

《商标审查审理指南（征求意见稿）》修改对照表

《商标审查审理指南 2021》	《商标审查审理指南（征求意见稿）》
上编第二章 3 形式审查内容 3.1 申 请 书 3.1.3 商标申请声明 申请注册集体商标、证明商标的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为不申请注册集体商标、证明商标，不对其所附相关文件进行审查。 以三维标志、颜色组合、声音标志申请商标注册的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为不以三维标志、颜色组合、声音标志申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查。 两个以上申请人共同申请注册同一商标的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为以单一申请人申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查。	上编第二章 3 形式审查内容 3.1 申 请 书 3.1.3 商标申请声明 申请注册集体商标、证明商标的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为不申请注册集体商标、证明商标，不对其所附相关文件进行审查。 以三维标志、颜色组合、声音标志、<u>动态标志</u>申请商标注册的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为不以三维标志、颜色组合、声音标志、<u>动态标志</u>申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查。 两个以上申请人共同申请注册同一商标的，应当在“商标申请声明”栏声明，并附送相关文件。申请人未声明的，视为以单一申请人申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查。
新增内容。	上编第二章 3.1 申 请 书 3.1.4 商标图样

3.1.4.5 动态标志

动态标志商标是指文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色等视觉要素，在时间维度上以连续运动、位置变化、形态变换等方式呈现，能够区分商品或服务来源的标志。以动态标志申请商标注册的，应当在申请书中“商标申请声明”栏选择“以动态标志申请商标注册”；在“商标说明”栏内说明商标使用方式。未声明“以动态标志申请商标注册”的，不对其所附相关文件进行审查。

3.1.4.5.1 动态标志样本和文字描述

以动态标志申请商标注册的，申请人应当提交：

（1）1个存放动态标志的视频文件。

视频文件应当清晰展示完整的动态变化过程，须包含至少一次完整的动态变化循环。

视频文件应当采用 MP4 格式，时长不超过 10 秒，文件大小不超过 20MB，分辨率不低于 720P。

视频文件不得包含音轨，且不得含有超出动态标志之外的内容，如无关的水印或广告内容。

（2）3 至 9 帧能够充分体现动态标志变化过程的静态图样。

静态图样应当充分体现完整的动态变化过程，涵盖起始状态、核心

中间变化及最终呈现的状态。

静态图样应按动态变化的时间顺序依次排列，共同构成完整的动态变化过程，不得缺失关键变化阶段。静态图样所展示的各个动态阶段应当能够从视频文件的动态变化过程中找到对应节点。

静态图样应当采用 JPEG 格式，数量为 3 至 9 帧。静态图样应当清晰可辨，不得存在模糊、像素化或锯齿边沿，分辨率不低于 300dpi。静态图样连续编号（如图样 1、图样 2.....），以便于识别。

静态图样可以来源于视频文件的关键帧截取，也可以独立绘制，但无论采用何种方式，其呈现的内容必须与视频内容完全对应。

（3）动态标志文字描述。

文字描述应当系统阐明动态标志的变化过程。描述内容应当包含以下要素：

①起止状态：描述动态过程的起始画面形态、核心中间状态的画面特征，以及最终呈现的画面形态，说明静态图样数量。起始状态、核心中间状态、最终状态应清晰可辨识，不得存在因描述模糊导致保护范围不确定的情形。

②动态变化：按照时间顺序描述动态变化过程。描述内容应包含以下方面：

	<u>A.变化主体：说明发生动态变化的商标要素。</u> <u>B.变化类型：说明动态变化的类型，如旋转、平移、缩放、颜色渐变、形态变化等。</u> <u>C.运动参数：对于位置运动，说明运动方向、移动轨迹、相对距离或速度变化；对于形态变化，说明呈现形态、变化幅度与过渡方式；对于颜色变化，说明色值或颜色名称的具体变化。</u> <u>D.持续时间：明确动态变化总时长和变化发生的先后顺序。对于复杂动态变化，可以通过划分时间节点分段描述，如“1s-3s：[描述第一阶段变化]；3s-5s：[描述第二阶段变化]”等形式。</u> <u>③整体效果：简要说明上述动态变化所产生的整体视觉效果，描述应客观准确，避免使用“炫酷”“惊艳”等主观性或模糊性表述。</u> <u>文字描述应当清晰、明确、客观，不超过 500 字。</u> <u>需要注意的是，视频、静态图样与文字描述所展示或描述的内容应当一致，不得存在矛盾或冲突。</u> <u>存在下列情形的，提交的动态标志样本和文字描述不符合要求：</u> <u>（1）缺少视频文件、静态图样、文字描述中的任意一项。</u> <u>（2）视频、静态图样、文字描述中，任意两者之间存在冲突，或任一者扩大范围。如：文字描述“向上移动”，视频内容为“向下移动”；</u>
--	---

静态图样中展示了视频中不存在的图形或文字；文字描述中包含了视频和静态图样未显示的颜色变化等。

（3）提交的视频文件仅显示单一静态图像，或提交的多张静态图样未体现明显变化，不具备动态特征。

（4）视频或静态图样不清晰，图形或文字难以辨认的。

（5）视频文件或静态图样的格式、数量不符合要求，视频时长或大小、文字描述字数超过限制。

（6）视频文件存在错误无法正常播放，或包含病毒或恶意软件。

（7）静态图样未完整展示动态变化的全过程。如相邻两帧静态图样之间变化幅度过大，缺少中间过渡帧，导致动态过程断裂严重，无法从中理解完整的动态变化过程。

（8）静态图样未按动态变化的时间顺序排列，无法体现动态变化的方向性。

（9）文字描述过于简略、描述模糊，无法通过文字描述概括动态全过程，或仅描述商标的静态特征。

（10）文字描述未说明动态变化的持续时间，或未说明静态图样的数量。

（11）文字描述中的部分或全部内容与动态标志无关。如描述完毕

	<u>动态变化过程后使用部分篇幅宣传产品或介绍公司。</u> <u>（12）文字描述仅使用主观化、模糊性或营销性语言来描述变化过程，缺乏客观参数。如“具有科技感的流动效果”“带来惊艳的体验”。</u> <u>3.1.4.5.2 商标说明和使用方式</u> <u>申请人应当在商标说明中说明动态标志商标在商品或服务上的使用方式，即应当具体说明以何种方式或者在何种情形下使用动态标志商标，如：在打开、关闭或使用商品过程中使用；在开始、结束或提供服务过程中使用；在经营或服务场所使用；在公司网站上使用；在电视、网络或者户外等广告宣传中使用等。</u> <u>例如：</u> <u>“作为 APP 启动动画出现在智能手机、平板等终端设备的屏幕上”（某互联网公司动态标志商标）。</u> <u>“车载信息娱乐系统启动界面的品牌动画”（某新能源汽车公司动态标志商标）。</u> <u>“手机开机动画”（某科技公司动态标志商标）。</u> <u>“在申请人出品的电影开头播放”（某电影公司动态标志商标）。</u> <u>3.1.4.5.3 与声音要素组合申请注册的材料要求</u> <u>以动态标志和声音要素组合申请商标注册的，应当在申请书中“商</u>
--	---

	<u>标申请声明”栏同时选择“动态标志”和“声音”；在“商标说明”栏内说明商标使用方式。申请人应当提交：</u> <u>（1）1个存放动态标志和声音要素组合的视频文件。视频文件需包含声音，其他要求同动态标志。</u> <u>（2）3至9帧能够充分体现动态标志变化过程的静态图样，要求同动态标志。</u> <u>（3）动态标志文字描述。文字描述需说明动态标志与声音的对应关系，其他要求同动态标志。</u> <u>（4）声音样本，要求同声音商标。</u> <u>（5）声音描述，要求同声音商标。</u>
上编第二章 4.2 需要补正的情形 4.2.1 申请事项 （8）未在“商标申请声明”栏声明以三维标志、颜色组合、声音标志申请商标注册,但在“商标说明”栏内明确说明以三维标志、颜色组合、声音标志申请商标注册的（注意：经补正，申请人仍未在“商标申请声明”栏声明的,视为不以三维标志、颜色组合、	上编第二章 4.2 需要补正的情形 4.2.1 申请事项 （8）未在“商标申请声明”栏声明以三维标志、颜色组合、声音标志、<u>动态标志</u>申请商标注册,但在“商标说明”栏内明确说明以三维标志、颜色组合、声音标志、<u>动态标志</u>申请商标注册的（注意：经补正，申请人仍未在“商标申请声明”栏声明的,视为不以三维标志、颜色组

