



## 海峡西岸商标

主办：福建省商标协会

主 编：刘爱武

副 主 编：张 莉

执行编辑：郑 璇

通 联 组：各会员单位

出刊日期：2022 年 6 月 30 日

地 址：福州市鼓楼区东浦路  
156 号展企大厦五层

电 话：(0591)87718837

电子信箱：fjssbxh@126.com

网 址：www.fjssbxh.com

邮政编码：350003



# CONTENTS 目录

## 本期焦点

- 03 《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》  
发布
- 05 国新办举行 2021 年中国知识产权发展状况新闻发布会
- 06 2021 年中国知识产权保护状况白皮书正式发布
- 07 国家知识产权局研究部署商标审查相关工作
- 08 “十四五”时期商标工作的展望与思考 崔守东
- 18 福建省发布 2021 年商标发展报告
- 20 2022 年福建知识产权宣传周活动正式拉开序幕
- 21 2021 年福建省知识产权发展与保护状况白皮书发布

## 通知公告

- 22 国家知识产权局关于持续深化知识产权代理行业“蓝天”  
专项整治行动的通知
- 25 国家知识产权局关于持续严厉打击商标恶意注册行为的  
通知

## 政策法规

- 28 国家知识产权局关于就《集体商标、证明商标管理和保  
护办法（征求意见稿）》公开征求意见的通知



## 协会工作

- 29 我会两位商标专家受邀为“知创福建”知识产权宣传周活动授课

## 工作研究

- 30 谱绘商标品牌多彩颜色 成就品牌经济生动亮色 薛缤勇

## 典型案例

- 33 2021 年度商标异议、评审典型案例  
43 南孚公司成功撤销“天蓝 1 号”商标案 邱谋仙  
45 潼关肉夹馍协会针对“老潼关”商标无效宣告，北京高院二审改判

## 地理标志传说

- 47 闽清粉干的传说 刘绍斌 黄玉娇 余昌伦 黄 婧 整理

封面 福建南平南孚电池有限公司

封底 虎跳峡 赵觉荣 摄影

# 《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》发布

日前，《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》正式发布，提出我国将从基础制度建设、市场设施建设等方面打造全国统一的大市场。

其中，涉及知识产权的内容摘编如下：

## 二、强化市场基础制度规则统一

（四）完善统一的产权保护制度。完善依法平等保护各种所有制经济产权的制度体系。健全统一规范的涉产权纠纷案件执法司法体系，强化执法司法部门协同，进一步规范执法领域涉产权强制措施规则和程序，进一步明确和统一行政执法、司法裁判标准，健全行政执法与刑事司法双向衔接机制，依法保护企业产权及企业家人身财产安全。推动知识产权诉讼制度创新，完善知识产权法院跨区域管辖制度，畅通知识产权诉讼与仲裁、调解的对接机制。

## 四、打造统一的要素和资源市场

（十三）加快培育统一的技术和数据市场。建立健全全国性技术交易市场，完善知识产权评估与交易机制，推动各地技术交易市场互联互通。完善科技资源共享服务体系，鼓励不同区域之间科技信息交流互动，推动重大科研基础设施和仪器设备开放共享，加大科技领域国

际合作力度。加快培育数据要素市场，建立健全数据安全、权利保护、跨境传输管理、交易流通、开放共享、安全认证等基础制度和标准规范，深入开展数据资源调查，推动数据资源开发利用。

## 五、推进商品和服务市场高水平统一

（十六）健全商品质量体系。建立健全质量分级制度，广泛开展质量管理体系升级行动，加强全供应链、全产业链、产品全生命周期管理。深化质量认证制度改革，支持社会力量开展检验检测业务，探索推进计量区域中心、国家产品质量检验检测中心建设，推动认证结果跨行业跨区域互通互认。推动重点领域主要消费品质量标准与国际接轨，深化质量认证国际合作互认，实施产品伤害监测和预防干预，完善质量统计监测体系。推进内外贸产品同线同标同质。进一步巩固拓展中国品牌日活动等品牌发展交流平台，提高中国品牌影响力和认知度。

（十七）完善标准和计量体系。优化政府颁布标准与市场自主制定标准结构，对国家标准和行业标准进行整合精简。强化标准验证、实施、监督，健全现代流通、大数据、人工智能、区块链、第五代移动通信（5G）、物联网、储能

等领域标准体系。深入开展人工智能社会实验，推动制定智能社会治理相关标准。推动统一智能家居、安防等领域标准，探索建立智能设备标识制度。加快制定面部识别、指静脉、虹膜等智能化识别系统的全国统一标准和安全规范。紧贴战略性新兴产业、高新技术产业、先进制造业等重点领域需求，突破一批关键测量技术，研制一批新型标准物质，不断完善国家计量体系。促进内外资企业公平参与我国标准化工作，提高标准制定修订的透明度和开放度。开展标准、计量等国际交流合作。加强标准必要专利国际化建设，积极参与并推动国际知识产权规则形成。

#### 六、推进市场监管公平统一

（二十）强化统一市场监管执法。推进维护统一市场综合执法能力建设，加强知识产权保护、反垄断、反不正当竞争执法力量。强化部门联动，建立综合监管部门和行业监管部门联动的工作机制，统筹执法资源，减少执法层级，统一执法标准和程序，规范执法行为，减少自由裁量权，促进公平公正执法，提高综合执法效能，探索在有关行业领域依法建立授权委托监管执法方式。鼓励跨行政区域按规定联合发布统一监管政策法规及标准规范，积极开展联动执法，创新联合监管模式，加强调查取证和案件处置合作。

#### 七、进一步规范不当市场竞争和市场干预行为

（二十二）着力强化反垄断。完善垄断行为认定法律规则，健全经营者集中分类分级反垄断审查制度。破除平台企业数据垄断等问题，防止利用数据、算法、技术手段等方式排除、限制竞争。加强对金融、传媒、科技、民生等领域和涉及初创企业、新业态、劳动密集型行业的经营者集中审查，提高审查质量和效率，强化垄断风险识别、预警、防范。稳步推进自然垄断行业改革，加强对电网、油气管网等网络型自然垄断环节的监管。加强对创新型中小企业原始创新和知识产权的保护。

（二十六）持续清理招标采购领域违反统一市场建设的规定和做法。制定招标投标和政府采购制度规则要严格按照国家有关规定进行公平竞争审查、合法性审核。招标投标和政府采购中严禁违法限定或者指定特定的专利、商标、品牌、零部件、原产地、供应商，不得违法设定与招标采购项目具体特点和实际需要不相适应的资格、技术、商务条件等。不得违法限定投标人所在地、所有制形式、组织形式，或者设定其他不合理的条件以排斥、限制经营者参与招标采购活动。深入推进招标投标全流程电子化，加快完善招标投标制度规则、技术标准，推动优质评标专家等资源跨地区跨行业共享。

来源：新华社

## 国新办举行 2021 年中国知识产权发展状况新闻发布会

4月24日，国务院新闻办公室在京举行2021年中国知识产权发展状况新闻发布会。国家知识产权局局长申长雨介绍了2021年中国知识产权发展状况，并与国家知识产权局副局长何志敏、中央宣传部版权管理局局长王志成回答了媒体记者提问。发布会由国新办新闻局副局长、新闻发言人寿小丽主持。

申长雨指出，2021年，党中央、国务院相继印发《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》和《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》，对我国知识产权事业未来发展作出重大顶层设计，这充分体现了以习近平同志为核心的党中央对知识产权工作的高度重视，在我国知识产权事业发展史上具有重要里程碑意义。一年来，知识产权相关部门扎实推进知识产权强国建设，取得明显成效，实现“十四五”良好开局。全年共授权发明专利69.6万件，每万人口高价值发明专利拥有量达到7.5件。世界知识产权组织发布的《2021年全球创新指数报告》中，中国排名位居全球第12位，连续9年稳步提升。知识产权保护社会满意度进一步提高至80.61分。新修改的专利法、著作权法正式实施。知识产权使用费进出口总额3783亿元，

其中出口760.2亿元，同比增长27.1%。

未来，要如何做好知识产权强国建设纲要和“十四五”规划的落实？申长雨在回答新华社记者提问时表示，国家知识产权局将坚持走好中国特色知识产权发展之路，继续走好知识产权服务创新发展之路和知识产权促进开放发展之路。着眼知识产权作为创新驱动发展的“刚需”，着力解决新一轮科技革命和产业变革带来的实践问题，不断完善知识产权制度设计，提高知识产权保护法治化水平，更好激发全社会创新活力。同时，更加深度参与全球知识产权治理，更大力度加强知识产权保护国际合作，让创新创造更好造福各国人民。

对于推动数据产权保护方面，申长雨在回答记者提问时表示，我国是一个数据资源大国和数字经济大国，知识产权强国建设纲要和“十四五”规划都对构建数据产权保护规则作出





部署。国家知识产权局加快推动相关研究工作，形成了一些初步的成果和原则性思路，包括充分考虑数据的安全、公共利益的保障和个人信息的保护；数据产权保护和数据有效利用的有机统一；承认和保护数据处理者的合理收益；促进产业数字化转型，支撑经济高质量发展。目

前，国家知识产权局已经在浙江、上海、深圳等地开展了数据知识产权保护试点。

申长雨、何志敏、王志成还分别就促进中欧地理标志领域合作、严厉打击商标恶意注册行为、冬奥会版权保护等问题回答了记者提问。

来源：知识产权报

## 2021 年中国知识产权保护状况白皮书正式发布

近日，国务院新闻办公室举办2021年中国知识产权发展状况新闻发布会，《2021年中国知识产权保护状况》（以下简称“白皮书”）正式发布。白皮书显示，2021年，我国知识产权保护制度建设、审批登记、文化建设、国际合作等方面均取得积极进展。

保护成效方面，2021年中国知识产权保护成效得到各国创新主体和国际社会广泛认可。知识产权保护社会满意度持续提高，达到80.61分（百分制），较去年上升0.56分。世界知识产权组织发布的2021年全球创新指数报告显示，中国排名第12位，较上年上升2位，连续9年保持创新引领积极态势。

制度建设方面，各相关部门依法履行职责，不断健全完善知识产权法律法规体系，知识产权保护法治化工作水平进一步提高。2021年，我国修改出台知识产权相关法律法规2部；发布知识产权保护相关司法解释4个；出台实施知识产权保护相关政策文件20余个。

审批登记方面,各类知识产权审批登记数量

持续增长，审查质量与效率显著提高。2021年，我国发明专利授权69.6万件，同比增长31.3%。商标注册量773.9万件，同比增长34.3%，国内申请人提交马德里商标国际注册申请5928件，在马德里联盟中排名第三。著作权登记总量为626.44万件，同比增长24.30%。农业植物新品种权申请9721件，同比增长22.85%。

文化建设方面，全力做好学习贯彻习近平总书记关于全面加强知识产权保护工作重要指示、论述和党中央、国务院决策部署的宣传报道，把握新形势新任务，多角度讲好中国知识产权故事，展示文明大国、负责任大国形象。2021年，针对知识产权保护重大专题宣传报道总量超10万篇次，新媒体平台相关话题参与人次近40亿。

国际合作方面，继续深化与世界知识产权组织等国际组织以及各国各地区知识产权机构的交流合作，主动参与国际规则制定，推动全球知识产权治理体制向着更加公正合理方向发展。正式提出申请加入《全面与进步跨太平洋伙

伴关系协定》等。

自1998年起，我国已连续20多年编制发布知识产权保护状况白皮书，向国内外各界介绍我国知识产权保护状况。

附件：《二〇二一年中国知识产权保护状况》  
(略)

来源：国家知识产权局

## 国家知识产权局研究部署商标审查相关工作

近日，国家知识产权局党组书记、局长申长雨深入商标局开展专题调研，并召开座谈会，研究部署商标审查提质增效相关工作。

调研期间，申长雨一行走进商标注册大厅业务受理窗口，详细了解窗口部门推进商标注册便利化改革，更好服务商标业务办理的相关情况。在座谈会上，申长雨听取了商标局负责同志所作工作汇报和局有关部门负责同志发言，对商标局党建和业务工作取得的成绩予以充分肯定，就进一步提高商标审查质量效率，打击商标恶意抢注和囤积行为提出明确要求。

会议指出，习近平总书记高度重视知识产权工作，多次对提高知识产权审查质量和审查效率作出重要指示，为商标审查工作指明了方向。当前，商标恶意抢注和囤积行为时有发生，干扰商标注册审查，影响商标工作形象，扰乱经济社会秩序，必须坚决有效治理。要深入学习贯彻习近平总书记

重要指示精神，强化提高商标审查质量效率和打击商标恶意抢注囤积行为的政治引领，牢牢把握政治机关的根本定位，把讲政治体现在做好商标审查和打击商标抢注囤积的工作态度、具体举措和实际效果上，树立对历史负责的商标审查理念。

会议强调，治理商标抢注囤积，既要立足我国国情，又要深入研究借鉴国外经验做法，既治标、又治本，实现常态化长效化治理。要通过立法从根本上治理，加快推动商标法及其实施条例的修改，尽快出台《商标代理管理办



法》及相关规范性文件。要严格依法审查，从源头上治理，将关口前移，提前预防、提前规制。要形成工作合力，实现协同治理，推动建立行政机关、司法机关、代理机构、行业协会、社会公众齐力共治的工作格局。要认真抓好党建和党风廉政建设，切实维护商标领域清风正气。要加强干部队伍建设和信息化建设，为提高商标注册效率，打击商标抢注囤积提供强有力的人才保障和技术支撑。

座谈会由何志敏副局长主持，他要求商标局全体干部职工深入学习领会中央决策部署，按照座谈会精神抓好贯彻落实，持续提高商标审查质量效率，严厉打击商标恶意抢注和囤积行为，营造商标注册领域良好环境。

局有关部门主要负责同志陪同调研。商标局领导班子成员及相关处室负责人参加座谈。

来源：国家知识产权局

# “十四五”时期商标工作的展望与思考

崔守东

“十三五”时期，我国经济社会发展取得了全方位、开创性历史成就，知识产权事业取得历史性发展。商标领域按照“党建是统领、改革是核心、落实是关键”的总体思路，统筹推进改革与发展，有效促进品牌经济发展，助力营商环境优化，助推经济社会发展。“十四五”时期，高质量发展是经济社会发展的主题，引领高质量发展要坚持创新驱动，实施知识产权强国战略，以商标高质量创造、运用、保护、管理、服务为经济社会高质量发展提供更加有力的支撑。站在从商标大国向品牌强国迈进新征程的起点，回顾总结“十三五”时期商标工作的成效与经验，有助于对“十四五”时期商标工作的改革与发展作出一些展望与思考。

## 一、“十三五”时期商标工作的实践与成效

“十三五”时期，商标局在国家知识产权局领导下，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入学习习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论述精神，切实贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，牢固树立政治机关意识，全面落实国务院“放管服”改革工作部署，统筹推进商标机构改革和商标注册便利化改革，以实施商标品牌战略为主线，以商标注册、保护和服务为重点，以地理标志精准扶贫和马德里商标国际注册为抓手，聚焦商标审查主业提质增效，努力推进商标事业改革发展与习近平总书记治国理政理念同频共振，与党中央国务院战略决策部署保持一致，商标事业取得长足发展。

（一）以审查提质增效为目标，建设效能型机关

我们始终牢记习近平总书记“提高知识产权审查质量和审查效率”的重要指示，针对商标注册时间长、程序繁等问题，实施改革“三年攻坚”、开展“商标审查质量提升年”行动，着力缩短商标审查周期、提升商标审查质量，不断加强效能型机关建设。

**全面提升审查能力。**改革商标审查体制机制，建成广州、上海、重庆、济南、郑州五个商标审查协作中心，商标审查员由“十二五”末期的912人增至2200余人，规模化提升了商标审查能力。2020年，商标注册审查878.4万件，是“十二五”末期的3.8倍；与世界主要国家和地区相比，约为美国、欧盟、日本和韩国的22倍、53倍、51倍和54倍。历史性地解决了海量商标申请与有限审查力量之间不平衡的问题。

**持续提升审查效率。**完善程序优化流程，引入人工智能辅助技术，建成图形商标智能检索系统，有效提升图形商标审查效率。商标注册平均审查周期由“十二五”末期的9个月大幅缩短至4个月，对比同样审查制度下美国、日本和韩国的9.5个月、10.2个月和8.9个月，已经处于绝对领先水平。历史性地实现了从数年审查到数月注册的转变。

