



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 陈欣妍

通 联 组：各会员单位

准印证号：闽内资准字 K 第 028 号

出刊日期：2023 年 12 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



内部资料，免费交流

CONTENTS 目录

本期焦点

- 03 国家知识产权局局长申长雨：中国知识产权大国地位牢固确立
- 04 WIPO 发布《世界知识产权指标 2023》
- 07 《2023 年全国知识产权服务业统计调查报告》发布
- 09 福建省召开知识产权保护和发展大会
- 11 福建举办 2023 闽台知识产权圆桌会议
- 12 “2023 海峡两岸商标研讨会”在京成功举办

通知公告

- 13 国家知识产权局商标局《关于全面推行异议案件网上申请的通告》
- 14 国家知识产权局商标局《关于商标网上服务系统用户账户注册的通知》
- 14 国家知识产权局商标局《关于商标网上查询系统调整访问地址的通知》

实务交流

- 15 我国商标法第五轮修改中的三个重要问题 黄 晖

协会工作

- 19 福建省知识产权局与我会联合发布福建省商标代理典型案例



- 34 福建省知识产权局与我会、省专利代理人协会联合举办“专利
商标代理能力提升培训会”

典型案例

- 35 福建省知识产权局发布 2023 年度商标行政保护典型案例

地理标志

- 40 福建省地理标志智慧监管平台正式上线
40 “连江鲍鱼”入选 2023 年国家地理标志产品保护示范区筹建名单

国家知识产权局局长申长雨： 中国知识产权大国地位牢固确立

中国国家知识产权局局长申长雨11月8日在北京表示，中国知识产权大国地位牢固确立。

中国国务院新闻办公室当天下午举行国务院政策例行吹风会，申长雨在会上介绍加快推进知识产权强国建设、有效支撑创新驱动发展有关情况时作上述表示。

他用一组数据来说明中国已牢固确立知识产权大国地位：截至2023年9月，中国有效发明专利和商标拥有量分别达到480.5万件、4512.2万件；2022年著作权年登记量达635.3万件。PCT(专利合作条约)国际专利申请量连续4年位居世界第一。中国在世界知识产权组织发布的《全球创新指数》报告中的排名达到第12位，拥有的全球百强科技创新集群数量首次跃居世界第一。

申长雨指出，在知识产权大国地位牢固确立的同时，中国推进知识产权强国建设还主要有知识产权制度体系不断完善、知识产权转化运用持续加强、知识产权保护力度不断加大、知识产权公共服务便利化水平明显提升、知识产权国际合作交流不断深化等体现。

在知识产权国际合作交流方面，推动世界知识产权组织在华设立中国办事处和上海仲裁与调解中心，合作建设101家技术与创新支持中

心。持续深化“一带一路”、中美欧日韩、金砖国家、中国—东盟、中国—中亚、中非等多双边知识产权合作。推动实现244个中欧地理标志产品互认互保。完成《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)知识产权相关内容履约。

申长雨表示，下一步，中国知识产权相关部门将进一步加快建设知识产权强国，更好服务创新驱动发展：一是持续完善知识产权制度体系，助力形成支持全面创新的基础制度；二是不断提升知识产权转化运用效益，助力构建现代化产业体系；三是切实强化知识产权全链条保护，助力营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，提高知识产权保护专业化、现代化、智能化水平；四是大力加强知识产权公共服务和国际合作，助力畅通国内国际双循环。

在提升知识产权转化运用效益方面，大力实施专利转化运用专项行动，梳理盘活高校、科研机构存量专利，打通专利转化运用的关键堵点，推动一批高价值专利实现产业化。加快推动知识产权密集型产业发展，大力培育以专利为支撑的创新型经济、以商标为支撑的品牌经济、以地理标志为支撑的特色经济和以版权为支撑的文化产业。

来源：中国新闻社

WIPO 发布《世界知识产权指标 2023》

【摘要】2023年11月6日，世界知识产权组织（WIPO）发布《世界知识产权指标 2023》（World Intellectual Property Indicators 2023, WIPI）。统计显示，尽管2022年全球商标和外观设计申请数量下降，在印度和中国的推动下，全球专利申请活动在2022年创造新纪录，但是不稳定的地缘政治与不确定的经济前景可能会给全球知识产权生态系统带来压力，影响进一步地增长。

根据WIPO发布年度性报告《世界知识产权指标 2023》统计（表1），全球创新者在2022

年共提交了346万件专利申请，连续第三年实现增长。中美日韩德是2022年专利申请量最高的国家。大部分知识产权申请活动发生在亚洲，并且来自各个来源地，延续了长期以来的趋势。2022年，亚洲在全球专利、商标和工业品外观设计申请活动中分别占67.9%、67.8%和70.3%。中国的创新者提交全球近一半的专利申请，但其增长率由2021年的6.8%下降至2022年的3.1%。2022年，印度居民的专利申请增长了31.6%，已连续11年保持增长。主要内容如下。

表 1 全球知识产权申请情况（2021—2022）

知识产权申请	2021年（件）	2022年（件）	2021—2022增长率（%）
专利	3,400,500	3,457,400	+1.7
商标	18,182,300	15,543,300	-14.5
工业品外观设计	1,513,800	1,482,600	-2.1
植物新品种	25,200	27,260	+8.2

01 专利

2022年，中国和印度居民的专利申请量大

幅攀升，是2022年全球增长的主要推动力。中国申请人共提交了约158万件专利申请，其后依次是美国（505,539件）、日本（405,361件）、韩国（272,315件）和德国（155,896件）。相比2021年，中国（+3.1%）、韩国（+1.9%）和美

国（+1.1%）呈现增长，而德国（-4.8%）和日本（-1.6%）有所下降。

在排名前20位的知识产权局中，大部分（有13个国家）在2022年受理的专利申请数量超过了2021年，增幅最大的是印度（+31.6%）。瑞士（+6.1%）、中国（+3.1%）、奥地利（+2.5%）和英国（+2.5%）也出现了强劲增长。居民申请量的大幅增长是中国和印度总体增长的主要驱动力，

而国外居民申请量的强劲增长则是推动奥地利、瑞士和英国总体增长的原因。

2021年^[1]，在全球已公布专利申请中最常见的技术领域是计算机，占全球总量的11.1%。其后依次是电气机械(6.4%)、测量(5.8%)、医疗技术(5.2%)和数字通信(4.9%)。在排名前15位的技术领域中，化学工程(+11.4%)、计算机(+11%)和信息技术管理方法(+13.7%)是2011至2021年间实现两位数增长的三个领域。

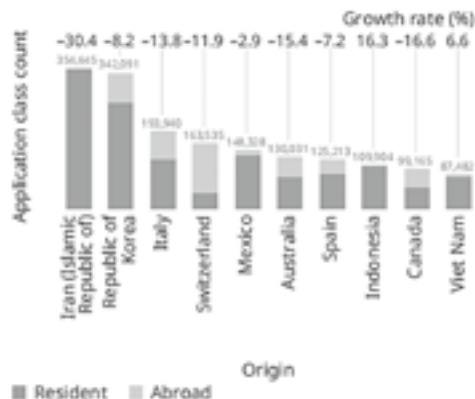
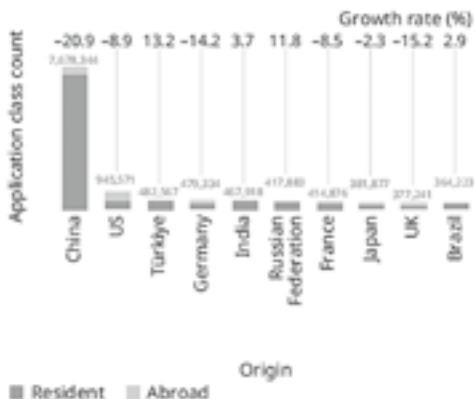
02 商标

2022年，全球约有1,180万件商标申请，

涵盖了1,550万个类别。申请中指定的类别在2022年减少了14.5%，这是自2009年以来申请类别首次出现减少的情况。尽管受到大流行病的影响，但商标申请的长期趋势依然良好。全球152个知识产权局约有8,250万件有效商标注册，比2021年增长9.4%；其中，中国再次居首位，约为4,270万件，其后依次是美国(310万件)和印度(290万件)。

商标申请活动量最高的是中国申请人，国内外申请类别总量约为770万件；其后依次是美国(945,571)、土耳其(482,567)、德国(479,334)和印度(467,918)。

B17. Trademark application class counts for the top 20 origins, 2022



2022年，全球商标申请量的下降主要是由于排名前20的来源地中有14个国家的商标申请量下降，其中许多国家的降幅超过10%。前五大来源地中，中国(-21%)、德国(-14.2%)和美国(-8.9%)的申请量出现了大幅下降。与排名前20的来源地中大多数国家商标申请量下降形成鲜明对比的是，有6个国家的商标申请量有所增长。

其中三个国家的申请量在2022年实现了两位数增长，分别为俄罗斯(+11.8%)、土耳其(+13.2%)和印度尼西亚(+16.3%)。其中，印

度尼西亚和俄罗斯申请的高增长率是由于国内申请量的大幅增长，抵消了国外申请量的大幅下降。土耳其国内和国外申请量增长比例相近，与土耳其类似，巴西、印度和越南国内和国外申请量的增长推动了居民申请量的总体增长。

亚洲在全球商标申请量中占主导地位，占商标申请总量的67.8%，相比2012年的47.7%大幅增长。2022年，欧洲占比16.2%，其后依次是拉丁美洲和加勒比地区(6.8%)、北美(5.9%)、非洲(1.8%)和大洋洲(1.3%)。

2022年，国外商标保护最多的领域主要是

研究和技術，占全球非居民商標申請量的22%。其後依次是衛生（13%）、服裝及配飾（11.9%）、休閒和教育（10.9%）、商業服務（10.5%）、農業（9%）和家用設備（8%）。相比之下，與化學（3.1%）、建築（5.5%）和交通運輸（6.2%）相關行業在國外申請中所占份額最少。

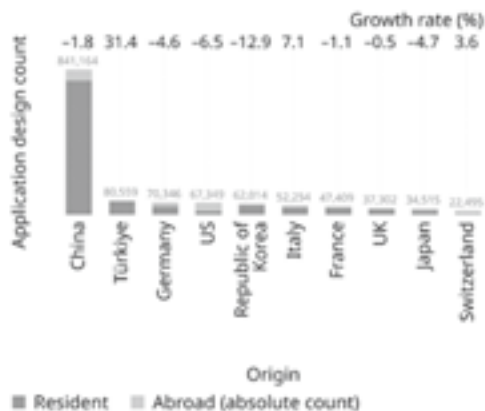
03 工業品外觀設計

2022年，全球工業品外觀設計申請量約為110萬件，其中包含約150萬項外觀設計，比2021年減少了2.1%。2022年，全球共有約580萬項有效工業品外觀設計註冊，比2021年增長

了8.8%。中國的有效註冊數量增長了9.7%，約280萬項，占2022年全球總量的近一半（49%），其後依次是韓國（406,009項）、美國（389,540項）、歐盟（296,912項）和日本（270,073項）。

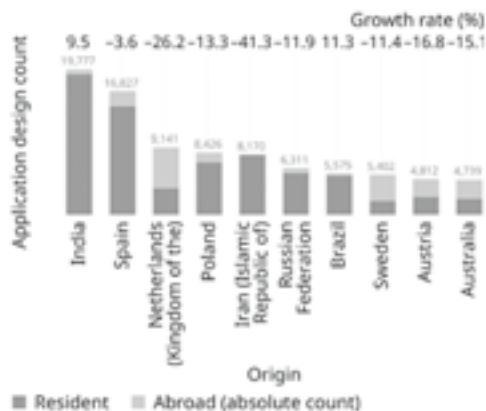
2022年，中國申請人以841,164項外觀設計申請成為全球最活躍的國家。其後依次是土耳其（80,559項）、德國（70,346項）、美國（67,349項）和韓國（62,014項）。這五大國家共占全球活動量的四分之三（75.6%），主要受中國申請量快速增長的推動，前五大來源地的合計份額在過去十年中增長了4.6%。

C16. Application design counts for the top 20 origins, 2022



在排名前20位的知識產權局中，只有5個國家的外觀設計在2022年有所增長。土耳其（+31.4%）的增長最為迅猛，其後依次是巴西（+11.3%）、印度（+9.5%）、意大利（+7.1%）和瑞士（+3.6%）。

2022年，亞洲外觀設計申請量占全球申請總量的70.3%，其後依次是歐洲（22.4%）和北美（4.4%）。非洲、拉丁美洲和加勒比以及大洋洲的合計份額為2.9%，低於十年前的3.4%。2012至2022年，北美（+5.5%）和亞洲（+2.1%）是外觀設計平均增幅最大的兩個地區。



2022年，外觀設計申請中占比最大的領域是家具和家居用品（17.2%）、紡織品和配件（15.6%）、工具和機械（12.4%）以及電力和照明（9.1%）。

04 植物新品種

2022年，全球共提交了約27,260件植物品種申請，較2021年增長了8.2%，連續第七年實現增長。中國申請人在2022年最為活躍，共提交了12,357件植物新品種申請，約占全球總量的45.3%。其後依次是荷蘭（2,874件）、美

国(2,120件)、英国(1,657件)和法国(1,167件)。

2021至2022年,排名TOP 5来源地中,中国(+16.9%)、英国(+377.5%)和法国(+9.9%)申请量增长强劲,而荷兰(-10.6%)和美国(-23.6%)受理的申请量大幅减少。