声音标志申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查）。 （11）申请事项中存在依照《商标法》及其实施条例规定应补正的其他情形。	合、声音标志、<u>动态标志</u>申请商标注册，不对其所附相关文件进行审查）。 <u>（11）声明以动态标志申请商标注册，但未在申请书中勾选该标志是否提交过专利申请的。</u> （1<u>4</u><u>2</u>）申请事项中存在依照《商标法》及其实施条例规定应补正的其他情形。
上编第二章 4.2 需要补正的情形 4.2.2 商标图样和声音样本 	上编第二章 4.2 需要补正的情形 4.2.2 商标图样和声音样本 <u>（6）声明以动态标志申请商标注册，但视频文件、静态图样或文字描述不符合要求的，或者未在申请书中报送商标使用方式的。</u>
上编第二章 4.3 不予受理情形 4.3.2 商标图样和声音样本 （1）未在申请书中图样框内打印或粘贴商标图样的，或者打印或粘贴的商标图样超过规定大小范围的。 	上编第二章 4.3 不予受理情形 4.3.2 商标图样和声音样本 （1）未在申请书中图样框内打印或粘贴商标图样的，或者打印或粘贴的商标图样超过规定大小范围的。

	<u>(8) 声明以动态标志申请商标注册，未附送视频文件、静态图样、文字描述的，或者补正后视频文件、静态图样或文字描述仍不符合要求的，或者仍未在申请书中报送商标使用方式的。</u>
上编第三章 3.1 异议期限 异议法定期限为自初步审定公告之日起三个月内……	上编第三章 3.1 异议期限 异议法定期限为自初步审定公告之日起<u>三</u>二个月内……
上编第十九章 6.2.2 期限计算一般规定 …… 例如：一件商标是 2019 年 7 月 6 日初步审定公告的，在先权利人、利害关系人应当自公告之日起三个月内向商标注册部门提出异议。提出异议申请的期限届满日是 2019 年 10 月 6 日，遇国庆假期，期限届满日顺延至法定节假日后的第一个工作日即 2019 年 10 月 8 日。 ……	上编第十九章 6.2.2 期限计算一般规定 …… 例如：一件商标是 20<u>19</u>27 年 <u>7</u>8 月 6 日初步审定公告的，在先权利人、利害关系人应当自公告之日起<u>三</u>二个月内向<u>商标注册部门</u>国务院商标管理部门提出异议。提出异议申请的期限届满日是 20<u>19</u>27 年 <u>10</u>10 月 6 日，遇国庆假期，期限届满日顺延至法定节假日后的第一个工作日即 20<u>19</u>27 年 10 月 8 日。 ……
上编第十九章 7 商标代理机构备案 7.1 商标代理机构 《商标法》所称商标代理机构，包括经市场监督管理部门登记	<u>上编第二十六章 商标代理机构备案审查</u> <u>1 法律依据</u> <u>《商标法》</u> <u>第六十五条第四款 商标代理机构应当将本机构及其商标代理从业人员的相关信息报国务院商标管理部门备案。各级负责商标管理工作、</u>

从事商标代理业务的服务机构和从事商标代理业务的律师事务所。

7.2 商标代理从业人员

《商标法》所称商标代理从业人员，是指在商标代理机构中从事商标代理业务的工作人员。

商标代理从业人员不得以个人名义自行接受委托。

7.3 备案要求

商标代理机构从事商标代理业务的，应当按照下列规定向商标注册部门备案：

（1）报送市场监督管理部门出具的登记证明文件或者司法行政部门批准设立律师事务所的证明文件并留存复印件；

（2）报送商标代理机构的名称、住所、负责人、联系方式等基本信息；

（3）报送商标代理从业人员名单及联系方式。

7.4 其他要求

商标代理机构报送的各项商标申请文件，应当加盖该代理机构公章并由相关商标代理从业人员签字。

商标代理机构除对其代理服务申请商标注册外，不得申请注册其他商标。

商标执法的部门应当加强对商标代理机构、商标代理从业人员的管理。

《商标法实施条例》

第八十四条 商标法所称商标代理机构，包括经工商行政管理部门登记从事商标代理业务的服务机构和从事商标代理业务的律师事务所。

商标代理机构从事商标局、商标评审委员会主管的商标事宜代理业务的，应当按照下列规定向商标局备案：

（一）交验工商行政管理部门的登记证明文件或者司法行政部门批准设立律师事务所的证明文件并留存复印件；

（二）报送商标代理机构的名称、住所、负责人、联系方式等基本信息；

（三）报送商标代理从业人员名单及联系方式。

.....

《商标代理监督管理规定》

第五条 商标代理机构从事国家知识产权局主管的商标事宜代理业务的，应当依法及时向国家知识产权局备案。

商标代理机构备案的有效期为三年。有效期届满需要继续从事代理业务的，商标代理机构可以在有效期届满前六个月内办理延续备案。每次延续备案的有效期为三年，自原备案有效期满次日起计算。

第六条 商标代理机构的备案信息包括：

（一）营业执照或者律师事务所执业许可证；

（二）商标代理机构的名称、住所、联系方式、统一社会信用代码，负责人、非上市公司的股东、合伙人姓名；

（三）商标代理从业人员姓名、身份证件号码、联系方式；

（四）法律法规以及国家知识产权局规定应当提供的其他信息。

国家知识产权局能够通过政务信息共享平台获取的相关信息，不得要求商标代理机构重复提供。

2 释义

商标代理机构从事国家知识产权局主管的商标事宜代理业务的，应当依法及时向国家知识产权局备案。备案主体包括经市场监督管理部门登记从事商标代理业务的服务机构和从事商标代理业务的律师事务所。

经市场监管部门登记从事商标代理业务的服务机构，其经营范围中应当含有“商标代理”“商标代理服务”“知识产权代理”或“知识产权代理服务”项目。

3 审查内容

3.1 商标代理机构备案

（1）《商标代理从业告知承诺书》应由商标代理机构负责人签字并加盖商标代理机构章戳。

（2）商标代理机构名称应与营业执照或律师事务所执业许可证上载明的名称一致。

（3）商标代理机构地址应与营业执照或律师事务所执业许可证上载

	明的地址一致。营业执照或律师事务所执业许可证上载明的地址未冠有省、市、县等行政区划的，应增加相应行政区划名称。 <u>（4）《商标代理机构送达地址确认书》应加盖商标代理机构章戳。商标代理机构填报的送达地址应当冠以省、市、县等行政区划详细完整填写，并与《商标代理机构送达地址确认书》一致。</u> <u>（5）商标代理机构应提交主体资格证明文件。企业提交营业执照复印件并加盖商标代理机构章戳后的彩色扫描件，律师事务所提交律师事务所执业许可证副本复印件并加盖商标代理机构章戳后的彩色扫描件。营业执照中的经营范围应含有“商标代理”“商标代理服务”“知识产权代理”或“知识产权代理服务”项目。如果营业执照未载明详细经营范围，需同时提交经营范围的证明文件并加盖商标代理机构章戳后的彩色扫描件。商标代理机构应填报营业执照中包含的经营范围，律师事务所应填报经营范围为“律师事务所”。</u> <u>（6）商标代理机构应填报商标代理机构负责人、合伙人、非上市公司股东和其他从业人员信息。其中无管理责任的合伙人和非上市公司股东不作为商标代理从业人员管理，不得作为商标代理从业人员在商标申请书上签名。</u> <u>从业人员应上传身份证明文件（身份证明文件为外文的，应当同时提交中文翻译件）、劳动合同、社保缴纳等从业履历证明材料；如还有知识产权奖励情况和从业培训经历，应上传相关奖励证书和培训证书等</u>
--	--

证明材料。从业人员为外国人的，还应根据《外国人在中国就业管理规定》提供就业许可。

从业人员为负责人的，企业应当填写营业执照上载明的法定代表人，律师事务所应当填写律师事务所执业许可证上载明的负责人。营业执照或律师事务所执业许可证上载明的法定代表人或者负责人名称为中文、身份证明文件为外文的，应提交登记主管部门出具的中文名称与外文名称对应的证明文件并加盖商标代理机构章戳。

