对前一类恶意申请行为，现行法律具有较为明确的规制，近年来打击力度很大，使其得到有效遏制。但是，对于囤积注册行为的规制，法律仅有原则性规定，缺乏直接的、明确的、可操作性的条款，导致实际操作中打击力度不够。本次修改是从源头上制止恶意申请注册行为，使商标申请注册回归到以使用为目的的制度本意。上述以傍名牌为目的的商标注册申请是一种明显的恶意商标申请行为，但是根据常识而言，傍名牌申请商标注册行为本身就有使用目的，其在字面上就与第四条的意思相矛盾，导致第四条无法适用。因此，具有使用目的但是存在恶意的商标注册申请行为并不在其调整范围之内。

最后从体系解释上，新增内容作为《商标法》第四条第1款的后句，其应当符合前句的立法目的。第四条第1款前句是：“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。”该句表明相关主体向商标局申请注册商标应当具有在生产经营活动中使用商标的目的。因此，新增加的后半句应当衔接前文“为使用目的申请商标”的立法目的。即从体系上解释，《商标法》第四条新增内容的核心重点也应当在于商标的使用要求。

（二）《商标法》第四条的性质强调打击扰乱商标注册秩序、损害公共利益行为

在2019年《商标法》修改之前，司法实践已经通过法律解释的方式逐渐将新《商标法》第四条作为绝对的禁注册事由，而“修正案”的通过则是正式



将《商标法》第四条第1款确立为独立的绝对禁注事由。由此，该新增内容的立足点在于打击扰乱商标注册秩序、损害公共利益的行为，而不是用于实现相对禁注事由规制的侵犯个别权利人利益的侵权行为作用。

恶意商标注册情形主要可分为恶意抢注与商标囤积两类，其中恶意抢注行为所侵害的则主要是私人权益，其与《商标法》第四条新增内容强调对公共利益维护的立足点不相符合。如在“乔丹案”中，最高人民法院虽然将“乔丹公司申请注册争议商标时是否存在主观恶意”作为认定569号“乔丹”商标注册是否侵害再审申请人姓名权的重要考量因素，但是亦认定“569号”乔丹商标的注册不属于扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源的行为。也就是说，最高人民法院认为恶意抢注注册涉及他人在先权益的行为并不属于扰乱商标注册秩序、损害公共利益的行为。其次，恶意抢注行为属于商标禁止注册的相对理由，其均与《商标法》第四条作为商标禁止注册的绝对理由无关。因此在具体的法律适用中应当将恶意抢注行为与商标囤积注册行为区别开来，前者并不在《商标法》第四条的调整范围之内。

终上，根据立法文件、立法者的意见、以及新增内容在法律条文中所处的地位，其调整对象为不具有使用目的且具有恶意的商标注册申请行为，其中“不以使用为目的”是认定的重点，“恶意”仅是对前者的限制。

## 二、“不以使用为目的”的判定

“不以使用为目的”和“恶意”两者都是《商标法》第四条新增内容适用时应当重点考虑的要件，但当前立法与司法实践均未对该二要件的具体内涵进行界定。为此笔者下面首先对“不以使用为目的”进行界定，探讨实践中“不以使用为目的”的真实含义以及其具体的判定标准。

### （一）“使用”的应有之义

在商标审查阶段，“使用目的”的判定应结合

我国商标制度架构进行认定。我国商标注册申请不以实际使用为条件，采用注册申请制度。因而在商标审查阶段，认定商标注册申请行为是否具有使用目的不应当对申请资格具有太多的要求。如果要求商标申请人在商标审查阶段就提供证据表明其已经使用其申请的标志，则会与我国商标注册取得制度相违背，变相确定使用取得商标制度。因此，在商标审查阶段商标申请人无需证明其申请注册的标志已经切实在生产经营中使用，只要表明其具有使用可能性即可。

在商标审查阶段，“使用目的”的确定还应当与“撤三”制度相协调。撤三制度是基于注册商标实际上不使用的确定事实。因此，在商标审查阶段审查商标注册申请行为是否具有使用目的就应当为“撤三”制度作用的发挥留有余地，也就是不应当审查商标注册申请是否具有实际使用的行为，只需审查其是否具有使用的可能性。