05 地理标志

来自91个国家和地区知识产权局的数据显示,2022年,约有58,400个受保护的地理标志^[2]。2022年,中国(9,571个)是本国领土内有效地理标志最多的国家,其后依次是匈牙利(7,843个)、德国(7,386个)和捷克(6,383

个)。欧盟成员国排名较高的原因是,通过欧盟区域体系生效的5,176个地理标志在每个成员国都是有效的。与“葡萄酒和烈酒”(50.7%)有关的有效地理标志占2022年全球总量的一半,农产品和食品占43.1%,手工艺品占4.2%。

[1] 由于申请和公布之间的时间延迟,目前只有最近一年的完整数据。

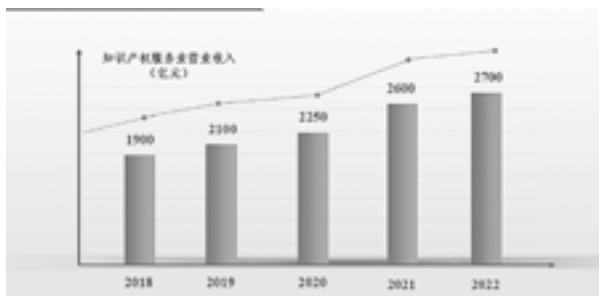
[2] 地理标志是用于具有特定地理来源且具有源于该产地的品质或声誉的产品的标志,例如用于奶酪的格吕耶尔(Gruyère)或用于烈酒的龙舌兰(Tequila)。

来源:世界知识产权组织(WIPO)网站

《2023 年全国知识产权服务业统计调查报告》发布

近日,国家知识产权局发布了《2023年全国知识产权服务业统计调查报告》。其中提到,2023年知识产权服务调查工作针对知识产权服务从业人员开展深度调研,了解从业人员对于知识产权服务业职业荣誉、待遇水平、职场环境、工作生活平衡以及行业发展方面的评价。

01 行业营业收入稳中有升



2022年,全国从事知识产权服务的机构共创造营业收入超过2700亿元,同比增长3.8%。

其中:

- 专利代理机构总营业收入达465.6亿元;
- 从业人员人均营业收入为29.2万元/人。

02 促进就业作用持续加强

截至2022年底,我国知识产权服务业从业



人员约96.9万，较2021年底增长4.4%，吸纳就业作用显著。

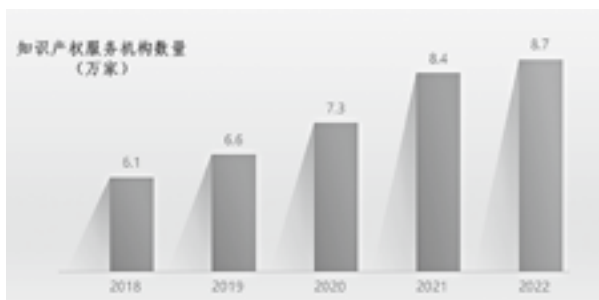
其中：

- 招入新入职人员的知识产权服务机构比例为43.2%。

- 近2000家知识产权服务机构向约6000名失业人员提供再就业机会。

- 知识产权服务业从业人员中，大学本科及以上学历比例为76.1%。

03 服务机构数量保持增长



截至2022年底，我国知识产权服务机构约为8.7万家，同比增长3.9%。

其中：

- 专利代理机构有4520家，同比增长15.0%
- 商标代理机构有7.1万家，同比增长11.2%
- 从事知识产权法律服务的机构超过1.4万家
- 从事知识产权运营服务的机构超过0.9万家
- 从事知识产权信息服务的机构超过1.5万家
- 从事知识产权咨询服务的机构超过2.2万家

04 支撑区域发展成效显著



调查显示，在全国8.7万家知识产权服务机构中，64.5%分布在京津冀地区、长三角地区、粤港澳大湾区、成渝地区等区域。

其中：

- 北京主要开展知识产权运营、信息服务的机构比例相对较高，为创新主体提供多元化专业化服务

- 长三角地区成立时间在3年以内的新生机构数量相对较多，反映出地区内优质的创业环境以及对知识产权服务的迫切需求。

- 粤港澳大湾区有53.7%的知识产权服务机构开展涉外业务，为大湾区企业“走出去”保驾护航，为海外企业进入国内市场提供支持，国际化发展趋势显著。

- 成渝地区主要围绕企业知识产权战略、管理与实务等方面提供咨询服务的机构比例为8.3%，相对高于其他区域，有效促进了知识产权与企业运营管理的有机融合。

05 支持创新作用持续增强



调查显示，2022年知识产权服务业对创新发展的促进作用进一步显现。

其中：

- 2022年，专利代理机构代理专利申请代理率为81.5%，同比增长1.3个百分点。

- 商标注册申请代理率为88.3%。

- 283家商标代理机构代理作为地理标志使用的集体商标、证明商标注册1060件，代理率

为98.7%。

• 609家知识产权服务机构代理集成电路布图设计申请8063件，代理率为56.0%。

06 服务业态模式不断深化



调查显示，知识产权服务机构服务领域进一步细分化发展，并在技术手段、业务范围、服务对象等方面均呈现细分化发展态势。

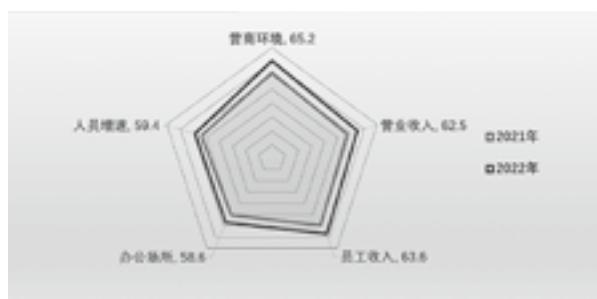
其中：

• 大型服务机构向全链条、一体化服务方向不断发展，近五成大型服务机构面向海外客户提供知识产权服务；中小型机构则以提升特定领域专业化服务水平的方式保证市场竞争力，为企业提供“陪伴式”定制化服务。

• 27.1%的知识产权服务机构积极推进数字化转型，79.2%的知识产权服务机构利用商业数据库或商业软件提高服务质量。

• 2022年代理量分别排名前500位的专利、商标代理机构，代理的专利申请量占全部代理申请量的76.3%，代理的商标注册申请量占全部代理申请量的47.5%。

07 行业发展环境持续向好



调查显示，2022年知识产权服务机构的营商环境预期指数为65.2，营业收入预期指数为62.5，员工收入预期指数为63.6，办公场所预期指数为58.6，人员增速预期指数为59.4。

综合测算2022年知识产权服务业发展信心指数为61.9分，高于荣枯分界线数（50分）并较上年（58.4分）增加3.5分，显示出机构对于未来一年知识产权服务业发展向好的信心进一步增强。

来源：国家知识产权局

福建省召开知识产权保护和发展大会

12月5日，福建省知识产权保护和发展大会在福州召开，省长赵龙出席大会并讲话。他强调，要深入学习贯彻习近平总书记关于知识产权工作的重要论述，认真落实党中央国务院

决策部署及省委工作要求，全面加强知识产权保护和发展，加快知识产权强省建设，为谱写中国式现代化福建篇章提供有力支撑。副省长常斌主持，国家知识产权局副局长胡文辉出席

并讲话。

赵龙指出，习近平总书记在福建工作期间就高度重视知识产权工作，围绕加强专利管理体系建设、保护知识产权、鼓励知识创新等作出一系列重要论述，为我们创造了宝贵的思想财富、精神财富和实践成果。党的十八大以来，习近平总书记就建设知识产权强国提出一系列新思想新论断新要求，系统阐述了知识产权工作的重大意义、战略定位、保护策略等，为我们做好新时代知识产权工作、建设知识产权强省指明了方向、提供了遵循。我们要牢记嘱托、感恩奋进，大力传承弘扬习近平总书记在福建工作期间开创的重要理念和重大实践，一张蓝图绘到底，一以贯之抓好知识产权工作，以实际行动坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”。

赵龙强调，知识产权是经济发展的核心竞争力和战略要素，是创新的动力源泉之一，全省各级各部门必须从国家战略高度和高质量发展要求出发，充分认识保护知识产权就是保护创新、就是呵护经营主体、就是维护国家安全，切实增强做好知识产权保护工作的使命感责任感。

●要坚持走福建特色的知识产权发展之路，把加强知识产权保护贯穿到高质量发展的全过程各环节，为知识“定价”、给创新“赋能”，让创新的“星星之火”形成“燎原之势”，更好助力

新福建建设。

●要突出高质量创造，强化企业科技创新主体地位，坚持市场需求导向，聚焦关键核心技术创新，优化知识产权创造体系，加快形成更多技术含量高、市场效益好的高价值知识产权，推动我省产业向价值链高端攀升。

●要突出高标准保护，健全完善知识产权法治保障体系，构建多元化纠纷解决机制，对各类创新主体一视同仁、同等保护，推动构建“严保护、大保护、快保护、同保护”工作格局。

●要突出高效益运用，深入贯彻《专利转化运用专项行动方案》，把握转化重点、提高转化效率、做大转化载体，在科研院所、企业、市场间架起高效便捷的桥梁，推动专利链与产业链、创新链、资金链深度融合，帮助企业塑造产品竞争优势、形成长远发展态势。

●要突出高水平服务，坚持“快、优、信、严、廉”，持续优化营商环境，加强诚信建设，严格行业监管，弘扬清廉之风，推动专利审查提速提质提效。

●要突出高效能合作，发挥“侨”的优势，加强海外合作，深化闽台合作，拓展与粤港澳、长三角、京津冀等地区合作，培养一批立场坚定、业务娴熟精湛、通晓国际知识产权制度规则和专利运营的专家人才队伍，帮助企业出海远航、站稳脚跟、发展壮大。

●各级各有关部门要树立“一盘棋”思想，强化协同配合，夯实基层基础，加强宣传引导，汇聚强大合力，推动知识产权强省建设各项任务落到实处，更好服务和推动高质量发展。

胡文辉代表国家知识产权局对福建省委、省政府给予知识产权工



作的高度重视和关心支持表示感谢，对福建知识产权工作一年以来取得的突出成效表示充分肯定。他强调，要准确把握知识产权保护工作的重大意义，紧跟中央对知识产权工作新部署新要求，牢固大局意识，推动高质量发展。要准确把握知识产权保护工作的战略定位，紧盯国际国内形势，通过强化知识产权保护激发创新活力、优化营商环境、维护海外权益。要准确把握知识产权保护工作的思路举措，紧抓关键领域和核心环节，围绕知识产权保护工作“六项重点”，从行政执法、司法保护、仲裁调解、行业自律等方面协同推进、抓好落实。

胡文辉指出，希望福建发挥作为习近平新时代中国特色社会主义思想重要孕育地和实践地、海上丝绸之路重要起点和衔接贯通东南沿海大动脉重要通道等独特优势，在服务发展大

局、塑造良好营商环境、夯实工作基础等方面全面发力、多点突破，积极打造知识产权保护新高地。

会上，福建省市场监管局（知识产权局）局长黄培惠通报了福建省知识产权有关工作情况。国家知识产权局知识产权保护司司长张志成等有关领导，省委加快建设知识产权强省领导小组成员单位主要负责同志在省政府主会场参加会议，各设区市和平潭综合实验区通过线上分会场参加会议。

在闽期间，胡文辉副局长一行还赴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、福建省知识产权保护中心调研，福建省、福州市市场监管局（知识产权局）有关负责同志陪同调研。

来源：福建知识产权

福建举办 2023 闽台知识产权圆桌会议

12月5日，由福建省市场监管局（知识产权局）支持，厦门大学知识产权研究院、国家知识产权培训（福建）基地、国家知识产权战略实施（厦门大学）研究基地主办的2023闽台知识产权圆桌会议在厦门成功举行。福建省市场监管局党组成员、副局长王文生，厦门大学党委副书记、纪委书记全海，台湾大学法律学院教授李素华，厦门市中级人民法院党组成员、副院长、厦门知识产权法庭庭长廖惠敏等领导嘉宾出席并致辞。

王文生代表福建省市场监管局（知识产权局）对会议的顺利召开表示衷心祝贺并向与会的



两岸专家学者表示热烈欢迎。他指出，两岸共同推进知识产权领域交流合作，既是响应党的二十大号召、奋进知识产权新征程的重要举措，更是顺应海峡两岸发展需求、切实保障海峡两岸人民权益的必然要求。近年来，在两岸专家学者和有关部门的共同努力下，我们已经连续4年成功举办“闽台知识产权圆桌会议”，打造出海峡两岸知识产权界人士沟通合作的知名品牌，并通过开展对台先行先试知识产权体制机制改革、持续优化涉台知识产权环境等创新性做法，有力促进了两岸知识产权领域融合发展。

王文生强调，依托闽台知识产权圆桌会议，希望海峡两岸能更好共享知识产权保护先进经

验和高质量发展优秀做法，携手推进海峡两岸知识产权保护与技术创新领域融合发展向更宽领域、更深层次拓展，共同开创海峡两岸知识产权融合发展新局面。

本次会议围绕“海峡两岸融合发展背景下的知识产权全链条保护”主题，采用“线下+线上”形式同步进行，近百名来自海峡两岸学术界、实务界的专家学者以技术创新与海峡两岸知识产权策略、海峡两岸知识产权保护经验与借鉴、海峡两岸融合发展背景下的知识产权合作展望等为议题展开研讨，共话如何强化知识产权全链条保护。