从业人员填报的姓名、证件类型、证件号码应当与提交的身份证明文件一致。

3.2 商标代理机构变更备案

（1）商标代理机构备案信息发生变化的，应当自实际发生变化或者有关主管部门登记、批准之日起三十日内向国家知识产权局办理变更备案。

（2）《商标代理从业告知承诺书》应由商标代理机构负责人签字并加盖商标代理机构章戳。

（3）商标代理机构应当提交主体资格证明文件，证明文件要求与商标代理机构备案要求一致。

营业执照或律师事务所执业许可证名称、地址等信息发生变化的，提交变更后的营业执照或律师事务所执业许可证副本复印件并加盖商标代理机构章戳后的彩色扫描件。营业执照或律师事务所执业许可证名称

	<u>发生变化的，同时提交登记主管部门出具的变更证明，变更证明可以是登记主管部门变更核准文件彩色扫描件或登记主管部门官方网站下载打印的相关档案，并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>(4)备案地址发生变化的，需要重新确认送达地址，签署并上传《商标代理机构送达地址确认书》。送达地址可以单独变更，变更时应重新签署并上传《商标代理机构送达地址确认书》。商标代理机构送达地址发生变更的，应当及时办理送达地址变更；未及时变更的，国务院商标管理部门按原地址送达，视为依法送达。</u> <u>(5)商标代理从业人员发生变化的，可对从业人员进行增加和删减。已有从业人员信息发生变化的，可对原有信息进行更新。</u> <u>3.3 商标代理机构注销备案</u> <u>(1)商标代理机构申请市场主体注销登记，备案有效期届满未办理延续或者自行决定不再从事商标代理业务，被撤销或者被吊销营业执照、律师事务所执业许可证，或者国家知识产权局决定永久停止受理其办理商标代理业务的，应当在妥善处理未办结的商标代理业务后，向国家知识产权局办理注销备案。</u> <u>(2)商标代理机构应当在申请市场主体注销登记或者自行决定不再从事商标代理业务前，或者自接到撤销、吊销决定书、永久停止受理其办理商标代理业务决定之日起三十日内，按照法律法规规定和合同约定妥善处理未办结的商标代理业务，通知委托人办理商标代理变更，或者</u>
--	---

	<u>经委托人同意与其他已经备案的商标代理机构签订业务移转协议。</u> <u>（3）《商标代理机构注销备案承诺书》应由商标代理机构负责人签字并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>（4）市场主体注销登记的，提交登记主管部门出具的注销登记通知书。</u> <u>企业自行决定不再从事商标代理业务办理注销备案的，应去除营业执照经营范围中“商标代理”“商标代理服务”“知识产权代理”和“知识产权代理服务”项目，提交变更后的营业执照副本复印件，并加盖商标代理机构章戳。如果变更后的营业执照未载明详细经营范围，需同时提交公司经营范围的证明文件复印件并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>律师事务所自行决定不再从事商标代理业务办理注销备案的，提交律师事务所执业许可证副本的复印件，并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>营业执照或律师事务所执业许可证名称发生变化的，同时提交登记主管部门出具的变更证明，变更证明可以是登记主管部门变更核准文件彩色扫描件或登记主管部门官方网站下载打印的相关档案，并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>3.4 商标代理机构延续备案</u> <u>（1）《商标代理从业告知承诺书》应由商标代理机构负责人签字并加盖商标代理机构章戳。</u> <u>（2）商标代理机构应当提交主体资格证明文件，证明文件要求与商</u>
--	---

	<u>标代理机构备案要求一致。</u> <u>(3)备案地址、送达地址填报要求与商标代理机构备案的要求一致。</u> <u>备案地址、送达地址发生变化的，需要重新填报地址信息。</u> <u>(4)从业人员信息填报要求与商标代理机构备案的要求一致。商标</u> <u>代理从业人员发生变化的，可对从业人员进行增加和删减。已有从业人</u> <u>员信息发生变化的，可对原有信息进行更新。</u> <u>(5)商标代理机构备案的有效期为三年。有效期届满需要继续从事</u> <u>代理业务的，商标代理机构可以在有效期届满前六个月内办理延续备案。</u> <u>每次延续备案的有效期为三年，自原备案有效期满次日起计算。</u> <u>4. 审查结论</u> <u>4.1 通过</u> <u>经审查符合规定的，准予通过。</u> <u>4.2 不予受理</u> <u>经审查，存在申请文件不齐备、填写不符合要求或者其他不予受理</u> <u>商标代理机构备案申请的情形，该商标代理机构备案申请不予受理。</u> <u>5 依职权取消备案的情形</u> <u>商标代理机构有下列情形之一的，国家知识产权局可以依职权取消</u> <u>其备案：</u> <u>(1)提交虚假备案材料或者以欺骗、贿赂等不正当手段取得备案的；</u> <u>(2)已注销市场主体登记，或者营业执照、律师事务所执业许可证</u>
--	--

	<u>被撤销、吊销的；</u> <u>（3）不再具备商标代理从业条件的；</u> <u>（4）法律法规规定的其他应当取消备案的情形。</u>
新增内容。	<u>上编第二十七章 商标代理机构勤勉尽责义务</u> <u>1 法律依据</u> <u>《商标法》</u> <u>第六十五条第一款 商标代理机构和商标代理从业人员应当遵循诚信原则，遵守法律、行政法规，恪守职业道德、执业纪律，履行勤勉尽责义务，维护委托人的合法权益，不得实施或者帮助委托人实施损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益的行为。</u> <u>《商标代理监督管理规定》</u> <u>第十五条第四款 商标代理机构应当严格履行代理职责，依据商标法第二十七条，对委托人所申报的事项和提供的商标注册申请或者办理其他商标事宜的材料进行核对，及时向委托人通报委托事项办理进展情况、送交法律文书和材料，无正当理由不得拖延。</u> <u>2 商标代理机构勤勉尽责义务</u> <u>有下列情形之一的，属于商标代理机构未履行勤勉尽责义务：</u> <u>（1）未核查委托人主体资格证明文件复印件与原件是否一致，导致提交虚假主体资格证明文件的；</u> <u>（2）未按照要求规范填写和提交办理业务所需的材料，导致相关材</u>

	<u>料存在重大瑕疵的；</u> <u>（3）未核查委托人证据材料，导致提交虚假证据材料的；</u> <u>（4）无正当理由，延误提交商标注册申请、复审申请或其他材料，导致委托人权利丧失的；</u> <u>（5）未及时向委托人通报委托事项的办理进度、送达法律文书，致使委托人未及时行使权利的；</u> <u>（6）其他违反勤勉尽责义务，给委托人造成利益损失的行为。</u>
下编第二章 第二章 不以使用为目的的恶意商标注册申请的审查审理	下编第二章 第二章 不以使用为目的的<u>恶意且明显超出正常生产经营需要申请商标注册</u>的审查审理
下编第二章 2 释义 2019年4月23日，第十三届全国人民代表大会常务委员会决定对《商标法》作出修改，在第四条第一款中增加了“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回”的规定。新增该条款旨在坚决遏制“不以使用为目的”的恶意商标注册申请行为，坚决打击囤积商标的注册申请行为，有效规范商标申请注册秩序。第四条的立法意图在于规制“不以使用为目的”的恶意申请、囤积注册等行为和增强注册申请人的使用义务。该条款增加了《商标法》中规制不以使用为目的的恶意商标注册申请的内容，从源头上制止不以	下编第二章 2 释义 <u>2019年4月23日，第十三届全国人民代表大会常务委员会决定对《商标法》作出修改，2019年《商标法》第四次修改</u>，在第四条第一款中增加了“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回”的规定。<u>2026年《商标法》第五次修改，进一步明确了该条款规制的情形并调整至第十九条第一款。</u> <u>新增该条</u>本款旨在坚决遏制<u>不正当占用商标资源、扰乱商标注册秩序的商标囤积行为</u>，“不以使用为目的”的恶意商标注册申请行为，<u>坚决打击囤积商标的注册申请行为，有效规范商标申请注册秩序。第四条</u>

使用为目的恶意商标注册申请行为,使商标申请注册回归以使用为目的的制度本源。

《商标法》第四条所规定的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”是指申请人并非基于生产经营活动的需要,而提交大量商标注册申请,缺乏真实使用意图,不正当占用商标资源,扰乱商标注册秩序的行为。仅损害特定主体的民事权益,不涉及损害公共利益的,不属于该条规定情形。如属于《商标法》其他条款规制的恶意注册情形,适用其他条款。

