



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 林 芬

通 联 组：各会员单位

出刊日期：2022 年 9 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 国家知识产权局局长申长雨：加快推进知识产权强国建设
- 07 国新办举行 2022 年上半年知识产权相关工作统计数据新闻发布会
- 09 国家知识产权局商标局召开专题局务会议总结上半年重点工作落实情况研究部署下半年工作
- 10 福建组织印发《福建省贯彻知识产权强国建设纲要和“十四五”规划实施推进计划（2022-2023 年）》
- 11 福建省市场监督管理局局长黄培惠为中国（福建）知识产权保护中心揭牌并开展调研
- 12 我省 5 地市入选首批国家知识产权强市建设试点示范城市

信息窗口

- 12 “蓝天”行动：国家知识产权局工作组入驻平台型商标代理机构开展“辅导式”监管
- 13 聚焦审查质量 凝聚业务合力——国家知识产权局商标局商标审查协作工作交流会在广州召开
- 14 中华商标协会正式成为世界知识产权组织（WIPO）观察员

通知公告

- 15 国家发展改革委等七部门关于新时代推进品牌建设的指导意见
- 19 国家知识产权局办公室关于严厉打击代理伪造地理标志申请材料行为的通知



加快推进知识产权强国建设

国家知识产权局党组书记、局长 申长雨

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央统筹中华民族伟大复兴战略全局和世界百年未有之大变局，把知识产权工作摆在更加突出的位置，谋篇布局、举旗定向，引领我国知识产权工作取得历史性成就，走出一条中国特色知识产权发展之路，开启了全面建设知识产权强国的新征程。

党领导知识产权事业取得历史性成就

党的十九届六中全会将强化知识产权创造、保护、运用写入《中共中央关于党的百年奋斗重大成就和历史经验的决议》，这是党对知识产权事业发展成就的充分肯定。回顾我国知识产权事业发展走过的非凡历程，从新中国成立之后的初步探索，到改革开放之后逐步走上正规化轨道，尤其是党的十八大以来，在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，知识产权事业实现大发展大跨越大提升，取得了举世瞩目的巨大成就。

一是法律制度日益完善。建立了符合国际通行规则、门类较为齐全的知识产权法律制度，实现了从制度引进到适应国情、植根本土的重要转变。同时，加入了几乎所有主要的知识产权国际公约。特别是党的十八大以来，将知识产权写入了民法典，确立了依法保护知识产权的重大法律原则。对专利法、商标法、著作权

法作了新一轮的修改，建立了国际上最高标准的惩罚性赔偿制度，为严格知识产权保护提供了有力的法律保障。推动第一个在中国签署并以中国城市命名的《视听表演北京条约》正式生效，加入了《工业品外观设计国际注册海牙协定》和版权方面的《关于为盲人、视力障碍者或其他印刷品阅读障碍者获得已出版作品提供便利的马拉喀什条约》，积极履行国际公约规定的各项责任义务，成为知识产权国际规则的坚定维护者、重要参与者和积极建设者。

二是管理体制不断健全。党的十八大以来，习近平总书记就知识产权工作作出一系列重要指示，多次主持召开中央全面深化改革委员会（领导小组）会议，审议通过《关于强化知识产权保护的意见》《关于开展知识产权综合管理改革试点总体方案》等重要文件，作出一系列重大部署。国务院印发《深入实施国家知识产权战略行动计划（2014—2020年）》《关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》《“十三五”国家知识产权保护和运用规划》等一系列重要文件，建立了知识产权战略实施工作部际联席会议制度，加强国家层面的宏观统筹。2018年党和国家机构改革，组建了国家市场监督管理总局，重新组建国家知识产权局，实现了专利、商标、原产地地理标志、集成电路布图设计的集中统一管理和专利、商标的综合执法，解决了知识

20 国家知识产权局商标局关于全面推行驳回复审案件网上申请的通告

政策法规

21 《知识产权纠纷调解工作手册》正式发布（摘选商标侵权纠纷调解典型案例）

协会工作

26 我会参加国家知识产权局“弘正气 提质量”知识产权代理行业行风建设年福建分会场活动

典型案例

28 上海警方侦破一起假冒“绿色食品”证明商标案

30 “蒙娜丽莎”商标纠纷案历经 10 年终落幕 徐日丹 常璐倩

地理标志

34 国家知识产权局调研组赴漳州开展地理标志立法调研

地理标志传说

36 平和白芽奇兰的传说 赖俊杰 整理

封面 福州鼓楼区同利肉燕老铺

封底 云南云阳梯田风光 赵觉荣 摄影

产权管理多头分散的问题，知识产权管理效能大幅提升。建立了多层级的地方知识产权管理机构，形成了横向协同、纵向贯通的管理体制和运行机制，极大提升了知识产权领域的治理能力和治理水平。

三是改革发展成就斐然。创造方面，持续提升知识产权审查质量和效率，截至2022年6月底，我国发明专利有效量达到390.6万件，有效注册商标量达到4054.5万件，累计批准地理标志产品2493个，核准地理标志作为集体商标、证明商标注册6927件，集成电路布图设计登记累计发证5.7万件。特别是通过实施专利质量提升工程、商标品牌战略和地理标志运用促进工程，核心专利、知名商标、优质地理标志产品等持续增加。保护方面，统筹推进严保护、大保护、快保护、同保护各项工作，知识产权保护社会满意度达到80.61分，整体步入良好状态。运用方面，统筹推进建机制、建平台、促产业各项工作，2020年，专利密集型产业增加值达到12.13万亿元，占GDP的比重达到11.97%，成为经济高质量发展的重要支撑。全球领先的5000个品牌中，中国占到408个，总价值达1.6万亿美元。我们还通过专利技术强农、商标品牌富农、地理标志兴农，打造了知识产权助力精准脱贫的中国样本。服务方面，持续深化知识产权领域“放管服”改革，实施知识产权公共服务能力提升工程，公共服务的标准化、规范化、便利化水平不断提升。

四是国际影响显著提升。我国在世界知识产权组织发布的《全球创新指数报告》中的排名，由2013年的第35位提升至2021年的第12位，稳居中等收入经济体之首，是世界上进步最快的国家之一。特别是在多个细分指标上表现良好，PCT国际专利申请量自2019年起连续

三年位居世界首位，知识产权收入在贸易总额中的占比持续提高，进入全球百强的科技集群数量跃居全球第二，表明我国正在从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变。世界知识产权组织表示，中国排名持续稳步上升，预示着全球创新地理格局正在向东方转移。

党领导知识产权事业形成规律性认识

坚持党对知识产权事业的全面领导。党政军民学，东西南北中，党是领导一切的。知识产权事业是党的事业的有机组成部分，必须坚持党的全面领导，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深刻领悟“两个确立”的决定性意义，进一步增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，认真贯彻落实习近平总书记关于知识产权工作的重要论述，把牢知识产权事业发展方向，走好中国特色知识产权发展之路。特别是习近平总书记关于知识产权工作的重要论述，是习近平新时代中国特色社会主义思想的有机组成部分，深刻阐明了新时代做好知识产权工作的重要意义、基本原则、目标任务、思路举措和工作重点，是知识产权发展一般规律与我国实践探索的理论升华，是做好新时代知识产权工作的根本遵循和行动指南，必须牢牢把握，始终坚持。

坚持以人民为中心的发展思想。以人民为中心体现了我们党的根本宗旨。习近平总书记强调，知识产权保护工作关系人民生活幸福，只有严格保护知识产权，净化消费市场、维护广大消费者权益，才能实现让人民群众买得放心、吃得安心、用得舒心。党领导下的知识产权事业必须站稳人民立场，坚守社会主义本质特征和共同富裕的发展方向，坚持公正合理保护，把握好权利人与社会公众之间的利益平

衡，既通过严格的知识产权保护激发全社会创新活力，推动高质量发展，又要通过权利的平衡，有力促进知识的传播与利用，促进创新成果更多惠及人民，满足人民对美好生活的向往。要紧紧依靠人民，坚持顶层设计和基层探索相结合，尊重基层首创精神，将人民群众的知识产权合法权益是否得到有效保护、创新活力是否得到有效激发、营商环境是否得到有效优化、经济社会发展是否得到有效推动，作为检验知识产权工作成效的根本标准，着力解决好人民群众在知识产权方面的“急难愁盼”问题，增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

坚持围绕中心服务大局。围绕中心、服务大局是我们开展工作的重要原则。只有把知识产权工作放在党和国家工作大局中来思考、来定位，才能找准工作的切合点、结合点、着力点，实现既为一域增光，更为全局添彩。对知识产权工作的职能定位，习近平总书记有着深刻的论述，强调创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新；加强知识产权保护是完善产权保护制度最重要的内容，也是提高中国经济竞争力最大的激励；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；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。习近平总书记的重要论述将知识产权摆在了更加突出的位置，寄予了殷切的期望。我们要立足知识产权功能定位，自觉在全局中思考、在大局下行动，更好发挥知识产权对内激励创新、对外促进开放的重要作用，为促进建设现代化经济体系，贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展提供有力支撑。要从贯彻总体国家安全观出发，增强斗争精神，提高斗争本领，

促进关键核心技术自主研发，做好知识产权保护，建设知识产权涉外风险防控体系，坚决维护我国主权、安全、发展利益。

坚持与时俱进改革创新。一切制度总是在改革创新中不断完善和发展。知识产权制度是激励创新的基本保障，其自身也必须与时俱进、不断创新。特别是当今世界正经历新一轮科技革命和产业变革，大数据、人工智能、基因技术等新领域、新业态日新月异、加速发展，网上购物、智慧医疗、在线教育等蓬勃兴起，知识产权制度必须及时回应时代课题，作出制度安排，更好满足发展需要。

坚持合作共赢扩大开放。知识产权制度是人类文明的重要成果，我国的知识产权制度更是伴随着改革开放的历史进程建立和发展起来的，在促进技术传播利用、推动国际经贸往来、丰富人们物质文化生活等方面发挥了至关重要的作用。在新时代新阶段，我们要进一步深化国际合作，通过共同保护知识产权促进知识传播共享，让创新创造更好造福各国人民，推动构建人类命运共同体。要坚定维护多边主义，积极参与全球知识产权治理，积极贡献中国智慧，提出中国方案。为国内外企业提供一视同仁、公平对待的知识产权政策环境。深化“一带一路”知识产权合作，支持发展中国家能力建设，努力实现共同发展和繁荣进步。

在新的历史起点上加快推进知识产权强国建设

2021年，《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》（以下分别简称《纲要》和《规划》）印发，对未来知识产权事业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中

央对知识产权工作的高度重视、亲切关怀和殷切期待，标志着我国知识产权事业进入新的发展阶段。要深刻领会党中央对知识产权事业的战略性布局，立足两个大局，胸怀“国之大者”，勇担历史使命，在新的历史起点上加快推进知识产权强国建设。

把握好知识产权强国建设的宏伟目标。建设知识产权强国是开启全面建设社会主义现代化国家新征程，推进国家治理体系和治理能力现代化，推动构建新发展格局、实现高质量发展的必然要求。要按照“制度完善、保护严格、运行高效、服务便捷、文化自觉、开放共赢”的总体目标，坚持国际国内统筹、宏观微观结合、远期近期兼顾，分两步走推进知识产权强国建设。第一步，瞄准未来五年中期目标，以《规划》实施为抓手，扎实推进相关工作，确保到2025年，知识产权强国建设取得明显成效。在此基础上，再经过十年努力，到2035年，推动我国知识产权综合竞争力跻身世界前列，中国特色、世界水平的知识产权强国基本建成。

把握好知识产权强国建设的重点任务。知识产权强国建设是一项系统工程，需要结合《纲要》和《规划》相关工作部署，坚持战略性和实操性相结合，做到纲举目张、突出重点、衔接顺畅，一张蓝图绘到底，两张卷子一起答。要围绕《纲要》明确的六个方面重点任务，聚焦建设面向社会主义现代化的知识产权制度、支撑国际一流营商环境的知识产权保护体系、激励创新发展的知识产权市场运行机制、便民利民的知识产权公共服务体系、促进知识产权高质量发展的人文社会环境和深度参与全球知识产权治理，抓好《规划》部署的5个方面14项重点任务和15个专项工程。要全面加强知识产权保护，激发全社会创新活力；提高知识产权转移转

化成效，支撑实体经济创新发展；构建便民利民知识产权服务体系，促进创新成果惠及人民；推进知识产权国际合作，服务开放型经济发展；推进知识产权人才和文化建设，夯实事业发展基础。