来源：福建知识产权

“2023 海峡两岸商标研讨会”在京成功举办

11月8日，中华商标协会和海峡两岸商务协调会共同在北京举办“2023海峡两岸商标研讨会”，中华商标协会高级顾问卢鹏起先生、会

长马夫先生以及海峡两岸商务协调会副会长王桂良先生出席开幕式并致辞。国民党荣誉主席连战先生向大会发来贺信。



卢鹏起先生在致辞中表示，“2023海峡两岸商标研讨会”的召开将为两岸商标领域的发展、商标事业的进步提供了新思路、新活力、新建议，期待两岸业界同仁能够在未来继续携手奋进，促进两岸企业对商标的保护、运用与管理，为改善两岸营商环境做出积极贡献。

马夫先生表示，自2006年

至今，中华商标协会和海峡两岸商务协调会在两岸商标法律与实务交流、两岸经贸投资合作方面已形成互惠合作的良性互动局面，海峡两岸商标研讨会作为中华商标协会和海峡两岸商务协调会合力打造的大陆与台湾地区商标领域的合作交流平台，对增进彼此在商标保护、企业商标品牌管理的了解上发挥了积极作用，今后两岸的商标交流必将更加频繁、更加深入，双方合作的成果必将更加丰硕。

王桂良先生指出，海峡两岸商标研讨会不仅是两岸商标界分享实务经验、共同推动商标事业进步的专业平台，也是解决两岸商标争议、保护商标权益的实务平台，更是增进两岸人民友谊、推动两岸友好关系的平台。今后，双方要进一步加强合作，共同应对挑战和机遇，海峡两岸商务协调会也将进一步推动两岸商标领域的合作和交流，加强人才培养和创新研发，推

动两岸知识产权合作不断深化和拓展。

本届研讨会邀请了两岸商标领域资深专家、优秀企业和律师代表从“大陆商标行政保护实践”“两岸商标保护实务发展”“品牌国际化面临的挑战和对策”等方面内容进行了演讲，演讲嘉宾与现场参会代表也就商标热点难点的法律问题、企业运营发展中商标布局与品牌管理的实际问题进行了深入互动和交流。研讨会由中华商标协会秘书长吴东平先生和海峡两岸商务协调会秘书长黄旭升先生分别主持。

会上，中华商标协会与海峡两岸商务协调会还共同为47家近年来对海峡两岸商标品牌交流做出积极贡献的优秀企业和商标服务机构颁发了荣誉证书。

共有近140位来自海峡两岸企业、律所的代表参加了本届研讨会。

来源：中华商标协会

国家知识产权局商标局《关于全面推行 异议案件网上申请的通告》

为进一步提升商标异议申请电子化水平，推动商标事业绿色发展，国家知识产权局商标局将全面推行商标代理机构异议案件网上申请。现将有关事项通知如下：

一、自2023年12月1日起，商标代理机构办理异议业务，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12月1日为全面提升商标代理机构异议案件网上申请的“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

2023年10月7日

国家知识产权局商标局《关于商标网上服务系统 用户账户注册的通知》

为更好地服务商标网上服务系统用户，国家知识产权局商标局决定于2023年10月21日起开通商标网上服务系统用户注册功能。

网址：<https://cas.sbj.cnipa.gov.cn/cas/login>

自2023年10月22日起，商标网上服务系统的商标公告、商标注册证明公示、商标公开文书、商标网上查询等栏目将陆续开放用户注册功能，登录后方可使用。具体操作详见用户操作手册。

现有商标网上申请系统用户不需再另行注册账号，点击“网申用户登录”跳转至商标网上申请系统首页，使用数字证书+PIN码+密码的方式登录。我局已为网申用户设置了初始密码，初始密码为用户注册手机号，请广大用户提前在“我的账户-我的用户-手机”中查看。

商标网上服务系统将遵循合法、正当、必要的原则，按照法律法规规定妥善保管和使用用户信息。

特此通知。

附件：用户统一身份认证操作手册.pdf（略）

国家知识产权局商标局

2023年10月17日

国家知识产权局商标局《关于商标网上查询系统 调整访问地址的通知》

为进一步提升网站的安全访问性能，自2023年12月1日起，商标网上查询系统的访问地址变更为：<https://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn/>。由此可能给您带来的不便，敬请谅解。

国家知识产权局商标局

2023年11月28日

我国商标法第五轮修改中的三个重要问题

黄晖（万慧达知识产权合伙人）

2023年1月13日，国家知识产权局在官网上公布了第五次商标法修订草案（征求意见稿）及说明。在说明中，国知局指出目前存在的突出问题，例如商标“注而不用”现象比较常见；商标恶意抢注依然存在；商标权保护仍然困难，不当行使和滥用权利现象时有发生，借诉讼牟利甚至恶意诉讼问题日益突出。

国知局分析造成这些问题的原因在于《商标法》已经不能适应实践发展的需要，主要体现在：商标制度设计“重注册、轻使用”，打击商标恶意注册的范围和力度仍然偏弱，驰名商标保护规则不够健全等。

在阐述修改基本思路时，国知局还特别提到“坚持立足国情，放眼世界，密切跟踪国际商标法律制度发展趋势，夯实制度基础，构建更加互惠、包容、平衡的商标法律制度”。

2023年6月，商标局印发的《商标评审案件审查审理工作制度》中新增了《评审案件中止情形规范》。9月，最高人民法院发布了《关于优化法治环境 促进民营经济发展壮大的指导意见》（以下称“指导意见”）。

本文将围绕修法草案中有关注册商标的使用义务，禁止恶意注册和使用以及驰名商标保护三大重要问题，结合最新的行政、司法动向展开讨论。

一、注册商标的使用义务

我国实行通过注册获得商标专用权的制度，但商标使用的要求随着商标法历次修改得到不断加强。

这次修订草案中则在申请阶段增加商标使用或者使用承诺的要求（第5条），同时建立商标注册后每5年主动说明商标使用情况制度，对未说明使用情况或正当理由的，视为放弃其注册商标专用权，对经抽查发现说明不真实的，可以撤销其注册商标（第61条）。下面重点就这两点修改建议进行分析。

美国1988年新商标法允许基于使用意图提交商标注册申请，同时给予不超过24个月的宽限期来兑现这一承诺，以满足注册前商标已经使用的要求，同时赋予申请日起即推定已在全国使用的效力。第五次商标法修改草案并未规定做出使用承诺必须先使用才能注册，因此不太可能起到美国商标法督促使用的目的。

五年提交一次商标使用说明的规定，看上去也是在借鉴美国商标法的做法。因为还没有看到具体的要求，例如说明的详细程度、与目前撤销程序的举证要求有何不同，利害关系人是否可以阅卷或申请主管机关抽查使用说明，因此暂时还不能评估因此给商标注册人带来多

大的负担，但可以设想的是，没有使用的商标注册人必然面临较大的道德压力，已经使用的商标注册人也将承担额外的举证负担。

如果让我们的目光转向欧盟的商标立法，或许可以有不同的解决思路。2015年欧盟商标条例及指令规定，注册满五年的商标需要对他人商标申请或注册提出异议或无效申请的，必须应被异议人或被无效申请人的要求提供在后商标申请日以及无效申请日前五年使用的证据，否则就会被驳回。

因此，我们或许可以组合借鉴欧美的做法，一方面要求申请人承诺会使用以提示其使用义务，另一方面可以在商标驳回复审时，如果引证商标注册已满三年，则要求他提交在后商标申请日之前三年的使用证据，不提供的不影响该注册人之后提出异议或无效申请，但如果后来提出异议或无效，提交这三年使用证据的义务将一致存在。这样，就不必将申请与撤销程序挂钩并等待撤销程序的结果，甚至也不再需要就是否允许情势变更作出规定，同时也免除所有注册人每五年提交一次使用说明的负担。

比较而言，这种做法既强调了没有使用的商标不要受到法律保护，不应妨碍他人的基本原则，同时也尊重了双方当事人的意思自治，他们自己最清楚何时应该采取什么样的法律行动，而且主管部门也尽到了避免真正因为使用可能产生的混淆，不失为一个成本较低，收益较大且对各方都比较友好的做法。

事实上，随着新的《评审案件中止情形规范》的逐步展开，对于驳回、异议及无效程序中的引证商标，如果有初步证据表明已经期满三年不使用的，在后商标申请或注册人势必会提起撤销其注册的要求并要求中止当前审理，最后的结果将与欧盟的做法极为接近。当然，欧盟的

做法更加严格，具体表现在，在先商标即使于在后商标申请日之后开始或恢复使用，也将不能阻止在后商标的注册，充分体现豁免期满仍不使用的注册商标无权获得保护的法律理念。

二、制止恶意商标注册和使用

注册商标受法律保护一致是我国商标法的基本原则，但正如任何权利都必须遵守诚实信用的基本原则，商标也不应该例外，因此自从1993年商标法第一次修改起，商标法就不断增加制止恶意注册及使用的条款。

这次商标法修订草案对商标注册的条件中明确将恶意作为一个单独的理由，关于商标恶意注册申请的第22条规定，申请人不得恶意申请商标注册，包括：（一）不以使用为目的，大量申请商标注册，扰乱商标注册秩序的；（二）以欺骗或者其他不正当手段申请商标注册的；（三）申请注册有损国家利益、社会公共利益或者有其他重大不良影响的商标的；（四）违反本法第18、19、23条规定，故意损害他人合法权益或者权益，或者谋取不正当利益的；（五）有其他恶意申请商标注册行为的。

接下来我们逐一分析这一新的条款：首先，商标法正是将恶意作为一个单独的注册条件，并贯穿商标的审查、异议和无效程序无疑是一个很大进步，同时也是对我国参加的国际条约例如RCEP的一种回应。其次，改变了将不以使用为目的与恶意共存的规定，将不以使用为目的的直接与恶意挂钩。再次，重大不良影响的商标一般理解应该与草案第15条的禁用标志类似，但不知是因为申请这些标志注册会产生比第15条更加严重的后果需要额外处罚还是别的什么原因，这里将其纳入了恶意注册的范围，且与无效理由无关；第四，同样的，违反草案第18、

19、32条的注册本身已经是无效的理由了，加入本条似乎也是为了予以更重的处罚，但却没有规定将这些情形作为提出无效不受五年限制的例外情形。第五，有其他恶意申请的第五项兜底规定却意外地没有作为无效的理由，如果不在一开始对恶意进行一个概括的定义，恶意的场景显然不能被第一、二项全部囊括，这个兜底规定的意义必然大打折扣。因此，一个可能的办法就是像欧盟法院在Sky案（C-371/18）中判决的那样规定，申请人凡是怀有违反诚信惯例损害他人利益的意图，或是虽然不针对特定的第三人，但是其获得商标专用权但是却不是为了实现商标的基本功能，就构成恶意。这样才不容易挂一漏万。

此外，修订草案还明确提高对商标恶意注册的罚款数额（第67条）；规定恶意申请商标注册给他人造成损失应当给予民事赔偿，对恶意申请商标注册损害国家利益、社会公共利益或者造成重大不良影响的，由检察机关提起诉讼（第83条），并引入恶意诉讼反赔制度（第84条）。这些规定拟将已有的司法解释和实践上升为法律规定，必将对恶意注册人产生相当程度的吓阻作用，并从经济上使其无利可图。

前面提到的最高人民法院的指导意见在第九点实际也特别强调，要持续严厉打击商标攀附、仿冒搭车等恶意囤积和恶意抢注行为，依法保护民营企业的品牌利益和市场形象。当事人违反诚信原则，恶意取得、行使权利并主张他人侵权的，依法判决驳回其诉讼请求。被告举证证明原告滥用权利起诉损害其合法权益，请求原告赔偿合理诉讼开支的，依法予以支持。严格落实知识产权侵权惩罚性赔偿制度，坚持侵权代价与其主观恶性和行为危害性相适应，对以侵权为业、获利巨大、危害国家安全、公

共利益或者人身健康等情节严重的故意侵权，依法加大赔偿力度。这也可以说是对修改草案着力打击恶意注册相关内容的一种呼应。当然，如果同时规定恶意注册的商标既不能在起诉他人时受保护，也不能在被他人起诉时受保护就更理想了。

最后，还有一个值得一提的问题是，修订草案还明确恶意注册的商标被宣告无效后应当对注册后、宣告无效前的侵权行为承担法律责任（第48条），这条规定看上去似乎有利于加重恶意侵权人的责任，但仔细分析起来，实际会提高在先商标的索赔门槛。这是因为，目前第47.2条里面的恶意是作为已经执行的款项不予回转的例外情形，因此是对侵权人的一种处罚，但如果增加一条必须证明被无效的商标注册人具有恶意才能追究其侵权责任的规定，则可能会冲击现有的商标侵权责任体系。

三、驰名商标保护

这次修订草案对现有的保护体系进行了重构，主要体现在增加了制止淡化及搭车的第三款，具体措辞如下：（1）在相同或者类似商品上使用、申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混淆的，禁止使用并不予注册。（2）在不相类似商品上使用、申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人驰名商标，误导公众，致使该驰名商标持有人的利益可能受到损害的，禁止使用并不予注册。（3）使用、申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人作为广大公众所熟知的驰名商标，足以使相关公众认为该商标与该驰名商标具有相当程度的联系，而减弱驰名商标的显著特征、贬损驰名商标的市场声誉，或者不正当利用驰名商标的市场声誉的，禁止使用并不予注册。