判断是否构成“不以使用为目的的恶意”,应综合考虑申请人所在的行业特点、经营范围、经营资质等基本情况;申请人提交的商标注册申请的数量、类别跨度和时间跨度等整体情况;提交的商标注册申请标志的具体构成、商标实际使用情况,以及申请人在先是否存在商标恶意注册及侵犯多个主体注册商标专用权等多方面因素,综合判断其申请是否明显不符合商业惯例、明显超出正当经营需要和实际经营能力以及明显具有牟取不正当利益和扰乱正常商标注册秩序的意图。

下编第二章

3 适用要件

的立法意图在于规制“不以使用为目的”的恶意申请、囤积注册等行为和增强注册申请人的使用义务。该条款增加了《商标法》中规制不以使用为目的的恶意商标注册申请的内容,从源头上制止不以使用为目的的恶意商标注册申请行为,进一步推动使商标申请注册回归以使用为目的的制度本源。

《商标法》第四十九条第一款所规定的“不以使用为目的,且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的恶意商标注册申请”是指申请人并非基于生产经营活动的需要,而提交大量商标注册申请,缺乏真实使用意图,不正当占用商标资源,扰乱商标注册秩序的行为。仅损害特定主体的民事权益,不涉及损害公共利益的,不属于该条规定情形。如属于《商标法》其他条款规制的恶意注册情形,适用其他条款。

判断是否构成“不以使用为目的的恶意”,应综合考虑申请人所在的行业特点、经营范围、经营资质等基本情况;申请人提交的商标注册申请的数量、类别跨度和时间跨度等整体情况;提交的商标注册申请标志的具体构成、商标实际使用情况,以及申请人在先是否存在商标恶意注册及侵犯多个主体注册商标专用权等多方面因素,综合判断其申请是否明显不符合商业惯例、明显超出正当经营需要和实际经营能力以及明显具有牟取不正当利益和扰乱正常商标注册秩序的意图。

下编第二章

3 适用要件

“不以使用为目的”申请商标注册的行为是指申请人在申请注册商标的时候，既无实际使用商标的目的，也无准备使用商标的行为，或者依据合理推断，无实际使用商标可能性。《商标法》第四条立法目的在于遏制不正当占用商标资源和扰乱商标注册秩序的商标囤积等恶意申请行为，其不以使用为目的大量申请商标和意欲借此牟利的意图，即属于此条款予以规制的“不以使用为目的”的“恶意”。 以下情形不适用《商标法》第四条： （1）申请人基于防御目的申请与其注册商标标识相同或者近似的商标； （2）申请人为具有现实预期的未来业务，预先适量申请商标。	<u>判断是否构成“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要”，应同时满足“不以使用为目的”和“明显超出正常生产经营需要”双要件。</u>“不以使用为目的”<u>为主观要件</u>，<u>申请商标注册的行为</u>是指申请人在申请注册商标的时候，既无实际使用商标的目的，也无准备使用商标的行为，或者依据合理推断，无实际使用商标可能性。<u>“明显超出正常生产经营需要”为客观要件，是指申请人的商标注册申请行为明显不符合申请人生产经营能力、生产经营规模或实际生产经营情况，明显不符合商业惯例或行业常规。</u> <u>判断是否构成“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要”，应综合考虑申请人经营范围资质等基本情况、提交商标注册申请整体情况、商标注册申请标志的具体构成、商标实际使用情况以及相关行业特点等多方面因素，综合判断申请商标注册行为是否明显超出申请人的实际生产经营能力或实际生产经营情况，以及明显具有不正当占用商标资源、扰乱正常商标注册秩序的意图。</u><u>《商标法》第四条立法目的在于遏制不正当占用商标资源和扰乱商标注册秩序的商标囤积等恶意申请行为，其不以使用为目的大量申请商标和意欲借此牟利的意图，即属于此条款予以规制的“不以使用为目的”的“恶意”。</u> 以下情形不适用《商标法》<u>第十九条第一款</u><u>第四条</u>： （1）申请人基于防御目的申请与其注册商标标识相同或者近似的商标；
---	---

	(2) 申请人为具有现实预期的未来业务, 预先适量申请商标。
下编第二章 4 考虑因素 判断是否构成不以使用为目的的恶意商标注册申请, 注册审查程序中以发现的线索为主, 异议、评审程序中以在案证据为主, 可以综合考虑以下因素。	下编第二章 4 考虑因素 判断是否构成不以使用为目的, <u>的且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的恶意商标注册申请</u>, 注册审查程序中以发现的线索为主, 异议、评审程序中以在案证据为主, 可以综合考虑以下因素。
下编第二章 4.2 申请人提交商标注册申请整体情况 包括申请人累计申请商标数量及指定商品或者服务类别; 申请人提交商标注册申请的时间跨度情况; 申请人短期内新提交的商标注册申请的数量及指定商品或者服务类别等。	下编第二章 4.2 申请人提交商标注册申请整体情况 包括申请人累计申请商标数量及指定商品或者服务类别; 申请人提交商标注册申请的时间跨度情况; <u>申请人提交商标注册申请与所在行业领域及经营范围关联情况</u>; 申请人短期内新提交的商标注册申请的数量及指定商品或者服务类别等。
下编第二章 4.3 商标具体构成情况 包括申请注册的商标是否与他人有一定知名度或显著性较强的商标相同或者近似; 是否包含行政区划名称、山川名称、景点名称、行业术语等公共资源; 是否包含知名人物姓名、企业字号、电商名称、他人知名并已产生识别性的广告语、美术作品、外观设计等其他商业性标识等。	下编第二章 4.3 商标具体构成情况 包括申请注册的商标<u>具体要素构成; 是否与他人有一定知名度或显著性较强的商标相同或者近似</u>; 是否<u>大量</u>包含<u>与</u>行政区划名称、山川名称、景点名称、行业术语等公共资源<u>名称相同近似标志</u>; 是否<u>大量</u>包含<u>知名人物姓名、企业字号、电商名称、他人知名并已产生识别性的广告语、美术作品、外观设计等其他商业性标识与历史文化名人、经典名著、经典角色名称等已经进入公有领域的公共文化资源名称相同近似标志</u>

	等。
下编第二章 4.5 异议、评审程序中相关证据的情况 包括异议、评审程序中有证据证明申请人申请商标注册时缺乏真实使用意图，或取得商标注册后，既无实际使用行为，也无准备使用行为，申请人未能有效举证其使用意图或就其不使用行为作出合理解释的；异议、评审程序中有证据证明系争商标申请人仅以系争商标专用权对他人发起侵权投诉或诉讼以牟取不正当利益的。	下编第二章 4.5 异议、评审程序中相关证据的情况 包括审查意见书回文、异议、评审程序中有证据证明申请人申请商标注册时缺乏真实使用意图，或取得商标注册后，既无实际使用行为，也无准备使用行为，申请人未能有效举证其使用意图或就其不使用行为作出合理解释的；异议、评审程序中有证据证明系争商标申请人仅以系争商标专用权对他人发起侵权投诉或诉讼以牟取不正当利益的。
下编第二章 4.6 其他考虑因素 包括但不限于： （1）申请人被已生效的行政决定或者裁定、司法判决认定曾从事商标恶意注册行为、侵犯他人注册商标专用权行为的情况； （2）申请人因恶意申请商标注册或商标侵权行为被国家企业信用信息公示系统列入严重违法失信名单等情况； （3）与申请人存在特定关系的自然人、法人或者其他组织累计申请商标数量、待审查商标注册申请数量、指定商品或者服务类别情况； （4）与申请人存在特定关系的自然人、法人或者其他组织的商标实际交易、要约、要约邀请情况。	下编第二章 4.6 其他考虑因素 包括但不限于： （1）申请人所在行业及商标注册申请类别相关行业特点、商业惯例、市场准入相关管理措施。 （2）申请人被已生效的行政决定或者裁定、司法判决认定曾从事商标恶意注册行为、侵犯他人注册商标专用权行为的情况； （23）申请人因恶意申请商标注册或商标侵权行为被国家企业信用信息公示系统列入严重违法失信名单等情况； （34）与申请人存在特定关系的自然人、法人或者其他组织非法人组织累计申请商标数量、待审查商标注册申请数量、指定商品或者服务类别情况；