处理好知识产权强国建设的重大关系。推进知识产权强国建设是一项没有既定经验可循的重大实践探索，要立足走好中国特色知识产权发展之路，把握和处理好五个方面的重大关系。一是中国特色与世界水平的关系，既要立足中国实际，符合中国国情，解决中国问题，满足中国需要，又要树立全球视野，实现国际可比，跻身世界前列。二是数量与质量的关系，进入知识产权强国建设新阶段，要把质量放在更加突出的位置，把高质量作为事业发展的生命线、主旋律，追求理性的繁荣，加快实现从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变，知识产权工作从追求数量向提高质量转变。三是激励创新与维护公共利益的关系，要深刻认识知识产权制度的本质特征，把握权利人和社会公众之间的利益平衡，坚持人民利益至上，推动公正合理保护，既严格保护知识产权，又防止个人和企业权利过度扩张，努力实现激励创新与公共利益兼得。四是市场驱动与政府推动的关系，要进一步厘清政府和市场的边界，既发挥好政府职能，加强规划引领、行业监管、环境营造，又遵循市场规律，注重采取市场化手段，激发市场主体活力，依靠市场内生动力推动知识产权事业发展。五是国内保护与国际保护的关系，知识产权是国际贸易的标配，必须统筹好国内国际两个市场，既依法保护在华外资企业的知识产权，又推动外国政府加强对中国知识产权的保护，实现平等保护，切实维护中外企业的合法权益。

做好知识产权强国建设的干部人才保障。

当前，我们国家已经进入到知识产权强国建设的新阶段，面临着比以往更加艰巨繁重的改革发展任务。特别是《纲要》和《规划》的实施，需要更加有力的干部人才队伍支撑。要大力加强干部队伍建设，使广大党员干部在政治站位上、格局视野上、业务能力上、精神面貌上、工作作风上，都能够更好地适应新时代知识产权事业发展的需要，更好肩负起推进知识产权强国建设的时代重任。一方面，要着力提高政治判断力、政治领悟力、政治执行力。善于从党和国家工作大局思考问题，时刻关注党中央在关心什么、强调什么，深刻领会什么是党和国家最重要的利益，什么是最需要坚定维护的立场，对“国之大者”了然于胸，对党中央精神准确把握，坚持用党中央精神分析形势、推动工作，始终同党中央保持高度一致。要经常同党中央精神对表对标，不折不扣抓好习近平总书记重要指示论述精神和党中央决策部署的贯彻落实。另一方面，要着力提升业务能力。主动适应新形势、不断增强本领，立足知识产权专业特点，努力学习新理论、钻研新业务、掌

握新技能、适应新发展，涵养专业精神、提高专业素养、掌握专业方法。要把握知识产权国际竞争新形势，增强斗争精神，提高斗争本领，有效维护国家利益。要进一步深入开展调查研究，加强对业务领域重大理论和实践问题的研究，摸清基层实际情况和市场主体、创新主体的真实需求，积极破解知识产权事业改革发展中的各种难题，勇闯知识产权“无人区”，推动事业更好更快发展。

我们将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以实施《纲要》和《规划》为抓手，坚持政治引领、服务大局，坚持稳字当头、稳中求进，坚持落实为要、质量优先，全面提高知识产权的创造质量、运用效益、保护效果、管理能力和服务水平，更大力度加强知识产权保护国际合作，扎实推进知识产权事业高质量发展，加快知识产权强国建设，为保持平稳健康的经济环境、国泰民安的社会环境、风清气正的政治环境作出知识产权领域的积极贡献，以实际行动迎接党的二十大胜利召开。

来源：学习时报

国新办举行 2022 年上半年知识产权相关工作

统计数据新闻发布会

7月12日，国务院新闻办公室在京举行2022年上半年知识产权相关工作统计数据新闻发布会。数据显示，截至今年6月底，我国发明

专利有效量390.6万件、有效注册商标4054.5万件、核准使用地理标志专用标志市场主体1.9万余家、集成电路布图设计登记申请累计7.4万



件。当前我国知识产权发展态势稳中有进、质量提升。

会上,国家知识产权局副局长胡文辉介绍,今年以来,面对复杂的外部环境和严峻的疫情防控形势,国家知识产权局坚持稳字当头、稳中求进,出台助企纾困、激发创新活力的一系列政策措施,推动知识产权工作高质量发展。数据主要呈现5个方面特点。

知识产权创造趋势平稳。上半年,受新冠肺炎疫情等因素影响,国内专利、商标、集成电路布图设计等知识产权申请呈先降后升趋势,总体平稳。以上海为例,6月发明专利申请扭转前期下降态势,环比数据回暖。

国内企业创新活力强劲。截至2022年6月底,我国国内拥有有效发明专利的企业达到32.5万家,同比增长20.3%;拥有的有效发明专利210.7万件,同比增长22.0%,高于全国平均增速4.5个百分点。其中,高新技术企业、专精特新“小巨人”企业15.5万家,拥有有效发明专利133.4万件,同比增长23.4%,以占国内企业47.8%的数量产生了国内企业63.3%的有效发明专利量,保持着强劲的创新活力。

专利商标质押融资普惠性增强。上半年,

全国专利商标质押融资金额为1626.5亿元,同比增长51.5%,惠及企业9760家,同比增长68.0%。其中1000万元以下的普惠贷款惠及中小企业6951家,占惠企总数的71.2%,同比增长111.7%,专利商标质押融资服务“小微”的特征显著,普惠性增强。

地理标志产业规模扩大。截至2022年6月底,我国核准使用地理标志专用标志市场主体1.9万余家,较上年同期增加6000余家。地理标志专用标志改革试点范围由12个省份拓展到20个省份,涉及1951件产品,占国内地理标志保护产品总数的82.9%。地理标志专用标志使用市场主体数量持续增加,专用标志使用申请核准程序不断优化,对带动地方特色产业发展、促进乡村振兴发挥了重要作用。

新兴技术领域专利储备加强。截至2022年6月底,我国国内有效发明专利数量排前三位的技术领域是计算机技术、测量和数字通信,分别占总量的9.4%、7.6%和6.8%;增速前三位为信息技术管理方法、计算机技术和医学技术,分别同比增长78.5%、32.3%和27.1%。新兴技术领域专利储备的增强,支撑了经济社会数字化转型,也增进了人民群众的健康和福祉。

胡文辉和国家知识产权局战略规划司、知识产权保护司、知识产权运用促进司有关负责人分别就知识产权助企纾困政策、激发和保护数字经济创新活力等问题回答了记者提问。

来源:中国知识产权报

国家知识产权局商标局召开专题局务会议总结上半年重点工作落实情况研究部署下半年工作



7月15日上午,商标局召开2022年第8次局务会议,总结上半年重点工作落实情况,研究部署下半年工作。会议传达学习了国家知识产权局党组有关会议精神和申长雨同志部署要求。商标局局长崔守东讲话,党委书记陈丹主持会议。

会议指出,上半年,商标局在国家知识产权局党组坚强领导下,以党的政治建设为统领,以建设一流商标审查机构为目标,以加大对商标恶意注册行为治理、持续提升审查质量和效率为重点,克服疫情不利影响,扎实推进各项工作,取得良好成效。党的建设全面加强,党建引领作用切实发挥;一般情形商标注册周期稳定在7个月,商标审查审理质量稳中有进;打击商标恶意注册力度不减,注册申请秩序更加规范;审查标准建设持续加强,注册审查制度不断完善;审查员岗位等级管理制度制定完成,审查员评价激励保障机制进一步健全。上半年,

完成商标注册审查362.1万件、商标异议案件审查8.1万件、各类商标评审案件审理21.7万件。截至2022年6月,我国有效注册商标4054.5万件。

会议要求,下半年,商标局要继续按照国家知识产权局党组工作部署,

咬定目标、盯住重点,迎难而上、奋发作为。一是提高政治站位,持续推进提质增效中心工作不放松。要守牢意识形态安全底线,持续加强对重大不良影响商标发现处置能力;压紧压实工作责任,确保全年审查审理任务如期完成,审查审理质量稳步提升;继续保持打击商标恶意注册行为高压态势,维护商标注册管理秩序;积极推进商标法律法规制度完善,做好打基础利长远工作。二是坚持党建引领,持续推进队伍建设根本任务不放松。要切实加强思想政治建设,树牢为党和人民审好商标意识;切实加强业务能力建设,夯实商标工作高质量发展基础;切实加强纪律作风建设,营造风清气正廉洁环境。

商标局领导班子成员、二级巡视员、各处处长及副处长约130人参加会议。

来源:国家知识产权局商标局

福建组织印发《福建省贯彻知识产权强国建设纲要和“十四五”规划实施推进计划（2022-2023年）》

为全面贯彻落实《强化知识产权保护的意见》《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》，经福建省知识产权工作领导小组研究同意，省知识产权工作领导小组办公室印发《福建省贯彻知识产权强国建设纲要和“十四五”规划实施推进计划（2022-2023年）》，明确2022年至2023年度推进知识产权强省建设的七方面重点任务和工作措施。

在完善知识产权制度体系方面，《推进计划》提出，要抓紧完善知识产权法规规章制度，有序推进我省知识产权保护条例立法工作。完善省知识产权工作领导小组统筹协调机制，建立常态化的工作联系和协作机制。推进知识产权治理体系和治理能力现代化，构建政府监管、社会监督、行业自律、机构自治的知识产权监管体系。

在强化知识产权保护方面，《推进计划》提出，要推进知识产权法院建设，依法切实降低维权成本，加大赔偿力度。推进集中统一履行知识产权检察职能。健全省、市、县三级知识产权行政执法体系，加强商标专用权的保护和海关知识产权保护。完善知识产权保护中心和快速维权中心布局，争创国家知识产权保护示范区。建立完善司法保护与行政执法、仲裁、调解等有机衔接的知识产权多元化纠纷解决机制，构建知识产权保护长效机制。全面开展加强知识产权保护“剑网”“龙腾”“蓝网行动”“净

网”行动等年度专项行动。

在构建知识产权市场运行机制方面，《推进计划》提出，要强化知识产权高质量创造，严厉打击不以保护创新为目的的非正常专利申请和不以使用为目的的恶意商标注册申请。促进知识产权高效益运用，实施专利转化专项计划，推进专利导航服务基地和产业知识产权联盟建设，促进技术、专利与标准协同创新发展，深入开展知识产权质押融资入园惠企行动。深入实施商标品牌战略，推进版权交易平台建设。

在提高知识产权公共服务水平方面，《推进计划》提出，要深化知识产权领域“放管服”改革，开展知识产权保护社会满意度调查，完善知识产权信息公共服务体系建设，开展专利、商标代理行业“蓝天”专项整治行动，实施知识产权服务业信用监管，鼓励各地因地制宜建设知识产权服务业集聚区。

此外，《推进计划》还就营造良好的知识产权人文社会环境、深化知识产权交流合作、加强组织保障等方面明确了具体措施。特别是在加强组织保障方面，要求各地区要高度重视，落实属地责任，完善财政投入保障机制，加大对知识产权工作的支持。《推进计划》还提出，要将知识产权强省建设工作纳入对各级政府的督查考核范围，纳入高质量发展综合绩效评价指标体系。

来源：福建知识产权

福建省市场监管局局长黄培惠为中国（福建）知识产权保护中心揭牌并开展调研

8月24日上午，中国（福建）知识产权保护中心、福建省知识产权保护中心揭牌仪式举行。省市场监管局党组书记、局长黄培惠，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和局有关处室负责人参加并专题调研。

黄培惠局长、刘征颖主任共同为中国（福建）知识产权保护中心、福建省知识产权保护中心揭牌。揭牌仪式后，黄培惠一行实地调研保护中心办事窗口、审理庭、培训室和办公区域等功能配置情况，以及开展专利快速预审、快速确权和快速维权等业务情况，并慰问中心干部职工。

在座谈会上，保护中心主任陈晓就中心工作情况汇报。黄培惠对保护中心建设工作给予充分肯定，指出省委、省政府高度重视知识产权工作，保护中心要认真贯彻落实省委、省政府和省局党组的工作部署，不断推动完善中心建设，充分发挥职能作用，为福建建设知识产权强省提供有力支撑。



对保护中心下一步工作，黄培惠强调：

要坚持以党的政治建设为统领。把学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想作为重大政治任务，从讲政治、谋发展的高度抓实干部教育管理，建强领导班子、带好干部队伍。中心各级党支部要加强政治理论学习，强化理论武装，发挥党组织战斗堡垒作用和党员先锋模范作用，不断提升凝聚力战斗力。要加强中心制度建设，落实党风廉政建设责任。

要进一步提升保护中心建设水平。切实发挥中心职能作用，加大业务宣传力度，做实做细保护工作，以更高的标准完善中心建设，为推动全省知识产权高质量发展提供高水平服务。积极创造条件逐步拓展业务领域，加强与泉州、宁德、厦门等国家级保护中心和快速维权中心联动，推动实现全省知识产权快速协同保护全覆盖。要加强培训管理，强化队伍能力建设，不断总结运行经验，促进内部管理更加规范。