**稳步提升审查质量。**提出“统一任务分配、统一工作制度、统一审查标准、统一质量考核”的审查管理理念，修订审查审理标准，改革审查管理体制机制，建立质量管理与评价机制，实施审签机制改革，建立了重大不良影响商标快速处置机制，开展“审查质量提升年”行动，推进审查质量稳步提升。2020年，商标注册审查抽检合格率达96.7%，较2017年首次季度质量评价的91.2%有了较大提升；与美国、欧盟、日本和韩国等世界主要国家和地区相比，也处于较高水平。历史性地迈进了高质量审查的新

阶段。

（二）以全面提升便利化水平为目标，建设服务型机关

我们始终牢记习近平总书记“构建便民利民的知识产权公共服务体系”的重要指示，制定实施《工商总局关于大力推进商标注册便利化改革的意见》《工商总局关于深化商标注册便利化改革切实提高商标注册效率的意见》《商标注册便利化改革三年攻坚计划（2018—2020年）》，持续深入推进商标注册便利化改革，不断加强服务型机关建设。

**提升商标业务办理便利化水平。**商标业务文书由416种精简到57种，商标规费标准较“十二五”末期降低约50%，255个商标受理窗口遍布全国各地，商标网上服务系统开放了查询、申请、发文、公告、缴费、注册证明公示等36项业务，注册申请网上申请比例达98.05%，较“十二五”末期的69.13%增长显著，变更等后续业务网上申请比例达99.44%，评审案件实现远程审理、巡回审理，商标注册证明实现“立等可取”。商标业务由传统的全国集中现场办理全面转向本地就近办理、网上自助办理。

**提升获取商标数据便利化水平。**实现商标公告电子化，实现网上申请电子发文，推行电子商标注册证，公开商标注册、异议、评审审查审理决定文书，公开存量商标数据5100万余件，用户累计下载数据量超过360TB。商标申请人和社会公众获取商标数据由传统的书面化、碎片化转向电子化、全面化。

**提升获取商标资讯便利化水平。**通过官方网站、传统媒体与微信公众号新媒体等多种渠道，通过世界知识产权日、中国品牌日、中国国际商标品牌节等平台，通过商标信息公示、便利化改革政策宣传与商标普法宣讲，不断提



升市场主体与社会公众获取商标领域信息咨询的便捷性、及时性和可靠性，特别是随着社会公众商标意识的普遍增强，商标领域的信息传播同步呈现由“通过传统媒体被动看”全面转向“利用自媒体主动讲”的新趋势。

### （三）以维护营商环境为目标，建设法治型机关

我们始终牢记习近平总书记“产权保护特别是知识产权保护是塑造良好营商环境的重要方面”的重要论述，通过主题论坛、座谈会、宣讲会等活动，引导社会舆论，倡导社会共治，促进形成社会共识。配合法律修改出台工作制度，围绕商标注册全流程形成依法打击违法行为合力，通过注册打击举措、行政处罚威慑、代理规制手段和普法宣传工作多措并举，有力维护了良好营商环境。

**打击恶意抢注，规范竞争秩序。**配合法律修改与规章出台，制定商标审查审理规程和审查指导意见。在商标注册程序主动打击典型恶意注册行为，由“事后处理”转向“主动打击”。强化商标注册、异议、评审和后续业务协同，以关联案件、相同情形的相同处置构建打击恶意抢注合力。研判商标代理新业态新模式的负面影响和规制手段，督促代理行为规范。

**打击商标囤积，净化注册秩序。**监测、统计、分析商标注册申请与转让行为趋势，准确甄别不以使用为目的的恶意商标注册申请行为，有针对性实施定向处置。“十三五”时期，累计驳回不以使用为目的的恶意商标注册申请超过15万件。商标注册申请量增速明显放缓，年增长率由“十二五”末期的28%下降到19%；与美国9.64%、欧盟10.36%相比，增速基本回归至合理区间，商标注册秩序开始得到净化。

**规制不良影响，维护公平正义。**建立重大

不良影响商标快速处置机制，对恶意抢注“火神山”“李文亮”等与新型冠状病毒感染的肺炎疫情相关的商标、“清澈的爱”等褒扬英烈爱国精神的商标、“全红婵”等国争光奥运健儿姓名商标，依法快速予以驳回，公布相关商标审查审理决定，为知识产权行政执法提供案件线索，有力维护了公平正义的社会秩序。

### （四）以服务经济发展为目标，建设助力发展型机关

我们始终牢记习近平总书记“创新是引领发展的第一动力。抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来”的重要论述，以实施商标品牌战略为主线，以地理标志精准扶贫和马德里商标国际注册为抓手，推进商标品牌经济效益快速提升，品牌引领经济发展作用日益凸现，正在实现着由商标大国向品牌强国的转变。

**持续深入实施商标品牌战略。**印发《关于深入实施商标品牌战略推进中国品牌建设的意见》，指导地方实施商标品牌战略。支持企业开展商标权资本化运作，“十三五”期间，商标权质押融资金额达2399.6亿元，有效解决融资难融资贵问题。广泛开展商标品牌工作宣传和改革成果宣讲，在全社会营造尊重商标知识产权的良好氛围。

**以地理标志商标为抓手助力精准扶贫。**积极运用地理标志商标、集体商标、证明商标助力精准脱贫、服务乡村振兴，打造特色品牌、推动区域发展。“十三五”期间，核准注册地理标志商标3033件、区域品牌集体商标证明商标192件。

**以商标国际注册马德里体系为抓手服务中国品牌“走出去”。**“十三五”末期，我国马德里商标国际注册有效量已达到4.4万件，马德里商标国际注册年申请量超过德国，跃居全球第二，

服务中国品牌“走出去”取得新进展。

## 二、“十三五”时期商标工作的基本经验

“十三五”期间，以中美贸易争端为代表的国际经贸环境异常复杂，国内知识产权领域改革发展的任务也异常繁重，特别是突如其来的新型冠状病毒感染的肺炎疫情给社会经济各领域带来极大影响。在这样的背景下，商标领域改革发展仍然取得了一系列成绩，证明我们在实践中探索出了一条正确的道路。在改革探索过程中，我们也加深了对商标工作的规律性认识。

### （一）树立坚定的政治信念

**始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导是商标事业不断进步的思想保证。**习近平新时代中国特色社会主义思想是党围绕重大时代课题提出的“全党全国人民为实现中华民族伟大复兴而奋斗的行动指南”。只有毫不动摇地坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，才能瞄准政治方向，自觉在中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局宏观形势下谋划具体领域工作；才能保持政治定力，准确把握以商标的高质量创造、运用与保护服务经济社会高质量发展的正确方向；才能驾驭政治局面，充分凝聚授权确权、执法维权、司法审判和社会共治等各方面的强大合力，协同一致推进商标事业高质量发展。

**始终坚持党对商标事业的全面领导是商标事业不断进步的政治保证。**习近平总书记指出：“中央和国家机关是践行‘两个维护’的第一方阵，……‘两个维护’要体现在坚决贯彻党中央决策部署的行动上。”只有毫不动摇地坚持党对商标事业的全面领导，围绕党和国家发展大局谋划商标具体工作，才能确保商标工作改革方

向与习近平总书记和党中央的思路一致，才能确保商标工作改革目标与习近平总书记和党中央的要求一致，使商标注册便利化改革举措准确服务经济持续健康发展和社会大局稳定。

**始终坚持全面从严治党、加强纪律建设是商标事业不断进步的纪律保证。**习近平总书记指出：“要把纪律建设摆在更加突出位置，坚持纪严于法、纪在法前，健全完善制度，深入开展纪律教育，狠抓执纪监督，养成纪律自觉……”商标工作的许多岗位直接行使国家权力，如果缺少制度约束就存在着滥用的可能。只有毫不动摇地坚持全面从严治党，引导干部职工筑牢廉政思想防线，完善工作机制筑牢廉政制度防线，严格执纪问责确保制度落实落地，切实做到纪律面前人人平等、遵守纪律没有例外，使纪律成为不可触碰的“高压线”，把权力真正关进“笼子”里，才能为商标工作提供坚强纪律堡垒，确保事业发展不会受到权力滥用、审代勾连等负面因素干扰。

### （二）坚持稳中求进的改革理念

**始终坚持以习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论述为指南，确保改革举措不偏。**党的十八大以来，习近平总书记就知识产权领域改革与发展作出了一系列重要指示论述，特别是在中央政治局第二十五次集体学习时的重要讲话中，对知识产权工作作了全面系统部署。只要对照习近平总书记的讲话切实检查我们的工作，就必然能够发现工作中存在的堵点、痛点和难点，就必然能够找到改进的方向。只有改革方向明确，才能确保商标改革举措不偏离国家改革发展大势和经济社会发展大局。

**始终坚持问题导向、目标导向与结果导向相结合，确保改革举措不虚。**随着商标注册便利化改革取得成效，原有的问题解决后还会有

新的问题出现，当下的目标达成后人民群众还有更高的期望。新的问题要靠深化改革来解决，新的目标要靠深化改革来实现。只有坚持问题导向与目标导向相结合，坚持用改革的办法解决商标事业改革发展中遇到的新问题，才能确保改革举措扎实有效、不空不虚。

**始终坚持稳中求进与先行先试相结合，确保改革与稳定的统一。**习近平总书记指出：“我们既要敢为天下先、敢闯敢试，又要积极稳妥、蹄疾步稳，把改革发展稳定统一起来，坚持方向不变、道路不偏、力度不减，推动新时代改革开放走得更稳、走得更远。”商标注册便利化改革始终坚持稳中求进工作总基调，从商标工作实际情况出发，既注重谋划改革方案时从商标工作长期一般规律着眼求“进”，又注重实施改革举措时从社会公众短期接受程度着眼重“稳”；既注重改革的长期性、持续性，又注重在亟待突破的关键领域先行先试，探索解决制约商标事业发展的深层次矛盾和问题，确保商标改革举措稳步推进，行稳致远。

### （三）坚守实事求是的工作观念

**始终坚持用联系、发展的观点，系统整体协同谋划注册便利化改革。**习近平总书记指出：“注重系统性、整体性、协同性是全面深化改革的内在要求，也是推进改革的重要方法。”商标工作是知识产权工作的重要组成部分，同创新发展和经济发展均有重要联系，谋划商标领域改革要从经济社会发展和知识产权工作的整体出发，准确把握商标工作与其他工作的相互作用。商标工作也包括注册、保护、运用等多个相互联系的部分，谋划商标领域改革也要从商标工作整体出发，准确把握好商标工作内部各领域之间的相互联系。商标注册便利化改革正是始终注重改革的系统性、整体性和协同性，

坚持统筹谋划，协同推进，才能确保各项举措落实见效，提高改革的整体效能。

**始终坚持重点论与两点论的统一，以主要矛盾率先突破带动注册便利化改革全面落实。**习近平总书记指出：“从实际出发、从具体问题入手，见物见人，什么问题突出就着重解决什么问题，使改革落地生根。”商标工作与许多领域存在联系，商标工作自身的各个方面也相互影响，但在不同时期，总有一些亟待解决的问题处于突出地位。“十三五”时期之前，商标注册一度存在途径少、时间长、程序繁的问题，影响了广大市场主体创新创业效率。改革需要各领域、各环节统筹协调推进，但同样需要突出重点，以优势力量优先解决主要矛盾。随着商标注册便利化改革持续推进，申请便利化与审查周期压减的核心举措取得突破性进展，关键节点的突破也带动了商标注册便利化改革措施全面落实落地。

**始终坚持钉钉子的精神，将商标注册便利化改革一张蓝图干到底。**习近平总书记指出：“既当改革促进派、又当改革实干家，以钉钉子精神抓好改革落实……”持续深化商标注册便利化改革进程中，在看准方向、找准目标的基础上，制定了“三年攻坚”规划，通过一年接着一年干，逐项推进落实落地，将一张商标改革宏伟蓝图转化成为一件件实实在在的改革成果。

### 三、“十四五”时期面临的形势与挑战

“十四五”时期，我国发展仍处于重要战略机遇期，但机遇和挑战都有新的变化。从内部看，我国正处在实现中华民族伟大复兴关键时期；从外部看，世界正经历百年未有之大变局，新型冠状病毒感染的肺炎疫情影响短期内依然持续，国际环境依旧复杂多变。站在新的历史

商标数量大国不等于品牌经济强国。面对“两个转变”新形势，着力全方位提升商标申请质量、注册秩序、运用效益、保护力度、服务水平，进一步发挥品牌经济对于激发国内国际双循环活力，加速推进由商标大国向品牌强国的转变，对于助推经济社会高质量发展的作用至关重要。

**加速提升商标治理能力与治理水平，是营造良好营商环境与公平竞争秩序的内在要求。**习近平总书记指出：“知识产权保护工作关系国家治理体系和治理能力现代化，关系高质量发展，关系人民生活幸福，关系国家对外开放大局，关系国家安全。”这是新时代商标工作改革发展新的角色定位。目前，囤积商标牟利、侵权易发多发的现象仍然存在，滥用商标权利的现象仍未杜绝。对此，必须清醒地认识到，注册、保护、管理职能明确不等于已经具备较高的治理能力与治理水平，面对“五大关系”新定位，着力全方位畅通商标创造、保护、运用体系衔接，促进申请意图、运用质量与品牌信誉适配，加强市场主体与消费者的权益保护，平衡商标专用权保护与规制权利滥用，提升中国品牌赢得国际竞争优势地位能力，对于提升商标治理能力和治理水平、营造良好营商环境与公平竞争秩序至关重要。

**（二）市场主体对商标工作的微观需求仍有期待**

习近平总书记多次强调要“提高知识产权审查质量和审查效率”。商标注册与管理部门始终致力于商标审查提质增效。但是，由于商标注册与管理部门同市场主体对商标工作存在视角差异，从工作性质而言，商标注册与管理部门一般更加关注商标注册质量、保护能力、管理水平的宏观制度设计、执行能力与政策效果。但从市场主体角度出发，对于商标工作则注重

方位统筹推进“两个大局”，必须始终保持“努力在危机中育新机、于变局中开新局”的战略定力，毫不动摇地坚持“创新是引领发展的第一动力”，以高质量的知识产权工作服务高质量创新、助力高质量发展。坚持走中国特色的商标改革发展之路，准确把握新发展阶段知识产权事业的“两个转变”，认清我国正在由商标大国向品牌强国转变的历史方位；结合知识产权事业“五大关系”深入贯彻新发展理念，找准商标工作与政治稳定、经济发展，文化繁荣、民族团结、人民幸福、社会安宁、国家统一的密切联系；为构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局提供更加有力的商标品牌支撑。

**（一）商标事业改革发展的宏观愿景已经绘就**

2020年，习近平总书记在主持中央政治局第二十五次集体学习时的重要讲话，“为新时代全面加强我国知识产权保护工作提供了根本遵循和行动指南”。《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》面向未来十五年作出了知识产权事业发展的顶层设计。《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》面向“十四五”时期部署了知识产权工作的主要目标和重点任务，要在“新时代建设知识产权强国的宏伟蓝图”中加速推进商标事业的高质量发展。

**加速推进向品牌强国转变，是经济社会高质量发展的内在要求。**习近平总书记指出：“我国正在从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变，知识产权工作正在从追求数量向提高质量转变。”这是新时代商标工作改革发展新的历史方位。目前，“申请多、需求少”“注册多、使用少”“商标多、品牌少”的现象仍然存在，“商标异化为商品”的现象仍未杜绝。对此，必须清醒地认识到，商标申请不等于品牌创造，



个案体验，进而对于商标的工作仍有更高期待。

**普遍提高平均审查效率尚难满足不断压减个案审查周期的期待。**从商标注册与管理部门角度，提升商标审查效率重在关注普遍提升“单位时间”工作效率与压减“单件申请”审查用时，进而达到普遍压减商标平均审查周期和一般情形下的注册周期。针对少数如应对疫情防控相关商标的快速审查或者应当事人的申请暂缓审查的个案审查周期并非衡量与评价一般审查效率的指标。但是，从市场主体角度而言，对于商标审查效率则以个案申请的绝对用时是否符合其心理预期为评价指标。因此，商标平均审查效率的普遍提升、一般情形下的注册周期的总体压减，仍然难以满足部分市场主体对于即刻审查、即刻注册的期盼。

**普遍提升商标审查质量尚难满足个案结论符合预期的期待。**从商标注册与管理部门角度，提升商标审查质量重在关注普遍提升批量审查案件的抽样检查合格率，减少审查结论的实质性偏差。但是，从市场主体角度而言，对于商标审查质量则以个案申请的审查结论是否符合其申请利益与心理预期为评价指标。因此，商标总体审查质量的持续提升，仍然难以满足部分市场主体对于申请即可成功注册的期盼。