上述因素一般在异议、评审程序中予以考虑。	(45) 与申请人存在特定关系的自然人、法人或者<u>其他组织非法人组织</u>的商标实际交易、要约、要约邀请情况。 上述因素一般在异议、评审程序中予以考虑。
下编第二章 5 适用情形 下列情形属于《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”行为，当事人提供相反证据的除外： (1) 商标注册申请数量巨大，明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图，扰乱商标注册秩序的。 (2) 大量复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，扰乱商标注册秩序的。 (3) 对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的。 此类反复申请注册的行为如属于《商标法》其他条款规制的恶意注册情形的，应适用其他条款。 (4) 大量申请注册与他人企业字号、企业名称简称、电商名称、域名，有一定影响的商品名称、包装、装潢，他人知名并已产生识别性的广告语、外观设计等商业标识相同或者近似标志的。 (5) 大量申请注册与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等公共文化资源相同或者近	下编第二章 5 适用情形 下列情形属于<u>《商标法》第四条本条</u>所指的“不以使用为目的，<u>的且明显超出正常生产经营需要的申请商标注册恶意商标注册申请</u>”行为，当事人提供相反证据的除外： (1) <u>申请人</u>商标注册申请数量<u>巨大、</u>类别、提交申请频率等商标注册申请行为与申请人所在行业常规操作、申请人的生产经营能力规模、<u>明显超出正常经营活动申请人实际生产经营情况等明显不匹配需求</u>，且缺乏真实使用意图，<u>扰乱商标注册秩序</u>的。 <u>(2) 大量申请注册指定商品或服务需特殊经营资质的商标，明显超出申请人生产经营能力的。</u> <u>(3) 大量申请注册与历史文化名人、经典名著、经典角色名称等已进入公有领域的公共文化资源相同或者近似标志。</u> (2) 大量复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，扰乱商标注册秩序的。 (3) 对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的。

似标志的。

(6) 大量申请注册与行政区划名称、山川名称、景点名称、建筑物名称等相同或者近似标志的。

(7) 大量申请注册指定商品或者服务上的通用名称、行业术语、直接表示商品或者服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量等缺乏显著性的标志的。

(8) 大量提交商标注册申请，并大量转让商标，且受让人较为分散，扰乱商标注册秩序的。

(9) 申请人有以牟取不当利益为目的，大量售卖，向商标在先使用人或者他人强迫商业合作、索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为的。

(10) 其他可被认定为有恶意的申请商标注册行为的情形。

以上情形中，(3)、(9) 主要适用于异议与评审程序中；其余情形注册审查、异议与评审程序中均适用。

不以使用为目的恶意申请注册的商标，不限于申请人本人申请注册的商标，也包括与申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系或者其他特定联系的自然人、法人或者其他组织申请注册的商标。

商标转让不影响对商标申请人违反《商标法》第四条情形的认定。

~~此类反复申请注册的行为如属于《商标法》其他条款规制的恶意注册情形的，应适用其他条款。~~

~~(4) 大量申请注册与他人企业字号、企业名称简称、电商名称、域名，有一定影响的商品名称、包装、装潢，他人知名并已产生识别性的广告语、外观设计等商业标识相同或者近似标志的。~~

~~(5) 大量申请注册与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等公共文化资源相同或者近似标志的。~~

(64) 大量申请注册与行政区划名称、山川名称、景点名称、建筑物名称等相同或者近似标志的。

(75) 大量申请注册指定商品或者服务上的通用名称、行业术语、直接表示商品或者服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量等缺乏显著性的标志的。

(86) 大量提交商标注册申请，并大量转让商标，且受让人较为分散，~~扰乱商标注册秩序~~的。

(97) 申请人~~有以牟取不当利益为目的~~，~~存在~~大量售卖，向商标在先使用人或者他人强迫商业合作、索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为的。

(108) 其他可被认定为~~有恶意的~~~~不以使用为目的~~，~~且明显超出正常生产经营需要~~申请商标注册行为的情形。

~~以上情形中，(3)、(9) 主要适用于异议与评审程序中；其余情~~

	形注册审查、异议与评审程序中均适用。 不以使用为目的，<u>且明显超出正常生产经营需要</u>恶意申请注册的商标，不限于申请人本人申请注册的商标，也包括与申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系或者其他特定联系的自然人、法人或者<u>其他组织</u><u>非法人组织</u>申请注册的商标。 商标转让不影响对商标申请人违反<u>《商标法》第四条</u><u>本条款</u>情形的认定。
下编第二章 6 典型案例 6.1 商标注册申请数量巨大，明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图，扰乱商标注册秩序的 案例一： 某企业管理咨询公司在第 14 类、第 29 类、第 30 类、第 32 类、第 36 类等 30 多个类别上累计提交数百件商标注册申请，其中仅 2019 年 12 月就申请了 100 多件商标。 经查，该公司为自然人独资的有限责任公司，注册资本 100 万元但未公示实缴资本，经营范围为太阳能热水器产品咨询、旅游咨询、企业形象策划咨询等。该申请人在 30 多个类别上提交数量巨大的商标注册申请，其中还包含了与其营业范围行业跨度较大的类别，如第 30 类食品，和有较强行业属性及资质要求的特殊类别，	下编第二章 6 典型案例 6.1 <u>商标注册申请数量巨大，明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图，扰乱商标注册秩序的</u><u>申请人商标注册申请数量、类别、提交申请频率等商标注册申请行为与申请人所在行业常规操作、申请人的生产经营能力规模、申请人实际生产经营情况等明显不匹配，且缺乏真实使用意图的</u> 案例一： <u>某企业管理咨询公司在第 14 类、第 29 类、第 30 类、第 32 类、第 36 类等 30 多个类别上累计提交数百件商标注册申请，其中仅 2019 年 12 月就申请了 100 多件商标。</u> <u>经查，该公司为自然人独资的有限责任公司，注册资本 100 万元但未公示实缴资本，经营范围为太阳能热水器产品咨询、旅游咨询、企业</u>

如第 36 类金融服务等，远超出其经营范围，不符合商业惯例。申请人提交商标注册申请数量巨大且合理性难以解释，明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图，因此认定其行为构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二：

某自然人累计在 30 多个类别上申请了 900 余件商标，部分已核准注册。申请人在 2019 年 12 月至 2020 年 4 月又少量多次陆续新提交了 100 余件商标注册申请。商标注册部门通过审查意见书程序要求申请人就申请注册商标的意图及使用情况作出说明并提供必要证据。申请人辩称：提交大量商标注册申请，一是因为爱好商标而申请商标；二是为企业客户提供商标设计服务；三是为本人开展经营备用；四是部分商标在先已获准注册，本次申请属于防御性注册，在其他类别进行延伸保护。

经查，申请人提交的个体工商户营业执照显示，该个体工商户注册资本 1 万元，经营范围为“经济信息咨询；销售服装、首饰、工艺品、五金交电、日用品、饲料、化妆品、家用电器；电脑图文设计”，申请人在 30 多个类别上共提交 1000 余件商标注册申请，明显超出其实际使用需求；提交多件商标注册申请指定类别与其营业范围行业跨度较大，如第 33 类白酒、第 5 类人用药等，明显超出其经营范围。申请人辩称的防御性注册，应当是申请人在先注册

形象策划咨询等。该申请人在 30 多个类别上提交数量巨大的商标注册申请，其中还包含了与其营业范围行业跨度较大的类别，如第 30 类食品，和有较强行业属性及资质要求的特殊类别，如第 36 类金融服务等，远超出其经营范围，不符合商业惯例。申请人提交商标注册申请数量巨大且合理性难以解释，明显超出正常经营活动需求，缺乏真实使用意图，因此认定其行为构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

某电子商务有限公司在第 3、9、11、14、16、18、25、28、32、33、34、35 等 20 多个类别上累计提交 300 余件商标注册申请，其中半年内分多次提交了 100 余件商标注册申请。

经查，该公司为自然人投资或控股的有限责任公司，注册资本十万元未公示实缴资本，成立时间不足三年，经营范围为商务信息咨询、品牌管理、办公用品销售等。该申请人在 20 多个类别上提交数百件商标注册申请，其中还包含了与其注册经营范围行业跨度较大的类别（如第 3 类化妆品、第 9 类电子产品）和有较强行业属性及资质要求的特殊类别（如第 34 类烟草），远超其经营范围，不符合商业惯例。且该申请人十万元的注册资本也难以负担 300 余件商标的注册和使用成本，申请商标数量与其生产经营能力规模明显不匹配。国务院商标管理部门通过审查意见书程序要求申请人就申请注册商标的意图及使用情况作出说明并提供必要证据，申请人难以解释其申请行为的合理性，也未提供充分的使