要加强知识产权协同保护。加强向国家知识产权局汇报工作争取业务指导，强化与省局知识产权相关处室、省知识产权发展保护中心等知识产权系统业务协作，切实履行知识产权保护职责。加强与国家知识产权局专利局专利审查协作北京中心福建分中心，以及法院、海关等单位的协同合作，加强与福州市、福州市高新区沟通联系，不断提升工作效能。

来源：福建市场监管

我省 5 地市入选首批国家知识产权强市建设 试点示范城市

日前，国家知识产权局印发《关于确定国家知识产权强市建设试点示范城市的通知》，经申报推荐、材料审查、专家评审等程序，我省福州、厦门成功入选首批国家知识产权强市建设示范城市，泉州、漳州、龙岩入选首批国家知识产权强市建设试点城市，试点示范时限自2022年7月至2025年6月。

近年来，我省深入实施知识产权强省战略，积极开展知识产权强国建设试点示范工作，不断提升知识产权创造质量、运用效益、保护效果、管理能力和服务水平，打造区域知识产权工作高地，引领带动全省知识产权高质量发展。此次我省5地市成功入选国家知识产权强市建设

试点示范城市，标志着我省知识产权工作迈上新的台阶。

下阶段，我局将贯彻落实《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》任务部署，深入实施“提高效率、提升效能、提增效益”行动，以开展国家知识产权强市建设试点示范工作为抓手，加强工作统筹，建立共建机制，指导城市制定试点示范工作方案，推进试点示范城市建设取得明显成效，辐射带动全省知识产权创造运用水平全面提升。

来源：福建市场监管

国家知识产权局在治理平台型商标代理机构工作中，不断创新监管方式，探索建立“入驻式”监管机制，通过全方位的“辅导式”检查监督，提升监管效能。主要采取了以下措施：一是转变观念，打破监管情绪“对立化”。采用“辅导式”治理方式，打破以行政处罚为主要方式的监管方式，在平台型商标代理机构内部建立合规部门，由“要查我”变为“我要查”。二是聚焦风险，突出监管过程“事前防”。针对平台型商标代理机构的经营模式和主要风险，详细梳理其所存在的问题，辅导其建立完善恶意申请筛查、恶意申请告知、利益冲突审查、网络申请

去重校验等工作机制。三是强化组织，打破监管力量“单一化”。抽调国家知识产权局各相关业务部门、地方知识产权局和行业协会骨干力量组建工作组，成立监管、审查、信息化、行业自律等多部门的专家团队，提升监管整改意见的针对性和有效性，确保监管成效最大化。

下一步，国家知识产权局将综合运用各类措施持续加强监管，使平台型商标代理机构做到严格质量管理和守法规范经营，促进代理服务新业态健康有序发展。

来源：国家知识产权局

聚焦审查质量 凝聚业务合力 国家知识产权局商标局商标审查协作工作交流会 在广州召开

为深入贯彻落实中央纪委国家监委驻市场监督管理总局纪检监察组、国家知识产权局党组工作部署要求，进一步推进商标审查提质增效，8月17日，国家知识产权局商标局在广东省广州市召开商标审查协作工作交流会，国家知识产权局副局长何志敏出席会议并讲话，国家知识产权局商标局局长崔守东主持会议。

何志敏指出，商标审查协作机制的建立是落实国务院“放管服”改革部署，积极推进商标注册便利化改革的重要举措。自2016年试点至今，商标审查协作中心已经逐渐成为商标工作

的“生力军”和商标审查工作的“主力军”，为提前完成国务院压减商标审查周期五年工作任务，实现商标注册便利化改革预期目标，将商标注册平均审查周期由9个月压缩至4个月，一般情形商标注册周期压缩至7个月作出了重要贡献，也在服务地方商标品牌建设、促进区域经济发展中发挥了应有作用。

何志敏强调，要坚持问题导向和目标导向，立足新时代商标事业改革发展创新，深入研究商标审查领域发生廉政问题的成因，切实提升“三不腐”能力和水平；要进一步提高政治站位，

“蓝天”行动：国家知识产权局工作组入驻 平台型商标代理机构开展“辅导式”监管

近年来，平台型商标代理机构在带来技术革新、便利商标服务的同时，也出现了不规范经营的行为。国家知识产权局本着“审慎监管，包容发展”的原则，选取部分平台型商标代理机构为样本并实施辅导，以提炼治理经验和做法

为目的，通过形成和推广指南指引，有效规范代理服务行为。近日，国家知识产权局成立工作组，先后入驻两家平台型商标代理机构，通过“辅导式”监管方式，宣讲最新商标审查政策，帮助建立管理制度和工作规则。

牢固树立为党和人民审查商标的理念，坚决守牢商标审查领域意识形态安全底线；要进一步提高思想认识，坚持系统思维，积极主动查找目前审查工作中的短板、弱项，不断健全完善商标审查制度，加强工作监督落实，防范化解商标审查领域各种风险；要研究建立长效工作机制，持续加强对重大不良影响商标的发现处置能力。要坚持质量导向，稳步推进商标审查提质增效长效化；持续保持打击商标恶意抢注和不以使用为目的的商标囤积行为的高压态势；依法依规开展商标审查审理工作，做到授权有理、驳回有据、客观公正，标准统一，力争实现商标审查法律效果、社会效果和经济效果的统一，不断提高社会公众对商标工作的满意度。要坚持责任导向，正确认识当前商标工作取得的成绩和面临的压力和挑战，常怀忧患意识，稳住工作主线，巩固事业之基；要进一步加强商标审查协作中心建设，逐步将中心建设成为制度完善、运行规范、审查能力强、服务水平高的一流商标审查机构；要不断强化商标审查队伍建设，加强审查人才培养，开展好审查员岗位等级认定，充分调动干部职工的工作积极性和创造性，为商标审查提质增效，商标事业健康

发展提供人才支撑。

会议传达学习了国家知识产权局党组有关会议精神，提出落实专项治理工作意见，通报了2022年上半年商标审查工作情况。广州、上海、重庆、济南、郑州商标审查协作中心汇报了上半年审查工作情况、经验做法和下一步工作建议。各中心驻地市场监督管理局（知识产权局）相关负责人围绕进一步加强地方商标审查协作中心管理等工作进行了交流。

商标局相关分管负责同志，上海市、山东省、河南省、广东省、重庆市市场监督管理局（知识产权局）相关负责人，商标审查协作中心相关负责人，商标局部分处室负责同志及派驻地方中心实践锻炼干部等约50人参加会议。



国家知识产权局商标局商标审查协作工作交流会现场

来源：国家知识产权局商标局

各知识产权联盟之间的行政合作等。政府间组织、非政府组织、行业团体等可以向 WIPO 秘书处提出申请成为观察员，申请通过后可参加成员国正式会议并参与有关当前问题的协商进程和辩论。

协会自2005年起成为世界知识产权组织商标、工业品外观设计和地理标志法律常设委员会(SCT)观察员参与世界知识产权组织的事务工作。成为世界知识产权组织观察员对我国商标品牌服务走向国际化,进一步融入知识产权全球化发展的进程,具有积极促进作用。今后协会不仅可以列席世界知识产权组织的各项会

议及活动，还可以发言和参与讨论，表达协会的观点和意见，参与世界知识产权组织规则的制定和决议的形成。

近年来，协会积极与世界知识产权组织联系合作，组织会员参与世界知识产权组织相关活动，在国际商标品牌领域影响力不断提升。协会将继续积极开展国际交流与合作，包括加强涉外商标申请保护和纠纷处置等方面的业务培训等，代表中国企业积极在国际舞台上发声，提升协会的国际影响力，推动中国商标品牌事业发展。

来源：中华商标协会

国家发展改革委等七部门关于新时代 推进品牌建设的指导意见

发改产业〔2022〕1183号

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团发展改革委、工业和信息化主管部门、农业农村(农牧)厅(局、委)、商务主管部门、国资委、市场监管局(厅、委)、知识产权局,各中央企业:

品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。近年来，我国品牌建设取得积极进展，品牌影响力稳步提升，对供需结构升级的推动引领作用显著增强。同时也要看到，新一轮科技革命和产业变革深入发展，品牌发展理念和实践深刻

变革，我国品牌发展水平与全面建设社会主义现代化国家的要求相比仍有差距。为高质量推进品牌建设工作，全面提升我国品牌发展总体水平，提出意见如下。

一、总体要求

（一）总体思路。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，深入贯彻习近平总书记关于品牌建设的重要指示精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建

中华商标协会正式成为世界知识产权组织（WIPO）观察员

2022年7月，世界知识产权组织（WIPO）成员国大会第63届系列会议以实体加线上的混合模式在瑞士日内瓦召开，会议审议通过中华商标协会等成为世界知识产权组织观察员。

世界知识产权组织是联合国根据《成立世界知识产权组织公约》设立的专门机构，主要职能是负责通过国家间的合作或与其他国际组织的协作促进对全世界知识产权的保护，以及确保

新发展格局，以深化供给侧结构性改革为主线，以满足人民群众日益增长的美好生活需要为根本目的，坚持质量第一、创新引领，开展中国品牌创建行动。适应新时代新要求，进一步引导企业加强品牌建设，进一步拓展重点领域品牌，持续扩大品牌消费，营造品牌发展良好环境，促进质量变革和质量提升，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，久久为功促进品牌建设高质量可持续发展。

（二）发展目标

到2025年，品牌建设初具成效，品牌对产业提升、区域经济发展、一流企业创建的引领作用更加凸显，基本形成层次分明、优势互补、影响力创新力显著增强的品牌体系，品牌建设促进机制和支撑体系更加健全，培育一批品牌管理科学规范、竞争力不断提升的一流品牌企业，形成一批影响力大、带动作用强的产业品牌、区域品牌，中国品牌世界共享取得明显实效，人民群众对中国品牌的满意度进一步提高。

到2035年，品牌建设成效显著，中国品牌成为推动高质量发展和创造高品质生活的有力支撑，形成一批质量卓越、优势明显、拥有自主知识产权的企业品牌、产业品牌、区域品牌，布局合理、竞争力强、充满活力的品牌体系全面形成，中国品牌综合实力进入品牌强国前列，品牌建设不断满足人民群众日益增长的美好生活需要。

二、培育产业和区域品牌

（一）打造提升农业品牌。实施农业品牌精品培育计划，聚焦粮食生产功能区、重要农产品保护区、特色农产品优势区和现代农业产业园等，打造一批品质过硬、特色突出、竞争力

强的精品区域公用品牌。深入实施农业生产“三品一标”（品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产）提升行动，加强绿色、有机和地理标志农产品培育发展，打造一批绿色优质农产品品牌。开展脱贫地区农业品牌帮扶，聚焦特色产业，支持培育一批特色农产品品牌。加强科技创新、质量管理、市场营销，打造一批产品优、信誉好、产业带动性强、具有核心竞争力的合作社品牌、家庭农场品牌和农业领军企业品牌。发展乡村新产业新业态，围绕休闲农业、乡村服务业等，打造一批新型农业服务品牌。

（二）壮大升级工业品牌。大力实施制造业“增品种、提品质、创品牌”行动，形成有影响力的“中国制造”卓著品牌，培育一批先进制造业集群品牌。引导装备制造业加快提质升级，推动产品供给向“产品+服务”转型，在轨道交通、电力、船舶及海洋工程、工程机械、医疗器械、特种设备等装备领域，培育一批科研开发与技术创新能力强、质量管理优秀的系统集成方案领军品牌和智能制造、服务型制造标杆品牌。鼓励消费品行业发展个性定制、规模定制，在汽车、纺织服装、消费类电子、家用电器、食品、化妆品等领域，培育一批高端品牌、“专精特新”企业。推动电子信息产业创新发展和原材料产业关键技术攻关，培育一批竞争力强的品牌企业。加强工业产品质量安全监管，督促企业落实质量主体责任，提升质量管理数字化水平，提高产品技术质量性能、稳定性和可靠性。

（三）做强做精服务业品牌。加强服务品牌意识，提升服务品牌价值。推动金融、物流、研发设计、商务咨询、人力资源、节能环保等生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，培育具有国际竞争力的生产性服务品牌。推动商

贸、健康、养老、托育、文化、旅游、体育、家政、餐饮等生活性服务业向高品质和多样化升级，创新发展体验服务、共享服务、智慧服务等新业态新模式，培育专业度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的服务精品，推动形成服务优质、应用面广的在线服务品牌。面向产业数字化发展需求，围绕人工智能、5G、工业互联网、智慧城市、智慧农业等领域，培育优质数字化品牌。实施“数商兴农”，培育电商优质品牌。