**普遍净化商标注册与运用秩序尚难满足杜绝恶意注册与恶意维权的期待。**从商标注册与管理部门角度，改善商标秩序重在关注商标注册、代理、运用的整体秩序，通过关注恶意抢注、恶意囤积、恶意代理、恶意维权以及权力滥用行为的一般规律性表现，构建相应规制手段，从而达到普遍净化商标注册与运用秩序的效果。但是，从市场主体角度而言，对于商标注册与运用秩序则以个体权利的绝对免受恶意行为干扰为评价指标。因此，商标注册与运用秩序的

普遍净化仍然难以满足部分市场主体对于绝对杜绝恶意注册与恶意维权的期盼。

**商标权保护水平的普遍提升尚难满足杜绝侵权行为的期待。**从商标注册与管理部门角度，提升商标专用权保护水平重在关注授权确权、行政执法与刑事、司法等程序的有效衔接，授权确权标准、一般违法与商标侵权行政执法标准和司法裁判标准的趋于一致，进而从整体上普遍提升商标专用权的保护水平。但是，从市场主体角度而言，对于商标保护水平的评价不仅在于注册商标专用权的保护程度，还包括商标权之外其他权利的泛商标化保护。因此，商标权保护水平的普遍提升仍然难以满足部分市场主体对于依赖公权力对民事权利或群体利益的泛商标化保护的期盼。

#### 四、新时代商标改革工作展望

2021年是《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》与《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》的开局之年。一年来，国家知识产权局深入开展“精准改革年”“队伍建设年”活动，取得了修订发布《商标审查审理指南》、出台加强地方商标审查协作中心审查工作的意见，一般情形商标注册审查周期压减到7个月，打击不以使用为目的的恶意商标注册申请48.2万件，依职权宣告注册商标无效1635件，对1111件易造成重大不良影响的商标注册申请快速驳回，商标注册申请增速1.1%回归理性区间等一系列新进展。

展望新时代的商标工作，要按照党的十九届六中全会和中央经济工作会议精神要求，坚持稳中求进工作总基调与高质量发展主题的高度契合，申请数量要稳、运用比例要进，注册效率要稳、审查质量要进，授权确权要稳、运

用保护要进，商标价格要稳、品牌价值要进，充分运用品牌经济助推经济社会高质量发展。立足我国由商标大国向品牌强国转变的新发展阶段，贯彻知识产权事业“五大关系”新发展理念，全面落实《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》和《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》，促进商标工作理念更新、技术革新、工作创新，以商标高质量发展为主题，着力构建高质量创造、高效能保护、高效益运用、高水平管理、高标准服务的商标事业新发展格局。

#### （一）以理念更新为基础，不断加强顶层设计

习近平总书记指出：“加强知识产权保护工作顶层设计。”商标领域顶层制度设计上要注重明确商标工作的政治理念与法律理念，厘清商标注册、运用与保护的目的是。商标是用以识别商品服务来源的商业标识，其本身不是商品。市场主体通过商标注册取得商标专用权，应当是通过合法守信的商业经营与品牌运营，获得市场认可与品牌溢价，而非通过商标囤积居奇、恶意维权、权利滥用来获得非法利益。商标注册与保护应当是通过保护商标知识产权，保障市场主体与消费者利益，防范权利无序扩张，服务和推动社会经济高质量发展，既满足市场主体创新创业、经营发展，又兼顾公共利益保护与公共秩序维护和人民群众对美好生活的需要。

**坚持党的领导理念。**商标工作具有鲜明的政治属性和意识形态属性，党的领导始终是做好商标工作的最根本保证。做好新时代的商标工作，务必坚持党的全面领导理念。深刻领会“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，弘扬伟大建党精神，巩固党史学习教育成果，始终以习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论

述精神为指导，从政治高度认识、谋划、推进、落实商标工作，确保各项工作符合习近平总书记讲话精神、符合党中央国务院决策、符合法律制度规定、符合高质量发展需要。

**坚持真实使用理念。**做好新时代的商标工作，务必坚持商标应当真实使用理念。通过构建无真实使用意图不能注册、不敢注册的商标注册、运用与保护制度体系，全面强化商标使用，打击囤积居奇，引导商标申请量实现软着陆，遏制商标数量虚假繁荣，引导注册商标使用比例提高，促进商标运用水平提升。

**坚持诚实信用理念。**做好新时代的商标工作，务必坚持商标注册的诚实信用理念。通过不断明晰恶意行为的范围，构建惩恶扬善导向的商标注册制度体系，适当作出恶意申请在审查程序、注册效率等方面有别于善意申请的制度性安排，促进商标注册秩序不断净化。

**坚持权利保护理念。**做好新时代的商标工作，务必坚持商标权利的严格保护理念。通过适度引入新颖性视角衡量摹仿、复制具有较高知名度商标的行为，以更严的尺度保护在先商标权利；适度改善商标领域商品与服务项目类似关系碎片化的现象，以更合理的范围保护在先商标权利。

**坚持适度防御与限制权利滥用理念。**做好新时代的商标工作，务必坚持商标权利的适度防御与限制权利滥用理念。探索构建防御商标制度，为具有较高知名度的商标提供低成本的制度性防御途径，同时设置合理限制，规制权利过度防御以及圈占商标资源行为，遏制排除竞争以及牟取非法利益的权利滥用行为。

#### （二）以工作创新为手段，不断深化商标改革

习近平总书记指出：“深化知识产权保护工作体制机制改革。”商标领域改革创新要注重提



升商标工作法治化水平，持续完善商标授权确权维权体制机制，不断以创新将改革推向深入。

**坚持法律制度创新。**做好新时代的商标工作，务必坚持法律制度创新。要适应国内大循环为主体的商业实践快速发展的现实需要，适应依法治国与依法行政的商标工作实践需要，统筹推进商标法修改、商标法实施条例修订等工作，通过不断加强法律、制度、政策制度供给，简化商标授权确权法律程序，降低市场主体取得商标权利的时间与经济成本；完善禁止商标抢注的法律规则，降低市场主体运营商标品牌的维权成本；全面强化商标使用义务，大力规制囤积倒卖、恶意维权与权利滥用，降低市场主体注册商标的机会成本。

**坚持工作机制创新。**做好新时代的商标工作，务必坚持工作机制创新。要探索通过绝对理由审查事项与范围标准化，相对理由审查利用人工智能技术减少近似、类似判断人为干预，提升标准执行一致性和审查结论可预期性。要优化商标注册工作流程，持续压缩平均审查周期，探索缩短异议期与异议程序后置，持续压缩一般情形商标注册周期。通过一般情形下商标的普遍迅速注册，及时满足市场主体创业需求，让布局与囤积失去价值。探索实行差异化的商标注册政策，在一般情形普遍迅速注册的基础上，分类推进快速审查、暂缓审查、恶意特别程序审查。探索通过多元化的商标类型，服务经济社会发展、公平竞争秩序与社会多元需要；探索通过多元化的制度设计，适应政府行为、公共利益与民事权利泛商标化保护的现实需求。

**坚持协同机制创新。**做好新时代的商标工作，务必坚持协同机制创新。要加强地方商标审查协作中心审查工作，完善商标注册部门与

审查协作单位的协同机制。强化商标权保护，适度规制泛商标化保护，平衡商标权与其他民事权利在商标领域的保护梯度。要持续推进注册、执法与司法有效衔接，促进授权确权、行政执法、司法裁判标准融合。要依托商标受理窗口、商标审查协作中心和地方知识产权部门构建便民利民的商标公共服务体系和专业化高水平商标普法宣传教育体系。

**坚持信用监管创新。**做好新时代的商标工作，务必坚持信用监管机制创新。要探索对从事商标恶意注册行为与侵权违法行为市场主体的名录式管理。探索穿透式监管，对违法主体及其出资人实施一体惩戒。探索商标代理机构与代理人的信用监管与准入管理，探索对实施违法代理行为的商标代理机构与商标代理人实施双重禁止从业。探索信用承诺制度运用，使善意市场主体以使用或者使用意图承诺替代举证负担，加重涉嫌恶意行为的市场主体举证责任、程序负担与注册时间成本。

**（三）以技术革新为动力，不断提升工作效能**

习近平总书记指出：“要加强知识产权信息化、智能化基础设施建设……推动知识产权保护线上线下融合发展。”

**加强商标注册领域信息化、智能化技术应用。**做好新时代的商标工作，务必加强商标注册领域信息化、智能化技术应用。要加强信息化基础设施建设，推进商标注册全面电子化，在审查事项与范围标准化基础上针对商标申请实现实时预提示，注册便利化应用场景不断向多元化网络终端延伸。探索推进智能化技术深度应用，在图形智能检索基础上，进一步推进文字等商标检索、商品服务类似关系判断等领域的人工智能技术应用。

**加强商标管理领域大数据、区块链等信息技术应用。**做好新时代的商标工作，务必加强商标管理领域大数据、区块链等信息技术应用。要探索推进商标申请、注册、运用、保护、违法侵权、行政处罚、仲裁、司法判决信息的可信归集与一站式运用。打破“数据孤岛”，探索推进商标注册信息与企事业单位登记、信用监管信息互通。

**加强商标数据服务领域信息化、自动化技术的运用。**做好新时代的商标工作，务必加强商标数据服务领域信息化、自动化技术的运用。要不断推进商标数据公开的深度，不断提升商标数据加工能力，引入社会资源参与不断提升商标数据分析运用水平。

**（四）以服务发展为目的，打造商标领域“中国样板”**

习近平总书记指出：“加强知识产权保护，不仅是维护内外资企业合法权益的需要，更是推进创新型国家建设、推动高质量发展的内在要求。”

**打造商标品牌引领经济发展的“中国样板”。**做好新时代的商标工作，务必着力打造商标品牌引领经济发展的“中国样板”。在国际竞争日趋激烈，全球经济持续萎缩以及疫情防控常态化的多重压力下，深入实施商标品牌战略，灵活运用各类商标工具支持小微企业与“双创”主体转型生存发展，支持区域经济、特色产业、新业态高质量发展，为保市场主体、稳居民就业和激发内循环活力提供有力保障，同时也为其他国家和地区提供商标品牌引领经济发展的“中国智慧”。

**打造商标品牌促进区域发展与乡村振兴的“中国样板”。**做好新时代的商标工作，务必着力打造运用区域品牌与地理标志商标支持

区域发展与乡村振兴的“中国样板”。充分发挥区域品牌促进区域特色产业集聚发展的作用，充分发挥地理标志商标依托特色优势资源高质量发展地方特色产品产业的作用，为促进区域经济高质量发展和乡村振兴提供有力支撑，同时也为其他国家和地区提供运用区域品牌与地理标志商标促进经济发展的“中国智慧”。

**打造商标国际注册马德里体系运用的“中国样板”。**做好新时代的商标工作，务必着力打造运用商标国际注册马德里体系支撑国内国际双循环发展的“中国样板”。充分运用便利化改革成果，支持国内优质品牌通过马德里体系更加便捷地“走出去”，参与国际外循环竞争；充分释放商标审查提质增效改革红利，对通过商标国际注册马德里体系下延伸至中国的商标给予国内申请相同的审查效率，服务海外优质品牌更加快速“走进来”，融入国内大循环发展，为提升国内大循环质量效率，实现国内国际双循环相互促进提供有效路径，同时也为其他国家和地区提供运用商标国际注册马德里体系促进国内国际双循环开放合作的“中国智慧”。

## 结 语

“十三五”时期，我国商标事业取得了一系列显著成绩，积累了一系列宝贵经验。在回顾过去的基础上展望未来，这些经验与思考必将为我们做好“十四五”时期乃至未来十五年的商标工作奠定坚实的基础，为落实《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》和《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》，推进品牌经济高质量发展，助力构建新发展格局提供有益的借鉴。

作者系国家知识产权局商标局局长，来源：《知识产权》杂志

## 福建省发布 2021 年商标发展报告

2021年，福建省商标工作以习近平总书记关于知识产权保护系列重要讲话精神为指导，以服务乡村振兴建设、加强知识产权保护为重点，全面贯彻落实省市场监督管理局的工作部署和国家知识产权局加强知识产权保护、推动知识产权高质量发展年度工作指引，深入实施商标品牌战略，不断提升监管与服务水平，助力全方位推动高质量发展超越。

**商标注册便利化改革深入推进。**优化商标受理窗口服务措施，压缩业务办理时限，简化程序，提升网络服务水平。福州商标窗口创新“窗口融通”营业执照与商标注册证同步变更便利机制。漳州、福州向国家知识产权局申请商标权质押融资受理业务并获授权。漳州、泉州窗口获得国家知识产权局商标局表彰。2021年，全省新申请商标500458件，新增注册商标446895件，累计有效注册商标数达1989159件；新注册地理标志商标51件。

**商标申请代理行为更加规范。**开展商标代理机构商标代理行为双随机抽查工作，强化非正常商标代理行为监管。指导商标行业协会加强行业自律，联合出台《关于商标代理机构诚信经营的倡议书》。组织部分商标代理机构代表参加国家知识产权局提高商标申请质量与海外商标申请调研座谈会。开展打击商标恶意抢注行为专项行动，查处将建党100周年庆祝活动标识注册商标、冬奥会特殊标志、少先队标志等作

为未注册商标使用。加强对互联网平台开展代理业务的协同监管，约谈核查厦门叁玖叁科技有限公司（393商标网）涉嫌不规范经营行为并责令限期整改。组织全省查处“清澈的爱”恶意商标注册申请案。

**商标普法宣传成效斐然。**在“3.15”“4.26”等大型活动期间，通过官网、微信公众号、抖音视频、短信、彩漫及电视、报纸等媒体，运用短视频、微信推文、网络直播、线上答题、高端访谈、系列报道等方式，宣传普及商标等法律法规、政策及专业知识，解答相关公众有关商标注册、使用等方面问题，曝光商标违法案件，普及知识产权知识，提升权利人的维权意识。开展全省商标与地理标志业务培训，强化商标监管专业素质能力。

**商标品牌指导站建设初见成效。**下发了《福建省知识产权局关于印发开展商标品牌指导站建设工作意见的通知》，并制定了《商标品牌指导站建设规范》，要求全省各地积极探索建立各具特色的商标品牌指导站，为相关主体提供专业、全面的服务，全省共设立17个商标品牌指导站。

**区域品牌发展渐入佳境。**各地积极运用商标行政指导职能，指导区域重点优势产业、战略新兴行业、现代农业及服务业、高新技术企业培育自主商标品牌，探索发展产业集群品牌、区域公共品牌。莆田市推进鞋产业升级转型，

出台扶持鞋企发展的六条措施，打造“莆田鞋”公用品牌。南平市将地理标志推广运用与打造“武夷山水”区域公用品牌有机结合，积极推进地理标志产业化、品牌化发展。目前已有31个地理标志产品入选“武夷山水”品牌。“花样漳州”作为福建省首件全类别地市级区域商标，已全面开展品牌的运作和管理。柘荣县倾力打造“柘荣剪刀”集体商标，全县刀剪企业已达253家，带动全县5000多人就业，成为全国最大的碳钢剪生产基地，碳钢剪国内市场占有率80%以上。

**商标专用权保护力度持续强化。**先后开展了商标代理、商标印制、商标使用行为“双随机、一公开”抽查、地理标志专用标志使用规范化专项检查、打击商标恶意抢注行为专项行动、“蓝天”行动、北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克标志知识产权保护等专项行动。持续开展打击侵犯知识产权专项行动。2021年，全省立案查处商标违法案件2283件，案值5826.9万元，罚没5776.3万元，移送司法机关案件36件。“建阳建盏”获得国家知识产权局驰名商标认定保护。泉州局查处的侵犯“FILA”注册商标专用权案入选2020年度商标行政保护十大典型案例。莆田市仿冒鞋专项整治工作作为全国重点市场整治工作推进会典型经验进行交流。“莆田市信诚物流有限公司故意为侵犯他人商标专用权行为提供便利条件案”获评国家市场监督管理总局2020年知识产权执法行动典型案例。

**地理标志运用效益更加凸显。**实施地理标志运用促进工程，推进提质强基、品牌建设、产业强链、能力提升行动，打造地理标志引领

特色产业发展的工作样板。福州茉莉花茶、福鼎白茶、建宁通心白茶、安溪铁观音等4件地理标志入选国家知识产权局第一批地理标志运用促进重点联系指导名录。开展地理标志驰名商标服务乡村振兴建设情况调查，对全省29个地理标志驰名商标发展现状、存在问题进行调研，提出改进措施，为政府决策提供参考。各地积极拓展网络直播、短视频等新型地理标志品牌营销渠道，举办地标品牌推介、产品产销对接等线上线下活动。漳州开发“地标馆、地标餐、地标游”地标文旅融合项目，两部地理标志短视频入选国家知识产权局视频征集活动展播作品。