商标已投入实际商业使用并具有一定知名度,基于防止他人抢注的目的申请相同或者近似商标的行为,申请人并未提交在先注册商标使用情况相关说明,基于防御意图申请注册的理由难以成立。申请人辩称为开展经营备用,但未提供相关材料证明其已实际作出准备,且申请人在先已申请数百件商标,部分商标已经核准注册,足以满足其生产经营需要,申请人无法对大量提交新的商标注册申请行为作出合理说明且未提供必要证据,故其上述商标注册申请行为构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三:

某科贸公司的商标注册申请在注册审查程序中被依据《商标法》第四条驳回。该申请人不服上述驳回决定,提出驳回复审申请,复审理由为:申请人申请注册商标系以使用为目的,属于正常的商业使用行为,且并没有商标售卖行为。经复审查明:申请人在全部的45个商品及服务类别上共申请注册了900余件商标;其中不足九个月的时间内就申请注册了约500余件商标。复审认为:申请人短期内大量申请注册商标的行为明显超出了生产经营的正常需要。申请人关于其近期商标申请均为其实际使用商标扩展注册的复审理由与其实际申请行为及商标的构成情况不符,不能解释其注册行为具有合理性和正当性。因此,申请商标构成《商标法》第四条所

用意图相关证据。因此认定构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的,且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”之情形。

案例二:-

~~某自然人累计在30多个类别上申请了900余件商标,部分已核准注册。申请人在2019年12月至2020年4月又少量多次陆续新提交了100余件商标注册申请。商标注册部门通过审查意见书程序要求申请人就申请注册商标的意图及使用情况作出说明并提供必要证据。申请人辩称:提交大量商标注册申请,一是因为爱好商标而申请商标;二是为企业客户提供商标设计服务;三是为本人开展经营备用;四是部分商标在先已获准注册,本次申请属于防御性注册,在其他类别进行延伸保护。~~

~~经查,申请人提交的个体工商户营业执照显示,该个体工商户注册资本1万元,经营范围为“经济信息咨询;销售服装、首饰、工艺品、五金交电、日用品、饲料、化妆品、家用电器;电脑图文设计”,申请人在30多个类别上共提交1000余件商标注册申请,明显超出其实际使用需求;提交多件商标注册申请指定类别与其营业范围行业跨度较大,如第33类白酒、第5类人用药等,明显超出其经营范围。申请人辩称的防御性注册,应当是申请人在先注册商标已投入实际商业使用并具有一定知名度,基于防止他人抢注的目的申请相同或者近似商标的行为,申请人并未提交在先注册商标使用情况相关说明,基于防御意图申请注册的理由难以成立。申请人辩称为开展经营备用,但未提供相关材料证明其已~~

指情形。

首先，申请人作为科贸公司，注册申请涵盖了商品及服务的所有类别，显然与其行业特点、公司的实际经营情况不符。其次，申请人共申请注册 900 余件商标，其中包含了有较强行业属性及资质要求的特殊类别，如第 1 类工业用化学品等商品、第 36 类保险咨询等服务、第 38 类无线广播服务等；特别是其中 500 多件商标申请注册的时间段集中在不足九个月的时间内，申请人不能解释其申请注册行为的合理性。最后，申请人在不同类别大量注册了与其自称的主商标全然无关的商标，且还大量申请注册了不符合商业使用习惯的标识，不能解释其注册行为的正当性。因此，申请人的行为构成《商标法》第四条所指之情形，其注册申请应予以驳回。

实际作出准备，且申请人在先已申请数百件商标，部分商标已经核准注册，足以满足其生产经营需要，申请人无法对大量提交新的商标注册申请行为作出合理说明且未提供必要证据，故其上述商标注册申请行为构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三二：

某自然人科贸公司的商标注册申请在注册审查程序中被依据《商标法》第四十九条第一款被驳回。该申请人不服上述驳回决定，提出驳回复审申请，复审理由为：申请人申请注册商标系以使用为目的，属于正常的商业使用行为，且并没有商标售卖行为。经复审查明：申请人在全部的 45 个商品及服务类别上共申请注册了 900 余件商标；其中不足九两个月的时间内就申请注册了约 500 余件商标。复审认为：申请人短期内大量申请注册商标的行为明显超出了生产经营的正常需要，缺乏真实使用意图。申请人关于其近期商标申请均为其实际使用商标扩展注册的复审理由与其实际申请行为及商标的构成情况不符，不能解释其注册行为具有合理性和正当性。因此，申请商标构成《商标法》第四十九条第一款所指情形。

首先第一，从申请人申请注册商标的数量和提交申请的频率来看，申请人共申请注册 900 余件商标，其中 500 余件商标申请注册的时间段集中在不足两个月内。第二，从申请人申请注册商标涉及的类别来看，

申请人的商标注册申请涵盖子商品及服务的所有类别，显然与其行业特点、公司的实际经营情况不符。其次，申请人共申请注册 900 余件商标，其中包含子有较强行业属性及资质要求的特殊类别，如第 1 类工业用化学品等商品、第 36 类保险咨询等服务、第 38 类无线广播服务等。，特别是其中 500 多件商标申请注册的时间段集中在不足九个月的时间内，申请人不能解释其申请注册行为的合理性。最后第三，从申请人申请注册商标的标识构成来看，申请人申请注册的大量商标的标识与其自称的主商标差异较大。申请人在不同类别大量注册子与其自称的主商标全然无关的商标，且还大量申请注册子不符合商业使用习惯的标识，不能解释其注册行为的正当性。因此，申请人的行为构成《商标法》第四条所指之情形，其注册申请应予以驳回。

从客观要件分析，申请人的商标注册申请行为明显超出正常生产经营的需要：申请商标的数量、类别、提交频率远超其作为自然人的生产经营能力；大量商标指定使用的商品或服务类别需特殊经营资质，申请人未提交证据证明其有对应资质、业务渠道与经营规划，与所在行业的常规操作明显不相符合；大量商标标识均非其主商标的延伸，与申请人实际生产经营情况明显不匹配，也明显不符合正常市场主体注册申请商标的习惯。

从主观要件分析，申请人的商标注册申请行为明显缺乏真实使用意图：申请人短期内大量、覆盖全类别、选择与主商标差异较大的标识组

	<u>合提交商标申请，且未提交生产、销售、宣传等能证明商标已实际使用或意欲使用的证据。多项异常情况相互印证，能够推定申请人并无真实使用商标开展自身经营的主观意图，其真实目的在于通过囤积商标谋取不正当利益，该种商标注册申请行为扰乱了商标注册管理秩序。因此，申请人的行为构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”之情形。</u>
6.2 大量复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，扰乱商标注册秩序的 案例一： 某自然人在第24类、第25类商品上提交近百件商标注册申请，其中大部分为“踏奖安”“宁俊李”“克妮耐”“娜控富安”“司登魔波”“弟持哥”等形式的商标。 经查，该申请人的商标注册申请大部分为变形、拆分重组等方式复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，如“安踏”“李宁”“耐克”“富安娜”“波司登”等，且指定类别与他人先具有一定知名度或者显著性较强的商标核定商品或者服务类别基本相同或相关。这种在类似及关联性较强的商品或者服务类别上复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度、较强显著性的商标的行为，明显具有牟取不正当利益、扰乱正常商标注册秩序的意图，构成《商标法》第四条所指的“不以使用	6.2—大量复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，扰乱商标注册秩序的 案例一： 某自然人在第24类、第25类商品上提交近百件商标注册申请，其中大部分为“踏奖安”“宁俊李”“克妮耐”“娜控富安”“司登魔波”“弟持哥”等形式的商标。 经查，该申请人的商标注册申请大部分为变形、拆分重组等方式复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度或者较强显著性的商标，如“安踏”“李宁”“耐克”“富安娜”“波司登”等，且指定类别与他人先具有一定知名度或者显著性较强的商标核定商品或者服务类别基本相同或相关。这种在类似及关联性较强的商品或者服务类别上复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有一定知名度、较强显著性的商标的行为，明显具有牟取不正当利益、扰乱正常商标注册秩序的意图，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二：