（四）培育区域品牌。鼓励各地围绕区域优势特色产业，打造竞争力强、美誉度高的区域品牌。支持产业联盟、行业协会商会、企业等共建区域品牌，在商标标识、质量标准等方面加强协调，宣传推介区域品牌形象。构建区域品牌质量标准、认证和追溯体系，推动产业集群质量品牌提升。充分发挥集体商标、证明商标制度作用，加强区域品牌运用、价值评估和知识产权融资，强化区域品牌使用管理和保护。加强地理标志的品牌培育和展示推广，推动地理标志与特色产业发展、生态文明建设、历史文化遗产、乡村振兴等有机融合，提升区域品牌影响力和产品附加值。

三、支持企业实施品牌战略

（一）提升技术和质量水平。支持企业深入开展质量提升行动，实施全产业链质量提升，加强企业技术创新和产业链协同联动，促进技术迭代和质量升级。支持企业推进生产自动化、智能化、绿色化，构建规范化、标准化、精细化的运营体系。鼓励企业推广先进质量管理模式，开展质量管理数字化升级，建立全周期全流程质量安全追溯体系。鼓励企业完善测量管理体系，夯实高质量发展的计量能力和水平。开展对标达标提升行动，鼓励企业制定高于国

际标准、国家标准水平的企业标准，推动形成一批具有引领带动作用的企业标准“领跑者”和一批具有市场竞争力的“领跑者”标准。

（二）塑造提升品牌形象。鼓励企业推进产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展，建设品牌专业化服务平台，提升品牌营销服务、广告服务等策划设计水平。实施商标品牌战略，加强商标品牌指导站建设，培育知名商标品牌。引导企业诚信经营，信守承诺，积极履行社会责任，塑造良好品牌形象。支持企业强化商标品牌资产管理，提升品牌核心价值和品牌竞争力。

（三）丰富品牌文化内涵。积极推动中华文化元素融入中国品牌，深度挖掘中华老字号文化、非物质文化遗产、节庆文化精髓，彰显中国品牌文化特色。推进地域文化融入品牌建设，弘扬地域生态、自然地理、民族文化等特质。培育兼容产业特性、现代潮流和乡土特色、民族风情的优质品牌。

（四）发挥大型骨干企业示范引领作用。推动大型骨干企业特别是中央企业进一步发挥示范引领作用，深入实施中央企业品牌提升专项行动，加大品牌建设投入，积极推进全面品牌管理，促进品牌建设与企业经营良性互动，形成一批具有中国特色的品牌建设实践经验。支持大型骨干企业融入国家形象塑造，参与国际重大交流活动，传递中国品牌理念，不断增强全球消费者对中国制造、中国建造、中国服务的品牌认同。

四、扩大品牌影响力

（一）鼓励品牌消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展。广泛开展品牌宣传推广工作，推进品牌故事“走基层、入

民心”，引导消费者认可、信任优质品牌。鼓励企业在重大装备和重点工程中使用优质品牌产品。创新数字化消费新场景，鼓励有条件的地方和企业持续培育新型消费。依托中国品牌日系列活动和中国农民丰收节、全国消费促进月、双品网购节等重要活动，营造品牌消费良好氛围。

（二）引导品牌国际化。鼓励企业实施品牌国际化战略，拓展国际市场。引导企业构建研发、采购、生产、品牌建设推广、售后服务一体化体系，开展商标海外布局。鼓励品牌企业与国际品牌企业合作，提高品牌国际化运营能力。引导行业龙头企业带动中小企业联合开展海外品牌建设推广，合作共建展销中心、营销渠道、服务网络、研发体系和公共海外仓。支持企业参加海外品牌展示和推广活动。

（三）积极参与国际合作。推动完善品牌相关的知识产权国际规则和标准。推进重点领域计量、标准、检验检测、认证认可结果国际采信、互认。推动行业协会、品牌服务机构与国外相关组织开展合作交流。鼓励品牌研究和标准化活动国际合作，积极开展品牌评价、品牌管理等领域国际标准的制修订，加快品牌标准应用和标准信息共享。

五、夯实品牌建设基础

（一）加强品牌保护。统筹推进商标、字号、专利、著作权等保护工作，加强驰名商标保护，严厉打击商标侵权等违法行为。完善跨部门、跨区域知识产权执法协作机制，加强知识产权信息公共服务资源供给，推进商标、地理标志等知识产权数据共享，依法依规加强知识产权领域信用体系建设。支持企业加强商标品牌保护，完善商标品牌维权与争端解决机制，推进

商标数据国际交换与应用，推动商标品牌保护、纠纷处置的跨国协作。加强国家海外知识产权纠纷应对指导中心、国家海外知识产权信息服务平台等建设，开展海外纠纷应对指导服务。

（二）强化质量基础设施。建设若干国家级质量标准实验室。推进品牌培育、品牌管理、品牌评价等标准化建设，构建完善的品牌标准体系。开展“标准化+”行动，促进全域标准化深度发展。推动标准升级迭代和国际标准转化应用，加快建立健全质量分级制度，推动实施中国精品培育行动。推动国家现代先进测量体系建设，加强计量测试技术研究。鼓励符合条件的地区建设检验检测认证公共服务平台，实施质量基础设施拓展伙伴计划，打造质量基础设施集成服务基地。

（三）加强人才队伍建设。支持企业实施品牌人才提升计划，完善品牌人才引进和培养培训机制，提高品牌创建、运营和管理能力。鼓励企业联合高等院校开设品牌理论和应用管理课程，培养一批具有国际视野和品牌管理专业素质的企业家、管理人才。支持企业加强品牌适用人才培养，鼓励企业和专业机构、职业学校开展品牌管理职业培训，培养品牌建设专业人才。弘扬工匠精神，培养造就一批高素质技术技能人才。

六、组织保障

（一）加强组织协调。坚持党对新时代品牌建设工作的领导，把党的领导贯彻到品牌建设工作的各领域各方面各环节。深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，充分认识品牌建设的重大意义，强化组织实施，完善工作机制。国家发展改革委要加强统筹协调，会同中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国

院国资委、市场监管总局、国家知识产权局等部门，按照职能分工，对品牌建设加强指导，协同配合，形成合力，扎实推进品牌建设工作。

（二）营造良好环境。深化“放管服”改革，加快构建适宜品牌发展的产业生态和制度环境，健全品牌发展法律法规，完善市场监管。支持自由贸易试验区在推进品牌建设方面深化改革创新，发挥示范引领作用。持续开展国际消费中心城市培育建设，推动城市商圈、重点商业街区、社区生活网点、步行街等错位发展、优化布局。不断完善品牌建设支持政策，鼓励企业加大品牌建设投入、建立品牌管理体系、提高品牌培育能力。健全国家质量奖励制度，鼓励地方对质量水平先进、品牌影响力突出的组织实施激励。

（三）培育品牌标杆。鼓励重点行业和领域企业开展品牌建设行动，培育一批重点行业和领域精品品牌，打造世界知名品牌企业和品牌产品。发挥品牌标杆示范作用，引导区域、行业、企业开展对标提升行动，增强品牌培育和管理

能力。适时总结推广全国品牌建设典型经验和做法。

（四）加强品牌宣传。深入开展中国品牌日、“质量月”、全国知识产权宣传周等活动，推动全社会形成爱护品牌、享受品牌的良好氛围。围绕“中国品牌 世界共享”主题，持续办好中国品牌博览会、中国品牌发展国际论坛、行业和地方特色品牌创建活动。鼓励开展中国品牌海外展示专题活动，讲好中国品牌故事。

国家发展改革委
工业和信息化部
农业农村部
商务部
国务院国资委
市场监管总局
国家知识产权局
2022年7月29日

来源：发展改革委网站

.....

国家知识产权局办公室关于严厉打击
代理伪造地理标志申请材料行为的通知

国知办函运字〔2022〕624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：

按照《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）要求，各地正积极推进专项整治各项工作。近日，我局在商标审查审理过程中，

发现一些代理机构在代理地理标志申请时，存在伪造申请材料的行为，扰乱了正常的地理标志商标注册秩序，破坏了公平有序的竞争环境。为深入贯彻党中央、国务院关于“放管服”改革的决策部署，持续加大对违法违规代理行为的打击力度，将代理伪造地理标志申请材料行为作为重点整治内容。现就严厉打击代理伪造地理标志申请材料行为通知如下：

一、加大监控排查力度

目前，我局已对代理伪造地理标志申请材料的代理机构进行筛查，现将有关线索材料（附件）转送代理机构所在省（区、市）知识产权局查办。后续，还将加大对代理伪造地理标志申请材料行为的监控排查力度，并及时转送查办。

二、依法加强监管查处

根据转办的代理伪造地理标志申请材料行为线索，对相关代理机构立即组织调查。对不当行为责令其立即整改；对存在直接或协助委托人篡改史料、未核对委托人提供材料等违法违规行为的，依法予以处罚；情节严重的，报请

我局依法停止受理其办理商标代理业务；对触犯刑法等相关法律法规的，及时移送相关部门处理。

三、指导加强行业自律

指导当地相关行业协会加强行业自律，强化业内自律监督，对存在上述违法违规行为的会员单位及时予以惩戒，对非会员单位依法依规予以通报曝光、公开谴责。

四、加强信用联合惩戒

要高度重视，及时抓好各项工作落实。对存在上述违法违规行为的机构，在有关知识产权扶持激励政策实施、品牌机构培育、人才选拔等工作中予以严格限制或取消资格。

请于2022年7月29日前将立案情况、线索办理负责人姓名及联系方式，9月30日前将调查、整改、查处等落实情况报送我局知识产权运用促进司。

特此通知。

国家知识产权局办公室

2022年7月6日

办理驳回复审业务，原则上应通过商标网上服务系统提交电子申请，不再提交纸质材料。

二、本通告发出之日起至11月1日为全面推行商标代理机构代理驳回复审案件网上申请的“过渡期”，商标代理机构做好各项准备工作，

尚无商标网上服务系统账户的代理机构请尽快申请注册。

特此通告。

国家知识产权局商标局

2022年9月5日

.....

《知识产权纠纷调解工作手册》正式发布

为深入贯彻落实国家知识产权局、司法部《关于加强知识产权纠纷调解工作的意见》，更好地指导地方知识产权管理部门和知识产权纠纷调解组织开展工作，国家知识产权局知识产权保护司组织编写了《知识产权纠纷调解工作手册》（以下简称《手册》），并于近日发布。

《手册》立足于指导和规范知识产权纠纷调解工作，在系统梳理党中央、国务院及有关部委关于知识产权纠纷调解政策法规的基础上，总结吸纳部分省（区、市）现有知识产权纠纷调解工作经验，从调解理论、调解实务、文书

档案等方面提供详细的操作指南和典型案例，供相关政府部门和调解组织在工作中借鉴和参考。

为方便知识产权从业人员和调解员使用，国家知识产权局官方网站近日全文公开了《手册》有关内容。下一步，还将组织系列交流活动，对《手册》的使用进行详细讲解，切实提高调解组织管理能力和调解员调解技能。

附件：《知识产权纠纷调解工作手册》全文.pdf（略）

国家知识产权局商标局：关于全面推行驳回复审案件网上申请的通告

为进一步提升商标评审电子化水平，加强行政与司法有效衔接，推动商标评审绿色发展，国家知识产权局商标局将全面推行商标代理机

构驳回复审案件网上申请。现将有关事项通告如下：

一、自2022年11月1日起，商标代理机构

摘选：商标侵权纠纷调解典型案例

一、商标权属纠纷案法院调解

【案情简介】
2001年，唯冠国际旗下深圳唯冠科技有限公司在中国大陆注册了涉案两“iPad”商标。2009年，苹果公司在英国聘请一家律所成立IP申请发展公司（IP公司），向英国唯冠公司发出

要约：“希望能够购买所有唯冠拥有的iPad商标”。经磋商，2009年12月台湾唯冠公司与IP公司在中国台湾地区签署了《商标转让协议》，以3.5万英镑为对价向苹果公司转让包括涉案商标在内的iPad商标。2010年2月，IP公司签订《权利转让协议》向苹果公司转让涉案两商标。

2010年4月19日，苹果公司、IP公司以深

圳唯冠公司为被告,向广东省深圳市中级人民法院提起诉讼,请求根据台湾唯冠公司与IP公司签订的商标转让协议,判令深圳唯冠公司在中国拥有的涉案两“iPad”商标归其所有。广东省深圳市中级人民法院经过审理认为商标转让协议是台湾唯冠公司签订的,对深圳唯冠公司没有约束力,也没有构成表见代理,故判决驳回了苹果公司等的诉讼请求。苹果公司、IP公司不服向广东省高级人民法院提起上诉。在二审期间,广东省高级人民法院经多次调解,终使双方于2012年6月达成调解协议,由苹果公司支付6000万美元,唯冠公司将涉案“iPad”商标过户给苹果公司。该调解协议已经执行。