### （二）“使用目的”的认定

如上所述，“使用目的”在商标审查阶段应当被理解为“使用的可能性”，对其的认定条件也应当从该定义出发。

商标囤积行为是《商标法》第四条新增内容规制“不以使用为目的的恶意商标注册申请”的主要情形，而司法实践规制商标囤积情形的案例已经比较丰富，因此可以通过借鉴当前司法实践对商标囤积进行规制的经验认定“不以使用为目的”的条件。在《商标法》修订之前，司法实践主要通过商标无效阶段对商标囤积行为进行规制，法律适用主要有以下三种情形：（1）适用《商标法》第四十四条第一款，认定商标囤积行为构成“其他不正当竞争手段”；（2）适用《商标法》第四条及《商标法》第四十四条第一款认定商标囤积行为构成“其他不正当手段”；（3）适用《商标法》第四条及《商标法》第七条认定商标囤积行为构成违反诚实信用原则。笔者以“商标囤积”为关键词并按照上述三种法律适用情形的案例各20个进行了案例分析。通过分析发现，虽然规制商标囤积行为所适用的法律存在差异，但法院在认定是否存在商标囤积



行为时均集中考量以下因素：

(1) 商标持有人持有的注册商标数量：商标囤积行为涉及的商标大多需要有数十个以上，难以就单一商标申请行为认定存在商标囤积。

(2) 商标持有人的性质：该因素主要用于从客观上考量商标持有人是否具有将其持有的众多商标投入生产经营活动中的能力，也就是是否具有实际的使用意图。对于自然人持有人而言，如果其申请商标数量众多，法院直接认定其没有使用意图；对于企业持有人而言，法院会基于企业的生产经营范围或生产经营能力等方面进行综合考量。

(3) 使用意图：法院会基于商标持有人提供的证明其申请商标的使用意图证据或者是商标创作意图来源考量持有人对于其持有的众多商标是否存在真实的使用目的。

(4) 申请注册商标/持有商标的性质：该因素主要是考量商标持有人所持有的商标是否存在与在先商标、驰名商标、在先权益或者其他在先/著名标识或标志存在相同或相似。

上述要素并非是割裂的，认定是否存在商标囤积行为需要综合多个要素进行考量，其中商标持有人持有的注册商标数量、商标持有人的性质是必备考量因素，而使用意图也是大多数法院会参考的认定因素。至于申请注册商标/持有商标的性质，其不是认定商标囤积行为的充分要件，需要结合申请/注册商标数量要素一起认定。

然而上述商标囤积行为均是在商标无效阶段进行的认定，不能直接将其适用于商标审查阶段对商标注册申请行为是否具有使用可能性认定。具体而言，商标申请人持有的注册商标数量、商标申请人的性质是商标审查机构应当主动审查的要素，商标审查机构综合该两要素并参考申请/持有的商标性质初步判断申请人是否存在商标囤积行为。申请人持有注册商标数量大，申请注册/持有的商标存在于他人在先商标等相同或相似的情形，且根据其生产经营能力或生产经营范围如果难以将数量众多的商标投入使用则可初步认定存在商标囤积行为。如果申请人持有的注册商标数量正常且根据申请人个人的

生产经营能力，申请人对其申请注册的商标存在使用的可能性，则不宜认定存在客观商标囤积行为。在“姜惠娟与维多利亚的秘密商店品牌管理公司、国家工商行政管理总局商标评审委员会行政二审案”中，申请人除诉争商标外还在9个商品或服务类别上申请注册了“VICTORIA'S SECRET”（维多利亚秘密）商标，但法院认为申请人申请商标数量较少，且对于申请人而言均具有使用性，且无证据证明诉争商标申请注册时引证商标在中国大陆已经具备较高的知名度，因此法院并不认定申请人具有商标囤积的意图。