下面我们从几个方面讨论驰名商标保护的上述修改建议：首先，目前在商标注册条件中规定的驰名商标保护实际不仅涉及商标能否注册，而且涉及制止他人使用，目前是通过司法解释将对已注册的驰名商标的侵犯作为“其他商标侵权行为”来规定的，但不仅未将未注册驰名商标纳入商标侵权定义，而且对其救济还限于停止侵权。因此，正如新华字典案件里面反映的赔偿问题，即使不属于商标侵权，但是否应该获得赔偿，仍然亟需在商标法里面明确。

其次，保留的第二款在2009年的司法解释中已经实际被解读为目前第三款的内容，因此，如果继续保留第二款，势必会跟十多年的司法实践发生错位，也就是文字原封不动，但却需要寻找一个不同于第三款的解读，实际操作起来不免会平添很多纠葛。第二款的措辞部分来源于TRIPS协定第16.3条，甚至也出现在《驰名商标联合建议》中，但作为一个最低的保护要求，在已经被解读为或正要被直接写作保护逻辑更清晰的第三款的情况下，再保留第二款的意义就不大了。

再次，第三款应该是这次修订草案的一大亮点，主要体现在该款不再强调注册商标才能享受反淡化保护，未注册商标只要驰名也可以，而且不再强调非类似商品才有必要动用驰名商标的特殊保护，类似“海底捞”诉“河底捞”的案件中所反映的驰名商标的同类商品强化保护的问题有望解决。不过，该款将驰名所涉及的公众从相关公众提高为公众，似有过高要求的嫌疑，不利于对驰名商标的保护。虽然美国商标法和《驰名商标联合建议》里面都有提到公众，但实际“相关公众”的概念更加灵活，欧盟法院在Intel案（C-252/07）中已经指出，可以根据情况具体定义驰名所在的相关

公众来解决这一问题，具体是弱化及丑化只需在原告所在的相关公众中驰名，搭车则需要证明被告相关公众中驰名。

最后，我们可以结合驰名商标说一说防御商标的正当性问题。过去有不少国家都有防御商标制度，现在越来越少的国家和地区还保留这一制度，但通常都只适用于少数的商标种类，或者说一般都限定在驰名商标上。换句话说，如果说通常的驰名商标保护都是事后的保护，即遇到具体的问题再从商标的强度出发去划定保护的边界，防御商标的保护却相当于事前的保护，通过事先在不准备使用的商品上注册，筑起一道防火墙，从而阻却他人的申请或使用。

如果说事后的保护往往要经过旷日持久的缠斗才能最终确定各自的边界，那么能够恰如其分地事前划定注册的合理范围确实会更加困难，出现注册范围大于实际可以拥有的范围也注定不可避免。因此，防御商标和驰名商标可以说是一个硬币的两面，如果有驰名商标够不到的地方，通过防御商标的注册去独占也可能并不具有正当性，但如果防御商标注册的范围是驰名商标本来就够得着地方，那防御商标作为低成本的保护手段也无可厚非，只是如果从制度上同意预先划定一个实际难以准确划定的注册范围，也可能会带来驰名商标所有人过度保护的冲动。

因此，我们如果坚持只有使用的商标才能受到保护，防御商标所要解决的问题，就应该并且也可以通过驰名商标脱离荣誉称号回到正常保护的路径来寻求解决。换句话说，驰名商标越能发挥制止淡化和搭车的作用，就越不需要防御商标制度，也越能维持商标注册与使用的平衡，从而捋顺两者的关系，实现“注者有其用，用者得其注”的理想状态。

来源：知产力

福建省知识产权局与我会联合发布福建省 商标代理典型案例

为进一步提升我省商标权利人的维权意识和商标代理服务质量，扎实开展知识产权代理行业行风建设年活动，省知识产权局、省商标协会组织开展福建省商标代理典型案例评选活动。经组织申报、专家评审等环节，确定10个案例为商标代理典型案例（见附件），现予以发布。上述案例涵盖商标驳回复审、商标异议、商标无效宣告等，体现了我省商标代理机构在维护商标权利人合法权益、提供优质商标代理服务方面的有益经验和做法，具有一定的示范、指导作用。

各设区市市场监管局（知识产权局）、平潭综合实验区市场监管局要结合典型案例加强宣传推广，促进全省商标代理服务水平进一步提高，为知识产权强省建设作出新贡献。

附件：商标代理典型案例

福建省知识产权局 福建省商标协会

2023年12月8日

案例 1

福建中珍知识产权服务有限公司代理
第57349921号“永福高山茶”地理标志
证明商标注册案

一、基本案情

申请人：漳平市台创园茶业协会

指定使用商品：第30类“乌龙茶”

申请商标（地理标志证明商标）：

永福高山茶
YONG FU HIGH MOUNTAIN TEA

2021年7月1日，申请人向国家知识产权局申请第57349921号“永福高山茶”地理标志证

明商标，并提供地理标志证明商标的相关材料，主要有：漳平市人民政府授权同意及地域界定的文件，“永福高山茶”史料；特定品质与自然因素及人文因素的有关材料、地理标志证明商标管理规则及申请人具有监督检测能力证明等材料。

2021年12月20日，国家知识产权局下发《商标注册申请审查意见通知书》，其中指出：申请人已经在“茶”类似商品上注册了近似的第8621519号“永福”商标，该普通商标与申请的地理标志商标虽为不同的商标类型，在性质、使用方式、注册人与使用人的权利等方面均不相同，即使是同一申请人，也不可以在相同或类似商品上注册不同类型的相同或近似商标，


因此，二者若共存，易造成使用上的混淆。

2022年3月3日，申请人申请注销第8621519号“永福”商标在“茶、茶叶代用品”商品上的注册；2022年4月6日，国家知识产权局对该注销申请予以核准并公告；2022年5月20日，“永福高山茶”地理标志证明商标被初步审定并公告；2022年8月21日，被准予注册并公告。

二、代理经验分享

本案焦点：1. “永福高山茶”商标是否符合地理标志证明商标的特殊性要求；2. “永福高山茶”商标是否与在先注册商标构成冲突。

关于“永福高山茶”商标是否符合地理标志证明商标的专门要求的问题。“永福高山茶”最初由台商引进台湾高山茶种植和制作工艺，加上永福当地特定的自然因素和人文因素，造就其特定的品质特征，并有相关的资料予以支持。

关于“永福高山茶”商标是否与在先注册商标构成冲突。申请人最初拟申请的商标图样是，经在先查询发现，第588232号“高山”商标和第8621519号“永福”商标注册在先。于是，申请人采用“永福高山茶”五个字同一字体同一大小的方式确定申请商标，避免与第588232号“高山”商标冲突；同时，申请人在申请日之前已经受让了第8621519号“永福”商标，解决权利权属的问题。最后是解决同一主体名下普通商标与证明商标之间冲突的问题，经国家知识产权局下发《商标审查意见书》，并要求另案注销第8621519号“永福”商标在“茶、茶叶代用品”上的注册，至此，全面解决了在先权利冲突，最终获准注册。

三、典型意义

同一主体也不可以在相同或类似商品上注册不同类型的相同或近似商标。本案中，申请

人“永福高山茶”地理标志证明商标与其在先注册的“永福”普通商标，存在权利冲突。申请人在国家知识产权局下发《商标注册申请审查意见书》后，再申请注销普通商标，以避免出现“权利真空”，从而确保“永福高山茶”地理标志证明商标顺利注册。“永福高山茶”地理标志证明商标的成功注册与使用，一方面，有利于漳平永福镇农民增收致富，促进当地乡村振兴和生态文明建设；另一方面，有利于台农密集创业区建设，促进漳平与台湾两地交流交往、经贸合作，有利带动区域特色经济高质量发展，谱写两岸融合发展新篇章。

案例2

厦门仕诚知识产权代理有限公司代理
第56305172号“海安捷”
商标驳回复审案

一、基本案情

申请人：厦门海安捷航标技术工程有限公司

申请商标：

海安捷

指定使用的商品：第2类“油漆，清漆，杀菌漆，涂料（油漆），釉料（漆、亮面漆），底漆，油漆补片（可替换的），防腐油漆，合成树脂涂料，船体底壳漆”等商品项目。

2021年5月24日，申请人提出注册申请，2021年9月10日，国家知识产权局发出驳回通知书，驳回理由是申请商标含有“海安”，为我国行政区划名称，无其他含义，不得作为商标使用；申请商标违反《商标法》第十条第二款的规定。

申请人复审的主要理由：1. 申请商标文字具有整体性，不应割裂认知，“海安捷”不能等同于“海安”。“海安捷”三个汉字构成。申请商标三个汉字采用普通字体，其字体大小及字形相同，相关公众在认知时必然是基于商标整体进行认知，而不会采取断章取义的错误地认知为“海安”；2. 申请商标与申请人之间具有唯一的对应指示关系。申请商标“海安捷”是申请人企业字号，且“海安捷”三个汉字是随意组合而成，其作为企业字号和商标名称，具有极强的显著性和独创性。同时，申请商标品牌含义与申请人之间建立起稳定的对应指示关系；3. 商标文字是否构成行政区划名称，应当充分考虑相关公众对该行政区划名称的认知度和行政区划名称的知名度：一是应当以普通公众的一般认知为判定标准；二是应当考虑行政区划名称的知名度；4. 与本案申请商标情形相同的众多类似的商标均获准注册，根据国家知识产权局在先审查实例，本案申请商标应当予以注册。本案涉及《商标法》第十条的规定属于绝对禁止条款，在法理相同及商标类似的情况下，商标审查的个案性原则应当受到限制，并应当充分考虑其它相关案例。

2022年3月29日，国家知识产权局作出驳回复审决定，认为：申请商标“海安捷”与县级以上行政区划地名“海安”存在区别，整体上具有强于地名的其他含义，因此，申请商标的申请注册未构成《商标法》第十条第二款所指“不得作为商标使用”的标志，申请商标在复审商品上的注册申请予以初步审定。

二、代理经验分享

本案焦点：申请商标是否违反了《商标法》第十条第二款关于“县级以上行政区划的地名，不得作为商标”的相关规定禁止性规定。

《商标法》第十条第二款的禁注部分，就包括了三种例外：一是地名具有其他含义；二是地名作为集体商标和证明商标的组成部分；三是使用地名的商标已经获准注册。结合本案申请商标的情况，其属于关于地名具有其他含义的情况。商标整体可以与地名区分，即表示商标整体上具有显著特征。其中：一是商标整体上具有其他特定含义；二是商标整体虽不具其他特定含义，但不易被识别为地名含义。

本案中，申请商标“海安捷”，虽然本身不具有除地名之外的其他固定含义，但其为臆造词且申请人的企业字号，一般消费者更容易将申请商标识别为申请人企业的商标，而非作为行政区划名称，其已形成强于地名指示的地理位置含义之外的“其他含义”，具有显著性和识别性。

三、典型意义

该案例的典型意义在于如何适用《商标法》第十条第二款关于“县级以上行政区划的地名，不得作为商标”的相关规定。本案主要从包含地名而非仅有地名的、商标名称是臆造词且系企业字号、地名及申请商标的知名度及一般公众认知等角度，重点落到整体上具有强于地名的其他含义，不易使消费者联想到地名，亦不易导致产地误认。本案对含有地名商标而非仅有地名作为商标注册申请，具有一定借鉴意义。

案例 3

福建省劲翔知识产权代理有限公司代理
第 56874481 号“PEAK CARE”
商标异议案

一、基本案情

异议人：福建泉州匹克体育用品有限公司
被异议人：品珂有限公司

被异议商标:

PEAK CARE

指定使用商品: 第21类“鞋拔;盥洗室器具;脱靴器;洗涤桶;拖把绞干器;鞋撑具;洒水器;喷壶;婴儿浴盆(便携式);手动清洁器具”等商品项目。

异议人主要异议理由:1. 异议人“匹克”“PEAK”商标曾获得中国驰名商标认定,在国内外享有极高的知名度与美誉度。被异议商标显然是摹仿、抄袭具有较高知名度的“PEAK”商标,其各自使用的商品具有较强的关联性,二者共存极易误导公众,致使异议人的利益受到损害。2. 被异议商标与异议人名下的第22058961号商标、第55913394号商标(以下依次简称“引证商标二”“引证商标三”)构成相同或类似商品上的近似商标,前述商标在相关市场的共存极易使相关公众对商品的来源产生混淆、误认。根据《商标法》第十三条第三款、第三十条的规定,请求裁定被异议商标理应不予核准注册。

异议人提交的主要证据: 商标信息档案、异议人商标注册列表、异议人宣传报道资料、所获荣誉证书、维权记录等。被异议人未在规定时间内作出答辩。

国家知识产权局认为: 被异议商标“PEAKCARE”指定使用在第21类“鞋拔;盥洗室器具脱靴器;洗涤桶,鞋撑具;手动清洁器具;洒水器;喷壶;婴儿浴盆(便携式);拖把绞干器”商品上,异议人引证在先注册的第22058961号“PEAK及图”商标核定使用商品为第21类“盥洗室器具;电动牙刷;化妆用具”等。双方商标部分指定使用商品具有相近的功能用途,属于类似商品,且被异议商标完整包含异议人具有