【调解过程和结果】

承办案件的合议庭认为,为使纠纷双方利益最大化,调解是最佳选择。目前唯冠公司债权人已达数百人,其最大的财产估值主要集中在iPad商标的价值上,诉讼前,涉案商标已被数个银行申请轮候查封,一旦该商标价值发生贬值的话,将会导致债权人更大损失。本着积极有效解决当事人争议的思路,法院与公司的各方领导层进行了沟通,一方面,从合同相对性角度而言,唯冠台湾公司与苹果公司订立的合同效力确实不能溯及深圳唯冠公司,苹果公司要求确认其根据合同而获得的商标权于法无据。苹果公司的诉请基础存在缺陷,但是其获得中国市场的商业目标十分明确。另一方面,深圳唯冠公司尽管已经被法院确认为iPad商标所有权人,且法院也确认苹果在中国销售iPad构成侵权。但是,确认iPad商标权属并非深圳唯冠公司的最终诉求,深圳唯冠公司追求的是最大限度实现iPad商标的商业价值。因此,苹果公司和深圳唯冠公司的法律基础和商业追求之间都存在一定程度的偏差,这也为调解奠定了基础。在此基础上,

法院通过沟通,向各方传达积极和解的信号,在共同努力下,本案终于顺利调解解决。

【典型意义】

本次调解最大限度地满足了双方当事人的合理诉求。对深圳唯冠公司而言,该案成功调解实现了iPad商标的价值最大化,极大地保护了债权人的权益,开创了涉外商标权权属纠纷解决的新路径。

本案能够调解成功的最大原因是苹果公司的请求权基础存在缺陷。苹果公司未能注意到深圳唯冠公司与唯冠国际公司系两个不同的、相互独立的法律主体。唯冠国际公司并非中国大陆iPad商标的所有权人,自然无权将深圳唯冠公司商标权转让给苹果公司,因此,唯冠国际公司与苹果公司的商标转让合同中关于中国境内iPad商标的转让约定是效力待定的,由于深圳唯冠公司不承认该部分内容而归于无效。因此,在商标权转让合同相关纠纷调解过程中,调解员要特别注意关注合同的主体和商标权的主体是否对应,以防止出现无权代理或者无权处分的情形。

二、滴滴商标权侵权纠纷法院调解

【案情简介】

2011年3月,原告宁波市科技园区A电子有限公司(以下简称“宁波A公司”)在第九类“计算机程序(可下载软件)”上申请注册了滴滴商标和Didi商标,核定使用商品包括“计算机程序(可下载软件)”等商品项目,有效期均至2022年5月20日。2011年8月,宁波A公司的兄弟公司杭州B微电子有限公司(以下简称杭州B公司)推出了一款叫“滴滴出行”的下载软件,后来还有“滴滴导航”“滴滴地图”“滴滴打车”等,主要在杭州地区推广。2013年7月19日,宁

波A公司将上述商标转让给杭州B公司。双方其后又签订商标许可协议,杭州B公司将该注册商标排他许可给宁波A公司使用。

北京C科技有限公司(以下简称北京C公司)于2012年9月以广告语“滴滴一下,美好出行”开始对外推出其“滴滴打车”系列软件。随后“滴滴打车”品牌打响,并迅速占有市场,北京C公司在宣传中称,“滴滴打车”成为“全国打车软件的领导品牌”“全国最大的打车软件平台”。

2014年5月,宁波A公司、杭州B公司共同以北京C公司将“滴滴”作为app商标,使用在“滴滴”打车的乘客版、司机版app、网站www.xiao-jukeji.com以及其各地门店招牌、微博、微信公众号上等行为涉嫌侵害其注册商标专用权为由,诉至杭州市中级人民法院,认为侵犯了其商标专用权,并要求北京C公司停止侵权,在《中国知识产权报》《钱江晚报》中央电视台经济频道等全国主流媒体上刊登声明消除影响,并赔偿损失8000万元、律师费20万元等。本案广受社会关注,同时也是杭州中院有史以来受理标的额最高的商标侵权案。在审理过程中,经法院主持调解,原告和被告达成了一揽子商标转让协议原告撤回了对这个案子的起诉。

【调解过程与结果】

案件审理中,双方当事人虽然对是否构成侵权各执一词、针锋相对,但却均表达了强烈的调解意愿,希望法院协调解决双方的矛盾和分歧。对此,杭州中院始终立足于尊重维护知识产权,促进互联网+时代新兴业态健康发展,实现商标权人合法权益以及已经形成的社会公众对涉案商标认知度之间的合理利益平衡,尽最大可能促使双方当事人从矛盾对抗走向和解共赢。

该案案情复杂,在侵权行为表现形式的认

定、被控侵权商标的使用方式以及在互联网+背景下对商品和服务的划分等方面对司法审判提出了新的挑战,杭州中院专门召开了专家论证会,邀请浙江省知识产权领域的专家和学者就案件审理相关问题进行分析和论证。在此基础上,承办法官通过多次电话沟通、面对面磋商等方式多层次、多渠道的沟通和化解,经过不懈努力,最终促使双方当事人达成了商标转让协议。

案件的圆满审结,既维护了宁波A公司、杭州B公司作为商标权利人的合法权益,又使其通过转让注册商标实现商标权利的价值,免于日后相关案件的讼累,专注于自身业务的转型和拓展,也使北京C公司在获得转让的注册商标后,继续对其通过倾力营销形成的具有稳定消费群体和市场格局的经营模式进行完善和提升。同时,对社会公众,特别是新兴的互联网企业树立尊重知识产权的理念,注意避让他人知识产权,做好品牌创立的前期准备,未雨绸缪、避免纷争具有良好的示范和引领效应。

【典型意义】

长久以来,人们认为调解等同于和稀泥,调解员不需要对该案涉及的法律问题作出准确判断,这种认识是错误的。事实上,真正高超的调解员,需要对纠纷的争议焦点、权利人的权利基础、权利属性、被诉行为是否构成侵权,以及以往同类司法判例做到了然于胸,并在此基础上,准确地向当事人明晰各自所需承担的诉讼风险,才能达到以理服人的效果,才能真正做到案结事了,彻底解决当事人之间的纠纷。本案中,法院通过召开专家论证会的方式,邀请浙江省知识产权领域的专家和学者就案件审理相关问题进行分析和论证,并在厘清当事人关系和争议焦点的基础上,观察当事人双方各自的合法权益和权利边界,最终成功化解纠纷。

三、西湖龙井商标侵权纠纷行业调解

【案情简介】

北京茶业企业商会知识产权纠纷人民调解委员会（以下简称“调委会”）接到申请人杭州某茶业产业协会主动申请的9件“西湖龙井”注册商标侵权纠纷，被申请人是北京马连道地区的9家茶业销售商。申请人称，被申请人未经授权销售侵犯“西湖龙井”注册商标权的商品，要求九被申请人立即停止侵权并赔偿损失。

【调解过程与结果】

在收到调解申请后，调委会第一时间与九家被申请企业取得联系。鉴于之前的工作经验，调委会预料到部分企业的反应可能会比较激烈，所以调委会以登门拜访的方式向各被申请人详细说明情况，并邀请相关法律、茶行业的调解专家参与其中。

为了避免双方当事人的激烈冲突，调解员在最初的几次调解中采用了背对背调解的方法。调解员与申请人和被申请人分别约谈，避免双方当事人在调解之初的不愉快接触，调委会居中传达信息，在基本达成共识之后再组织双方会面。

另外，调委会还采取了集中调解与逐个调解的模式，将所有被申请人约到调委会办公室集中调解，并在集中调解的基础上，针对某些情况比较特殊的企业采用了上门单独调解的方式。经过调解员的耐心劝导协调，最终四家被申请人与申请人达成和解并签署和解协议。

【典型意义】

在调解过程中，调解员可以根据案件的具体情况，灵活选用调解方式。对于双方当事人对抗情绪比较强的案件，可以先采取背对背调解方式，与当事人分别沟通，避免激化矛盾的同时，

大大节省了双方当事人的时间。此外，在涉及多个当事人的同类型案件中，除了可以采用集中调解的方式提高调解效率，也需要根据案件的具体情况，对个别当事人进行单独调解。

四、商标侵权纠纷行业调解

【案情简介】

台湾某化妆品公司（以下简称“台湾公司”）在台湾地区拥有X商标的商标专用权，通过多年对该商标在化妆品上的宣传使用，使X商标具有较高知名度。近年来，台湾公司进入大陆市场，并注册了和台湾地区X商标仅一字之差的S商标并在大陆使用。2014年以来，台湾公司发现在上海某电商平台上（以下简称“电商平台”）的销售带有X商标的化妆品，销量巨大。台湾公司两次向电商平台发函要求删除相关侵权链接，但责令断开链接期满后，销售公司仍在电商平台上大量销售X商标的化妆品。台湾公司认为，电商平台和销售公司的行为侵犯了其对S商标的合法权益，故诉至法院，请求电商平台和销售公司停止侵权、赔偿损失、消除影响。案件起诉后，法院委托知识产权调解机构进行诉前调解。

【调解过程与结果】

在本案开庭之前，调解员和法官进行了沟通，就本案可能涉及的法律问题进行了探讨。调解员通过专业的分析，认为本案中涉案侵权产品的来源是关系本案定性的关键问题。如果涉案侵权产品系由销售商从台湾公司购买后转卖大陆地区的带有X商标的“正品”，那么本案涉及的问题应当是商标平行进口问题，这将是被告抗辩的一个突破口。如果涉案侵权产品并非从台湾地区进口，而是被告擅自使用了X商标的“假货”，那么台湾公司主张商标侵权的关键在于X商标和S商标是否构成近似商标。

把握住上述影响案件走向的关键点之后，调解员在调解过程中首先与销售公司进行了沟通。经了解，电商平台对于入驻的销售公司并未做实质审查或通过留有保证金等手段进行控制。涉案销售公司由一个年仅二十岁的原本从事化妆品零售行业的女士注册，案发后其已销声匿迹，公司和其个人均无可执行的财产，其委托的律师为其父亲的朋友免费客串。该律师明确表示涉案侵权商品虽不知来源，但绝非台湾地区进口。从该律师传达的信息中，调解员了解到销售公司对于是否构成商标侵权以及是否判赔均采取放任自流的态度，并且其对事实的陈述明显不利于电商平台的侵权抗辩。

但与之相比，电商平台的态度截然相反，该平台作为大陆地区知名电商，对其商誉非常重视。经调解员做思想工作，其非常认同调解员的意见：X商标与S商标仅一字之差并且含义相同，构成近似商标从而构成商标侵权的可能性高，不能因为平台上的一家小公司涉嫌商标侵权就破坏了与台湾地区知名化妆品公司之间将来可能建立的合作关系，同时也不希望在其平台上出现商标侵权或者出售假货等信息的判决记录。因此，即便在销售公司完全没有赔偿能力的情况下，电商平台仍然愿意与台湾公司进行和解。

在台湾公司方面，调解员亦从被告电商平台为国内知名电商，具有强大的销售实力的角度入手，并结合销售公司披露的销售数额远远

低于其所主张的销售数额的角度进行劝说，让台湾公司就赔偿数额也作出了合理让步。最终，双方达成解决方案：由两位被告赔偿台湾公司20万元。

【典型意义】

随着电子商务、文化贸易和定牌加工业务的发展，知识产权纠纷将会成为上海自贸区发生最多的纠纷类型之一。本案经两次面对面的调解，原告获得被告合理赔偿并就后续合作进行磋商的方式平息了本次纠纷。

作为解决纠纷的常见方式，调解和诉讼最大的不同在于：诉讼关注的是争议焦点而调解关注的是利益共同点。本案如果通过诉讼手段进行，分析被告行为是否属于“平行进口”、被告标识和原告商标是否构成近似、被告的违法所得数额等将会成为双方争议的焦点。法院通过处理上述争议来判定是非曲直，从而进行归责和判决。但是，案件一旦进入调解程序，调解员应当摆脱争议焦点的束缚，去挖掘掩盖在争议背后双方的利益共同点，只要把握住共同利益，原本矛盾的双方求同存异，互谅互让，一步海阔天空。在本案中，调解员准确地把握住了原告在产品上的优势，以及被告在销售渠道上与原告产品的契合，不但使双方在短时间内解决了纠纷，握手言和，并且化干戈为玉帛，开始了进一步的合作磋商。