如果认定存在商标囤积行为，下一步就是商标申请人举证证明其存在真实的使用目的，在这里申请人可以提供证据证明其存在使用申请商标的意图或者其申请注册商标的创作灵感来源。关于使用意图，证明标准并非要求申请人证明其已经使用申请注册的商标，而只需在结合申请人的性质基础上认定存在切实使用意图即可。

### 三、“恶意”的判定

在确定“不以使用为目的的恶意商标注册申请”的适用范围时，对“恶意”进行确定与认定“不以使用为目的”具有同等地位的意义。但是实践中关于“恶意”的含义却存在诸多不同的理解，这些误解反向导致该新增内容难以准确适用。

#### （一）“恶意”的应有之义

新《商标法》第四条新增内容的调整对象为“不以使用为目的”且具有“恶意”的商标注册申请。而根据全国人大宪法和法律委员会对修正案草案审议结果的报告，“修正案”在“修正案草案”的基础上，在“不以使用为目的的商标注册申请”中增加“恶意”一词的原因在于将企业为了防御目的而申请商标的行为排除在“不以使用为目的”商标注册申请之外。也就是认为“企业为防御目的”系一种“非恶意”行为，可以不受该条款的调整。即“恶意”在新增内容中系一个限制排除要件，排除的作用在于将“非以使用目的+非恶意”排除在“非



以使用目的+恶意”之外。而限制的作用则是指并非所有的“非以使用为目的”的商标注册申请都在新增内容的调整范围之内，只有“非以使用为目的”且具有“恶意”的商标注册申请才是该新增内容的调整内容。

“恶意”为限制要件，“非恶意”为排除要件，要发挥“恶意”的限制排除作用，需要认定此处的“恶意”是对什么产生的，区分恶意和非恶意的界限。恶意商标注册包括商标囤积行为和恶意抢注行为，两者中均有“恶意”的要件，但两者的恶意存在不同。新《商标法》第四条作为商标禁止注册的绝对理由，其立法目的为打击扰乱商标注册秩序和不正当占用公共资源的行为，因而商标囤积或者说新《商标法》第四条新增内容中的“恶意”是对“商标注册秩序与公共利益”产生的恶意。而恶意抢注中的恶意则侧重于对私人权益的影响，主要涉及商标禁止注册的相对理由。因而在界定新《商标法》第四条新增内容的“恶意”时不应当将恶意抢注所针对私人权益的“恶意”涵盖进来。

## （二）“恶意”的界定

《商标法》第四条新增内容的“恶意”是对“商标注册秩序和公共利益”的恶意，虽然“不以使用为目的”本身并不等于“恶意”，但是分析作为主观要件“恶意”的具体含义需要从客观行为“不以使用为目的”入手，允许从客观行为推断主观，也就从“非以使用为目的”的注册申请行为入手去界定申请人的申请行为是否对“商标注册秩序和公共利益”存在影响。

通过上述案例分析可以发现，司法实践中常见的“不以使用为目的”且具有“恶意”的商标注册行为是“批量囤积，囤而不用”的行为，此类商标注册申请严重占用公共资源，与商标法主张使用的立法目的相违背。具体表现为如下：如果商标申请人在自己的经营范围之内注册过多商标导致不可能实际使用或者在经营范围之外的商品类别上注册大量商标导致不可能使用的，法院会根据该“非以使用为目的”的申请行为认定其在主观上存在恶意。

在一个案例中商标申请人注册资本仅为3万元、经营范围为“电子产品研发、办公用品批发”，却申请注册四百余件商标，因此法院认定该商标申请注册行为已超出其生产经营所需和能力范围，申请人在不同商品或服务上申请多个案涉商标，明显属于商标囤积的行为，可能对其他市场主体基于经营需要注册商标造成了阻碍，也扰乱了正常的商标注册秩序。