较高知名度的“PEAK”商标,如予并存使用易使相关公众误认为两者是来自于同一市场主体的系列商标或具有某种关联,从而对商品的来源产生混淆误认。因此,双方商标已构成使用于类似商品的近似商标。此外,异议人注册并使用在“运动鞋”商品上的“PEAK及图”商标经广泛宣传和使用已具有较高知名度并曾获得《商标法》第十三条扩大保护,被异议商标完整包含异议人引证商标的英文部分,已构成对异议人驰名商标的攀仿,核准被异议商标注册使用在与异议人引证商标高度关联的非类似商品上容易误导公众,致使异议人的利益可能受到损害。依据《商标法》第十三条第三款、第三十条、第三十五条规定,商标局裁定如下:第56874481号“PEAK CARE”商标不予注册。

二、代理经验分享

本案焦点:1. 在于双方商标是否构成使用在相同或者类似商品上的近似商标;2. 被异议商标的注册申请是否违反商标法第十三条第三款的规定。

《商标法》第三十条规定,申请注册的商标,凡不符合本法有关规定或者同他人在同一种商品或者类似商品上已经注册的或者初步审定的商标相同或者近似的,由商标局驳回申请,不予公告。

本案中被异议商标“PEAKCARE”与异议人在先注册商标均使用在第21类商品上,双方商标的商品均是日常生活用品,均有清洁卫生的功能,通常在日用品店或者大型商超的日用品板块进行销售,构成事实上的类似商品。被异议商标完整地包含或者摹仿异议人在先具有较高知名度或者显著性较强的文字商标,易使相关公众认为属于系列商标而对商品或者服务的来源产生混淆的,应判定为近似商标。

《商标法》第十三条第三款规定，就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。

本案中异议人注册并使用在“运动鞋”商品上的“PEAK及图”商标经广泛宣传和使用时已具有较高知名度并曾获得《商标法》第十三条扩大保护，且至今仍保持极高的知名度，为我国相关公众所熟知。被异议商标完整包含异议人引证商标的英文部分，已构成对异议人驰名商标的攀仿，核准被异议商标注册使用在与异议人引证商标高度关联的非类似商品上容易误导公众，致使异议人的利益可能受到损害。被异议商标理应不予注册。

三、典型意义

国家知识产权局在认定双方商标构成使用在类似商品上的近似商标的基础上，又通过适用《商标法》第十三条第三款的规定，给予驰名商标在非类似商品上强保护，从而有力地打击商标恶意注册行为。这有利于企业不断提升自身商标品牌知名度与价值，特别有利于提振民营企业的商标维权信心，提高商标权保护意识，助力民营企业在经济高质量发展中焕发新活力，起到很好的指引作用。

案例 4

厦门合道联合知识产权事务有限公司代理
第54364809号“一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY”
商标异议案

一、基本案情

异议人：厦门航空有限公司

被异议人：石狮市秋韵图书贸易有限公司

被异议商标：

一鹭高飞
ONE EGRET GOOFY

指定使用服务：第39类“旅游车出租；租车预订；客车出租；司机服务；汽车出租；提供旅行信息；通过互联网提供旅行信息；安排旅行；机票预订；旅行预订”等服务项目。

异议人主要理由：1. 被异议商标与异议人在先注册和使用的“一鹭高飞”商标构成近似商标，被异议商标违反《商标法》第三十条规定。2. 被异议商标的注册是对异议人在先使用并有一定影响商标的抢注，构成《商标法》第三十二条规定的“以不正当手段抢注他人在先使用并有一定影响的商标”的情形。

异议人提交的主要证据：异议人企业发展概况、荣誉、资质、宣传、网站等资料，“一鹭高飞”商标设计合同及发票、“一鹭高飞”商标启动宣传、相关媒体报道等资料。被异议人未在规定期限内作出答辩。


根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY”指定使用服务为第39类“汽车出租；通过互联网提供旅行信息”等。异议人引证在先注册第15220739号、第28804674号“一鹭高飞”等商标核定使用服务为第39类“船只出租；运送乘客”等。双方商标指定使用服务在服务的内容、特点等方面存在一定区别，不属于类似服务。因此，双方商标未构成使用于类似服务上的近似商标。本案中，异议人称被异议人恶意抢注其在先使用的商标，并提供了“一鹭高飞”商标设计合同及发票、“一鹭高飞”商标部分启动宣传、相关媒体报道、相关网站截图等证据材料。以上证据可以证明：在被异




议商标申请注册前，异议人的“一鹭高飞”商标在运输服务行业领域已具有一定知名度。被异议人与异议人同处福建省，对异议人在先使用的“一鹭高飞”商标理应知晓。被异议商标完整包含异议人在先使用并具有一定知名度的“一鹭高飞”商标文字，且被异议商标指定使用的服务与异议人在先使用的服务亦具有一定关联。因此被异议人于“汽车租赁；通过互联网提供旅行信息”等服务上申请注册被异议商标已构成以不正当手段抢先注册异议人已经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，我局决定：第54364809号“一鹭高飞 ONE EGRET GOOFY”商标不予注册。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 被异议商标与异议人引证商标是否构成近似商标，违反《商标法》第三十条规定；2. 被异议商标是否存在不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标，违反《商标法》第三十二条规定的情形。

本案中，由于双方商标指定使用服务在服务的内容、特点等方面存在一定区别，不属于类似服务，故被异议商标没有违反《商标法》第三十条规定。

本案中，异议人作为国内国际知名的航空公司、运输旅游行业的领军企业，在中国乃至世界范围内享有极高的知名度及美誉。异议人的“”全新标志是由香港著名设计师陈幼坚先生设计，并将该标志命名为“一鹭高飞”，同时，异议人通过电视、杂志、报纸、国内各大机场显示屏、灯箱、网络等众多媒体持续密集而广泛地宣传“一鹭高飞”品牌，有力证明了其“一鹭高飞”作为未注册商标的使用并具有一定的知名度，可以认定属于《商标法》第三十二条规定的“已经使用”，并有“一定影响”的商标。

在能够证明已经使用并具有一定影响的商标的情况下，判断被异议商标是否为抢注行为，还需综合考虑被异议人是否存在主观恶意。在本案中，被异议人与异议人同处一省，对异议人在先使用的“一鹭高飞”标志理应知晓，同时，被异议人在申请被异议商标之前，被异议人抢注的第12594698号“一鹭高飞 A HERON GAO FEI”（）商标被无效宣告；恶意申请的第22210168号“一鹭高飞 YI-LUGAOFEI”（）商标、第25763371号“一路高飞 YI LU GAO FEI”（）商标等多件商标被不予注册。被异议商标的申请是一种重复恶意申请的行为，被异议商标违反了《商标法》第三十二条的规定，应不予注册。

三、典型意义

本案对打击连续抢注他人已经使用并具有一定影响的商标的恶意注册行为具有一定的典型意义。打击恶意注册有利于鼓励诚实守信、培育品牌，建立良好的竞争秩序。近年来，国家知识产权局不断把打击恶意注册关口前移，通过调整审查程序、增加信息提示功能等方式在审查阶段发现恶意注册。此案彰显了商标注册管理机关打击恶意注册商标行为的坚强决心，代理人通过案情分析，提交有效证明材料，切实维护了商标注册人的合法权益，也规范了运输服务行业的市场竞争秩序。

案例 5

福州拓维知识产权代理有限公司代理
第51185794号“一缆天下太阳”
商标异议案

一、基本案情

异议人：福建南平太阳电缆股份有限公司

被异议人：马祥其

被异议商标：

一缆天下太阳

指定使用商品：第9类“电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线；电缆；电缆包皮层；电源材料（电线、电缆）；电线圈；电插头；配电盘（电）；工业遥控操作电气设备”等商品项目。

异议人主要理由：1. 被异议商标与异议人在先注册和使用的“太阳SUN及图”商标系近似商标。2. 异议人注册并使用在“电源材料（电线、电缆）、电缆、光纤电缆”等商品上的“太阳SUN及图”商标曾获《商标法》第十三条保护，被异议商标是抄袭、摹仿异议人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，损害异议人利益，违反了《商标法》第十三条第三款规定。

异议人提交的主要证据：异议人及引证商标部分荣誉证书、引证商标曾获《商标法》第十三条保护的争议裁定书等资料。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“一缆天下太阳”指定使用商品为第9类“电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线；电缆”等。异议人引证在先注册的第3268747号“太阳SUN及图”商标核定使用商品为第9类“电线；电缆”等。被异议商标包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，且被异议商标指定使用部分商品与异议人引证商标核定使用商品属于类似商品。因此，双方商标已构成使用于部分类似商品上的近似商标，如予并存易造成消费者混淆。异议人注册并使用在“电源材料（电线、电缆）、电缆、光纤电缆”等商品上的“太阳SUN及图”

商标经过长期使用与广泛宣传已为相关公众所熟知并曾获《商标法》第十三条保护。被异议商标完全包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，且被异议商标指定使用商品与异议人引证商标核定商品密切相关，被异议商标的申请注册已构成对异议人商标的抄袭和模仿，如予并存易造成消费者的混淆误认，并可能使异议人商标声誉受到损害。依据《商标法》第十三条第三款、第三十条、第三十五条规定，国家知识产权局决定：第51185794号“一缆天下太阳”商标不予注册。

二、代理经验分享

鉴于双方商标指定使用商品仅部分属于类似商品，异议人引证商标曾获《商标法》第十三条保护，故本案焦点：1. 被异议商标与异议人引证商标是否构成《商标法》第三十条所指的使用在相同或类似商品上的近似商标；2. 就不相类似商品上申请注册的被异议商标是否违反《商标法》第十三条第三款的规定。

被异议商标指定使用的第9类“电线，电缆，电源材料（电线、电缆），电缆包皮层，电线圈”部分商品，与异议人引证商标核定使用全部商品属于相同或类似商品。被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“太阳”，且“一缆天下太阳”的“缆”又直接指向指定使用的“电缆”等商品，其整体并未形成新的特定含义，已构成近似商标。因此，被异议商标在上述指定使用的商品上已构成《商标法》第三十条所指的使用在同一种或类似商品上的近似商标。

被异议商标指定使用的第9类“电子出版物（可下载）；可下载的计算机程序；电线圈；电插头；配电盘（电）；工业遥控操作电气设备”部分商品，与异议人引证商标核定使用的全部商品不属于类似商品。在非类似商品上扩大对已

达驰名程度商标的保护应以存在混淆、误导的可能性为前提。本案中，异议人在案提交了异议人及其引证商标所获荣誉、引证商标曾获《商标法》第十三条保护等相关证据，可以证明异议人在先注册并使用在“电源材料（电线、电缆）”等商品上的“太阳SUN及图”商标在被异议商标申请注册之前经长期使用与广泛宣传已具有较高知名度，为相关公众所熟知。被异议商标指定使用的第9类“电线圈；电插头”等部分商品与异议人引证商标核定使用商品密切相关，被异议商标包含异议人引证商标显著部分中文“太阳”，再结合被异议商标指定使用的商品包含“电源材料（电线、电缆）、电缆”，可见被异议商标具有明显的抄袭和摹仿的故意，易误导公众，损害异议人的声誉，违反了《商标法》第十三条第三款规定，应不予注册。

三、典型意义

本案涉及商标抢注以及驰名商标保护问题。代理人根据具体案情，一方面从相同类似商品上，主张两者构成近似商标，适用《商标法》第三十条规定；另一方面从不相同不类似商品上，主张驰名商标跨类保护，适用《商标法》第十三条第三款规定，提供了被异议商标存在故意摹仿的事实以及引证商标已长期使用并享有很高知名度等证据材料，推断出被异议商标的注册极易产生混淆或误认，从而损害权利人合法的在先权利。国家知识产权局对该案的裁定，依法整治了商标抄袭、摹仿等扰乱商标注册秩序的违法行为，保护在先商标权，特别是高知名度的商标，有利于维护我国商标注册秩序和营造公平竞争的市场环境，促进经济高质量发展。

案例 6

福建致群财富知识产权代理有限公司代理
第 46306283 号“回道鼓浪屿”
商标异议案

一、基本案情

异议人：厦门兴茂贸易有限公司

被异议人：厦门金海特贸易有限公司

被异议商标：

回道鼓浪屿

指定使用商品：第30类“咖啡，茶，茶饮料，蜂蜜，谷类制品，调味品”等商品项目。

异议人主要理由：被异议商标与异议人在先注册且具有较高知名度的“鼓浪屿”系列商标混淆性近似，侵犯了异议人的在先商标权，违反《商标法》第三十条的规定。被异议人恶意抢注、摹仿“鼓浪屿”商标的行为违背了基本诚实信用原则，同时易产生不良影响，构成《商标法》第七条、第十条一款第（七）（八）项、第四十四条规制的情形。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局认为：被异议商标“回道鼓浪屿”指定使用于第30类“咖啡；茶饮料；糖果；谷类制品；调味品”等商品上。异议人引证在先注册的第11769704号“鼓浪屿”商标核定使用于第30类“豆浆；家用嫩肉剂”等商品上。被异议商标指定使用商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途及销售渠道等方面具有一定差异，不属于类似商品，因此双方商标未构成使用于类似商品上的近似商标。异议人引证在先注册的第3847042号、第1571341号“鼓浪