来源：国家知识产权局

我会参加国家知识产权局“弘正气 提质量” 知识产权代理行业行风建设年福建分会场活动

2022年7月13日，由国家知识产权局运用促进司指导，中华全国专利代理师协会及中华商标协会共同主办的“‘弘正气 提质量’知识产权代理行业行风建设年活动”启动仪式在北京成功举办。

本活动旨在弘扬并传承知识产权代理行业“工匠精神”，激发从业人员职业荣誉感，强化行业高质量发展导向，进一步推进行风建设，树立知识产权代理标杆楷模，积极引导行业健康发展。启动仪式以“线下+线上视频”方式举行，国家知识产权局、中华商标协会、中华全国专利代理师协会等相关领导现场参会，同时在北京、上海、河北、江苏、福建等8个省区市

设置线上分会场。300余人在现场或以视频方式参会。

福建省市场监督管理局党组成员、福建省知识产权发展保护中心刘征颖主任、福建省市场监督管理局商标监管处王钢锋处长、我会刘爱武会长、张莉秘书长及部分商标代理机构代表参加了福建分会场活动。

国家知识产权局副局长卢鹏起出席会议并指出，知识产权代理服务业一头连接着创新主体和市场主体，一头连接着审查确权 and 维权保护机关，是知识产权高质量创造、高水平保护和高效益运用的重要保障环节。弘扬行业正气、提升服务质量、加强行风建设是一项长期性、持久性工作。知识产权代理服务业各相关方要深刻认识职责任务和当前面临的形势挑战，强化能力、提升质量，明确规矩、树立导向，弘扬正气、树立新风，注重协同、形成合力，全面推进行业高质量发展，持续引导行业自律。

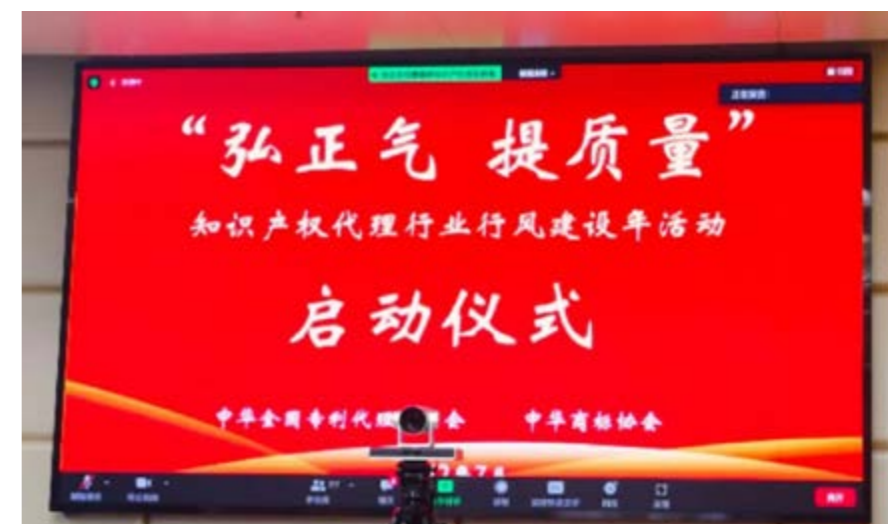
此次行风建设年活动，是我国知识产权代理行业

建设发展三十余年来首次开展，也是深入贯彻落实知识产权强国建设纲要和“十四五”知识产权保护和运用规划的部署要求，着力推进知识产权代理服务业高质量发展的一项重要举措。

行风建设是一项长期性、持久性工作。知识产权代理服务业各相关方要

深刻认识职责任务和当前面临的形势挑战，强化能力、提升质量，明确规矩、树立导向，弘扬正气、树立新风，注重协同、形成合力，全面推进行业高质量发展，持续引导行业自律。

启动仪式上，我会刘爱武会长受邀作为执业三十年商标代理从业人员代表之一共同宣读“为知识产权代理行业‘弘正气 提质量’而努力奋斗的宣言并发言，宣言主要从“坚定理想信念、坚守职业道德、恪守工作职责、秉持工匠精神”四个方面进行宣誓。刘会长在发言中还谈了三点坚持：一是把商标代理作为商标事业看待；二是商标代理服务是一项法律服务、专业服务，不同于一般的商业服务；三是坚持专业的



人做专业的事。福建省商标协会将积极支持本次活动开展，引导商标代理机构会员单位坚持诚信服务、严守职业操守、杜绝不良代理、抵制恶性竞争、接受社会监督，为行业高质量发展贡献力量。

主会场在发布《知识产权代理行业服务公约》后，也播放了福建分会场由我会组织部分商标代理机构人员集体承诺视频。

会议现场还颁发了“行风建设志愿者证书”和“商标代理服务证明商标使用许可证书”。“全国专利商标代理公共服务平台”微信小程序同日上午上线。



上海警方侦破一起假冒“绿色食品”证明商标案

今年7月，上海市公安局食药环侦总队会同农业农村部门，成功侦破一起假冒农业农村部“绿色食品”证明商标系列案。抓获犯罪嫌疑人11名，捣毁产、储、销窝点10余处，查获假冒“绿色食品”证明商标30余万只，涉案销售金额200余万元。

近日，上海市公安局食药环侦总队会同市农业农村委执法总队，在对市场上销售的“绿色食品”开展联合检查时发现，部分农产品外包装上贴附的“绿色食品”证明商标存在异常，且没有企业信息码。经鉴定，这些“绿色食品”证明商标均系假冒。警方随即开展立案侦查，通过深度研判精准锁定犯罪团伙，并于7月5日成功收网。

经查，自2021年10月以来，犯罪嫌疑人邓某、徐某、刘某等多名农产品种植企业实际经营人，为牟取非法利益。在未经农业农村部绿色食品发展中心授权许可的情况下，指使犯罪嫌疑人梁某、龚某等人私刻模具非法印制假冒“绿色食品”证明商标，并将假冒商标贴附于自行生产或低价收购的草莓、葡萄、大米等普通农产品外包装，由此虚增农产品质量等级，然后再以高于普通农产品50%以上的价格对外销售，以此达到提高利润的目的。警方进一步调

查发现，犯罪嫌疑人还存在私自套用其他获证企业的企业信息码的情况，迷惑性更强，以此误导消费者高价购买。犯罪嫌疑人邓某等人未经授权私自印制“绿色食品”证明商标，贴附于普通农产品外包装，虚增质量等级、抬高产品价格，以此非法牟利。这些农产品虽无质量问题，但在产地环境、生产技术、产品标准、包装及储藏运输等方面均无法达到国家绿色食品标准。

目前，公安机关已对邓某、徐某、刘某等9名犯罪嫌疑人以涉嫌假冒注册商标罪依法采取刑事强制措施，对梁某、龚某等2名犯罪嫌疑人以涉嫌非法制造注册商标标识罪依法采取刑事强制措施，案件正在进一步侦办中。



“绿色食品”是国家农业农村部于1990年制定推行的优质农产品质量认证标准；而“绿色食

品”商标是证明食品无污染、安全、优质、营养的标志，这一商标作为企业的无形资产，在现代生产和流通中的作用日益为人们所重视。1992年，“绿色食品”被国家农业农村部绿色食品发展中心正式核准注册为我国第一例证明商标，受商标法保护。根据相关规定，农产品生产企业经国家农业农村部绿色食品发展中心检测审核并取得授权后，方可在其生产的农产品外包装使用“绿色食品”证明商标。

然而在上海这起案件中，犯罪嫌疑人为牟取非法利益，在未经国家农业农村部绿色食品发展中心授权许可之下，私刻模具非法印制假冒“绿色食品”证明商标，并将假冒商标贴附于自行生产或低价收购的草莓、葡萄、大米等普通农产品外包装，由此虚增农产品质量等级，然后再以高于普通农产品50%以上的价格对外销售，以此达到提高利润的目的。这样的生产经营行为显然侵犯了注册商标专用权，《绿色食品标志管理办法》也规定，任何单位和个人不得伪造、转让绿色食品标志和标志使用证书。

从市场和消费角度说，“绿色食品”证明商标造假，是借人们追求健康、安全的心理，打着“绿色食品”的幌子浑水摸鱼，给“绿色食品”市场造成混乱；同时，这也是一种不正当竞争

行为——采取不正当手段从事市场交易，可能排挤竞争对手，还损害了真正“绿色食品”的利益；对广大消费者也会形成误导，这就涉嫌消费欺诈，是属于违反消费者权益保护法的行为。

对于以普通食品冒充“绿色食品”者，必须毫不手软地予以整顿和打击，以保障“绿色食品”真的是安全、优质、营养食品，保护合法“绿色食品”品牌，促进“绿色食品”市场健康发展。

除了“绿色食品”证明商标不能想印就印，“绿色食品”不能浑水摸鱼，这些年屡有声音指出，“绿色食品”存在“超期服役”现象。按照规定，“绿色食品”标志使用权自批准之日起三年有效，要求继续使用的，须在有效期满前九十天内重新申报，未重新申报的，视为自动放弃其使用权。然而，使用过期失效标志的现象仍然存在。这与冒用“绿色食品”标志的性质是一样的，是误导消费的行为，也应清理整顿。有消费者误以为“绿色食品”标志为终身制，也应通过普及相关知识纠正。

来源：综合整理中国新闻网、羊城晚报、央视新闻

“蒙娜丽莎”商标纠纷案历经 10 年终落幕

徐日丹 常璐倩

导读

本案处理结果对商标授权确权领域有关类似商品、近似商标和商标延续注册等问题的法律适用起到了法律引领和示范作用：

类似商品的判断 类似商品，是指在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费对象等方面相同，或者相关公众一般认为其存在特定联系、容易造成混淆的商品。对于类似商品的判断，可使用辅助工具《区分表》作为参考。

近似商标的判断 判断两个商标是否构成近似，可以从其文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者其各自要素组合后的整体结构等方面比较。

商标延续注册的判断 商标注册人对其注册的不同商标享有各自独立的商标专用权，其先后注册的商标之间并不当然具有延续关系。

提到“蒙娜丽莎”，你首先会想到什么？达·芬奇、世界名画、神秘的微笑……

这幅创作于16世纪的画作现在已是家喻户晓，许多企业也因此注册带有“蒙娜丽莎”字符、音符的商标，希望借其超高的公众熟知度为商品本身带来知名度，而由此引发的纠纷也不在少数。

今年6月14日，经最高人民检察院抗诉、

最高人民法院指令北京市高级法院再审，一起涉及“蒙娜丽莎”商标争议的行政纠纷案历经10年终于落下帷幕。法院作出改判：撤销原一、二审判决，驳回一审原告和昌集团有限公司（下称和昌集团）的诉讼请求。

据悉，此案系最高检知识产权检察办公室（下称最高检知产办）成立以来，首例提起抗诉并成功改判的行政诉讼案件。“本案处理结果对商标授权确权领域有关类似商品、近似商标和商标延续注册等问题的法律适用起到了法律引领和示范作用，彰显了检察机关加大知识产权行政诉讼案件监督力度、以案件办理和积极参与社会综合治理的方式聚焦行政与司法衔接机制建设，促进了知识产权授权确权审查标准和司法裁判标准的统一。”最高检知产办相关负责人表示。

日前，承办检察官向记者讲述了这起抗诉案件的10年纷争。

为维护商标价值提起商标争议申请

时间倒回至1999年12月，某康体设备有限公司向原国家工商行政管理总局商标局（此职能现已归入国家知识产权局）提出“蒙娜丽莎 MonaLisa”商标（下称“蒙”商标）注册申请。经审查，该商标符合商标法有关商标申请注册的

规定，2001年4月，商标局核准了“蒙”商标的申请注册。根据当时的《类似商品和服务区分表》（下称《区分表》），“蒙”商标核定使用在第11类蒸汽浴设备、桑拿浴设备、淋浴用设备、浴室装置等商品上。

此后，“蒙”商标几经流转，被转让至宏信建材公司（下称建材公司）和宏信洁具公司（下称洁具公司）名下。

然而，建材公司和洁具公司发现，市场上另有一个比“蒙”商标注册晚但读起来也包含“蒙娜丽莎”发音的“M MONALISA”商标（下称“M1”商标），且冠以该商标的商品和自家销售的商品存在种类重叠，可能造成消费者混淆，导致自家商标的商业价值受损。

2012年3月，建材公司和洁具公司向原国家工商行政管理总局商标评审委员会（此职能现已归入国家知识产权局）提起争议申请，要求对“M1”商标予以撤销。商标评审委员会经审查发现，“M1”商标由和昌集团于2004年11月向商标局提出申请注册，2007年7月被核准注册，根据当时的《区分表》，核定使用在第11类灯、烹调器具、高压锅（电加压炊具）、盥洗室（抽水马桶）、坐便器、水龙头等商品上。