其次，在司法实践中也存在商标申请人申请注册多个商标并用于转售获利的情形，此种行为严重扰乱商标注册秩序。2020年4月29日，商标局适用新《商标法》第四条驳回了第40087058号“妮家臣NIJIACE”商标的注册申请。在该案中，商标申请人已注册及已申请尚未注册的商标共计233件，由于商标申请注册时间持续较长，商标局难以认定其申请商标数量巨大，存在商标囤积的情形。但商标局发现申请人已注册或仍处申请阶段的商标大部分在××网上被公开出售。由此商标局认为申请注册如此多件商标的目的，并非是为了满足正常经营需要，而是为了出售获取利益。最后，商标局以申请人属于“不以使用为目的的恶意商标注册申请”情形，驳回其申请。

## 四、结语

总而言之，新《商标法》第四条新增内容的立法目的在于打击商标囤积等不以使用为目的且具有恶意的商标注册申请行为，从而实现商标注册申请在于使用的制度目的。在明确前述立法目的的基础之上，可以借鉴以往司法经验分析该新增内容中“使用目的”与“恶意”两要素在商标审查阶段的具体含义与判定标准，从而促进该新增内容在司法实践与商标审查过程中的制度作用的发挥。

作者单位：华东政法大学

注：本文获“万慧达杯”2021中华商标协会全国高校商标热点问题征文比赛研究生组特等奖。



# 让子弹飞一会儿

——从第7871186号“花好月圆”商标无效宣告案看剧情如何反转

王阳

“花好月圆”这个成语通常被人们用来比喻生活美好幸福，尤其每年中秋节时常被人们作为吉祥祝福语广泛使用。中秋节作为我国的传统节日，最大的特色之一就是吃传统美食——月饼。那么有没有人将“花好月圆”这个与中秋节关联性极强的成语作为商标，在30类“月饼”这个商品上注册并使用呢？笔者通过查询发现还真的没有。没能获准注册不代表没人试图注册，今天就来一件差点在“月饼”这个商品上获准注册的“花好月圆”商标的无效宣告案，案件的剧情反转非常耐人寻味。

2009年11月30日，深圳市多多实业有限公司向商标局申请注册第7871186号“花好月圆”商标，

指定使用商品为第30类“月饼、饼干、糕点”等。商标局驳回了该注册申请，驳回理由为与注册在先的第4380847号“花好月圆”商标（目前已无效丧失商标专用权）、第320715号“月圆牌”商标构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。深圳市多多实业有限公司并没有放弃，在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上申请了复审。由于上述两件在先权利障碍商标指定使用商品与复审商品“月饼、饼干、面包、糕点”不属于同一种或类似商品，故商标局于2012年2月22日在驳回复审决定书中裁定：第7871186号“花好月圆”商标指定使用的“月饼、饼干、面包、糕点”商品与上述两在先权利障碍商标指定使用的“糖、大米”等商品不属于同一种或类似商品，故不构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。结论：第7871186号“花好月圆”商标在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上的注册申请予以初步审定。但是，还不等申请人高兴，第7871186号“花好月圆”商标就在初审公告期内被异议了。

2012年10月11日北京好利来企业投资管理有限公司（以下简称异议人）对该商标的初步审定提出异议。异议理由概述为：



1、该商标与异议人在先已获准注册的第11200637号“好利来花好月圆”商标构成使用在同一种或类似商品上的近似商标。2、该商标是对异议人“好利来花好月圆”商标的模仿复制。3、若该商标获准注册，将给申请人今后的生产经营造成一系列的不良影响。商标局对该异议的裁定可概括为：1、“好利来花好月圆”与“花好月圆”文字不构成近似。2、无证据显示“花好月圆”作为商标由异议人在先使用并具有了知名度。3、无证据显示“花好月圆”作为商标指定使用在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上会造成不良影响。7871186号“花好月圆”商标予以核准注册。异议人对该裁定不服，于2013年11月13日申请了复审。（依据《商标评审规则》第五十七条，2014年5月1日前异议人和被异议人对商标局异议裁定不服的均可申请异议复审，因为当时关于申请异议复审的主体资格适用的是2001年《商标法》第三十三条）。