屿”、第14006625号“鼓浪屿岛馅饼”等商标核定使用于第30类“糖；馅饼；冰淇淋”等商品上。被异议商标指定使用的“糖果；甜食；以谷物为主的零食小吃；食用冰”商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途及销售渠道等方面基本相同，属于类似商品。被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“鼓浪屿”，且未形成明显有别的其他含义，可判为近似商标，因此被异议商标指定使用在上述类似商品上，与异议人引证商标已构成使用于类似商品上的近似商标，如予并存易造成消费者混淆误认。被异议商标指定使用的其他商品与异议人引证商标核定使用商品在功能、用途等方面具有一定区别，不属于类似商品，被异议商标使用在非类似商品上，应可以起到区别商品来源的作用。异议人另称被异议人违反诚实信用原则，恶意抢注、模仿其商标以及被异议商标的注册使用易产生不良影响等证据不足，我局不予支持。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 被异议商标与引证商标在是否构成类似商品上的近似商标问题；2. 关于被异议商标是否违反诚实信用及恶意等问题。

本案中，国家知识产权局认定两商标所指定部分商品构成类似商品。同时充分考虑“鼓浪屿”作为引证商标及传统老字号所具有的知名度及影响力，认定被异议商标完整包含异议人引证商标显著识别文字“鼓浪屿”，且未形成明显有别的其他含义，两者并存易造成消费者混淆误认，从而判定两商标为近似商标。

本案中，国家知识产权局并未因异议人的“鼓浪屿”系列商标所具有的知名度和影响力，以及双方同处厦门这一特殊地缘关系，而认定被异议人具有违背诚实信用原则，恶意复制、

模仿异议人在先商标的行为。可见，针对“是否违反诚实信用原则及恶意问题”对证据的要求更高，同时，基于被异议商标已适用《商标法》第三十条予以规制，是否恶意已不影响本案的结论。

三、典型意义

本案是一起典型的涉及老字号问题，以及完整包含或者摹仿他人先具有较高知名度或者显著性较强的商标的问题。老字号商标保护为近年的热门问题，但因历史等原因，有些表现为权属关系复杂和不明确，同时也因其具备较高的经济、文化等价值，被侵权、被模仿的现象频发。本案中，异议人的传统老字号“鼓浪屿”始创于1956年，曾入选为“福建老字号”及“中华老字号”，“鼓浪屿馅饼手工制作技艺”更是入选为“福建省第七批省级非物质文化遗产代表性项目”。“鼓浪屿”作为传统老字号及注册商标，已经取得社会的广泛认同和具备良好的市场声誉，不仅承载着经济价值，更是承载着厚重的历史文化价值。本案中，国家知识产权局依法不予注册包含“鼓浪屿”字样的被异议商标，彰显了商标注册管理部门高度重视老字号品牌保护的坚强决定，为作为传统老字号传承人或所有人积极维权起到典型示范作用，为“老字号”品牌传承、发展奠定了坚强的法律基础。

案例7

福建亚太商标专利事务所有限公司代理
第54429491号“图形”
商标异议案

一、基本案情

异议人：彪马欧洲公司；PUMA SE

被异议人：福建省晋江市陈埭利达鞋业有

限公司

被异议商标:



指定使用的商品:第25类“凉拖;凉鞋;男鞋;女鞋;皮鞋;球鞋;拖鞋;拖鞋鞋底;橡胶或塑料制压纹鞋底;鞋;鞋(矫形鞋除外);鞋(脚上的穿着物);鞋底;鞋垫;鞋面;休闲鞋;靴;运动鞋;运动靴;足球鞋”等商品项目。

异议人主要理由:1.被异议商标与第1348498号、第G582886号、G593987号、第76559号4个引证商标构成使用在相同或类似商品上的近似商标,违反《商标法》第三十条之规定;2.被异议商标是通过复制、摹仿或者翻译引证商标,极易引起相关公众的混淆误认,违反了《商标法》第十三条之规定;3.被异议商标与异议人享有在先著作权的图形标识实质性近似,违反《商标法》第三十二条之规定。

被异议商标的申请注册违反了《商标法》第四条、第七条、第十条第一款第七、八项、第四十四条第一款的规定。

异议人提交的主要证据:1.异议人及引证商标基本信息;2.异议人的PUMA系列品牌商标在中国大陆的销售、广告宣传、经营状态相关材料;3.PUMA系列商标在先维权记录。

被异议人在规定期限内做出答辩,提出如下答辩理由:1.被异议商标与各引证商标在构成要素选择、整体外观以及商标标识含义方面均有明显的差异,未违反《商标法》第十三条及第三十条的规定。2.被异议商标标识与异议人享有在先著作权的图形标识不相同也非实质性近似,其申请注册未违反《商标法》第三十二条



的规定。3.异议人的其它主张缺乏法律及事实依据。



根据当事人陈述的理由及事实,经审查,国家知识产权局认为:被异议商标“图形”指定使用商品为25类“足球鞋;鞋(脚上的穿着物);靴”等。异议人引证在先注册的第76559号、第1348498号“图形”商标、引证在先经国际注册并领土延伸至中国受保护的582886号“PUMA及图”、第593987号“图形”商标,核定使用商品为25类“服装;鞋;帽”等。虽然双方商标属于类似商品,但被异议商标与异议人引证商标在构图要素、整体外观等方面具有一定区别,因此双方商标未构成使用于类似商品上的近似商标,并存使用不会造成消费者误认混淆。且经查,本案被异议商标与被异议人第4330881号“图形”商标(2008年7月6日获准注册并已续展注册)。本案被异议商标与该商标显著部分图形相同,指定使用商品未予扩大,异议人亦未提出证据表明双方商标共存于市场已对异议人的商标权利造成实质性的损害,因而其注册并无不当。本案中,异议人请求对其在先注册并使用的第76559号“图形”商标予以《商标法》第十三条的保护,但鉴于双方商标存在一定区别,被异议商标未构成对异议人商标的复制摹仿,故不支持异议人关于《商标法》第十三条保护的主张。异议人另称被异议人违反诚实信用原则,侵犯其在先著作权,以及被异议商标的注册和是有具有欺骗性,并易产生不良社会影响等证据不足。依据《商标法》第三十五条规定,决定:第54429491号“图形”商标准予注册。

二、代理经验分享

本案争议焦点:1.被异议商标与引证商标是否构成近似;2.被异议商标是否存在复制摹仿异议人商标的情形。

实务中，图形商标的近似判断难度较高，对于本身情况差异较大的在先案例，不应作为“类案”予以参考，仍旧应当回归“个案”本身的情况。

本案中，异议人例举了较多在先维权案例并主张适用本案。但被异议人应坚持“个案认定”的原则要求。不同动物种类的选择，将直接影响商标整体图案、表现形态、视觉效果和整体外观。被异议商标“牛图形和引证商标“豹图形属于不同“科目”，外在形态不相似，异议人所例举的案例不应作为判断被异议商标与引证商标是否近似可供参考的佐证。被异议商标与引证商标1-4在构成要素、整体外观以及含义方面均有明显的差异，不会给相关公众造成混淆。

被异议商标是否存在复制摹仿异议人商标的情形。被异议商标注册申请是基于原已注册过的第747169号“”和第4330881号“”商标基础上的，并不存在的主观恶意因素，同时，与被异议商标相一致且具有独特整体外观设计的在先商标及被异议商标均一直处于持续性使用的状态，期间也并未有“混淆或企图傍名牌”的情况发生。

因此，被异议商标的核准注册不易引起相关公众的混淆误认。

三、典型意义

随着商标维权意识的不断增强，不少一线品牌进行大规模的“近似”商标“扫除”活动，在两方的博弈中，往往知名度相对较弱的一方会被冠以“恶意申请注册”“傍名牌”，导致已经存续多年的商标被宣告无效，最终，就算是享有在先权利的在后申请商标也被不予注册或者无效宣告。本案的启示性意义在于，代理人从实际出发，遵循“个案审查”原则，切实考虑被代

理人申请商标的产生背景，在近似判断中以“是否会引起消费者混淆误认”为中心导向提出陈述理由，有力维护申请人的合法权益，为经营主体培育自主品牌增强了信心，能够切实打破以往的惯性认知，积极应对国际一线品牌的质疑，维护自身合法权益。

案例 8

华夏三环(厦门)知识产权代理有限公司代理
第51912032号“海丝新晟”系列
商标异议案

一、基本案情

异议人：福建省烟草公司漳州市公司


被异议人：厦门市虎格投资管理有限公司

被异议商标：

海丝新晟

指定使用服务：第35类“商标指定使用服务：组织商业或广告展览；特许经营的商业管理；商业中介服务；广告；进出口代理；替他人推销；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）；市场营销；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；为他人的商品和服务进行市场营销”等服务项目。

异议人的主要理由：1.“海丝新晟”乃异议人臆造词，具有很强独创性，被异议人不以使用为目的，在多个类抢注多件“海丝新晟”商标及其他知名的商标并企图向异议人兜售以牟取非法利益，具有复制、摹仿他人商标的意图，明显违反《商标法》第四条规定，也违背《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。

2. 异议人已在先使用“海丝新晟”商标并在当地已广为公众所知晓，被异议商标与异议人在先使用的“ ”商标构成实质性近似，严重侵犯了异议人在先权利，违反了《商标法》第三十二条的规定。

3. 被异议人还存在经营异常行为，数次变更经营地址，未按照规定期限办理纳税，违反诚实信用原则。

异议人提交的主要证据：异议人“海丝新晟”商标设计方案的微信记录、烟草官网关于“海丝新晟”宣传的页面截图等公证书、“海丝新晟”商标品牌零售终端门店实拍照片、“海丝新晟”品牌发布会现场照片、“海丝新晟”美术作品登记证书等资料、被异议人抢注其他知名商标的记录、异议人同时对第51950631号和第51909696号“海丝新晟”商标异议案件并案审理请求。被异议人未在规定期限内作出答辩。

根据当事人陈述的理由和事实，经审查，国家知识产权局认为：异议人提交的证据可证明，在被异议商标申请注册前，异议人已在先使用“海丝新晟”商标，并已在当地有一定知名度，且“海丝新晟”为臆造词，具有独创性。被异议商标文字与异议人在先引证商标文字构成相同，此种一致难谓巧合，被异议人未对被异议商标的独立创作来源作出合理解释。此外依据异议人提交的证据，被异议人在多个类别申请一百七十余件商标，并已有多件商标在初审阶段予以驳回或被相关权利人提出异议。结合本案，可以认定被异议人具有复制、摹仿他人商标的意图，扰乱正常的商标注册管理秩序，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，被异议商标的注册使用易使消费者误认，国家知识产权局决定不予注册。

二、代理经验分享

本案争议焦点：1. 是否存在不以使用为目的的恶意注册；2. 是否以不正当手段抢注异议人在先使用并具有一定知名度的“海丝新晟”商标；3. 是否扰乱正常的商标注册管理秩序。

本案中，被异议人在抢注被异议商标后还公然开价兜售；被异议人除了抢注被异议商标外，还抢注许多包括他人高知名度的商标，如“慧古田”“红谷田福”等商标，其不以使用为目的的恶意注册行为十分明显。

在被异议商标申请日之前，异议人及其在先使用的商标通过线上线下等多种媒介的宣传，已具有较高知名度。被异议人与异议人同在厦门市，且被异议商标还摹仿异议人享有著作权的在先使用商标的字体。被异议人的申请行为是不正当的，也损害了异议人的在先权利。

被异议人恶意抢注包括被异议商标在内的较多数量的他人知名商标的行为，客观上进行囤积与兜售，违背了商标注册的目的是为了使用这一宗旨，已扰乱了正常的商标注册管理秩序。

国家知识产权局对于本案及异议人申请并案审理的另外两个“海丝新晟”被异议商标，基于案情基本相同，分别作出相同的异议裁定结论，认定被异议人具有复制、摹仿他人商标的意图，扰乱正常的商标注册管理秩序，被异议商标的注册使用易使消费者误认，并决定不予注册。

三、典型意义

本案启示意义在于，通过对“走捷径”攀附名牌、恶意抢注囤积商标、再高价转让牟利等明显具有谋取不正当利益和扰乱正常商标注册秩序的商标注册行为予以制止，给社会公众正面的宣传；国家知识产权局对异议案件并案集

中审查，提高了依法打击以不正当手段取得商标注册行为的效率，极大地方便商标权利人维护合法权益，共同维护商标注册管理秩序和营造良好的营商环境。

案例 9

福建言诚知识产权代理有限公司代理 第9196135号“丹夫 DANFU及图” 商标无效宣告案

一、基本案情

申请人：丹夫集团有限公司

被申请人：广东丹夫食品有限公司

争议商标：



核定使用商品：第29类“香肠；罐装水果；水果蜜饯；腌制蔬菜；牛奶制品；食用油；水果色拉；果冻；精制坚果仁；豆腐”等商品项目。

申请人的主要理由：“丹夫”商标名称为申请人独创，经使用在核定的商品上已具有一定知名度，并已与申请人形成稳定的对应关系。争议商标与申请人第5877918号“丹夫Danco及图”商标、第5462158号和第5462157号“丹夫”商标（以下分别称引证商标一、二、三）构成使用在相同或类似商品上的近似商标，同时使用容易造成消费者的混淆误认。

争议商标系由其原申请人揭东县锡场镇富群兴食品厂以不正当手段取得商标的注册。除争议商标外，争议商标原所有人申请注册了多件与他人具有较强显著性、经使用已具有一定知名度的商标相同或相近的商标，如“豪士”“椰

牛”等共64件商标。争议商标原所有人在商标申请成功后向他人兜售以谋求不正当利益，明显缺乏真实使用意图。且被申请人的关联公司亦在食品类别上申请多件与他人具有较强显著性的商标相同或近似的商标。可见，被申请人及其特定联系人具有不以使用为目的、大量囤积商标以牟利的主观恶意和不正当行为，侵犯了不特定主体的合法权益。综上，申请人请求依据《商标法》第四十四条第一款对争议商标予以无效宣告。