**地理标志保护水平显著提升。**贯彻落实《国家知识产权局国家市场监督管理总局关于进一步加强地理标志保护的指导意见》。健全完善地理标志品牌培育保护、授权许可、质量安全、标准认证、追溯信用、宣传推广、公共服务、经费保障等基本制度体系。武夷山国家地理标志产品保护示范区建设已进入验收阶段，安溪铁观音、福鼎白茶两个国家地理标志产品保护示范区建设获得国家批准。福州茉莉花茶等6件地理标志产品申请纳入对俄地理标志保护意向清单。积极推进地理标志专用标志核准改革试点，2021年新核准478家地理标志保护产品企业、185家地理标志商标企业使用地理标志专用标志，累计核准数达1821家，使用专用标志企业核准数居全国第一位。漳州市智慧地标监管服务平台获评福建省市场监管系统智慧监管优秀案例。

来源：福建省“双打”办



## 2022 年福建知识产权宣传周活动正式拉开序幕

在第22个世界知识产权日来临之际，2022年福建知识产权宣传周活动于4月20日正式拉开序幕。福建省市场监管局党组成员、省知识产权发展保护中心主任刘征颖出席2022年知识产权宣传周福建（福州）地区活动启动仪式并致辞。

刘主任指出，2021年，在习近平总书记重要讲话精神指引下，在省委和省政府及国家知识产权局大力关心支持下，我省知识产权事业取得新进展、发生新变化、呈现新气象。

一是加强知识产权保护工作顶层设计，印发实施《福建省贯彻〈知识产权强国建设纲要（2021-2035年）〉的实施方案》《福建省“十四五”知识产权保护和运用规划》。

二是强化知识产权全链条保护，加快推进省、市、县三级知识产权保护中心体系建设。

三是提升知识产权综合运用效益，大力实施产业自主知识产权竞争力提升“领航计划”，

开展重大核心高价值专利培育和布局，加强关键领域自主知识产权创造和储备。

四是优化知识产权公共服务体系，推动“知创中国”“知创福建”双平台向九市一区全面延伸和共享，让创新成果更好惠及人民。

刘主任要求，全省市场监管和知识产权系统要继续坚决落实习近平总书记的重要指示批示精神和党中央决策部署，按照省委和省政府工作要求，围绕加快知识产权强省建设目标任务，结合实施“提高效率、提升效能、提增效益”行动，把高质量发展作为新时代我省知识产权事业的主旋律、硬任务、生命线，在我省加快建设全国统一大市场中找准工作定位，努力提高知识产权创造质量、运用效益、保护效果、管理效能和服务水平，为奋力谱写全面建设社会主义现代化国家福建篇章作出更大贡献。

来源：福建市场监管



2022年知识产权宣传周福建（福州）地区活动正式启动



省市场监管局党组成员、省知识产权发展保护中心主任刘征颖致辞

## 2021 年福建省知识产权发展与保护状况白皮书发布

4月20日，福建省知识产权工作领导小组办公室发布《2021年福建省知识产权发展与保护状况》白皮书。从促进知识产权高质量创造、完善知识产权大保护格局、提升知识产权综合运用效益、优化知识产权公共服务体系等四个方面，总结2021年全省知识产权发展与保护实践做法和工作成效，全文约8000字。

### 一、在促进知识产权高质量创造方面

白皮书指出，把福建知识产权工作放到全国全省发展大局中考量谋划，制定《福建省贯彻〈知识产权强国建设纲要（2021-2035年）〉的实施方案》和《福建省“十四五”知识产权保护和运用规划》，着力构建适应现代经济体系的知识产权制度。

全省专利授权153814件，同比增长5.4%，其中发明专利授权12561件，同比增长22.55%。截至2021年12月底，全省共存有效发明专利62156件，同比增长22.46%。福建省专利奖奖金大幅提高，特等奖提高到100万元。

全省新申请商标500458件，新增注册商标446895件，累计有效注册商标数达1989159件。新注册地理标志商标51件。有效注册商标总数居全国第7位，有效地理标志注册商标数居全国第2位，地理标志驰名商标数居全国第1位，使用地理标志专用标志企业数居全国第1位。

全省作品版权登记17.68万多件，同比增长7.9%，继续保持全国前列。农业农村部授予我

省植物新品种权127个，同比增长95%。91个花卉、林木品种获得国家植物新品种权。

### 二、在完善知识产权大保护格局方面

白皮书指出，在省委和省政府大力支持下，我省加快建设省、市、县三级知识产权保护中心体系。现拥有5个国家级知识产权保护中心及快速维权中心、6个省级知识产权运营保护中心。

推动行政执法与司法保护有机衔接，组织开展“剑网”“秋风”“昆仑”等执法保护专项行动，有效保护权利人和消费者的合法权益。

全省共办理专利行政执法案件16132件，立案查处商标侵权案件2283件，查办侵犯著作权案件66件，查处各类侵权盗版案件126件，办理知识产权刑事案件944件，全省法院共受理各类知识产权案件21270件，结案18571件。福州海关全年共采取知识产权保护措施3515批次；厦门海关全年共查获进出境涉嫌侵权案件1025批次。

### 三、在提升知识产权综合运用效益方面

白皮书指出，围绕省委和省政府大力发展数字经济、海洋经济、绿色经济、文旅经济要求，实施产业自主知识产权竞争力提升“领航计划”，开展重大核心高价值专利培育和布局，加强关键领域自主知识产权创造和储备。支持海洋与渔业装备等11个产业知识产权联盟建设，

19家单位列入2021年度福建省专利导航服务基地。

提升知识产权金融服务实体经济能力，全年知识产权质押金额78.56亿元。全省知识产权质押登记金额累计超400亿元。全省共认定登记技术合同16320项，成交金额214.4亿元。

#### 四、在优化知识产权公共服务体系方面

白皮书指出，深化在全国首创知识产权“最多跑一地”知识产权公共服务创新范式，通过提

升“知创中国”线上平台智能化应用水平，推动“知创福建”线下平台向设区市及平潭综合实验区全面延伸和共享，让创新成果更好惠及人民。积极推进跨区域知识产权远程诉讼平台建设，实现信息化建设与知识产权审判深度融合。创建“一库三平台”国际商事纠纷解决机制，强化企业海外知识产权保护工作。主动融入和服务“一带一路”建设和海丝核心区建设，开启“一带一路”沿线国家司法交流合作新篇章。

来源：福建市场监管

# 国家知识产权局关于持续深化知识产权代理行业“蓝天”专项整治行动的通知

国知发运函字〔2022〕46号

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团知识产权局，四川省知识产权服务促进中心；国家知识产权局局机关各部门，专利局各部门，商标局，局其他直属单位、各社会团体：

为深入贯彻《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》相关决策部署，落实2022年全国知识产权局局长会议精神，持续保持严厉打击知识产权违法违规代理行为的高压态势，确保专项整治劲头不松、措施不软、势头不减，有效维护行业秩序，有力促进知识产权服务业健康发展，现就2022年持续深化知识产权代

理行业“蓝天”专项整治行动的有关事项通知如下：

### 一、持续加大对重点违法代理行为打击力度

国家知识产权局将代理非正常专利申请、恶意商标申请、无资质专利代理、伪造变造公文、以不正当手段招揽业务等5类违法代理行为作为重点整治内容，继续通过大数据、互联网、人工智能等技术手段，加强专利、商标申请数据分析和违法代理线索监控，组织各地集中查处，并加大对重大案件直接查办和督办力度。

各地及时核查案件线索，结合日常举报投诉，严肃查处违法代理行为。对于代理非正常专利申请、恶意商标申请行为实施“零容忍”监管，一经查实，坚决处罚。对于反复代理、大量代理、撤回后再次提交等情节严重或明显恶意的，报请国家知识产权局从重处理，涉嫌骗取财政资助的，依法移交有关部门追究刑事责任。对于无资质专利代理行为，按照行政处罚法等有关规定从严认定违法所得，并将代理非正常申请、拒不配合调查等行为作为从重处罚情节依法依规给予高倍数或顶格罚款，坚决执行对出租、出借资质机构的“双处罚”；对于线索指向明确但未予处罚的无资质机构，集中公示曝光。对于伪造变造公文、以不正当手段招揽业务等其他严重扰乱行业秩序的行为，依法从严从快查处，持续有力净化行业环境。

## 二、切实加强平台型知识产权服务机构综合治理

国家知识产权局会同各地持续开展对大型平台型知识产权服务机构的行政指导，督导平台发布服务公约并作出公开承诺，建立健全恶意申请和转让商标筛查、利益冲突审查、网络申请去重校验、数据处理和算法制定、人工辅助审核、合规报告和风险评估等制度。加强对平台机构线上经营行为监控和取证固证，及时协调查处违法违纪代理行为。

各地加强对本地区电商平台约谈指导，督促其依法落实经营者资质、服务质量、广告宣传等的审核把关和监督责任，及时关停违法代理商铺、删除链接，规范新模式知识产权代理服务。建立健全跨部门协同监管机制，积极协调广告、价格、反不正当竞争等执法部门开展联合执法监管工作，提升综合治理效果。

### 三、全面加强知识产权代理从业人员监管

国家知识产权局积极推进以从业人员为重点的监管治理，切实将违法代理的责任落实到人，严防从业人员通过“换马甲”逃避监管。根据代理非正常专利申请和恶意商标申请情况，建立重点监控人员名单，严格落实信用评价计分管理规则，推进实施协同限制。

各地依法加强对各类违法代理案件涉及人员、股东和负责人等的曝光力度，并充分运用现有规则进行处罚。在“双随机、一公开”监管中，对重点监控人员实施重点检查，对落实签名责任等情况进行全面核查，进一步提升从业人员责任意识，增强监管有效性。

#### 四、加强创新主体引导和社会监督

国家知识产权局探索建立知识产权代理质量社会评价机制，鼓励和引导广大创新主体和社会公众对代理机构服务质量进行评价，为市场选择提供有益参考。加快升级代理管理信息化系统，同步上线微信小程序，加强代理资质、经营状况公示，完善经营异常名录、严重违法失信名单和代理风险预警功能，进一步便利社会公众正确选用代理机构。

各地强化对创新主体和社会公众的服务意识，通过各种工作渠道，指导本地创新主体，特别是知识产权优势企业、示范企业慎选、优选代理机构，有效限制违法代理发展空间，加快形成各方广泛参与的代理监管社会共治局面。

## 五、强化政策协同联动

国家知识产权局强化专利、商标审查审理与代理监管协同联动，严格专利申请联系人资格审查、电子账户管理等制度，在审查工作中，



加强对重点代理机构和人员所涉业务的监控管理，强化源头治理。会同各地探索建立专利、商标代理“白名单”制度，配套相应的便利化措施和优惠政策，正向引导机构合法规范经营。

## 六、强化行业自律作用

国家知识产权局依法加强对中华全国专利代理师协会、中华商标协会的指导，健全行风志愿监督机制，开展“行风建设年”系列主题活动，完善宣誓和实习培训制度。加强优秀知识产权代理机构培育，组织开展代理典型案例推荐和先进管理经验交流，引导机构树立质量优先的价值导向，优化行业发展环境。

各地加快推进成立本地知识产权服务业行业组织，指导完善行业自律规范，积极开展行业自律惩戒工作。加强行业自律与政府监管衔接，加强信息共享，组织行业组织开展线索调查、暗访和协助办案等工作，协同做好舆情应对。组织开展代理能力培训，提升本地机构依

法经营意识和服务水平。

## 七、强化实施保障

国家知识产权局在重点地区推进跨地区联合执法、协作执法，抽调力量集中办理重大案件。加强对各地的督导考核，对于工作积极、成效显著的地方，加大支持激励力度，对于工作落实不到位，特别是办案力度和质量不足的地方酌情扣减考核分数。持续推进知识产权服务业监管体系建设，不断提升监管水平，优化行业发展环境，有力促进知识产权高质量发展和知识产权强国建设。

各地加强交流、互相借鉴，大力推进委托执法和执法权下放，健全跨部门协同监管机制，逐级落实监管责任，加强监管人员培训和经验交流，完善专业支持和专家咨询机制，全面加强本地区知识产权代理监管能力。请各省级知识产权局认真组织落实本通知各项任务，并于2022年4月15日前将本省“蓝天”专项整治行动细化方案、11月30日前将年度总结报送我局知识产权运用促进司。

特此通知。

国家知识产权局

2022年3月25日

|||||

(上接第32页) 括请孔令辉代言打响“安踏”商标知名度、收购斐拉(FILA)推动品牌走向发展新高度、收购亚玛芬及始祖鸟等国外体育品牌等等。

2014年5月10日，习近平总书记在河南考察讲话中做出“推动中国制造向中国创造转变、

中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”的重要指示。面向新未来，泉州商标品牌将始终谨记习近平总书记的教诲，不断成长发展，绽放更加缤纷的颜色，为泉州经济社会发展成就更加鲜明和生动的亮色！

作者单位：泉州市市场监管局

# 国家知识产权局关于持续严厉打击 商标恶意注册行为的通知

国知发办函字〔2022〕54号

各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团知识产权局，四川省知识产权服务促进中心；国家知识产权局局机关有关部门，商标局：

风清气正的商标注册管理秩序是推动知识产权事业高质量发展、营造良好创新环境和营商环境的重要基础。全国知识产权系统认真贯彻习近平总书记关于知识产权工作的重要指示论述，始终保持严厉打击商标恶意注册的高压态势，集中开展打击商标恶意抢注专项行动，常态化打击商标恶意囤积行为，取得明显成效。为进一步落实2022年全国知识产权局局长会议部署，以“零容忍”的态度持续严厉打击商标恶意注册行为，构建部门协同、上下联动、社会共治的工作新格局，保护市场主体合法权益，维护社会公共利益，加速推进我国由知识产权大国向知识产权强国转变，现就有关事项通知如下：

### 一、强化整治重点，打击典型行为

更加聚焦人民群众关切和社会舆论关注，按照《商标审查审理指南》规定的不以使用为目的的商标恶意注册申请若干情形，强化整治以“囤商标”“傍名牌”“搭便车”“蹭热点”为突出表现的商标恶意囤积和商标恶意抢注行为，重点打击下列违反诚实信用原则，违背公序良俗，

谋取不正当利益，扰乱商标注册秩序的典型违法行为：

(一) 恶意抢注与党的重要会议、重要理论、科学论断、政治论述等相同或者近似标志的；

(二) 恶意抢注与国家战略、国家政策、重大工程、重大科技项目，具有较高知名度的重要赛事、重要展会、重大考古发现等相同或者近似标志的；

(三) 恶意抢注重大公共卫生事件等重大敏感事件、突发事件特有词汇的；

(四) 恶意抢注具有较高知名度的政治、经济、文化、民族、宗教等公众人物的姓名的；

(五) 商标注册申请数量明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图的；

(六)大量复制、摹仿、抄袭多个主体具有一定知名度或者较强显著性的商标或者其他商业标识的；

(七) 大量申请注册与公共文化资源、行政区划名称、商品或者服务通用名称、行业术语等相同或者近似标志的；

(八) 大量转让商标且受让人较为分散，扰乱商标注册秩序的；

(九) 商标代理机构知道或者应当知道委托人从事上述行为，仍接受其委托或者以其他不正当手段扰乱商标代理秩序的；

（十）其他对我国商标注册管理秩序、社会公共利益和公共秩序造成重大消极、负面影响的。

二、强化监控预警，实现精准识别

完善商标注册全流程贯通的不以使用为目的的商标恶意注册行为人重点监控名录，重点监控从事相关行为的市场主体，提升打击商标恶意囤积行为的精准度。持续完善商标注册禁用词库和指引词库，充分发挥审查审理系统识别预警和提示拦截功能，提升打击商标恶意抢注行为的针对性。综合运用举报核查、舆情倒查、信访清查、数据排查等方式摸排商标恶意注册行为线索。加快推进知识产权保护信息平台立项建设，充分利用互联网和信息技术，打通知识产权行政执法、信息查验等环节的数据壁垒，提升商标代理监管、失信主体及数据管理、商标执法业务指导效能。

各地方知识产权管理部门、商标审查协作中心在工作中发现涉嫌从事商标恶意注册行为的市场主体要予以提示劝阻并将相关线索交省级知识产权局汇总核实形成名单并报送国家知识产权局。