根据2001年修正的《中华人民共和国商标法》（下称2001年商标法）第28条规定，商标评审委员会认为“M1”商标核定使用的商品与“蒙”商标核定使用的商品构成使用在类似商品上的近似商标，遂裁定和昌集团的“M1”商标在烹调器具、高压锅（电加压炊具）、盥洗室（抽水马桶）、坐便器上予以撤销，在其余商品上予以维持。和昌集团不服裁定，向北京市第一中级法院提起行政诉讼，要求“M1”商标在盥洗室（抽水马桶）、坐便器商品上继续维持注册，对于烹

调器具、高压锅（电加压炊具）商品不再要求核准注册。

一、二审均败诉后提起监督申请

“在一审过程中，和昌集团将另外一个商标——‘M MONALISA 蒙娜丽莎’商标（下称“M”商标）引入本案。”承办检察官告诉记者，“M”商标为某陶瓷公司1999年7月提出注册申请、2000年11月核准注册的商标。根据当时的《区分表》，该商标核定使用在第19类瓷砖等商品上。目前这一商标被转让至和昌集团名下。

和昌集团主张，“M”商标在瓷砖领域具有极高的知名度，被认定为驰名商标。在实际销售过程中，已有消费者将“M1”商标的盥洗室（抽水马桶）、坐便器与“M”商标联系起来。根据《北京市高级人民法院关于商标授权确权行政案件的审理指南》的规定，商标注册人的基础注册商标经过使用获得一定的知名度，从而导致相关公众将其在同一种或者类似商品上在后申请的相同或者近似商标与其基础注册商标联系在一起，并认为使用两商标的商品均来自该商标注册人或者与其存在特定关系的，基础注册商标的商业信誉可以在在后申请注册的商标上延续。因此，“M”商标可以看作是和昌集团“M1”商标的在先基础商标，“M”商标的知名度可以延续到“M1”商标，从而使其与建材公司和洁具公司的“蒙”商标显著区分开来。

北京市第一中级法院审理此案后认为，和昌集团的两个商标，即“M”商标与“M1”商标在图形和英文呼叫方面相同，且“M”商标核定使用的瓷砖领域与“M1”商标核定使用的盥洗室（抽水马桶）、坐便器都属于陶瓷类的建筑材料，在功能和用途方面具有很强关联性，在销售渠

道、消费对象方面相同，因此两类商品属于类似商品。而“M”商标被认定为驰名商标，其较高的声誉与和昌集团已经形成稳定联系，所以“M”商标的高声誉可以在“M1”商标上延续，使其与建材公司和洁具公司的“蒙”商标在消费者认知中出现显著区别。此外，和昌集团的“M1”商标标识本身有一个艺术化处理的M字母占据标识大部分空间，而建材公司和洁具公司的“蒙”商标标识只是上半部分写着“蒙娜丽莎”，下半部分写着“MonaLisa”，在视觉效果上有显著区别，不能认为是相似商标。

所以，北京市第一中级法院最终认为，和昌集团“M”商标的商业信誉可以延续到“M1”商标上，核定使用在盥洗室（抽水马桶）、坐便器上的“M1”商标和核定使用在浴室装置等商品上的“蒙”商标不构成使用在类似商品上的近似商标，遂于2015年2月作出判决，撤销商标评审委员会作出的裁定，重新裁定。

商标评审委员会及建材公司、洁具公司不服，上诉至北京市高级法院。2016年1月，该院二审判决驳回上诉维持原判。后建材公司、洁具公司向最高法申请再审也再次被驳回。无奈之下，建材公司、洁具公司向北京市检察院申请监督，北京市检察院提请最高检对该案抗诉。

召开专家听证会，启动监督程序

受理此案后，最高检知产办发现建材公司、洁具公司与和昌集团存在数起纠纷，时间跨度长、法律关系交织、证据情况复杂。为了查明案情、准确适用法律，最高检知产办进行了类案检索，并系统梳理了双方纠纷。

“我们依托中国裁判文书网对涉及双方当事人的案件进行全网类案检索，并对检索到的类

案按照类似程度进行分类整理，最终从中确定12件与本案高度类似的判决作为补充事实，形成了一组具有说服力的类案组合，为本案监督意见的提出提供了有力佐证。”承办检察官向记者介绍，“与此同时，我们调取了原审法院卷宗材料，在对案件进行全面审查的基础上多次听取当事人意见，了解双方的商标历史沿革和争议背景。”

基于以上调查分析，最高检知产办认为此案的焦点在于和昌集团“M1”商标是否违反2001年商标法第28条规定，是否与建材公司、洁具公司的“蒙”商标构成使用在类似商品上的近似商标。而在一审、二审、再审过程中，均围绕三个关键的法律问题来进行：如何认定类似商品？如何认定近似商标？如何确认是否构成商标的延续注册？

围绕争议点，2021年11月，最高检知产办组织各方当事人及5位国内知识产权领域的知名专家召开了听证会。听证会上，当事人充分陈述了各自的立场和观点，展示了案件相关证据和有关争议的焦点问题，各位专家听证员进行了提问。

“多个相关判决在适用法律上有不同的标准，也有不同的理解，所以导致了判决结果前后矛盾和冲突。希望最高检能够对本案启动监督程序，统一司法裁判尺度、树立司法统一标准，维护司法的严肃性和权威性。”“结合此案，在争议商标（“M1”商标）、引证商标（“蒙”商标）和基础商标（“M”商标）的问题上，基础商标在这个案件中到底起什么作用？对后面企业的壮大经营、对延伸性商标的注册采取什么样的立场？应该说立法者和司法者都有回答，但是在这个案件中，可能偏离了商标法的立法本

意和司法实践，建议最高检启动监督程序。”

最终，经过讨论，5位专家听证员一致建议最高检启动监督程序，履行监督职责。最高检知产办经审查认为该案符合抗诉规定，遂依法向最高法提出抗诉。最高法指令北京市高级法院再审此案。

厘清三大关键问题，抗诉成功

今年3月，北京市高级法院公开开庭审理此案。庭审过程中，法院、检察机关、当事人围绕此案共同厘清了类似商品判断、近似商标判断、商标延续注册判断三大问题。

关于类似商品的判断。类似商品，是指在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费对象等方面相同，或者相关公众一般认为其存在特定联系、容易造成混淆的商品。对于类似商品的判断，可使用辅助工具《区分表》作为参考。该《区分表》是国家商标注册管理机构以世界知识产权组织提供的《商标注册用商品和服务国际分类》为基础，总结我国商标审查和管理实践经验，广泛征求各部门意见，结合我国消费习惯，把某些存在特定联系、容易造成误认的商品或者服务组合到一起编制而成的，可作为行政机关和司法机关在处理商标案件时判断类似商品或者服务的参考。

该案中，和昌集团的“M1”商标核定使用的盥洗室（抽水马桶）、坐便器与建材公司、洁具公司的“蒙”商标核定使用的浴室装置均具有卫生设备的功能和用途；在销售渠道上二者均存在于装修市场，且一般会被摆放在同一或邻近销售区域；在消费对象方面，二者面对的消费群体均为具有卫生需求的公众；在《区分表》中，盥洗室（抽水马桶）、坐便器属于第11类下的第

1109群组，浴室装置也属于第11类下的第1109群组。因此，二者在功能、用途、销售渠道、消费对象、《区分表》划分方面相同，构成类似商品。

原一、二审判决将属于同一类同一群组的商品不认定为类似商品，属于对《区分表》的反向突破。“在司法实践中，对于《区分表》即使存在突破，比较多的也是正向突破，即在综合考虑商品功能、用途、销售渠道、消费对象的基础上把分属于两个类别的商品认定为类似商品，像此案中把本属于同一类同一群组中的商品不认定为类似商品则为反向突破。”承办检察官向记者解释道。

关于近似商标的判断。判断两个商标是否构成近似，可以从其文字的字形、读音、含义或者图形的构图及颜色，或者其各自要素组合后的整体结构等方面比较。

“本案中，和昌集团的‘M1’商标由字母‘M’及‘MONALISA’构成。洁具公司、建材公司的‘蒙’商标由汉字‘蒙娜丽莎’及字母‘MonaLisa’构成。虽然‘M1’商标中的字母M作了艺术化处理且占据面积较大，但‘M1’商标和‘蒙’商标中均含有‘Monalisa’这一英文，二者在文字构成方面相同。且‘Monalisa’中文译为‘蒙娜丽莎’，从呼叫角度来说，两个商标都会被相关公众呼叫为‘蒙娜丽莎’，进而产生混淆，所以二者构成使用在类似商品上的近似商标。”出席再审法庭的北京市检察院检察官告诉记者。

关于商标延续注册。商标注册人对其注册的不同商标享有各自独立的商标专用权，其先后注册的商标之间并不当然具有延续关系。

一位知识产权领域专家解释道：“延伸注

册最主要有两种情况，一种是商标本身做延伸，另一种是类别延伸。延伸注册，特别是跨类别的延伸注册要特别注意不能延伸到其他商标的领域，否则是不能延伸的。”此案中，和昌集团的“M”商标被认定为驰名商标在2006年10月，而“M1”申请注册时间为2004年11月，也就是说“M1”商标申请注册时，“M”商标还没有成为驰名商标，所以“M”商标的影响力不可能延伸到“M1”商标上。且“蒙”商标1999年已经申请注册在“浴室装置”商品上，“M1”商标即使能够成为“M”商标的跨类别延伸注册商标，也不能

后来居上注册在与“蒙”商标核定商品类似的领域上。

今年6月14日，北京市高级法院再审判判决撤销原一、二审判决，认为一、二审判决认定事实及适用法律存在错误，依法予以撤销并维持商标评审委员会的裁定，最高检抗诉成功。检察机关通过抗诉该案，充分履行了法律监督职责，有力地维护了商标注册秩序和权利人的合法权利。

（文中所涉公司均为化名）

来源：检察日报

国家知识产权局调研组赴漳州 开展地理标志立法调研

为加快推进地理标志统一立法工作，了解地方对地理标志专门立法的建议，以及各地在地理标志促进运用、管理保护等方面的具体举

措，7月27日至28日，国家知识产权局、国家市场监督管理总局、农业农村部共同组成调研组到福建省开展地理标志立法调研。在国家、省知



识产权局的信任和支持下，我局作为全省唯一调研地，承办了此次国家地理标志立法福建调研活动。

本次调研采用“实地与座谈结合”“线上与线下同步”的方式开展。

调研组实地走访了片仔癀药业股份有限公司、地理标志展馆香蕉海地标驿站和“花样漳州”区域商标品牌体验馆，对上述单位在品牌建设、地理标志专用标志使用、产业化经营、地理标志产品开发等方面的情况进行了深入调研，肯定了漳州市在地理标志规范管理和产业发展引导方面的成效。

28日上午，调研组召开了调研座谈会，国家知识产权局条法司一级巡视员吕志华及相关司局领导通过在线视频的方式参加了会议，国家知识产权局条法司胡安琪处长带领实地调研组六位成员在现场参加座谈。

座谈中，国家知识产权局条法司赵天舒三级调研员向与会人员介绍了当前地理标志立法整体情况。

省市场监管局商标处林佳雯副处长、市市场监管局朱东风局长、平和县人民政府吴映红副县长、云霄县人民政府方成江副县长分别报告了省、市、县三级地理标志工作情况，并就地理标志立法过程中的商标保护和专门保护协调模式、申请程序效率、权利主体、维权保护机制等问题发表看法。

市人大财经委、市法院、司法局、农业农村局的代表结合单位职能，提出了希望在地理标志专门立法中解决的问题。

此外，应邀参加座谈的部分业内专家学者、协会、企业代理机构也结合自身感受，共同为地理标志立法工作献言献策。

座谈会上，调研组对漳州市地理标志工作做出了“中国地标看福建，福建地标看漳州”的高度肯定。调研组认为，漳州市地理标志上下游产业串联、业态丰富齐全，是地标产业全链条式发展的典型，漳州地标产业与文旅产业、乡村振兴融合发展的模式走在全国地理标志产业模式创新的前沿，希望福建省和漳州市能在传承好地理标志传统文化的同时，继续探索地理标志地方性立法，为全国地理标志立法工作做出尝试和总结。