申请人提交了以下主要证据：商标档案、资质证书及产品质量认证、所获荣誉证据、广告宣传、经营销售等商标使用证据、在先商标案件裁定书、争议商标原申请人存在恶意的证据、被申请人关联公司存在恶意的证据等。

被申请人在规定期限内进行了答辩。最主要的理由：1. 被申请人属于独立个体，其行为不受其他关联方行为的影响；2. 被申请人属于善意的商标受让人，不对争议商标原申请人的商标行为负责。

根据申请人陈述的理由及事实和被申请人的答辩意见，经审查，国家知识产权局认为：本案中，申请人“丹夫”商标经使用已具有一定影响。争议商标原所有人将相同的标识申请注册本案争议商标，并且将其使用在与申请人主营的食品领域，难谓巧合。其次，据查明争议商标原所有人以揭阳市揭东区富群兴食品厂名义在第29、30类上申请注册60余件关联较弱的商标，其中包括“潮宝 CHAOBAO”“半球”“博通”“嘉辉”“鞠乡”“旅揭”等他人知名的商标，争议商标原注册人的上述行为已超过一般市场主体实际使用商标的合理需要，具有明显的抄袭、摹仿他人知名商标，以谋取不正当利益的故意，不具备注册商标应有的正当性。该类不正当注

册行为不仅会导致相关公众对商品或服务来源产生误认，更扰乱了正常的商标注册管理秩序，并有损于公平竞争的市场秩序。而本案被申请人受让争议商标之后，其持有和注册其他与申请人商标高度近似的商标的情形亦使争议商标的使用可能进一步损害社会公共利益。虽然争议商标已转让至现被申请人名下，其转让的事实不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由。依照《商标法》第四十四条第一款、第三款、第四十六条的规定，裁定争议商标予以无效宣告。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 争议商标的注册是否违反“以其他不正当手段取得注册”之规定。2. 争议商标已转让至现被申请人名下的事实能不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由。

本案中，在争议商标申请日前，申请人“丹夫”品牌经其宣传和使用已经在饼干、糕点商品上具有较高知名度。争议商标申请人在多个商品或服务类别上申请注册了包括“丹夫”及相关近似商标，其行为明显具有攀附本案申请人优势地位而获利和攀附他人商誉的意图。且争议商标申请人申请注册的商标中还包含其他与他人具有一定知名度的商标相同或近似的商标。因此，争议商标原申请人申请注册包括争议商标在内的相关商标的行为，超出正常生产经营需要，属于以其他不正当手段取得注册行为，扰乱商标注册管理秩序，违反了《商标法》第四十四条第一款的规定。

本案中，认定了争议商标的转让行为无法改变其不正当手段注册的性质。《商标法》第四十四条第一款的立法目的即禁止商标注册人以欺骗或者其他不正当手段取得商标的注册，

如果允许商标注册人以不正当手段申请注册商标后转让给案外第三人，并将此情形视为障碍消除，则该条款立法目的就会落空。

三、典型意义

本案体现了国家商标注册管理部门严厉打击不以使用为目的的恶意注册、以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册等行为，起到很好的宣传与警示作用。同时，明确表明以欺骗或者其他不正当手段取得注册的商标转让的事实不能成为未违反《商标法》第四十四条第一款所规定的情形的当然依据和理由，无论受让人是否善意，这也给广大注册商标受让人一个很好的提醒。

案例 10

厦门祥珑知识产权代理有限公司代理
第 53545284 号“漳视直播 ZHANGSHI LIVE 及图”
商标无效宣告案

一、基本案情

申请人：漳州电视台

被申请人：福建创新新媒体有限公司

争议商标：



核定使用的服务：第 38 类“互联网无线电广播服务；新闻社服务；新闻传送；在全球通信网络、互联网和无线网络上同步播放电视；提供互联网聊天室；提供在线论坛；视频点播传输；声音、图像、信号和数据的网络传送；利用互联网提供聊天线路；通过互联网网站发送信息”等服务项目。

申请人的主要理由：“漳视”为漳州电视台简称，为漳州市委市政府着力打造的官方权威主流宣传媒体，持续肩负着向漳州市五百多万人民传播“漳视新闻”已三十余年，并承担发布政府权威部门的政令、公告，以及传承民生文化宣传等功能，在当地具有很高的知名度和影响力，为相关公众甚至广大公众所知晓，与申请人建立稳定的对应关系。争议商标明显是对其“漳视”“漳视新闻”等系列商标的抄袭、摹仿，属于不正当的商标抢注行为，同时也损害了申请人的在先字号权。

申请人提交了以下主要证据：“漳视”二十周年作品集；漳视网、漳视新闻微信公众号、微博、抖音号网络截图；漳州市政法采购合同；所获荣誉证书；被申请人商标信息等资料。

被申请人答辩理由：争议商标与申请人“漳视”“漳视新闻”“漳视”商标未构成近似商标，被申请人没有主观恶意，属于正常的商标注册。争议商标的注册未违反《商标法》有关规定，被申请人请求对争议商标予以维持。被申请人向商标局提交了视频号网页截图、实际使用图片、作品登记证书、所获荣誉等打印页作为本案使用证据资料。

根据当事人陈述的理由及事实，经审查，国家知识产权局商标局认为：争议商标主要识别部分“漳视直播”与申请人在先使用并有一定影响的标识相近，难谓巧合。争议商标指定使用的“新闻社服务；新闻传送”等全部服务与申请人在先使用并具有一定影响的“漳视”系列标识主要使用的服务，具有一定重合性或关联性，属于类似服务。被申请人明知或应知申请人在先使用并有一定知名度的“漳视”系列标识，仍在类似服务上注册争议商标属于抢注行为，同时也损害申请人的在先字号权。依照《商标法》

第三十二条、第四十五条第一款、第二款和第四十六条的规定，国家知识产权局裁定如下：争议商标予以无效宣告。

二、代理经验分享

本案焦点：1. 争议商标是否违反《商标法》第三十二条的规定，即申请商标注册是否存在损害他人现有的在先权利；2. 是否存在不得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。

首先，关于在先权利的损害方面，争议商标的申请注册主要是侵害申请人的在先字号权。争议商标于2021年2月申请注册，而申请人在先使用始创于1988年的漳州电视台简称“漳视”和自开播以来使用至今的“漳视新闻”等系列商标。因而相关公众接触到争议商标时，极易将其与申请人的简称联系在一起，使得相关公众误以为是漳州电视台推出的系列品牌，进而损害申请人的在先字号权。

其次，在商标抢注方面：一是“一定影响”是指在先未注册商标通过商业宣传和生产经营活动，发挥了识别商品或服务来源的作用，并为在中国一定范围的相关公众所知晓的。本案中，申请人所提交的宣传报道等证据资料可以证明“漳州电视台”与“漳视”已形成对应关系，且可证明申请人将“漳视”作为商标使用，在争议商标申请注册前已在新闻等类似服务上使用并具有一定影响。二是“漳视”为漳州电视台的简称，争议商标完整包含“漳视”，二者商标构成近似。三是争议商标所指定使用的“新闻社服务；新闻传送”等全部服务与申请人“漳视”系列商标实际提供的服务具有一定重合性或关联性，属于类似服务；四是被申请人与申请人同处漳州市，争议商标主要识别部分“漳视直播”与申请人在先使用并有一定影响的标识相近，难

谓巧合，被申请人应知或明知申请人在先使用并有一定知名度的“漳视”系列标识，仍在类似服务上注册，争议商标属于抢注行为。

三、典型意义

该案对于未注册商标依法保护起到了积极的启示作用。未注册商标经权利人长期使用与推广，具有了一定的商业价值，达到了商标显

著性的要求，此时未注册商标具有的在先合法权利理应得到保护。“漳视”为漳州电视台的简称，在争议商标申请注册前，已在新闻等类似服务上使用并具有一定影响。该案充分体现了商标主管机关对恶意抢注商标行为的严厉打击，以及诚实信用、健康有序的商标注册和使用秩序的坚决维护。

福建省知识产权局与我会、省专利代理人协会联合 举办“专利商标代理能力提升培训会”

为贯彻落实国家知识产权局等17部门关于加快推动知识产权服务业高质量发展的意见等政策精神，强化福建省专利商标代理机构从业人员执业能力建设，不断提高专利商标代理行业服务水平，提升专利商标代理行业核心竞争力和整体发展实力。11月2日，由福建省知识产权局以及福建省专利代理人协会、福建省商标协会联合主办，“知创福建”知识产权公共服务平台承办的专利商标代理能力提升培训会在“知创福建”知识产权公共服务平台举行，30多

位来自全省各专利、商标代理机构从业人员参与本次培训。

我会刘爱武会长与福建省专利代理人协会秘书长王牌分别为“商标代理能力提升”和“专利代理能力提升”两项课程授课。

刘会长做了题为《含地名商标的注册代理实务》及《浅谈〈商标代理监督管理规定〉的理解与适用》两场讲演。

首先从含地名商标注册的相关法律规定入手，刘爱武会长结合自身工作经验与法律实践，与在场的代理机构代表们分享了关于含地名商标注册与保护的相关问题，对含地名商标的申请及应当注意的事项和规避的风险做了细致详尽的讲解。

接着，刘会长围绕《商标代理监督管理规定》的主要内容和必要性，结合商标代理违法行为的具体案例及实操做了细致的讲解，并着重提醒广大商标代理机构及代理人员应依法依规



开展商标代理业务，共同维护商标代理秩序。

此次能力提升培训将实务操作与理论指导相结合，内容细致、针对性强，有助于增强代

理人对商标、专利代理业务能力的提升，进一步提高专业能力和服务水平，为今后推动我省商标、专利代理行业进一步发展提供助力。

福建省知识产权局发布 2023 年度 商标行政保护典型案例

为深入贯彻党中央、国务院和省委、省政府关于加强知识产权保护的决策部署，强化商标行政保护力度，提升执法办案质量与效率，有力震慑侵权违法行为，营造良好创新环境和营商环境，福建省知识产权局精心遴选一批2023年度商标行政保护典型案例，涵盖商标代理监管、驰名商标用于广告宣传、销售商标侵权商品等方面的案例共七件，现发布如下。

2023 年度商标行政保护典型案例

案例一 商标代理监管案例

厦门市湖里区市场监管局查处厦门某知识产权代理有限公司提交虚假地理标志申请材料案

案情简介

2022年7月，厦门市湖里区市场监管局根据案件线索，对厦门某知识产权代理有限公司涉嫌商标代理违法行为开展调查。经查，当事人受某行业协会委托代理地理标志证明商标注册申请。2021年9月10日，向国家知识产权局提交地理标志证明商标注册注册申请材料时，当事人将自行修改的县志文献内容作为申请材料提交。另查实，2022年1月14日，当事人受某社会事务服务中心委托代理其地理标志证明

商标注册申请时，将自行修改的年鉴内容作为申请材料提交。上述申请均被国家知识产权局予以驳回。

处罚决定

当事人在代理地理标志证明商标申请时提供虚假证据的行为，违反《商标法》第二十七条规定。由于案发后当事人能够积极配合调查、提交整改报告，根据《商标法》第六十八条第一款第二项及《行政处罚法》第二十八条第二款、《厦门市规范行政处罚自由裁量权规定》第十二条第一项规定，责令当事人立即停止违法行为，办案机构对当事人作出行政处罚：1、警告；2、没收违法所得；3、罚款10000元。对直接负责的主管人员蔡某某给予警告并罚款5000元的行

政处罚。

典型意义

随着我国经济社会快速发展，商标代理领域也出现一些新情况、新问题。个别商标代理机构在代理地理标志商标申请时，为谋求不当利益，提供虚假申请材料，不仅增加了行政确权成本，更破坏了公平健康的竞争环境。本案的查办，有力惩治了商标代理违法行为，提醒商标代理机构和从业人员要引以为戒，自觉守法规范经营，共同营造良好商标代理行业环境。

案例二 商标代理监管案例

泉州市市场监管局查处泉州某知识产权代理有限公司代理不以使用为目的恶意申请商标注册案

案情简介

经查，2022年4月至5月，当事人分别代理香港某公司、何某、厦门某公司及某传媒有限公司的商标注册申请。当事人为了延长国家知识产权局商标局对上述商标注册申请的审查时间，使所代理的商标注册申请较晚被审查驳回，在明知泉州某电子商务有限公司已于2019年停止经营活动，未使用过也不准备使用涉案商标的情况下，仍代理泉州某电子商务有限公司同日申请注册上述商标，恶意制造同日申请，扰乱商标代理市场秩序。当事人的员工黄某为该案件的直接责任人员。

处罚决定

当事人代理不以使用为目的恶意申请商标注册的行为，违反了《规范商标申请注册行为若干规定》第四条第一款第一项规定，根据《规范商标申请注册行为若干规定》第十三条、《商标法》第六十八条第一款规定，办案机构责令当事人改正上述违法行为，并作出行政处罚：1. 对当事人予以警告并处罚款35000元；2. 对直接责

任人员黄某予以警告并处罚款15000元。

典型意义

2019年以来，国家知识产权局在全国范围内持续深入开展知识产权代理行业“蓝天”专项整治行动，组织各地重拳打击商标代理违法违规行为。本案当事人长期从事商标代理事务，熟悉商标注册申请程序。为了延长涉案商标审查时间，当事人使用其控制的其他市场主体对涉案商标进行恶意同日申请，违法行为恶劣，严重扰乱商标代理市场秩序，行政机关快速查办，彰显了以“零容忍”的态度保持打击恶意商标注册的坚定决心，同时也提醒商标申请人慎选优选代理机构，维护自身合法权益。