三、强化系统治理，依法从严惩处

继续完善有关审查标准、操作规程和程序规范，在法律赋予的裁量空间内最大程度防范和规制商标恶意注册行为。重点监控名录中的市场主体办理商标业务的，依法从严审查审理并强化实际使用举证义务。树牢底线思维，加强重大不良影响商标管控，持续采取并案审查、快速驳回、依职权宣告注册商标无效、通告曝光等打击措施。限制恶意囤积商标转让，加强拟转让商标使用情况的前置审查，使其无利可

图。引导社会力量广泛参与商标注册秩序源头治理，推动有序开展“公益撤三”，释放闲置商标资源。依据当事人申请或者依职权查明，加强申请人经营范围所在行业与商标指定使用商品或者服务项目一致性的比对核查。及时向地方知识产权管理部门转送商标恶意注册行为案件线索并指导查处，对地方办理结果加强跟踪，将地方办理情况纳入行政保护考核。

各地方知识产权管理部门要对违法行为进行调查并会同有关部门开展行政处罚，对反复实施商标恶意注册行为依法从重惩处，并依法依规认定为严重违法失信行为。各商标审查协作中心要依法从严审查相关案件，及时上报具有普遍指导意义或者反映恶意行为方式新变化的典型案例。

四、强化代理监管，维护行业秩序

实施严格的商标代理机构备案管理制度，加强代理从业人员备案实名制管理，完善商标业务办理签名制度，深化商标审查审理和备案管理工作协调联动。向地方知识产权管理部门转送商标恶意注册违法代理行为案件线索并组织集中查办，对情节严重的停止受理其办理商标代理业务。加强平台型商标代理机构综合治理，引导建立健全恶意申请筛查、恶意申请告知、利益冲突审查、网络申请去重校验等制度。

各地方知识产权管理部门要加强商标代理机构监管，通过提醒谈话、约谈整改、检查监督、行政处罚等方式打击商标恶意注册违法代理行为，并向社会公开行政处罚决定。

五、强化信用监管，实施联合惩戒

依法依规开展商标注册领域信用监管。依据《市场监督管理严重违法失信名单管理办法》《国

家知识产权局知识产权信用管理规定》认定的失信主体，在管理期内被列为重点监管对象，不得享受商标注册申请快速审查等政策和便利措施。依法依规与其他有关部门共享严重违法失信名单信息并对严重违法失信主体实施联合惩戒。

各地方知识产权管理部门要结合本地信用评价工作开展情况，充分运用信用评价结果实施分类管理，严格监管失信主体。

六、强化协同配合，形成共治合力

进一步发挥严厉打击恶意申请联合工作机制作用，共同研究处理新型重大疑难复杂案件。与市场监管总局密切沟通，完善商标行政执法监管协作机制，通过个案督办、类案指导等形式，统一执法标准，提升打击效能。加强行政司法有机衔接，建立信息共享机制和重大案件诉前沟通机制，促进审查授权标准、行政执法标准和司法裁判标准一致，推动实现行政司法程序联动批量处理案件。研究优化商标规费标准，推动建立阶梯规费制度。

各地方知识产权管理部门要杜绝将商标数量作为工作考核的主要依据。不得以资助、奖励等任何形式对商标注册（含马德里商标国际注册）申请行为予以支持。根据各地实际情况，制定取消资助、奖励政策的时间表，严格落实并纳入考核。支持各领域行业协会建立健全商标注册的行业自律机制。落实属地监管责任，严密防控、及时制止商标恶意注册行为外溢。各商标审查协作中心要与当地知识产权管理部门密切协作，积极提供当地市场主体从事商标恶意注册行为线索。

七、强化制度保障，完善政策供给

持续推动《商标法》及其实施条例修订，抓

紧推进商标代理相关监管规定出台，建立《商标审查审理指南》常态化修订机制，提高违法违规成本，不断丰富打击商标恶意注册行为的法律武器和政策工具。

各地方知识产权管理部门要积极配合商标法律法规修订工作。推动在地方知识产权立法中规制商标恶意注册行为，通过健全信用评价和失信惩戒机制、加重处罚力度、完善快速处置联动机制和区域执法协作机制、禁止权利滥用等方式加大打击力度。各商标审查协作中心要积极配合《商标审查审理指南》的修改与完善。

八、强化正面引导，营造良好氛围

多渠道多平台加强法律政策解读，公布典型案例及违法市场主体和代理机构，传递“零容忍”明确信号，切实形成高压震慑，引导市场主体和代理机构主动自查自纠，为常态化打击商标恶意注册行为营造浓厚氛围。

各地方知识产权管理部门、商标审查协作中心、商标业务受理窗口，以及各类知识产权公共服务机构，要通过多种方式广泛开展宣传，引导市场主体、代理机构和社会公众自觉抵制商标恶意注册行为，引导商标申请人树立按需申请、真实使用、合理保护的正确商标注册意识。

国家知识产权局局机关有关部门和商标局、各地方知识产权管理部门、各商标审查协作中心和各地方商标业务受理窗口要进一步提高站位、积极作为、上下联动、狠抓落实，加强督导检查，确保各项工作扎实推进，落地见效。

特此通知。

国家知识产权局  
2022年3月29日



## 国家知识产权局关于就《集体商标、证明商标管理和保护办法（征求意见稿）》公开征求意见的通知

为增强立法公开性和透明度，提高立法质量，国家知识产权局将修改的《集体商标、证明商标管理和保护办法（征求意见稿）》及其修改说明公布，征求社会各界意见。公众可以登录司法部中国政府法制信息网，国家知识产权局网站，关注国家知识产权局微信公众号，查看征求意见稿及其修改说明。有关单位和各界人士可以在2022年7月21日前，通过以下四种方式，围绕征求意见稿的修改完善提出具体意见：

一、登录中华人民共和国司法部 中国政府法制信息网 (<http://www.moj.gov.cn>、<http://www.chinalaw.gov.cn>)，进入首页菜单的“立法意见征集”栏目提出意见。

二、通过电子邮件将意见发送至：

tiaofasi@cnipa.gov.cn。

三、传真：(010) 62083681。

四、通过信函方式寄至：北京市海淀区西土城路6号国家知识产权局条法司条法二处，邮编100088（请于信封左下角注明“集证商标办法”）。

附件：1.《集体商标、证明商标管理和保护办法》（征求意见稿）.doc（略）

2.《集体商标、证明商标管理和保护办法（征求意见稿）》修改说明.doc（略）

3.《集体商标、证明商标管理和保护办法（征求意见稿）修改对照表.doc（略）

国家知识产权局

2022年6月7日

（上接第48页）县闽清粉干实行统一质量标准，统一外包装规格，统一使用地理标志专用标志。同时，为了进一步提高“闽清粉干”的知名度，为产业发展营造更好的条件，闽清县粉干协会通过中国工商报、海峡消费报、福州日报、梅城报等各级新闻媒体加大“闽清粉干”的宣传力度，同时加强市场调查监控，有效进行商标品牌维权。

目前，闽清县粉干协会共许可8家企业使用“闽清粉干”地理标志证明商标，其中福建省闽清老林粉干专业合作社、福州市茶口粉干有限公司等两家龙头企业，在闽清粉干产业发展过程中，发挥了龙头企业的带动作用。

闽清粉干地理标志证明商标的成功注册极大激发了农民的创业热情。闽清粉干已经成为塔庄镇茶口村的支柱产业，塔庄镇茶口村65%以上的村民从事闽清粉干加工行业；闽清粉干协会的会员也由2008年刚成立时的35家增加为165家；茶口村闽清粉干的年产量达15000吨，年产值达1.5亿元，产量、产值分别同比增长87.5%、50%；产品顺利入驻山姆、永辉、蓝天等超市，同时远销美国、加拿大、马来西亚等10多个国家；闽清粉干加工户的年均收入翻一番，达到10万元以上。实践证明，闽清粉干地理标志证明商标，正在助推千家万户走向更加幸福的明天。

（闽清县工商局 刘绍斌 黄玉娇 整理）

## 我会两位商标专家受邀为“知创福建”

### 知识产权宣传周活动授课

2022年4月22日下午，在第22个世界知识产权日来临之际，由福州市知识产权发展保护中心、福州市知识产权维权援助中心、“知创福建”福建省知识产权公共服务平台主办，鼓楼区市场监督管理局（知识产权局）、晋安区市场监督管理局（知识产权局）、福建省商标协会、福建省电子信息集团工作站、福建大闽科技孵化器工作站、福州市软件行业协会等单位联合协办，围绕“全面开启知识产权强国建设新征程”主题，开展了“创新引领，加强商标使用与保护，培育知识产权示范企业”活动，知创福建公共服务平台及企业高层、企业法务人员、知识产权管理人员、商标专员等近40人参加本次活动。因疫情防控原因，本次活动采取线上同步直播的形式，线上参与近百人。

我会刘爱武会长、协会商标专家陈光华老师应邀参与授课，分别作了题为《浅谈商标使用

与连续三年不使用撤销的应对》《企业商标权保护》的讲演，对企业商标使用、连续三年不使用撤销的应对及商标权保护等方面，深度剖析法律法规，结合具体案例和实操做了细致详尽的讲解。

在最后的互动交流环节，现场企业代表们学习热情高涨，结合本公司商标使用实例及遇到的具体问题与授课专家展开互动交流，老师们也逐一详细解答，并对大家在商标工作方面提出了一些建议，现场气氛热烈，营造了良好的学习氛围。有效地帮助企业提高了商标法律知识，推动提升了全社会知识产权保护意识。

我会还为现场参会的企业赠送了《商标审查审理指南》及最新的《海峡西岸商标》会刊，让大家更好地了解与掌握最新的商标审查审理规定和商标专业知识，得到了企业代表们的欢迎与感谢。



我会商标专家刘爱武会长



我会商标专家陈光华律师

## 谱绘商标品牌多彩颜色 成就品牌经济生动亮色

薛缤勇

商标品牌是城市经济活力的风向标之一。近年来，泉州积极融入国际国内双循环格局，发挥商标品牌在增强企业资源凝聚力、产品竞争力、市场号召力中的积极作用，打好“民营经济、侨乡经济、县域经济、外向经济”四张特色牌。在服务实体经济发展、助力泉州高质量发展超越的进程中，泉州商标品牌不断迸发活力，成就了更加缤纷多彩的颜色。让我们一起走进泉州商标品牌，领略她的多重颜色吧！

### 一、在2022冬奥会和冬残奥会上大放异彩，助力健儿们在皑皑冰雪中拼搏获胜，泉州商标品牌是纯洁的白色

北京冬奥会无疑是2022年热度最高的关键词之一，也是国内外诸多商标品牌发力营销、逐鹿市场的新赛道。为此，泉州市市场监管局加大指导服务力度，着力支持帮助泉州商标品牌对内强化创新研发和质量管理，提升产品科技含金量，对外选好品牌代言人，提升颜值与形象，抢抓奥运营销机遇。北京冬奥会等成为泉州商标品牌吸引国内外关注目光的又一“高光”时刻。据统计，包括中国代表队在内，有8个国家代表团身穿泉州商标品牌的“战袍”出征北京冬奥会；从鞋服到食品，从健身器材到洁具，泉州商标品牌以官方赞助商、官方合作伙伴、官方供应商、特许产品等方式纷纷亮相；安

踏、舒华、盼盼等泉企还参与了火炬传递接力，用双手托举冬奥之光。

以安踏为例，冬奥期间，安踏体育公司除为中国代表团提供颁奖装备外，还为短道速滑、速度滑冰、钢架雪车等12支国家队打造高水准的比赛装备，以及为工作人员、技术官员、志愿者提供大量制服装备。面对激烈的竞争，安踏持续加大在奥运装备研发中的投入，着重解决“卡脖子”问题。比如，中国代表团颁奖服装植入自主研发的炽热科技，兼顾轻量性的同时实现零下20℃超轻保暖；为国家队提供的短道速滑比赛服，除减阻提速系数高达5%，还采用最新的360°全身防切割技术，防切割强度是钢丝的15倍，安全性能大幅提升。“双奥”期间，安踏通过谷爱凌、王一博等品牌代言人，与年轻消费者广泛互动，推动了品牌声量和美誉度在各平台及榜单的大幅领先。

在冰天雪地中竞赛，有许多让常人难以想象的困难需要克服。在冬奥村，运动员需大量使用健身器材维持赛时状态。作为北京冬奥会和冬残奥会官方健身器材供应商，舒华体育在三赛区冬奥村均打造了专业健身中心。同时，舒华体育还为北京冬奥村健身中心配置了89系列框架训练器、擎天系列力量器械和以训练下肢为主的V10系列高端跑步机、健身车及B8960S动感单车等有氧训练器材。冬残奥会期

间，舒华还根据残奥运动员的特点调整设备，如增加单侧力量的需求、对举重平台进行加长坡道处理等。

百年奥运史证明，奥运赛事是催生国际体育品牌成长的沃土。“双奥”期间，安踏等诸多泉企的亮眼表现，不仅助力健儿们在皑皑冰雪中拼搏获胜，也为成长于东南沿海的泉州商标品牌注入了丰富的冰雪元素和增添了纯洁的白色。

### 二、在数量质量和效用等多个跑道上不断超越，拿下多项全国领先指标，泉州商标品牌是收获的金色

改革开放之初，泉州商标一度处于弱小零散的状态。据统计，1988年底，泉州市有效注册商标只有517个；到了1992年，泉州的注册商标达到2274个，居全省首位；1998年，全市的注册商标总数更是突破一万件，为此后泉州纵深实施商标品牌战略打下坚实基础。此后，泉州商标品牌从少到多、从弱到强、从零散到集群，经历了大跨步的增长和发展。这期间，泉州市市场监管局做出了一系列努力，从“服务品牌经济、加强商标保护”十项制度到“商标注册建议书”“商标策略提示书”“商标法律事务告知书”等商标“三书”制度，从深化商标品牌指导站建设到筹划制订《企业商标使用指南》《企业商标事务管理指南》《企业商标注册实务及操作技巧指南》，泉州市市场监管局始终坚持敢为人先、探索创新，不断提升商标行政指导和服务管理水平。特别是“十四五”以来，该局围绕市委市政府部署，抢抓“十四五”规划开局的有利机遇，综合运用政策引导、服务指导、规范助导等抓手，推动商标品牌发展，同时加强请示建议，以市政府名义在全省率先出台《泉州市

“十四五”知识产权发展专项规划》《关于促进知识产权高质量发展的若干意见》等政策文件，全力推动商标战略纵深实施，取得良好成效。

在“十三五”期间新增注册商标近32万件的基础上，“十四五”以来（截止2022年第一季度）泉州市又新增注册商标15.7万件，目前有效注册商标量达67.2万件，持续位居全国地级市第一位，实现了月均新增注册商标约1.05万件的“高速度”增长和每百户市场主体拥有注册商标超过50件的“高水平”发展；驰名商标累计达159件，马德里国际注册商标累计达1200件，均位居全国地级市前列。在加强指导帮扶、推动商标各项指标增长的同时，泉州还积极引导企业通过商标无形资产进行质押贷款，进一步盘活资源，应对疫情冲击影响，增强企业扩大生产抢占市场先机的活力。2021年以来，国家知识产权局商标业务泉州受理窗口（以下简称泉州商标窗口）为泉州及周边省市市场主体办理商标权质押登记申请11项，涉及融资金额约2.47亿元。

### 三、在服务乡村振兴和精准脱贫的大局中绽放光芒，助力渔茶果蔬薯业等区域特色农副产业发展，泉州商标品牌是惠农的绿色

围绕乡村振兴和精准扶贫战略，近年来，泉州市市场监管局充分发挥“渔茶果蔬薯”等特色农副产品的禀赋优势，开展商标“注册、运用、运作、管理、保护”全链条知识的宣传指导。如，2021年9月组织全市数百家茶企和茶业经营户参加“我为群众办实事——商标宣传走进茶行业”活动，推动茶产业“注商标、用商标、护商标”。目前，全市茶产业注册商标达3.3万多件，涌现出“八马”“日春”“中闽魏氏”等一批在行业内具有较强影响力的茶业商标品牌。