异议人的复审理由在原异议理由的基础上新增加了重要的一条，即：“花好月圆”作为商标使用在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上不具有区分商品来源的显著性和识别性，违反了《商标法》第十一条相关规定。原商评委在异议复审裁定书中除了维持了商标局的异议裁定外，同时认为“花好月圆”使用在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上具有商标应有的显著特征，未构成《商标法》第十一条第一款第（三）项规定的情形。异议人未继续向人民法院起诉。至此，第7871186号“花好月圆”商标正式予以核准注册。这似乎是个圆满的结局。然而，事情至此并未结束。自2015年至2019年该商标先后被“中山市日威食品有限公司”“嘉兴御荃顺食品有限公司”“深圳市麦轩食品有限公司”“品佳品食品（深圳）有限公司宝安分公司”“浙江荃盛食品有限公司”“深圳市顺香食品有限公司”六家企业提出无效宣告申请。

笔者经过调查发现，上述多家无效宣告申请人的无效宣告申请书所提无效宣告理由的焦点问题均

指向以下三个方面：

1、“花好月圆”指定使用在“月饼、饼干、面包、糕点”商品上不具备区分商品来源的显著性。

2、“花好月圆”作为与中秋节月饼关联紧密的词汇，已经进入食品行业公共领域被大量生产经营自由使用，成为众多商家产品包装上常见的广告宣传祝福用语，不宜因一家获得专用权而被独占。

3、深圳市多多实业有限公司（下称被申请人）作为第7871186号“花好月圆”商标的注册人，对该商标无真实使用行为，仅将该商标作为谋取不正当利益的工具，向他人兜售商标、胁迫他人与其进行贸易合作、向他人索要高额转让费、许可使用费、侵权赔偿金等，损害了公共利益，扰乱了正常的商标注册管理秩序。

这样一件注册商标为何会犯了众怒？我们不妨先来看三份法院的判决书。

这三份法院判决书均产生于第7871186号“花好月圆”商标获准注册之后，依照时间顺序分别是“广东省深圳市宝安区人民法院（2017）粤0306民初8459号民事判决书”（下称判决书一）、“广东省深圳市福田区人民法院（2019）粤0304民初4741号民事判决书”（下称判决书二）、“广东省深圳市中级人民法院（2019）粤03民终18036号民事判决书”（下称判决书三）。下面依次简述这三份法院判决的概况。

判决书一，深圳市多多实业有限公司诉深圳市琪轩食品有限公司的月饼包装盒上印有“花好月圆”字样，侵犯了其已注册的第7871186号“花好月圆”商标专用权，要求被告赔偿12万元并停止一切侵权行为。并举证了被告销售侵权商品的时间、地点、情形：2016年9月6日深圳市市场和监督管理委员会宝安市场监督管理局在位于深圳市宝安区沙井镇新沙路276号万丰商业大厦的深圳市百佳华百货有限公司沙井店查扣被告生产的琪轩花好月圆月饼6盒（640g/盒），该产品外包装上有“花好月圆”字样，并对被告做出责令停止销售侵犯注册商标专用权



商品的行政处理决定书。广东省深圳市宝安区人民法院（2017）粤0306民初8459号民事判决书判被告深圳市琪轩食品有限公司构成侵权，应停止侵权行为，并赔偿原告深圳市多多实业有限公司6万元。

判决书二，2019年深圳市多多实业有限公司诉深圳沃尔玛百货零售有限公司、深圳市麦轩食品有限公司侵害商标权，要求两被告赔偿20万。起诉理由与判决书一类似。不过，这次的判决反转了。判决书二认为被告的月饼商品包装上虽印有“花好月圆”词语，但仅作为中秋节祝福用语，表达了对消费者的美好祝愿，符合词汇寓意的正常使用行为，具有合理性，且被告的被控侵权产品在显著突出位置使用了自有注册商标“麦轩及图形”，普通消费者不可能忽略醒目的“麦轩及图形”商标，而误认为“花好月圆”是被控侵权商品的商标，被告在被控侵权商品上使用“花好月圆”文字不会混淆商品来源，不属于商业标识意义上的使用行为。故广东省深圳市福田区人民法院驳回了原告的诉讼请求。深圳市多多实业有限公司继续上诉。于是就有了下面的判决书三。