调研中，我局还向调研组展示了漳州市智慧地标监管平台，获得在场专家领导的一致好评。

来源：漳州市市场监督管理局



平和白芽奇兰的传说

位于闽南金三角的平和县，山清水秀，物华天宝，人杰地灵。这里是洪门天地会的创始地；这里出过享誉世界的文化大师林语堂；这里名优特产成林。原产于该县大柞山（今名大芹山）麓的白芽奇兰茶，便是其名优特产森林中的一株南方佳木。也许是因为这朵乌龙茶中的奇葩天生灵秀，招人喜爱；抑或因为这株茗中奇树，成就了太多人的梦想，白芽奇兰茶在平和县，千古流传着许许多多美丽的传说。这里我仅仅采撷了其中的一朵浪花以飨读者。

平和县境内的大柞山（今名大芹山），海拔1554.8米，雄据闽南众山之首。山上一年四季云雾缭绕，山泉叮咚，奇花异草，争奇斗艳；还有花香鸟语，不绝于耳；就连云霞虹霓，也应有尽有，俨然一处世外桃源。也许因为太过于接近天庭，这里成了神仙常来常往之地。

话说有一年春暖花开时节，瑶池王母娘娘

的七名孙女，即人间称之的七仙女相约又来到大柞山顶。姐妹们在这里翩然起舞累了，便围着山顶的八音石煮起从天上带来的佳茗，尔后以茶代酒，边举杯边吟诗作词。期间，大姐发了一句感叹：遍饮天庭茗茶，总感觉缺了什么似的。如今不如众姐妹分头去找，看能否从这大柞山中觅到胜过天庭的皋庐，也不枉了万里迢迢来到这里。话音未落，已得到众姐妹的一致附和。于是七位仙女化着七名村姑，霎时没入大柞山的葱茏翠绿中去了。

不到一顿饭的功夫，众姐妹的银耳花篮里，已盛满不同的茶青回到八音石旁。接下来的情形不言而喻，七把仙壶，同时飘出茶香。煮出茶后众姐妹一种一种鉴赏，又一位一位地发表品茗感言，最后由大姐总结：但听她银铃悦耳，如此这般说道：“二妹采来的茶有水果蜜香；三妹煮出的茶有桂花香味；四妹冲泡的茶氤氲着

一股米花香气；五妹的茶白玉兰香浓郁；六妹的茶散发着水仙花的芬芳；七妹的茶则充满杨桃气息；而我的茶则辐射着水蜜桃香。”停顿了片刻，大姐又发问：“众姐妹你们知道吗，这七种香型分别属于什么品种的茶？”这一问问得六位妹妹不是摇头就是瞪大眼睛望着她，大姐见状只好自问自答起来：“带水果蜜香的如铁观音；带桂花香的如黄金桂；带米花香的似本山；带白玉兰香的像单枞；带水仙花香的顾名思义就宛若水仙茶了；有杨桃香的若八仙乌龙；最后带水蜜桃香的像梅占。”

“哇！大姐，你简直就是茶仙了，竟然懂得这么多的茶知识。是什么时候背着我们偷偷学的呀？为什么学习时不带上我们众位妹妹？快快从实招来！不然的话，回到瑶池之后，我们六位妹妹将一起向王母娘娘建议：让你下凡掌管人间的茗茶！”突然发难的是七仙女中最小的七妹。她从来快人快语，敢做敢为，甚得六位姐姐的宠爱。如今听她这一嚷嚷，从二仙姑到六仙姑，焉有不附和之理。而大姐见状，似乎害怕起来，只听她告饶道：“咱们从来七朵祥云出入琼台，妹妹们怎舍得让姐姐一人分离而去，天各一方？”六位妹妹见大姐大也有乞求于她们之时，好不开心！但嘴上却依然一副不依不饶的样子回道：“除非大姐传授一些茶叶知识给我们，我们六位才不对王母娘娘提建议。”大姐见状只好回话：“这好说呀！你们听仔细了：铁观音、黄金桂、水仙、梅占、本山、八仙还有单枞，都属于乌龙茶品种，都以产于闽南地区的为最佳。”

末了，大姐建议：“咱们何不来一次合力创新，把大家采来的七种茶叶的优点集合到一种新的茶叶品种之中呢？”六位妹妹听说后都喝起彩来，于是共同作法，培育出一个茶叶新品种来。这种茶叶，凝聚了铁观音、黄金桂、水仙、

梅占、本山、八仙和单枞优点，最典型的品质则体现在它有七种乌龙茶的混合香。大姐把这种由七姐妹共同培育出来的这棵茶树命名为白芽奇兰。而七仙女返回瑶台之后，把白芽奇兰茶树留在了大柞山巅了。

时间又不知过了多久，白芽奇兰茶树才被当地人发现并培育成一个蔚为壮观的产业。

商标释义



注册号：9813932

商 品：茶

注册人：平和县白芽奇兰茶协会

注册时间：2012年3月27日

商标类别：地理标志集体商标

地域范围：平和县崎岭、九峰、长乐、秀峰、芦溪、霞寨、大溪、安后等八个乡镇，东径116°53′—117°31′，北纬24°02′—24°35′。幅员面积1266.50平方公里。

“平和白芽奇兰”地理标志商标由图形、文字（汉字繁写体）和汉语拼音组成。

图形主体为平和县地形图，象征这块插一根扁担很快会长出一片森林的沃土，孕育了白芽奇兰茶。这里是平和白芽奇兰的原产地和主产区。图形的中央，有五条白色线条，它象征平和是五江之源。白色线条同时构成香茗叶片形状，寓意白芽奇兰茶底蕴深厚，天生丽质；同时该产业勃勃生机。图形以绿色为基调，标示

位于闽粤边界，境内多高山，高山多云雾的平和县，是一个绿色山国。这里山清水秀，生机盎然；这里地灵人杰，物华天宝；这一切的一切，又标志着这个区域，具有结晶地理标志产品——平和白芽奇兰茶得天独厚的水土气候条件和人文因素。同时，平和白芽奇兰茶，以绿色食品、有机食品、健康产品为永远的追求！

文字“平和白芽奇兰”，以繁写体示人，象征地理标志产品具有悠久的历史。以繁写汉字名之，象征着得到赞誉，不局限于大陆，它还得到海峡对岸的台湾同胞以及香港、澳门同胞的推崇！

拼音：PING HE BAI YA QI, LAN是“平和白芽奇兰”的声韵母拼写，它象征“平和白芽奇兰”在继承发展中华民族优秀传统文化基础上脱胎而出的，延续于传统名优茶品种的推陈出新者，具有古韵新声的特征；它象征“平和白芽奇兰”的视野绝不仅仅囿于赤县神州，它放眼全世界。

龙头企业

1. 福建向荣大芹山茶业发展有限公司
使用商标：“名峰山”



注册号：3998028

类别：30

注册时间：2006年3月14日

福建省著名商标

2. 福建省天醇茶业有限公司

使用商标：天醇



注册号：1622889

类别：30

续展时间：2011年8月21日

福建省著名商标

3. 福建省沁香源茶业有限公司

使用商标：“沁香源”



注册号：4921689

类别：30

注册时间：2008年7月28日

福建省著名商标

4. 漳州皇兰茶业有限公司

使用商标：“皇蘭”



注册号：4131623

类别：30

注册时间：2006年9月14日

福建省著名商标

5. 平和县阳山茶厂

使用商标：“彭溪”



注册号：786996

类别：30

续展时间：2005年10月28日

福建省著名商标

编后

平和是福建省第二大乌龙茶生产基地县，茶叶品种众多，但以原产于这里的白芽奇兰茶为主。截止目前，白芽奇兰茶种植面积10.2万亩，年产茶1万吨，毛茶年产值7.5亿元，涉茶产值超过14亿元。全县从事茶叶种植、加工的企业、农户1万多家，涉茶人员18万人。已建立销售网点600多个，主要分布在本省和北京、上海、深圳、广州等20多个大中城市，并出口日本、俄罗斯以及印尼、马来西亚、新加坡、泰国、菲律宾、柬埔寨等国家。白芽奇兰茶产业已经成为平和县最重要的农业支柱产业之一。目前全县已有茶企业和个体户领取营业执照400多份，已注册茶叶类商标300多件，并已有10件注册商标被认定为福建省著名商标。

平和白芽奇兰茶及其产业具有以下突出优势：

一是品种优势。农业部茶叶质检中心这样评价，“白芽奇兰茶品质优良，属青茶类中的优质产品”已被列为福建省优异茶树种质资源首批保护对象。

二是品质优势。同样是来自农业部茶叶质检中心的报告：“平和白芽奇兰茶多酚类含量15.7%，咖啡碱2.8%，儿茶素总量11.78%，

氨基酸0.8%”。这组数据显示其所含对人体有益成份比其它乌龙茶品种高。

三是安全优势。白芽奇兰种植于平和县高海拔山区，加上品种天生抗病虫害基因强劲，春茶不需使用农药，秋茶以生物防治、物理防治为主，故无农药残留之虞。

四是人文优势。平和是千年古县，文化底蕴深厚，人文荟萃，地灵人杰。是现代著名文学家林语堂、中国现代油画拓荒者周碧初的出生地；是台湾阿里山之神吴凤、中国国民党副主席江丙坤的祖籍地；还是洪门天地会的创始祖庭；蜚声中外的克拉克瓷的原产地和中国柚类第一县。这里有千年古刹三平寺，“秀甲东南”、被明詹宫大学士誉为“胜比黄山的”旅游胜地灵通岩。一代文化大师林语堂从小钟爱平和白芽奇兰茶，长大后客居美国时就写下：“只要有一只茶壶，中国人到哪儿都是快乐的”和“捧着一把茶壶，中国人把人生煎熬到最本质的精髓”的不朽名句。

五是品牌优势。“平和白芽奇兰”原来注册的是普通商品商标，后为适应形势发展要求，将普通商品商标成功升级为地理标志集体商标，更加严格进行管理。其使用管理规则规定生产地域范围的自然地理环境特征为崇山峻岭连绵，海拔较高，该区域属亚热带海洋性气候，温、湿度适中，年均日照1891-2665小时；年平均气温24.3℃，年均降雨量1902毫米；无霜期338天，加上山高雾多，土地肥沃，特别有利于茶叶生长。并且规定使用“平和白芽奇兰”地理标志集体商标的商品的特定品质为鲜茶嫩叶有白色绒毛；成品茶叶外形紧结匀整，色泽翠绿油润；沏开后茶水清彻杏黄，叶底肥软明亮；滋味醇厚，鲜爽回甘，兰花香浓郁。2011年4月11日，经中国茶叶流通协会、中国茶叶学会、中国国

际茶文化研究会等单位联合评估，平和白芽奇兰品牌价值达16.28亿元。是全国茶叶品牌50强之一。目前，“平和白芽奇兰”地理标志集体商标正在申报认定中国驰名商标。

六是政府推动优势。历届平和县委、县政府都非常重视白芽奇兰茶产业开发，把其列为平和县西部农村发展战略当家品种，提出“以茶为媒、广交朋友、外引内联、富民兴县”口号，以资激励。专门成立平和县茶叶指导站、平和县白芽奇兰茶开发中心、平和县白芽奇兰茶协会等承担茶叶行业管理。出台了《关于加快白芽奇兰茶产业化进程的若干意见》、《平和县茶业管理暂行规定》、《平和县人民政府办公室关于鼓励发展茶叶生产的通知》等政策。同时由县政府搭台连续多年在北京、上海等地举办大型品牌推广活动。

七是规模优势。1997年全县白芽奇兰茶种植面积1万亩，2007年扩大到4.5万亩，2008年再上升到5.2万亩，继而2009年6.8万亩，2010年7.9万亩，2011年10.2万亩。

八是荣誉优势。2000年平和县被授予“中国茶叶（白芽奇兰茶）之乡”称号，平和白芽奇兰茶2002年被指定为“中国女排专用茶”，2002

年被评为“福建省名牌产品”。2003被上海（国际）茶业博览会指定为“茶博会推荐用茶”。2004年荣获福建省名茶奖。2005年获“中国专利新技术新产品博览会金奖”、意大利“国际米兰轻工博览会金奖”。2006年获“上海国际茶文化节金奖”、“奥运中国、茶香世界茶王赛金奖”以及“国家农业部优质产品”、“中国国际农业博览会名牌产品”。

2007年，被评为福建省五大茶叶名品之一。从2007年首届海峡两岸茶博会以来，白芽奇兰茶连续5届获“闽台名茶”称号，并被指定为茶博会礼品用茶。2008年9月，“白芽奇兰”被认为福建省著名商标，同年11月，平和白芽奇兰茶被列为福建省优异茶树种质资源首批保护对象。2010年被列为“上海世博会特许商品”。2011年，平和白芽奇兰被中国优质农产品开发服务协会评为“2011消费者最喜爱的中国农产品区域公用品牌”。

我们期待平和县开创以“平和白芽奇兰”茶产业促进“三农”工作新局面，实现茶叶产业又好又快发展。

（平和县市场监督管理局 赖俊杰 整理）