为发展区域特色农副产业，该局积极帮扶



指导符合保护条件的“名、优、稀”农副产品注册和运用地理标志商标，将产品优势转化成为商标品牌内蕴和市场竞争动能。2021年以来全市新增“小岞虾仁”“小岞紫菜”“小岞鱿鱼”“南安高茹芋头”“五里街韭菜”等8件地理标志商标，地理标志商标总量达到53件，为发展区域“蓝色”（海洋渔业）、“绿色”（茶果蔬薯等产业）、“白色”（德化白瓷工艺品产业）经济提供了坚实的品牌支撑。以石狮的“古浮紫菜”为例，近年来获得地理标志商标注册后，古浮村紫菜养殖专业合作社统一了“古浮紫菜”的外包装，着力突出地理标志商标这一“金字招牌”，引领产业发展，优质的古浮紫菜从此穿上“新衣”，有了自己的识别标志，新包装的“古浮紫菜”在推出后迅速得到市场认可，“身价”上涨2-3倍，当地养殖户的紫菜销售收入也随之提高近50%。“安溪铁观音”作为全国茶产业界首件获得驰名商标保护的地理标志商标，有效带动了安溪县茶产业的发展。最新数据显示，安溪县茶园面积达60万亩，年产量6.2万吨，涉茶总产值280亿元，该县120万人口中有80%从事涉茶产业，农民年均纯收入有56%来自茶产业。为进一步提高茶农在茶产业中的收益，安溪县以“安溪铁观音”地理标志商标为宣传核心，充分挖掘特色茶文化资源，发展“茶庄园+”茶旅新模式，推动茶旅产业融合发展，推动茶旅产业融合发展，有效带动茶农增收、茶企发展，助力乡村振兴。

2021年下半年以来，针对注册权和使用权“两权分离”下农户和涉农中小企业作为地理标志商标使用人无法办理质押贷款的难题，该局主动探索创新，联合福建省农信联社泉州办事处，通过地理标志商标质押贷款风险补偿试点这一全省首创工作，实现地理标志商标的活化利用和价值转化。目前，已为永春闽南水仙、

石狮古浮紫菜、洛江虹山红心地瓜、晋江深沪糖芋、惠安余甘、南安高茹芋头、安溪福前芦柑、德化陶瓷8项地理标志商标合计授信1.52亿元，贷款总额180万元，有效帮助农户通过地理标志商标实现了“土里生金”。

#### 四、在抗疫救灾中挺身而出，带给人们更多温暖和力量，泉州商标品牌是温暖的红色

许多人都对2021年河南水灾期间，鸿星尔克这一泉州商标品牌的抢眼表现印象深刻。其时，无数网民甚至在鸿星尔克的电商直播间发出“要把鸿星尔克买到断货”的豪言壮语，以示对鸿星尔克无私救灾的“挺”和支持。近期，福建鸿星尔克体育用品有限公司入选中央宣传部、国家发展改革委联合发布的2021年“诚信之星”榜单。多年来，泉州着力发展品牌经济，推动品牌泉州建设，企业在运用商标品牌实现“滚雪球”般发展壮大的同时，也主动反哺社会、回报公众，成为泉州发展的重要资源和推动力量。2022年3月份以来，面对突如其来、来势汹汹的新冠疫情，泉州商标品牌再次展现出强劲的力量。据不完全统计，疫情发生后（截至3月20日），泉州企业（含社会各界）累计捐款总额已超过1.7亿元，这其中，有诸多人们所熟知的泉州商标品牌的身影。如，安踏集团及和敏基金会捐赠3000万元现金及物资，恒安集团捐赠2000万元现金及物资，特步集团捐赠1000万元现金及物资，361度集团捐赠1000万元现金及物资，乔丹体育捐赠800万元现金及物资，劲霸捐赠500万元现金及物资……回望泉州发展历程，商标品牌给予泉州民营企业和实体经济以无限力量。安踏集团总裁丁志忠在集团成立30周年大会上，总结了安踏的五条成功经验中，其中有三条都和商标有关，包（下转第24页）

## 2021 年度商标异议、评审典型案例

近年来，国家知识产权局充分发挥商标异议和评审程序在打击恶意注册，保护在先权利、维护消费者利益和公共利益方面的突出作用，取得了明显成效。为加强以案说法力度，提升全社会尊重和保护知识产权的意识，国家知识产权局知识产权保护司联合商标局评选出“2021年度商标异议、评审典型案例”，现予以发布。

### 第37486163号“法雷奥”商标异议案

打击利用关联公司大量恶意申请注册商标行为，维护商标注册秩序

#### 基本案情

异议人：法雷奥

被异议人：东莞市智可班贸易有限公司

被异议商标：**法雷奥**

异议人主要异议理由：双方商标构成近似商标，被异议人恶意抢注其知名商标，并通过注册大量关联公司达到注册商标之目的，扰乱正常的商标注册秩序。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

经审查，商标局认为，被异议商标“法雷奥”指定使用于第21类“茶具（餐具）”等商品上。异议人引证在先注册的第4651834号、第4651830号等“法雷奥”系列商标核定使用商品包括第7类“车辆用火花塞”、第21类“香水扩散器”等。被异议商标指定使用商品与引证商标核定使用商品不属于相同或类似商品，双方商标未构成使用在同一种或类似商品上的近似商

标。在案证据能够证明被异议人的法定代表人伙同多人注册并控制大量关联公司，其唯一法人股东持有商标94件且双方登记住所地一致，各关联公司均持有十几至数百件数量不等的商标，其中多件与他人在先具有一定独创性或知名度的商标、商号相同或高度近似，且部分已被异议或驳回。该申请注册大量公司和商标的行为明显超出正常经营需要，结合被异议商标与异议人具有一定独创性和知名度的“法雷奥”商标文字相同的事实，能够认定被异议人的申请注册行为具有明显复制、抄袭他人商标，侵害他人权益的恶意，违背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，被异议商标不予注册。

#### 案件评析

本案焦点在于，被异议人申请注册商标行为是否基于生产经营实际需要，是否违背商标法第四十四条第一款禁止以欺骗或者其他不正当手段取得商标注册之相关立法精神。

证据显示，被异议人及其关联企业的商标注册行为在时间上具有连续性，在手段上具有同一性，在目的上具有一致性。综合考虑被异议人关联公司数量及控制人员高度交叉重合情况，各受控公司持有商标汇总数量巨大且所涉商品类别庞杂等事实，结合既往商标注册情形，可以认为，被异议人及其关联公司大批量、规模性抢注他人有一定知名度的商标，被异议人控制人串通合谋恶意注册，侵占商标资源、扰

乱商标注册秩序、获取不正当利益之意图明显。

根据商标法第四条第一款之规定，申请注册商标应出于生产经营活动实际需要。因此商标法第四十四条第一款贯彻诚实信用原则，打击侵占公共资源及损害公共利益等恶意注册行为。维护商标注册管理秩序之立法精神不囿于已注册商标撤销流程，而是贯穿于各审查审理环节始终。对于在异议环节发现的商标申请人扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者谋取不正当利益之行为，在无其他具体法律规定予以禁止的情况下，可适用商标法第四十四条第一款之规定予以规制。

#### 典型意义

近年来，我国加大了对恶意注册行为的打击力度，但有些商标抢注行为表现形式更为隐蔽。本案中以被异议商标为代表的一系列控制关联公司大量申请注册行为，本质是利用法人人格独立制度牟取非法利益并规避法律责任。根据公司法第二百一十六条关联关系之阐述，关联企业因决策机构混同，易使企业行为实际上受控制人主导，导致事实上的侵权行为发生。在商标审查审理实践中，这种滥用企业独立人格的行为应予禁止，以全面维护商标注册管理秩序，营造良好营商环境。

国家知识产权局商标局异议审查六处 徐丙辰

#### 第42073902号“诗词大会”商标异议案

打击恶意抢注知名电视节目名称行为，保护合法在先权益

#### 基本案情

异议人：中央电视台

被异议人：河南好字学堂文化传播有限公司

被异议商标：诗词大会

异议人主要理由：《中国诗词大会》作为异议人的电视栏目名称，具有较强独创性，经过宣传和使用，在公众中享有较高的知名度和影响力，被异议商标侵犯其现有的在先权益，违反商标法第三十二条的规定。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

经审查，商标局认为，被异议商标“诗词大会”指定使用商品为第16类“期刊、杂志（期刊）、新闻刊物、报纸”。经查明，异议人《中国诗词大会》栏目自开播以来一直拥有很高的收视率，具有较高的知名度和影响力。《中国诗词大会》栏目知名度的取得是异议人创造性劳动的结晶，其所带来的商业价值和商业机会也是异议人投入大量劳动和资本所获得的。因此，“中国诗词大会”作为知名栏目名称，其承载的权益应当作为在先权益得到保护。被异议商标与该电视栏目名称的显著识别部分“诗词大会”文字构成相同，其注册与使用不当利用异议人基于其电视栏目名称而享有的商业信誉，损害异议人合法权益。依据商标法第三十二条、第三十五条规定，被异议商标不予注册。

#### 案件评析

本案焦点在于被异议商标的注册是否损害异议人《中国诗词大会》栏目的相关权益，违反商标法第三十二条“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”的规定。《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》第十八条规定，“在先权利”包括当事人在诉争商标申请日之前享有的民事权利或其他应予保护的合法权益。

《中国诗词大会》是异议人于2016年推出的一档以“赏中华诗词、寻文化基因、品生活之美”为宗旨的原创文化类电视栏目。在被异议商标申请日前，该栏目已在全国范围内播放宣传，

曾荣获多项大奖，具有较高的知名度和影响力。“中国诗词大会”作为异议人知名电视栏目名称，属于法律应当予以保护的在先权益。被异议商标与该栏目名称的显著识别部分“诗词大会”文字构成相同，指定使用的“期刊、杂志（期刊）、新闻刊物、报纸”商品的消费对象与《中国诗词大会》栏目的观众群体存在重合。被异议人申请注册被异议商标试图攀附《中国诗词大会》栏目的知名度和影响力，使相关公众将其与该栏目联系在一起，以为其已经取得异议人的授权，必将减损异议人潜在的商业利益和交易机会，损害异议人合法利益。因此，被异议商标的注册违反商标法第三十二条的规定。

#### 典型意义

本案是将知名电视栏目名称纳入商标法第三十二条“在先权利”保护范畴的典型案例。“在先权利”包括法律应当予以保护的在先权益。虽然相关司法解释仅列举作品名称和作品中的角色名称可作为法益予以保护，但并非穷尽式列举。由于法益的内容和边界具有模糊性，因此在具体案件审理中，应当结合案件事实，确认是否属于应当予以保护的权益及其保护范围。本案的审理有效规制了违法主体“搭便车”行为并对电视栏目名称的可保护性作出具体适用指引，对促进文化产业创新发展具有积极作用。

国家知识产权局商标局异议审查二处 张瑾

#### 第35539392号“子腊贡米 ZILAGONGMI 及图”商标异议案

规制地方特色农产品商标申请行为，维护公平竞争市场秩序

#### 基本案情

异议人：花垣县品牌保护发展学会

被异议人：花垣县石栏镇子腊村锦秀农业

专业合作社

被异议商标：



异议人主要理由：被异议商标侵犯“花垣县子腊贡米”的地理标志权益，不得作为普通商标核准注册。被异议商标的申请注册损害子腊贡米种植者、生产者的利益，应不予核准注册。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

经审查，商标局认为，被异议商标指定使用商品为第30类“米”。在案证据表明，“子腊贡米”是湖南省花垣县当地所产优质稻米，具有悠久历史和较高声誉。除湖南省花垣县相关区域的气候、土壤、水资源等自然因素外，有赖于历代花垣县人民的精心培育和相关政府部门的大量扶植，公众已将花垣县特定区域内种植的优质稻米统称为“子腊贡米”。被异议商标“子腊贡米”易使公众将其理解为子腊出产的、曾进贡的米，具备独特品质或者质量上乘，指定使用在“米”商品上，容易使公众误认为使用被异议商标的商品均为“子腊贡米”，导致对“米”商品的质量特点或产地产生误认，违反商标法第十条第一款第（七）项的规定。依据商标法第十条第一款第（七）项、第三十五条规定，被异议商标不予注册。

#### 案件评析

本案异议人在先申请注册在第30类“米”商品上的第26417350号“花垣子腊贡米及图”地理标志证明商标由于未明确说明商品特定品质与产地自然因素之间的关系、理化指标过于绝对等原因已被驳回，且异议人未提供充分证据证明其符合地理标志注册条件，故不适用商标法第十六条予以审理。本案焦点为被异议商标的申请注册是否构成商标法第十条第一款第（七）项所指情形。

商标法第十条第一款第（七）项是维护公共



利益和公共秩序的绝对事由条款，禁止具有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的商标注册和使用。在案证据表明，“子腊贡米”并非被异议人独创品牌，而是历代花垣县人民用独特的水稻种植方法（铺树造田技术）所生产的优质稻米的统称，该种植技术始于宋末元初。被异议商标主要识别文字为“子腊贡米”，作为普通商标核准注册，易使公众认为使用该标志的“米”为子腊出产或曾进贡，具备独特的品质，从而对商品的质量特点或者产地产生误认。

商标法意义上的公共利益是指与商标专用权的取得和运用紧密相关的不特定多数人的利益。商标专用权本质上属于特定主体的市场垄断权。若授予商标专用权会与公共利益产生冲突，应当优先考虑公共利益。“子腊贡米”作为花垣县精准扶贫主要产业之一，其累积的无形资产属于公共利益，应当归属于花垣县全体人民。若核准被异议商标注册，被异议人将垄断“子腊贡米”标志，导致“子腊贡米”累积的商誉仅归属于被异议人，损害花垣县人民的共同利益。

#### 典型意义

本案是适用商标法第十条第一款第（七）项，对未构成地理标志但具有一定知名度的产地标志进行保护的典型案例。本案审理既观照历史，又根植现实，在公共利益和私益之间作出合理取舍。对代表特定品质的标志，通过适用商标法“欺骗性”条款制止个别经营者独占商标专用权，保护地方特产名称，维护公共利益，增进社会福祉，取得较好的法律效果和社会效果。

国家知识产权局商标局异议审查二处 贾 敏

### 第33696336号“LAB HERCULES”商标异议案

打击代理机构恶意抢注、囤积商标行为，规范商标代理行业秩序

#### 基本案情

异议人：上海睿雅实业有限公司

被异议人：深圳我要发科技有限公司

被异议商标：**LAB HERCULES**

异议人主要理由：被异议人的法定代表人同时是被异议商标的代理机构深圳好牌品牌管理有限公司的法定代表人，被异议商标的申请注册违反商标法第十九条第四款的规定。

被异议人答辩理由：答辩人主要从事商品的批发销售，并非商标代理机构，未从事任何商标代理服务，不构成商标法第十九条第四款的适用主体。

经审查，商标局认为，被异议商标“LAB HERCULES”指定使用商品为第5类“空气净化制剂、空气除臭剂”等。异议人提供了被异议人及其关联企业的企业信用信息、赫力仕（LAB HERCULES）系列产品介绍资料、天猫和京东旗舰店网页信息等证据。在案证据显示，被异议人的法定代表人卢某亮也是被异议商标的代理机构即深圳好牌品牌管理有限公司的法定代表人，还是深圳好多品牌管理有限公司的监事；深圳好牌品牌管理有限公司和深圳好多品牌管理有限公司为备案的商标代理机构，其营业范围均包括商标代理服务，且被异议人与上述两公司位于同一个小区。被异议人申请注册商标体现了其法定代表人的意志，被异议商标系商标代理机构假借关联公司之名申请注册，以达到规避法律之目的，被异议人申请注册被异议商标视为商标代理机构的行为，违反商标法第十九

条第四款之规定。依据商标法第十九条第四款、第三十五条规定，被异议商标不予注册。

#### 案件评析

本案的焦点问题在于如何认定商标法第十九条第四款适用的主体“商标代理机构”。《商标授权确权行政案件审理指南》14.1中规定，已经备案的从事商标代理业务的主体、营业执照中记载从事商标代理业务的主体以及虽未备案但实际从事商标代理业务的主体应当认定为商标代理机构，但这3种情形并非认定商标代理机构的必要条件。在实践中，有些商标代理机构通过假借关联主体、从业人员近亲属名义等“挂名”方式，在非代理服务上申请注册商标，意图规避该条款。因此需要根据案件的具体情况进行综合考量，与商标代理机构具有密切关联的主体可视为“商标代理机构”。

根据在案证据且经查，被异议人的法定代表人卢某亮既是被异议商标的代理机构深圳好牌品牌管理有限公司的法定代表人，也是深圳好多品牌管理有限公司的监事。深圳好牌品牌管理有限公司和深圳好多品牌管理有限公司均为备案的商标代理机构，且被异议人与上述两公司地址在同一个小区。异议人为在复合营养素领域处于领先地位的美国赫力仕集团（HERCULES LABORATORY GROUP）中国代表处，“赫力仕（LAB HERCULES）”商标经过长期宣传和推广，在中国保健食品市场具有一定知名度。“LAB HERCULES”商标固有显著性较强，而被异议商标与“LAB HERCULES”商标字母组合完全相同，难谓巧合。此外，被异议人申请注册了140余件商标，仅2018年9月25日和26日两天就申请注册139件，主要集中在第5类和第10类商品上，包括“康纽莱”“康普利特”“美澳健”“威莱斯”等众多与保健行业知名品牌相同或高度近