案例三 驰名商标用于广告宣传案例

三明市尤溪县市场监管局查处尤溪县某家具店将“驰名商标”字样用于广告宣传案

案情简介

2022年10月初，当事人在距离其经营的家具店约20米处，投放了一面户外广告牌，其主要内容有“GOODNIGHT® 中国驰名商标晚安家居人物形象”。经查，尤溪县市场监管局还发现当事人于9月底，印制了三种“GOODNIGHT® 中国驰名商标”等内容的宣传名片，摆放在其收银台的名片架上，用于宣传，方便顾客联系。尤溪县市场监管局以某家具店涉嫌将“驰名商标”字样用于广告宣传予以立案。

处罚决定

当事人将驰名商标字样用于广告牌和发放给顾客的3种名片的行为，违反了《商标法》第十四条第五款的规定。依据《商标法》第五十三条规定，同时鉴于当事人初次实施违法行为，积极配合调查并主动整改，符合《福建省市场监管领域行政执法裁量四张清单（2022年版）》中

减轻处罚事项清单的适用条件，办案机构作出行政处罚：责令当事人改正违法行为并处罚款20000元。

典型意义

驰名商标应遵循“个案认定、被动保护”的原则，是在具体案件中对商标事实驰名的一种认定，不能作为荣誉称号来使用，将“驰名商标”字样用于广告宣传中，必然会误导消费者，严重偏离了驰名商标保护制度的初衷和立法本意。本案中，办案机构对将“驰名商标”字样作为广告牌等进行广告宣传的违法行为进行惩戒，是一次很生动的普法实践。对于广大消费者正确认识驰名商标保护制度本质起到很好的宣传作用。

案例四 销售商标侵权商品案例

龙岩市新罗区市场监管局查处龙岩市新罗区某商行涉嫌销售侵犯“南孚”注册商标专用权商品案

案情简介

2022年11月16日，新罗区市场监管局根据厂家举报，对当事人龙岩市新罗区某商行经营场所进行检查。经查，当事人于2022年6月15日从一上门推销男子（不知道姓名和联系方式）购进“南孚”5号和7号电池共计2880粒，进价均为1元/粒，销售价均为1.5元/粒，共销售780粒，库存的2100粒电池被龙岩市市场监督管理局依法扣押。经福建南平南孚电池有限公司鉴别，上述“南孚”电池不是该公司生产或授权单位生产的产品，属侵犯福建南平南孚电池有限公司“南孚”商标专用权的产品。当事人对该鉴别结论无异议。当事人销售上述电池，不能提供上述电池的进货票据或购销合同等相关证明材料，无法证明上述电池是其合法取得，并说明提供者。上述电池按销售价格计算，违法经

营额为4320元，违法所得为390元。

处罚决定

当事人的行为构成销售侵犯他人注册商标专用权商品的行为，根据《商标法》第五十七条第三项规定，办案机构责令当事人立即停止侵权行为，作出行政处罚：没收侵犯注册商标专用权的“南孚”电池2100粒；没收违法所得390元人民币；处罚款2.5万元。





典型意义

销售商标侵权产品属于商标侵权行为的一种，经营者在进货中要对货源进行认真核查，确保商品出自正品厂家，否则不但会被行政处罚，还会影响自己的商誉。本案中当事人从非法渠道购进假冒电池并销售的行为，既侵犯了商标注册人的商标专用权，又损害了消费者的合法权益，市场监督管理部门严厉查处商标侵权行为，切实保护了商标权利人和消费者的合法权益，也对其他市场经营者起到了很好的教育警示作用，维护了健康有序的市场经济秩序。

案例五 商标侵权案例

武夷山市市场监管局查处彭某明、彭某祥销售侵犯注册商标专用权案

案情简介

2023年3月9日，武夷山市市场监管局根据投诉举报，在当事人开设的直播间内查获在售的“天驷古茗®古井”“溪谷留香®牛栏坑肉桂”“®岩上空谷”“®小空谷”“®小幽兰”“®岩霸壹號”等各种注册商标77泡，货值金额为3697元。经上述商标注册人鉴定，当事人销售的涉案茶叶均系假冒注册商标专用权的产品。案发后，当事人未如实陈述违法事实，且彭某明经营的武夷山市彭剑茶叶店曾于2022年11月因销售侵犯“溪谷

留香”“曦瓜”注册商标专用权茶叶行为被行政处罚。彭某明、彭某祥均已知晓商标侵权行为法律后果，却仍然继续故意实施销售侵权茶叶行为，并且本案中的侵权茶叶商标数量较多，当事人主观过错较大。

处罚决定

当事人销售侵犯注册商标专用权商品的行为，构成《商标法》第五十七条第三项规定的商标侵权行为。依据《商标法》第六十条第二款规定，办案机关责令当事人立即停止侵权行为，并作出行政处罚：1. 对当事人购进涉案茶叶时未履行进货查验义务行为处以警告；2. 没收涉案侵权茶叶77泡；3. 罚款20万元。

典型意义

当事人近五年因销售商标侵权商品已被市场监管部门行政处罚，却仍然继续故意实施侵权行为，构成五年内实施两次以上商标侵权行为的严重情节，办案机构依法予以从重行政处罚。处罚决定定性准确，过罚相当，对当事人和此类违法行为产生较强震慑。

案例六 商标侵权案例

平潭市场监管局查处某公司侵犯“友邦”商标权案

案情简介

2023年5月26日，平潭市场监管局接到投诉人举报，举报人称平潭综合实验区顺意路某在建项目2号楼和3号楼一楼发现外包装箱印有“友邦”注册商标的吊顶模块，标示生产厂家为浙江友邦集成吊顶股份有限公司。经注册商标权利人浙江友邦集成吊顶股份有限公司工作人员现场辨认，上述吊顶模块全部为涉嫌侵犯“友邦”注册商标专用权商品。经清点，涉案吊顶数量为151箱9060片。当事人的行为涉嫌构成《商标法》第五十七条第三项规定的侵犯注册商

标专用权行为，办案机关对涉案吊顶实施扣押的强制措施。经查，涉案吊顶产品系当事人向福州某公司购进，购进后涉案吊顶产品进场尚未安装即被办案机关查获。当事人的违法经营额认定为30169.8元，截至案发时尚未产生违法所得。

处罚决定

根据《商标侵权判断标准》第二十五条“在包工包料的加工承揽经营活动中，承揽人使用侵犯注册商标专用权商品的，属于商标法第五十七条第三项规定的商标侵权行为。”的规定，当事人的行为构成《商标法》第五十七条第三项规定的侵犯他人注册商标专用权的行为。根据《商标法》第六十条第二款并参照《福建省市场监督管理系统适用〈商标法〉行政处罚裁量基准》SB-3适用从轻情节的裁量幅度，办案机关依法责令当事人立即停止侵犯注册商标专用权违法行为，并作出行政处罚：1. 没收扣押的151箱（9060片）侵犯他人注册商标专用权的吊顶产品；2. 罚款50000元。

典型意义

在包工包料承揽工程建设施工过程中，承包人为了降低施工成本、赚取更大收益，购买、使用侵犯注册商标专用权的商品用于施工建设的情形时有发生，这种行为不仅降低了工程质量，存在安全隐患，还严重侵犯商标注册人的合法权益，扰乱正常的市场竞争秩序，具有较大的社会危害性。本案系建筑工程在建工地上发生的一起商标侵权案件，其指导意义在于明确了包工包料承揽工程中购买、使用侵权商品行为属于商标法第五十七条第三项规定的“销售侵犯注册商标专用权的商品的”行为，也彰显了市场监管（知识产权）部门守护人民群众生命财产安全的坚强决心。

案例七 商标侵权两法衔接案例

厦门市思明区市场监督管理局查处侵犯
“贵州茅台”注册商标专用权案

案情简介

2022年11月30日，思明区市场监督管理局根据群众举报，对涉案场所进行现场检查发现155瓶可疑“贵州茅台酒”，执法人员采取先行登记保存证据措施，并联系贵州茅台酒股份有限公司工作人员于2022年12月1日至现场进行鉴别，因现场无法直接确认，遂将其中6瓶寄送至贵州茅台酒股份有限公司进行鉴定。2023年1月1日，办案机关收到上述6瓶酒的《真伪鉴定报告》，结论意见均为：根据感官品评、检测分析鉴定，该送检酒样与我司产品特征不符。经查，当事人于2022年10月至11月期间，以2400-2480元/瓶的价格向贵州省贵阳市的陈某购进“贵州茅台酒”，并以2580-2620元/瓶销售给下家。执法人员深入调查查实当事人共计向三个下家销售案涉贵州茅台酒1907瓶，销售金额共计4986250元。2023年4月4日，当事人及三个下家分别将尚未售出的共计713瓶“贵州茅台酒”送由贵州茅台酒工作人员对进行现场鉴别辨认。贵州茅台酒工作人员经鉴别辨认，现场出具《产品辨认（鉴定）表》，713瓶贵州茅台酒辨认（鉴定）结论均为假冒注册商标的产品。根据当事人与三个下家的成交均价，被辨认（鉴定）为假冒注册商标的产品的719瓶“贵州茅台酒”共计违法经营额为1846490元。当事人无法提供供货商的供货单据、供货商的资质材料，仅能提供转账记录。根据调查，当事人的单瓶利润高于行业交易习惯，作为长期经营贵州茅

台酒的经营者，应对此有所了解，应知晓其所购进的“贵州茅台酒”低于市场行情价。综上，根据《商标侵权判断标准》第二十七条第一项规定，当事人的行为不属于“销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品”。

处罚决定

根据《商标法》第六十七条第三款和最高人民法院、最高人民检察院、公安部《关于办理侵犯知识产权刑事案件适用法律若干问题的意见》第八条规定，当事人已经涉嫌构成销售假冒注册商标的商品罪。根据《商标法》第六十一条和《行政执法机关移送涉嫌犯罪案件的规定》第三条规定，2023年4月14日，市场监管部门将本案移送公安机关依法处理。

典型意义

该案系行政机关移送公安机关的典型案例。假茅台屡禁不止，造假手段层出不穷，给人民群众的身体健康带来重大风险隐患。本案中被告鉴定的“假茅台”采用真瓶打孔方式进行造假，孔径细如发丝，复原后基本很难发现，违法手段极为隐蔽，基本无法通过对瓶盖、瓶身、商标、防伪码等常规鉴别手段来分辨真假。同时，办案人员深入开展调查，查清涉案商品来龙去脉。除对现场发现的154瓶贵州茅台酒开展调查，还对涉案贵州茅台酒的进货来源、销售去向，供货商的身份信息、银行卡转账记录等信息进一步核查，溯源查出565瓶待售的假冒贵州茅台酒，进一步完善证据链条。本案已及时依法移送司法机关处理，形成部门联动保护商标专用权的震慑合力。

来源：福建知识产权

福建省地理标志智慧监管平台正式上线

10月8日，福建省地理标志智慧监管平台上线发布仪式在福建漳州举行！在国家知识产权局相关领导及省、市、县各级地理标志监管人员的见证下，福建省地理标志智慧监管平台正式上线运行。

据了解，福建省地理标志智慧监管平台是由福建省市场监管局打造的全国首个覆盖地理标志注册培育、使用管理、维权保护等地标监管全生命周期的省级行政业务平台。平台充分借鉴漳州市市场监管局近两年不断摸索日臻完善的智慧地标监管平台的成功经验，围绕地理

标志数据分析研判、地理标志信息管理与运用、地理标志专用标志使用申请、线上维权监测处置等内容，面向福建省内各级地理标志监管部门，提供智慧化信息技术支撑。

下一步，福建将积极推动平台在全省各级地理标志监管部门内的高效运用，并持续围绕实际工作需求，拓展完善更多功能，力争在提高监督管理效能、推动地理标志带动效应、助力区域特色产业发展与乡村振兴等方面发挥更大作用。

来源：福建知识产权

“连江鲍鱼”入选 2023 年国家地理标志产品 保护示范区筹建名单

近日，国家知识产权局公布2023年国家地理标志产品保护示范区筹建名单，全国共有20个示范区入围，我省连江鲍鱼国家地理标志产品保护示范区成功入选。

国家地理标志产品保护示范区是指以地理标志为对象，具有较大产业规模、较显著社会效益、较高保护水平，制度健全、机制完善、管理规范，产品特色鲜明、知名度高，对国内地理标志保护起示范、引领、推广作用的保护地域，可以示范一个或多个地理标志。

至今，我省已有5个获批筹建的国家地理标志产品保护示范区，分别为福建武夷山、安溪铁观音、福鼎白茶、福建云霄、连江鲍鱼国

家地理标志产品保护示范区。今年5月，国家地理标志产品保护示范区（福建武夷山）已顺利完成专家组筹建验收，各示范区已建设19个商标品牌指导站，设立地理标志国家标准17项，地方标准7项，行业标准1项，团体标准14项，共同推进地理标志产品全过程标准化生产，确保地理标志产品的优良品质和良好信誉。下一步，福建将充分发挥国家地理标志产品示范区示范、引领作用，推动地理标志高水平保护、高标准建设、高质量发展，全面提高区域经济、社会、生态发展的综合效益。

来源：福建知识产权