判决书三系判决书二的二审结论。此处节选“广东省深圳市中级人民法院（2019）粤03民终18036号民事判决书”的部分判词分享给大家。节选一，“本院认为，‘花好月圆’作为公众熟知的带有祝福性质的吉祥词汇，本身并不属于独创性表述，该文字标识本身所固有的显著性较弱。要具备显著性必须通过使用取得，即通过提高商标知名度使商标显著性获得提升。上诉人提交的公交车体广告宣传‘花好月圆’月饼、通过今日头条等媒体对其产品进行宣传等证据，其提交的荣誉称号并未直接指向‘花好月圆’月饼，故上诉人未能证实其商标经过使用具有较强知名度，足以使得相关消费者将‘花好月圆’商标与其月饼产品产生直接联系，以致该商标知名度远高于麦轩公司‘麦轩及图形’商标。商标的保护强度应与其显著性和知名度相适应，认定是否构成商标侵权，应当根据案件具体情

况，划清商业标识之间的边界与特殊情况下允许商标之间适当共存的关系。”判决书节选二，“本案中，麦轩公司在其月饼上使用‘花好月圆’是在突出使用其自有‘麦轩及图’商标的情况下的一种描述性使用，相关消费者不会将该月饼与上诉人的月饼商品发生混淆或者认为二者存在特定联系。”结论，二审驳回了深圳市多多实业有限公司的上诉。

看完上述三份关于使用在月饼上的“花好月圆”商标侵权案的法院判决，我们回到第7871186号“花好月圆”商标无效宣告案。至此我们就不难理解为何这件商标犯了众怒先后被六家企业以缺乏显著性、在月饼等商品上不宜为一家独占、谋取不正当利益损害了公共利益为理由提起无效宣告了。商标局评审部门对第7871186号“花好月圆”商标无效宣告案的审查组成了新合议组，结合申请人与被申请人在该无效宣告案中提供的证据材料，做出了与之前该案异议复审结论相反的新裁定：

“我局认为，争议商标中的文字‘花好月圆’为我国中秋节及婚庆祝福常用语，具有吉祥如意，并被我国公众所熟知，其本身并不属于独创的表述。该文字标识本身所固有的显著性较弱，指定使用在月饼、饼干等商品上，不具有区分商品来源的功能，被申请人提供的证据材料也不足以证明争议商标经使用已经产生了商标应有的显著特征。争议商标的申请注册已构成2013年《商标法》第十一条第一款第（三）项规定的情形。”结论：“争议商标予以无效宣告。”之后，深圳市多多实业有限公司不服商标局该裁定，向北京知识产权法院起诉，被驳回，维持商标局裁定，又向北京市高级人民法院上诉，依旧维持一审判决。至此，第7871186号“花好月圆”商标无效宣告案终于尘埃落定。

关于“花好月圆”在月饼上作为商标使用所引发的一系列反转剧情，对大家有什么启发呢？千辛万苦注册下来的商标应该如何符合公共利益的前提下正当使用？希望不论是相关的从业者，还是注册商标的申请人，都能从此文中获得启发。📖





精油香护理系列

# 秒冲水\* 轻洗头 轻养轻护爱轻盈

\*是指阿道夫精油系列洗护产品在测试条件下, 16cm头发完全冲洗平均时间小于7秒, 25cm头发完全冲洗平均时间小于9秒。



阿道夫品牌代言人  
白敬亭



欢迎关注阿道夫公众号



第十三届中国国际商标品牌节总协办单位



贵州习酒  
— GUI ZHOU XI JIU —



# 君品习酒 高端酱香

全国建议零售价：1399元/瓶



贵州习酒官方网站

贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司  
GUIZHOU MAOTAI DISTILLERY (GROUP) XI JIU CO.,LTD.

网址：

[www.gzxijiu.com](http://www.gzxijiu.com)

咨询热线：

400-667-1988



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 753009