似商标，且已有多个权利人对其商标提出异议。综合考虑上述因素，可以认定，被异议商标系商标代理机构假借关联公司之名申请注册，以规避法律的制约。

#### 典型意义

本案是适用商标法第十九条第四款对商标代理机构在非代理服务上申请注册商标进行规制的案件。上述条款的立法目的是制止商标代理机构利用自身便利条件恶意注册商标牟取不正当利益。在商标授权确权实践中，商标申请人与特定关系人或关联公司具有串通合谋行为恶意注册商标的，也落入商标法第十五条、第四十四条的规制范畴。商标法第十九条第四款与上述条款均是规制恶意注册商标的法律规范。在适用商标法第十九条第四款时，需要充分考虑商标申请人与商标代理机构之间的密切关系以及商标申请人事实上存在的恶意注册行为，适当扩大“商标代理机构”的认定范畴。本案对揭开“商标代理机构”的面纱，打击商标代理机构假借他人之名恶意注册商标行为作出有益探索，具有一定典型性。

国家知识产权局商标局异议审查二处 贾 敏

### 第46826528号“七个桔儿”商标异议案

规制网络直播、短视频领域商标抢注行为，保护互联网创新成果

#### 基本案情

异议人：蕲春七个桔儿文化传媒有限公司

被异议人：绍兴恒熙商贸有限公司

被异议商标：七个桔儿

异议人主要异议理由：被异议人以不正当手段抢注异议人在先使用并有一定影响力的“七个桔儿”商标，违反商标法第三十二条的规定。

被异议人未在规定期限内作出答辩。

经审查，商标局认为，在案证据可以证明，异议人“七个桔儿”为一支使用黄冈方言从事短视频制作与宣传的团队，在抖音、快手、微信公众号等平台广泛使用宣传，异议人凭其“七个桔儿”知名度在“广告宣传”“餐厅”等相关领域开展商业活动，在相关公众中已具有一定知名度。被异议商标指定使用“广告；为零售目的在媒体上展示商品”等服务与异议人在先使用服务具有密切关联性。被异议人申请注册被异议商标的行为具有明显的复制、抄袭他人商标的故意，其行为难谓正当，亦易造成消费者误认，故已构成以不正当手段抢先注册异议人在先使用并有一定影响的商标的行为。依据商标法第三十二条、第三十五条规定，被异议商标不予注册。

#### 案件评析

本案焦点问题在于判断是否构成商标法第三十二条“以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”。构成本条款所指情形应同时满足“有一定影响”和“不正当手段”两个要件。“有一定影响”是对商标使用的程度和结果的要求，要求在先商标有一定的使用时间、区域或广告宣传，并为中国一定范围的相关公众所知晓。“不正当手段”指系争商标申请人明知或应知他人在先使用未注册商标而抢先注册。这两个要件具有独立性，但亦密切相关。在实践中，认定构成“不正当手段”，需考虑在先使用商标影响力是否及于系争商标申请人。

本案双方当事人并无业务合作、人员往来等“明知”情形，同时双方并非同一地域、同行业企业，异议人商标在先使用的时间也并非很长。在此情况下，更需结合在先商标知名度的覆盖面、在先商标的显著性等因素综合考量。本案中，异议人提交的证据可以证明，“七个桔

儿”品牌创立于2019年，其团队制作的短视频在抖音、快手、微信公众号等互联网平台广泛宣传，拥有60多万粉丝。“七个桔儿”获得知名度后，通过“七个桔儿”抖音号对他人企业产品及服务进行宣传推广，具有一定知名度。“七个桔儿”商标为异议人自创，有较强显著性，被异议商标与该文字构成相同，被异议商标指定使用的“广告；为零售目的在媒体上展示商品”等服务与异议人最具知名度的领域有密切关联。综合考虑以上因素，可以认定被异议商标的申请注册属于商标法第三十二条“以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标”之情形。

#### 典型意义

本案是一起运用商标法第三十二条对恶意抢注他人未注册商标行为予以规制的案件。随着互联网直播、短视频及电商经济的迅速发展，相关领域的商标抢注行为时有发生。此类抢注行为往往发生在他人品牌“走红”后不久，同时由于权利人知识产权保护意识较弱，举证困难，规制此类抢注行为有一定难度。本案充分考虑网络品牌传播的特点，较好地把握“一定影响”与“不正当手段”的关系，全面考量异议人商标的知名度、显著性和平台传播的影响力，对他人知名的网络视频制作品牌进行保护，对于规范电商行业秩序，保护互联网领域创新成果具有积极意义。

国家知识产权局商标局异议审查四处 汪骏宇

#### 第41971424号“冰墩熊 Temperament Bear及图”商标驳回复审案

严厉打击恶意抢注冬奥热词商标的行为，规范商标注册秩序

#### 基本案情

申请人：郭石伟

申请商标：

第41971424号“冰墩熊 Temperament Bear及图”商标（以下称申请商标）由自然人郭石伟于2019年10月30日提交注册申请，指定使用在第42类计算机软件设计等服务上。

商标局审查认为：该商标与童年时代（武汉）科技有限公司在类似服务项上已注册的第7060557号“童年网 TONG NIAN及图”商标（以下称引证商标）近似，违反商标法第三十条的规定。申请人对驳回决定不服申请复审。

商标局经审理认为：申请商标与北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”近似，作为商标注册使用，易造成不良社会影响，违反商标法第十条第一款第（八）项的规定。申请人在规定期限内提交了申辩意见，请求初步审定申请商标在复审服务上的注册申请。

经复审认为，申请商标与引证商标在呼叫、图形设计细节、整体外观等方面尚可区分，未构成使用在同一种或者类似服务上的近似商标。申请商标与北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”近似，作为商标注册使用，易造成不良社会影响，申请商标的注册申请违反商标法第十条第一款第（八）项的规定。

#### 案件评析

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有其他不良影响的标志不得作为商标使用。其中，“社会主义道德风尚”是指我国人民共同生活及其行为的准则、规范以及在一定时期内社会上流行的良好风气和习惯，“其他不良影响”是指商标的文字、图形或者其他构成要素对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消

极的、负面的影响。

依据《商标法实施条例》第五十二条规定，商标局审理驳回复审案件，发现申请注册的商标有违反商标法第十条、第十一条、第十二条和第十六条第一款规定情形，商标审查并未依据上述条款作出驳回决定的，可依据上述条款作出驳回复审决定，作出复审决定前应当听取当事人的意见。

“冰墩墩”是北京2022年冬季奥运会吉祥物，以熊猫形象为原型，于2019年9月17日正式亮相。2019年9月16日，北京2022年冬奥会和冬残奥会组委会将“冰墩墩”“BING DWEN DWEN”“冰墩墩三维标志”作为商标申请注册。“冰墩墩”的专有权归属北京冬奥组委。本案申请商标申请日期为2019年10月30日，晚于“冰墩墩”形象发布时间。

商标局认为，“冰墩熊”与北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”相近，“冰墩熊”作为商标注册使用，易产生不良的社会影响。依据《奥林匹克标志保护条例》、商标法第十条第一款第（八）项的规定，商标局向申请人寄送商标驳回复审案件评审意见书。申请人在规定期限内提交申辩意见。

商标局认为，争议商标与北京2022年冬奥会吉祥物“冰墩墩”图形原型均为熊猫，呼叫相近，其作为商标注册使用，易造成不良社会影响，申请商标的注册申请违反商标法第十条第一款第（八）项的规定。

#### 典型意义

办好北京2022年冬奥会和冬残奥会是中国政府对国际社会的庄严承诺，对相关知识产权实施全方位、立体化保护是国家知识产权局的职责所在。这是一起保护北京2022年冬奥会知识产权的典型案例。“冰墩墩”的专有权归属于




北京冬奥组委，未经北京冬奥组委许可不得将吉祥物形象和名称进行拆分、歪曲、篡改等变形使用，或者作为其他图案的组成部分使用。未经许可将奥运标志和涉奥作品作为商标使用或注册，违反《奥林匹克标志保护条例》、商标法有关规定。2022年2月14日，《关于依法打击恶意抢注“冰墩墩”“谷爱凌”等商标注册的通告》发布，对429件商标注册申请予以驳回，对已注册的43件商标依职权主动宣告无效，为北京2022年冬奥会和冬残奥会保驾护航

国家知识产权局商标局评审三处 柯佩佩

### 第29135506号“麦乐兹 MAILEZI”商标无效宣告案

打击商标代理机构通过另立名目的形式在代理服务外以其他不正当手段取得商标注册

#### 基本案情

争议商标：

争议商标由香港誉丰集团（国际）有限公司（即本案被申请人）于2018年2月5日申请注册，经异议于2020年9月7日获准注册，核定使用在第30类咖啡、冰淇淋商品上。2020年10月14日，该商标被麦当劳公司（即本案申请人）提起无效宣告请求。

申请人除主张争议商标与其在先注册的引证商标构成使用在相同或类似商品上的近似商标外，还称被申请人名下申请注册了大量商标并公然进行出售。此外，被申请人的实际控制人为两家商标代理公司的法定代表人。被申请人申请注册争议商标已构成商标代理机构申请商标注册的禁止规定，同时构成以其他不正当手段取得注册的情形。故请求依据商标法第十九条第四款、第三十条、第四十四条第一款

等的规定，对争议商标予以无效宣告。被申请人在规定期限内未予答辩。

#### 案件评析

商标局经审理认为，根据在案证据及查明事实，被申请人的董事马某某与广东某商标代理有限公司、广州某知识产权代理有限公司的法定代表人应为同一人。马某某作为商标代理机构法定代表人，通过其个人及在我国香港地区注册的公司多个商品和服务上注册了400余件商标，其中除争议商标外，还包括多件与他人知名标识相近的商标。被申请人对其申请注册大量商标的行为没有作出合理解释或说明。被申请人作为商标代理机构申请注册商标的行为，明显具有利用他人在先标识知名度牟取不正当利益的意图，并非出于正当经营使用的目的，其行为扰乱了商标注册管理秩序，有损公平竞争的市场秩序。因此，争议商标的注册已构成商标法第十九条第四款和第四十四条第一款规定所指情形。

#### 典型意义

本案涉及商标法第十九条第四款“商标代理机构不得申请注册其代理服务外的其他商标”的禁止注册规定，与商标法第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”情形规定的合并适用。本案根据《商标实施条例》第八十四条第一款的规定，准确认定被申请人的身份事实上为商标代理机构。同时，本案综合被申请人的设立恶意及查明事实表明被申请人、马某某及其名下的两家商标代理公司在多个商品和服务类别上申请注册大量与他人在先知名标识相近商标并进行出售的情形，认定争议商标的注册属于商标法第四十四条第一款所指情形。本案合并适用商标法第十九条第四款和第四十四条第一款，符合法律规定的立法本意，具有一定典

型意义。

国家知识产权局商标局评审三处 柯佩佩

### 第16647402号“康涅克”商标无效宣告案

国外地理标志在中国的保护，对国外地理标志中文翻译的保护

#### 基本案情

争议商标：

申请人的主要理由：“康涅克”是“COGNAC”的对应音译，“COGNAC”是法国葡萄蒸馏酒产品的原产地名称/地理标志，并已在欧盟、法国以及中国作为原产地名称、地理标志依法予以登记并受到保护。争议商标是对法国原产地名称、地理标志“COGNAC”的复制，极易造成消费者的混淆和误认。请求依据商标法第十六条等条款宣告争议商标无效。

被申请人答辩认为：申请人提交的证据显示“COGNAC”的对应中文为“干邑”，“康涅克”并非“COGNAC”对应的中文译名，争议商标与“COGNAC”并无直接关系，未侵犯其在先地理标志名称，请求对争议商标的注册予以维持。

#### 案件评析

本案焦点问题涉及国外地理标志在我国的保护以及对国外地理标志中文翻译的保护。

本案中，申请人提交的法国政府1936年5月1日颁布的法令、2009年9月24日颁布的第2009-1146号法令及我国原国家质量监督检验检疫总局《关于批准对干邑实施地理标志保护的公告》可以证明，“COGNAC”在中法两国均作为葡萄蒸馏酒产品的原产地地理标志受到保护，在争议商标申请注册日之前已构成我国商标法第十六条第二款所指的地理标志。

争议商标“康涅克”为前述地理标志“COGNAC”的中文音译，两标识整体构成近似；

争议商标指定使用的葡萄酒等商品与申请人地理标志指向的白兰地商品属于同一种商品或类似商品。申请人提交的证据足以证明其地理标志“COGNAC”在争议商标申请日前，在包括中国在内的世界范围内已经具有一定的知名度；而被申请人提交的在案证据并不能证明其指定商品来源于上述产区。结合申请人提交的被申请人网店截图、购买记录等证据，足以证明被申请人在实际使用中有攀附申请人“干邑”地理标志的主观故意，难谓正当。因此，争议商标核定使用在葡萄酒等商品上，容易导致相关公众误认为该商品来源于该地理标志所标示的地区或具备相关品质特征，违反商标法第十六条第一款的规定。

对外文地理标志的保护包括对其中文翻译的保护，外文地理标志的中文翻译并不限于某一固定官方译法，能够使相关公众反映出该地理标志的中文翻译形式均可纳入其保护范围，包括音译。就本案而言，被申请人虽认为中文“干邑”系“COGNAC”对应中文翻译，且在实际使用中申请人亦多将“干邑”与“COGNAC”共同使用，但“康涅克”作为前述地理标志“COGNAC”的常见中文音译，理应纳入保护范围。

#### 典型意义

地理标志所标示的商品的特定质量、信誉或者其他特征是在漫长的历史中逐渐形成的，是大自然的馈赠和广大劳动人民智慧的结晶。本文通过具体案例，对地理标志的概念、相关法律法规及其适用进行分析说明；同时指出保护外国地理标志时不应局限于官方译文而忽视音译等其他翻译形式，为地理标志提供了有效的法律保护，对维护地理标志市场声誉、保障消费者合法权益、保证市场竞争有序、优化营商环境具有积极意义。

国家知识产权局商标局评审八处 任航 李颖

## 第36878950号“姚安娜”商标无效宣告案

严厉打击损害公众人物姓名权(包括本名、艺名、译名、别名)或其他不正当手段取得注册

## 基本案情

争议商标：姚安娜

第36878950号“姚安娜”商标由被申请人郭某申请注册，核定使用在化妆品等商品上。该商标被姚思为、华为技术有限公司（即本案申请人一、二）提出无效宣告。申请人一的艺名为“姚安娜”，因与申请人二及任正非的联系备受关注，具有较高知名度。被申请人没有提交关于“姚安娜”一词的合理来源，其还恶意注册姚安娜的英文名“ANNABEL YAO”及拼音“YAOANNA”“YAO ANNA”，具有复制、摹仿申请人一姓名的故意。争议商标核定使用的化妆品等商品亦是姚安娜代言的产品，易使公众认为与姚安娜密切相关，损害其姓名权。被申请人注册商标缺乏真实使用意图，具有抄袭、摹仿他人知名商标的恶意。申请人一、二请求依据商标法第三十二条、第四十四条第一款的规定对争议商标无效宣告。

被申请人辩称：被申请人不认可申请人一的知名度，申请人一企图用申请人二及任正非的影响侵占其商标权益。争议商标经使用具有影响，争议商标的注册不具有恶意。

#### 案件评析

商标法第三十二条“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”规定中，“在先权利”包括姓名权，姓名包括本名、艺名、译名、别名。根据《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》规定，姓名权保护的具体利益有相

关公众容易认为标有诉争商标的商品与该自然人存在许可等特定联系的，可以认定属于商标法第三十二条的情形。虽然自然人的声誉不是保护自然人姓名权的前提，但可以作为认定相关公众是否将某一姓名与特定自然人建立起对应关系的考量因素。

申请人一系申请人二创始人任正非的小女儿，艺名为“姚安娜”，英文名为“Annabel Yao”。在争议商标申请注册前，百家号、搜狐、网易、腾讯及新浪等媒体，对申请人一艺名进行了宣传报道。故“姚安娜”已被广大公众所知晓。被申请人未经申请人一许可，将其艺名注册在化妆品上，易造成消费者误认为与申请人一存在密切关联，从而致使申请人一的姓名权受到损害，已违反商标法第三十二条有关“申请商标注册不得损害他人现有的在先权利”的规定。

商标法第四十四条第一款“其他不正当手段取得注册”情形之一是系争商标申请人申请注册多件商标，且与他人具有一定知名度或较强显著特征的商标构成相同或近似。被申请人还在化妆品商品上大量注册了与知名地名、其他主体知名商标相近的商标，如“PARISCOCO”“格斐迪奥GEFEIDIAO”“廷巴克图TIMBUKTU”“迪奥蕾拉DIAOELLA”等40余件。被申请人注册囤积商标不具备正当性，其亦未对此作出合理解释，已构成商标法第四十四条第一款“其他不正当手段取得注册”的情形。

#### 典型意义

这是一起适用商标法第三十二条和第四十四条、保护知名人物姓名权及打击“其他不正当手段取得注册”行为的典型案例。姓名权属于商标法第三十二条规定的“在先权利”中的一种，他人的姓名包括艺名，本案即涉及对知名

艺人“姚安娜”姓名权的保护。除“姚安娜”艺名外，被申请人还同时大量抢注与他人知名姓名、知名地名、知名商标相近的商标，明显缺乏真实使用意图，而恶意抢注他人知名商标并囤积商标以期达到非法牟利的不正当手段注册行为，是商标行政主管部门重点规制、严厉打

击的目标。本案合并适用商标法第三十二条和第四十四条第一款，对恶意注册申请人有一定的震慑作用。

国家知识产权局商标局评审二处 王翌伟

来源：中国市场监管报

## 南孚公司成功撤销“天蓝 1 号”商标案

邱谋仙

商标信息 称南孚公司)。

一、争议商标

2. 申请日期：2014年9月3日。

1. 申请日期：2018年7月12日。
2. 专用期限至2029年3月27日。
3. 标志：“天蓝1号”。
4. 核定使用商品(第9类)：电池；蓄电池；  
运载工具用蓄电池等。
3. 专用期限至2025年10月20日。
4. 标志：“丰蓝1号”。
5. 核定使用商品(第9类)： 电池； 蓄电  
池等。

运载工具用蓄电池等。



“丰蓝1号”电池是继南孚电池之后南孚公司

二、引证商标

1. 注册人：福建南平南孚电池有限公司（简 蓝1号”商标在燃气灶电池领域具有很高的知名

称南孚公司)。

2. 申请日期：2014年9月3日。
3. 专用期限至2025年10月20日。
4. 标志：“丰蓝1号”。
5. 核定使用商品(第9类)：电池；蓄电池等。



二 卷

### 案情简介

“丰蓝1号”电池是继南孚电池之后南孚公司另一主打电池品牌，经过多年的品牌运营，“丰蓝1号”商标在燃气灶电池领域具有很高的知名



度。优质的产品和良好的品牌商誉,使“丰蓝1号”电池在燃气灶电池市场占有率长期居于前列。

2019年11月，南孚公司发现山东某公司正在销售注册商标为“天蓝1号”的电池（图一）。南孚公司认为“天蓝1号”商标与南孚公司销售的丰蓝1号电池（图二）上的注册商标“丰蓝1号”构成使用在同一种或类似商品上的近似商标，故向国家知识产权局提起商标无效宣告请求。2020年11月，国家知识产权局下发关于“天蓝1号”商标无效宣告请求裁定书，裁定对“天蓝1号”商标予以维持。南孚公司不服，向北京知识产权法院提起诉讼（案号：（2020）京73行初18235号）。北京知识产权法院认为，“天蓝1号”商标核定使用的商品与“丰蓝1号”商标核定使用的“电池；蓄电池”商品属于《类似商品和服务区分表》（简称区分表）的同一类似群组，在功能、用途、销售场所、消费渠道等方面相近，分别构成同一种或类似商品。南孚公司提供的大量宣传和使用证据可以证明“丰蓝1号”商标在“天蓝1号”商标申请日之前，在电池商品领域内具有一定知名度，若“天蓝1号”商标与“丰蓝1号”商标共同使用于上述同一种或类似商品上，容易使相关公众认为使用上述商标的商品系来源于同一主体或者两者之间有特定联系，从而产生混淆误认。因此，北京知识产权法院判决国家知识产权局重新作出裁定。国家知识产权局不服一审判决，向北京市高级人民法院提起上诉，2022年4月北京市高级人民法院作出终审裁定，维持一审判决（案号：（2022）京行终2250号）。

### 本案难点

本案的难点在于，争议商标为“天蓝1号”，与引证商标“丰蓝1号”的首文字并不相同，分别为“天”与“丰”。且，根据以中文为母语的

消费者的认知，“天蓝”可视为一个较为固定的词组，故“天蓝1号”与“丰蓝1号”具有一定的不近似性。在《商标审查标准》中也有提到，商标由三个或三个以上的汉字构成，首文字不同，读音不同，含义也不同，不构成近似商标。此难点也是在国家知识产权局审理无效宣告案件时，裁定我公司理由不成立，争议商标予以有效维持的最大原因。

## 本案亮点

一般情况下，本案主要涉及申请注册的商标是否违反商标法第三十条规定的问题。本案突破了《商标法》的一般近似判断标准，重点就引证商标的使用证据证明商标的知名度，从而以引证商标的知名度和显著性，来判定争议商标的继续注册及使用会导致消费者产生混淆。即既要考虑商标标志构成要素及其整体的近似程度，也要考虑相关商标的显著性和知名度、所使用商品的关联程度等因素，以是否容易导致混淆作为判断标准。

## 本案的关键点

本案的关键点是“丰蓝1号”证据的梳理，起到了关键作用。我公司向法院提交了商标的使用持续时间、使用范围、广告投入、销售范围、销量、行业排名等一系列证据，证明了“丰蓝1号”电池在“天蓝1号”商标申请日之前具有一定的知名度。

### 典型意义

在无效宣告阶段失败后，我公司认真复盘和进行证据分析，认为“丰蓝1号”商标在燃气灶电池领域具有一定的知名度，可以通过诉讼程序继续维权。一审中，我公司充分举证、详尽分析，不是割裂地分析争议商标与引证商标的近似性，而是紧紧围绕“丰蓝1号”商标的知名度以及争议商标与引证商标并存使用时的相

似度，从实际使用过程中是否会造成相关公众误认与混淆的大环境下进行整体的分析。北京知识产权法院支持了我公司主张，获得胜诉。后国家知识产权局提起上诉，北京市高级人民法院在二审中维持了一审判决，最终“天蓝1号”商标无效宣告成功。

为维护“丰蓝1号”电池在市场上的正常经营秩序，打击恶意抄袭、模仿、傍名牌、搭便车等行为，我公司开始了一系列商标维权之战，

先后无效宣告成功，撤销了多件近似商标。“天蓝1号”商标案件历时两年多，经历无效宣告、行政诉讼一审、二审程序，最终成功维护了我公司合法权益。同时，法院认定“丰蓝1号”商标经过长期宣传使用，在电池类商品上已具有很高的知名度，提升了我公司“丰蓝1号”品牌价值，在一定程度上证明了“丰蓝1号”商标已是相关公众所熟知的商标。

作者单位：福建南平南孚电池有限公司

## 潼关肉夹馍协会针对“老潼关”商标无效宣告， 北京高院二审改判

近日，北京法院审判信息网公布一则潼关肉夹馍协会针对“老潼关”商标无效宣告行政纠纷二审文书，该案维权结果如何呢？一起了解下。

文书显示：

潼关肉夹馍协会针对第19216055号“老潼关”商标提出无效宣告请求，国知局认为无效宣告理由不成立，维持商标注册；

引证商标：



诉争商标：



潼关肉夹馍协会不服该裁定，继而向北京知识产权法院起诉，一审法院驳回其诉讼请求；

潼关肉夹馍协会继续向北京高院上诉，北京高院做出终审判决。

潼关肉夹馍协会主要上诉理由为：

1、诉争商标为汉字“老潼关”，其权利人并非来自该标志所表示的地区，使用该商标时亦超出了潼关地区，若使用在“饭店商业管理”

等服务上具有欺骗性和误导性，违反商标法第十条第一款第七项之规定；

2、陕西省渭南市潼关县所产“潼关肉夹馍”的品质与该县的地理气候条件的存在特定联系，诉争商标申请日前，“潼关肉夹馍”已作为地理标志集体商标取得注册。诉争商标完整包含“潼关”，且整体并未形成明显区别于引证商标的其他含义，而西安同辉公司并非来自于潼关地区。诉争商标核定使用在“饭店商业管理”等服务上与引证商标核定使用的肉夹馍商品联系密切、关联性强，难免导致消费者误认，且不属于善意取得注册的情形，构成商标法第十六条之规定；

3、诉争商标与引证商标分属不同商品和服务类别，但两者的商品和服务对象相同，构成商标法第三十条规定之情形。

**北京市高级人民法院审理后认为：**

1、诉争商标由汉字“老潼关”构成，其中“潼关”系我国陕西省下辖的县级行政区划的名称。诉争商标整体上未形成明显区别于地名的其他含义，难以起到区分商品来源的作用。即使“潼关”也具有潼关县当地一古城景点“潼关城”的含义，但该含义的知名度远低于“潼关”作为县级行政区划的含义，相关公众通常会将其理解为潼关县，且在案证据亦不足以证明诉争商标经使用足以使公众将其与地名相区分。因此，诉争商标的申请注册违反了2014年商标法第十条第二款的规定。

2、诉争商标由汉字“老潼关”构成，考虑到“潼关肉夹馍”已作为地理标志集体商标取得注册，西安同辉公司并非来自潼关县，且诉争商标核定使用的“饭店商业管理、特许经营的商业管理”服务与引证商标核定使用的“肉夹馍”

商品关系较为密切，容易导致相关公众对服务的产地、品质等特点产生误认，具有欺骗性，诉争商标核定使用在“饭店商业管理、特许经营的商业管理”服务上违反了2014年商标法第十条第一款第七项之规定。

3、“潼关肉夹馍”是发源于陕西省渭南市潼关县的一种特色小吃，其商品质量与该县的自然环境因素密切相关，在诉争商标申请日之前，“潼关肉夹馍”在“肉夹馍”商品上已成为地理标志集体商标。诉争商标由中文“老潼关”构成，包含了引证商标的显著识别部分“潼关”，且西安同辉公司与诉争商标原注册人并非来自于潼关，其核定使用在“饭店商业管理、特许经营的商业管理”服务上，与引证商标核定使用的“肉夹馍”商品的相关公众存有较大的重合度，容易使相关公众对西安同辉公司提供服务的产地、方法及内容产生混淆，并误认为其具有潼关肉夹馍协会的成员资格，进而对诉争商标核定使用服务的真实地产生误认，不属于善意取得注册的情形。因此，诉争商标在“饭店商业管理、特许经营的商业管理”服务上的注册构成2014年商标法第十六条之规定。

**最终判决：**

一、撤销北京知识产权法院（2020）京73行初5205号行政判

二、撤销国家知识产权局作出的商评字[2020]第23370号关于第19216055号“老潼关”商标无效宣告请求裁定；

三、国家知识产权局针对潼关肉夹馍协会就第19216055号“老潼关”商标所提出的无效宣告请求重新作出裁定。

本判决为终审判决。

来源：北京法院审判信息网

## 闽清粉干的传说

闽清县位于福建省东部，福州市西北部，闽江下游。全县地处山区盆地，四周群山环绕，地下蕴含丰富的优质矿泉水，二氧化硫含量少，泉水清澈纯净、甘冽清甜，光照时间长，气候温和，热量丰富。就是在这块自然资源丰富的土地上，辛勤的闽清县人民培育出了风味独特的闽清粉干。

闽清粉干历史悠久，据《闽清县志》（1993年版）记载：闽清粉干始于南宋嘉定年间，迄今已有800多年的历史。明永乐年间“三宝太监”郑和七下西洋时，曾携带闽清粉干供随船将士食用并馈赠沿途外国友人。

关于闽清粉干，民间流传着这样的一个传说。

相传很早以前，闽清五都（今塔庄镇）泸溪半山上有一个财主，家人每天吃不完的饭都倒进房前的一条小溪流走。村里有一个姓林的小伙子，有一次挑柴火去卖，恰巧路过，看见心疼得很，就用竹筐把米饭打捞起来，带回家洗净之后煮着吃。每次卖柴火回来的路上，那小伙子总不忘去财主家旁的小溪打捞米饭。时间久了，吃不完的米饭越来越多，晒干后，煮着吃，口感也很好，于是他就把剩饭搓成米团晒干藏在缸里，青黄不接时拿出来用水煮后切成片，再下锅煮了吃。有一天他亲戚来到家里，他就用“米干片”请客，客人觉得很好吃。于是他又萌生了加工一种大米做的点心，扩大生意门路。于是，他选了好米磨成浆，压成粉团，搓成棵，

用井水煮，挤压成粉丝，然后晒干就成了现在的粉干。

不久，那位姓林的小伙子便从泸溪村迁居到山脚下的茶口村，继续加工粉条卖，同时将制作工艺及方法向家人传授并小规模制作，邻居们也跟着纷纷效仿。从此，生产制作闽清粉干这门手艺开始传开。因水质好、做工细、选料精良，采用自然风干等办法，所产粉干洁白匀长、细润柔韧，且久煮不烂、翻炒不粘不碎，日久天长而闻名遐迩，被列入《中国食品大全》。由于它多层次的脱脂处理，改变了生物链和活性脂肪含量，所以被医学家列为糖尿病患者的首选食品，是天然的保健品。

从此，闽清粉干加工作坊陆续发展起来，销路也逐渐拓宽。郑和下西洋时曾带粉干，受到海外人士的赞赏。据县志第十三卷一章记载，早在1972年，闽清县外贸公司就将闽清粉干列为出口商品。华侨归来探亲，经常捎去闽清粉干，闽清粉干便名扬四海了。

长期以来，闽清粉干获得许多美誉。1998年，闽清粉干被评为“福建省乡镇企业百项名牌产品”，2000年被评为“省名牌农产品”，2004年组织复评使又获该殊荣。

（闽清县工商局 刘绍斌 黄玉娇 整理）





## 商标释义

闽清粉干  
Minqing fengan

注册人：福建省闽清县粉干协会

注册号：8794404

商 品：粉干

注册时间：2011年7月28日

地域范围：闽清县16个乡镇，包括塔庄镇、省璜镇、坂东镇、三溪乡、上莲镇、池园镇、白中镇、金沙镇、白樟镇、云龙乡、梅溪镇、梅城镇、雄江镇、东桥镇、下祝乡、桔林乡。

“闽清粉干”地理标志证明商标，以“闽清粉干”文字商标加上“Minqing fengan”的拼音组合而成，具有中国民族特色。商标以白色为底色调，包含两个含义，一是表示闽清粉干成自然的白色，品质洁白匀长；二是表示闽清粉干出自生态环境良好的闽清，原料采用当地优质粉干专用粮和清澈纯净的矿泉水，制作工艺精良，健康卫生，不含任何添加物。“闽清粉干”的字体采用仿宋字体，仿宋字体具有笔画粗细均匀、刚柔相济、结构严谨的特点，寓意闽清粉干粗细均匀、质地细润柔韧、加工工序严谨。商标突出“闽清粉干”的中文标志、辅以拼音为设计元素，整体形象简洁、稳重，易于识别。

（闽清县工商局 余昌伦 黄 婧）

## 龙头企业

1. 福州市茶口粉干有限公司

使用商标：



注册号：835086

类别：30

注册时间：2006年4月28日

福建省著名商标

2、福建省老林粉干专业合作社

使用商标：



注册号：7509353

类别：30

注册时间：2010年9月7日

## 编 后

“闽清粉干”是闽清人逢年过节和招待客人的必备佳肴，其外表洁白匀长，质地细嫩柔韧，脂肪酸度低，被誉为“闽清三宝”之一，更是一个历史悠久、可持续发展的绿色产业。



闽清县政府为了改变闽清粉干“零敲碎打”、加工户零散、恶性竞争、以次充好等问题，树立统一响亮的品牌，振兴闽清特色产品，授权福建省闽清县粉干协会向国家工商总局商标局申报注册“闽清粉干”地理标志证明商标，实施商标品牌战略，助推闽清粉干走上品牌化发展道路。2011年7月28日，“闽清粉干”地理标志证明商标核准注册，闽清粉干这个有着数百年历史的品牌从此有了国家法律保护，促进闽清粉干从特色经营向规模化、产业化、集约化经营发展。

为了规范使用管理“闽清粉干”地理标志证明商标，闽清县粉干协会根据《“闽清粉干”证明商标使用管理规则》，对全（下转第28页）