某公司在第 3 类、第 9 类、第 14 类、第 18 类、第 25 类等 12 个类别上提交多件“天王宾利”“BENTLEY DESIGN”“博纳多兰博基尼”“FARRARIMAY”等商标注册申请。

经查，该申请人提交的商标注册申请指定类别虽与汽车无关，但商标标志均完整包含“宾利”“BENTLEY”“兰博基尼”“FARRARI”等具有较高知名度和较强显著性的汽车品牌商标。该申请人在非类似商品或者服务上大量申请注册复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有较高知名度和较强显著性的商标的行为，不正当利用他人商誉，扰乱了正常商标注册秩序，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三：

某科技有限公司在第 6 类、第 9 类、第 10 类、第 16 类、第 18 类、第 43 类等多个商品或者服务类别上共申请 30 余件商标，该申请人又在第 9 类“计步器”等商品上提出了商标注册申请。

经查，申请人在非类似商品或者服务上申请注册多件与他人先具有一定知名度或者较强显著性的商标相同或者近似商标，如“清扬”“翰皇 HANOR”“蜂花”“章华 SAVOL”“张小泉”等，其中部分商标已被驳回或被相关权利人提出异议，申请人注册

案例二：

某公司在第 3 类、第 9 类、第 14 类、第 18 类、第 25 类等 12 个类别上提交多件“天王宾利”“BENTLEY DESIGN”“博纳多兰博基尼”“FARRARIMAY”等商标注册申请。

经查，该申请人提交的商标注册申请指定类别虽与汽车无关，但商标标志均完整包含“宾利”“BENTLEY”“兰博基尼”“FARRARI”等具有较高知名度和较强显著性的汽车品牌商标。该申请人在非类似商品或者服务上大量申请注册复制、摹仿、抄袭多个主体在先具有较高知名度和较强显著性的商标的行为，不正当利用他人商誉，扰乱了正常商标注册秩序，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三：

某科技有限公司在第 6 类、第 9 类、第 10 类、第 16 类、第 18 类、第 43 类等多个商品或者服务类别上共申请 30 余件商标，该申请人又在第 9 类“计步器”等商品上提出了商标注册申请。

经查，申请人在非类似商品或者服务上申请注册多件与他人先具有一定知名度或者较强显著性的商标相同或者近似商标，如“清扬”“翰皇 HANOR”“蜂花”“章华 SAVOL”“张小泉”等，其中部分商标已被驳回或被相关权利人提出异议，申请人注册多件商标的行为明显超出了正常的商业经营需要。本案中，申请人在第 9 类“计步器”等商品上

多件商标的行为明显超出了正常的商业经营需要。本案中，申请人在第9类“计步器”等商品上申请的商标与他人在先核定使用在第5类“眼药水”等商品上具有一定知名度的商标完全相同，具有明显恶意，因此，该申请行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

6.3 对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的

案例：

“马石油酷腾”商标原申请人为自然人A，在商标注册申请审查时该商标已由自然人A转让给自然人B。

经查，本案申请商标“马石油酷腾”与同一主体在先注册且具有一定显著性的“马石油”和“酷腾”商标的简单组合文字相同，且未形成明显区别于引证商标的新含义，双方商标构成近似。自然人A申请20余件商标，除申请本案“马石油酷腾”商标外，还反复在第1类、第4类等类别上申请与同一主体在先注册的“马石油”

“途特力”“酷泰”“迈奇”“欣腾”“炫腾”等商标简单组合而成的“马石油途特力”“马石油酷泰”“马石油迈奇”“马石油欣腾”“马石油炫腾”等文字相同的商标，且自然人A未作出合理解释。同时经查，在自然人A申请注册的“马石油”商标无效宣告案件中，曾认定自然人A既未提供证据证明其有使用商标的真

申请的商标与他人在先核定使用在第5类“眼药水”等商品上具有一定知名度的商标完全相同，具有明显恶意，因此，该申请行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

~~6.3 对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的~~

~~案例：~~

~~“马石油酷腾”商标原申请人为自然人A，在商标注册申请审查时该商标已由自然人A转让给自然人B。~~

~~经查，本案申请商标“马石油酷腾”与同一主体在先注册且具有一定显著性的“马石油”和“酷腾”商标的简单组合文字相同，且未形成明显区别于引证商标的新含义，双方商标构成近似。自然人A申请20余件商标，除申请本案“马石油酷腾”商标外，还反复在第1类、第4类等类别上申请与同一主体在先注册的“马石油”“途特力”“酷泰”“迈奇”“欣腾”“炫腾”等商标简单组合而成的“马石油途特力”“马石油酷泰”“马石油迈奇”“马石油欣腾”“马石油炫腾”等文字相同的商标，且自然人A未作出合理解释。同时经查，在自然人A申请注册的“马石油”商标无效宣告案件中，曾认定自然人A既未提供证据证明其有使用商标的真实意图，也未能提供其商标的合理出处，其大量注册~~

实意图，也未能提供其商标的合理出处，其大量注册的行为明显超出了正常的生产经营需要，该商标已被宣告无效。综上，自然人 A 申请本案商标的行为是针对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱了正常的商标注册秩序，属于不以使用为目的的恶意商标注册申请行为。虽然该商标发生转让，但不影响对《商标法》第四条的适用。因此，该行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

6.4 大量申请注册与他人企业字号、企业名称简称、电商名称、域名，有一定影响的商品名称、包装、装潢，他人知名并已产生识别性的广告语、外观设计等商业标识相同或者近似标志的

案例一：

某网络科技有限公司陆续提交“百利金 PELIKAN”“优凡文具 YOOFUN”“普贴 PUTY”等 92 件商标注册申请，指定使用在第 11 类、第 17 类、第 18 类、第 19 类、第 22 类、第 24 类、第 26 类、第 27 类和第 33 类商品上。经查，其中 70 余件为淘宝天猫店铺名称。商标注册部门通过审查意见书程序要求申请人就申请注册商标意图及使用情况作出说明并提供相应证据，申请人未在法定期限内回复。

该申请人短时间内提交多件商标注册申请，大多数与地处不同地域的多家淘宝天猫店铺名称相同或者近似，尤其多件商标的中文

的行为明显超出了正常的生产经营需要，该商标已被宣告无效。综上，自然人 A 申请本案商标的行为是针对同一主体具有一定知名度或者较强显著性的特定商标反复申请注册，扰乱了正常的商标注册秩序，属于不以使用为目的的恶意商标注册申请行为。虽然该商标发生转让，但不影响对《商标法》第四条的适用。因此，该行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

6.4 大量申请注册与他人企业字号、企业名称简称、电商名称、域名，有一定影响的商品名称、包装、装潢，他人知名并已产生识别性的广告语、外观设计等商业标识相同或者近似标志的

案例一：

某网络科技有限公司陆续提交“百利金 PELIKAN”“优凡文具 YOOFUN”“普贴 PUTY”等 92 件商标注册申请，指定使用在第 11 类、第 17 类、第 18 类、第 19 类、第 22 类、第 24 类、第 26 类、第 27 类和第 33 类商品上。经查，其中 70 余件为淘宝天猫店铺名称。商标注册部门通过审查意见书程序要求申请人就申请注册商标意图及使用情况作出说明并提供相应证据，申请人未在法定期限内回复。

该申请人短时间内提交多件商标注册申请，大多数与地处不同地域的多家淘宝天猫店铺名称相同或者近似，尤其多件商标的中文和英文部分均与淘宝天猫店铺名称相同，指定的商品类别也与淘宝天猫店铺主要

和英文部分均与淘宝天猫店铺名称相同,指定的商品类别也与淘宝天猫店铺主要经营商品相同,申请人在相关类别上申请相同商标难谓巧合,且申请人未就申请意图作出合理解释,该申请人大量申请注册与他人电商名称相同或者近似标志作为商标的行为,构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二:

被异议人先后在 20 多个商品或者服务类别上申请注册了 100 余件商标,其中数十件商标与他人企业字号相同或者近似,如“科旭业”“博盛尚”“瞬知”“禧涤”“VEONEER”“安软慧视”“镗云科技”等。被异议人并未提交上述商标使用证据及商标创作来源,亦未提供其意图使用上述商标的证据,其申请注册商标数量、类别明显超出了市场主体的正常需求。本案中,被异议商标与异议人在先具有一定显著性的企业字号完全相同,因此,被异议人申请被异议商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三:

被异议人共申请注册 40 余件商标,涉及 26 个不同商品或者服务类别,其中涉及第 35 类商标 28 件,部分商标与他人具有一定市场影响力的电商名称相同,如“美伦博士”“资莱皙”“迪特亚诺”

经营商品相同,申请人在相关类别上申请相同商标难谓巧合,且申请人未就申请意图作出合理解释,该申请人大量申请注册与他人电商名称相同或者近似标志作为商标的行为,构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三:

被异议人先后在 20 多个商品或者服务类别上申请注册了 100 余件商标,其中数十件商标与他人企业字号相同或者近似,如“科旭业”“博盛尚”“瞬知”“禧涤”“VEONEER”“安软慧视”“镗云科技”等。被异议人并未提交上述商标使用证据及商标创作来源,亦未提供其意图使用上述商标的证据,其申请注册商标数量、类别明显超出了市场主体的正常需求。本案中,被异议商标与异议人在先具有一定显著性的企业字号完全相同,因此,被异议人申请被异议商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三:

被异议人共申请注册 40 余件商标,涉及 26 个不同商品或者服务类别,其中涉及第 35 类商标 28 件,部分商标与他人具有一定市场影响力的电商名称相同,如“美伦博士”“资莱皙”“迪特亚诺”“启梦缘”“红品爱家”“进鑫铭帮”“淘孕喜”等。本案被异议商标与异议人在先电商旗舰店名称相同,被异议人申请注册多件与他人电商名称等商业标识相同或者近似标志,且被异议人未对其创作思路或使用意图作出合

“启梦缘”“红品爱家”“进鑫铭帮”“淘孕喜”等。本案被异议商标与异议人在先电商旗舰店名称相同,被异议人申请注册多件与他人电商名称等商业标识相同或者近似标志,且被异议人未对其创作思路或使用意图作出合理解释。因此,被异议人申请被异议商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。	<u>理解释。因此,被异议人申请被异议商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。</u>
新增内容。	<u>6.2 大量申请注册指定商品或服务需特殊经营资质的商标,明显超出申请人生产经营能力的</u> <u>案例:</u> <u>某自然人在短时间内集中申请了“泰生”“佩露”“润扑”“哈贝美”等 22 件商标,指定使用在第 5 类抗生素、婴儿食品以及第 10 类牙科设备和仪器、人工呼吸器等商品上。</u> <u>药品、医疗器械的生产销售需具备特殊资质,或获得相应许可。申请人提交的个体工商户营业执照经营范围为“日用百货销售”,不包括药品、医疗器械等相关项目,审查意见书回文也未提供证据表明其获得了相应许可,说明上述商标无法在申请人的实际生产经营中进行真实有效的商业使用,申请人的商标申请行为与其实际生产经营能力不相匹配。</u> <u>综上,申请人的商标注册申请行为明显超出正常生产经营需要,缺乏真实使用意图,认定构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的,且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”之情形。</u>

6.5 大量申请注册与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等公共文化资源相同或者近似标志的

案例一：

某生物科技公司提交了“迈克尔克雷默”“詹姆斯皮布尔斯”“格雷格塞门扎”“米歇尔马约尔”等 30 余件商标注册申请，指定类别主要集中在第 5 类和第 30 类商品上。

经查，“迈克尔克雷默”“詹姆斯皮布尔斯”“格雷格塞门扎”“米歇尔马约尔”等均为诺贝尔奖获得者。该申请人大量申请知名人物姓名作为商标，利用他人声誉牟取不正当利益，扰乱正常的商标注册秩序，认定构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二：

某商贸有限公司申请 20 余件商标，均指定使用于第 35 类“替他人推销；市场营销”等服务上。

经查，该申请人申请注册的商标中有 20 件商标的名称样式均为“工艺美术师的姓名+建盏”，如“陈大鹏建盏”“蔡炳龙建盏”“黄文勇建盏”“吴立主建盏”等商标。其中，陈大鹏、蔡炳龙、黄文勇、吴立主在建盏行业均有一定知名度。申请人申请上述商标具有明显恶意且未提供其实际使用上述商标的证据。因此，申请人

~~6.53 大量申请注册与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等公共文化资源相同或者近似标志的大量申请注册与历史文化名人、经典名著、经典角色名称等已进入公有领域的公共文化资源相同或者近似标志的~~

案例：

~~某生物科技公司提交了“迈克尔克雷默”“詹姆斯皮布尔斯”“格雷格塞门扎”“米歇尔马约尔”等 30 余件商标注册申请，指定类别主要集中在第 5 类和第 30 类商品上。~~

~~经查，“迈克尔克雷默”“詹姆斯皮布尔斯”“格雷格塞门扎”“米歇尔马约尔”等均为诺贝尔奖获得者。该申请人大量申请知名人物姓名作为商标，利用他人声誉牟取不正当利益，扰乱正常的商标注册秩序，认定构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。~~

~~某贸易公司在第 5 类、第 25 类、第 28 类、第 30 类、第 43 类、第 44 类等 25 个类别上提交了“林黛玉的潇湘馆”“晴雯的扇子”等 36 件商标注册申请。~~

~~“林黛玉”“晴雯”为四大名著《红楼梦》中的角色名称，“潇湘馆”为林黛玉在大观园的住所名称，“晴雯撕扇”是小说中的经典情节。结合该申请人先后提交过“神瑛侍者爱浇水”“蕉下客”“刘姥姥进大观园”“藕香榭螃蟹”等商标注册申请，申请人明显具有不正当囤积与~~

申请注册多件与知名人物姓名相同或近似的商标已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。	<u>公共文化资源名称相同或者近似商标的主观意图。申请人在审查意见书回文中不能就该系列商标与自身业务关联性和作为商标申请的正当性进行充分举证说明，且未能提供证据证明该系列商标已经实际使用或者具备真实使用意图。</u> <u>综上，申请人的商标注册申请行为，已构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”之情形。</u> 案例二： 某商贸有限公司申请 20 余件商标，均指定使用于第 35 类“替他人推销；市场营销”等服务上。 经查，该申请人申请注册的商标中有 20 件商标的名称样式均为“王艺美术师的姓名+建盏”，如“陈大鹏建盏”“蔡炳龙建盏”“黄文勇建盏”“吴立主建盏”等商标。其中，陈大鹏、蔡炳龙、黄文勇、吴立主在建盏行业均有一定知名度。申请人申请上述商标具有明显恶意且未提供其实际使用上述商标的证据。因此，申请人申请注册多件与知名人物姓名相同或近似的商标已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。
6.6 大量申请注册与行政区划名称、山川名称、景点名称、建筑物名称等相同或者近似标志的 案例一：	6.64 大量申请注册与行政区划名称、山川名称、景点名称、建筑物名称等相同或者近似标志的 案例一：

某文化传媒有限公司在 20 多个类别上提交 160 余件商标注册申请，其中 100 余件为“四贤坊”“瓦市街”“马祖岩”等江西南昌、赣州的地名或景点名称。

经查，该公司为自然人投资或控股的有限责任公司，经营范围为文化艺术交流策划、企业形象策划、商务信息咨询等。申请人未就上述商标注册申请的使用意图作出合理解释。地名和景点名称为公共资源，不宜由一家企业大量注册为商标进行独占。这种大量提交地名和景点名称等公共资源作为商标的行为，具有不正当囤积公共资源的意图，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二：

某信息技术有限公司共申请注册 50 多件商标，集中指定使用于第 29 类“干蔬菜”、第 30 类“米；面条”、第 31 类“新鲜水果”等商品上。

经查，该申请人申请注册的商标大部分为地名商标，比如：“围底”“簕竹”“葵潭”“黎溪”“涧头集”“谭格庄”等。其中，“围底”为广东省罗定市围底镇名称、“簕竹”为广东省云浮市新兴县簕竹镇名称、“葵潭”为广东省揭阳市惠来县葵潭镇名称、“黎溪”为四川省凉山州会理县黎溪镇名称、“涧头集”为山东省枣庄市台儿庄区涧头集镇名称、“谭格庄”为山东省莱阳市谭格庄镇名

~~某文化传媒有限公司在 20 多个类别上提交 160 余件商标注册申请，其中 100 余件为“四贤坊”“瓦市街”“马祖岩”等江西南昌、赣州的地名或景点名称。~~

~~经查，该公司为自然人投资或控股的有限责任公司，经营范围为文化艺术交流策划、企业形象策划、商务信息咨询等。申请人未就上述商标注册申请的使用意图作出合理解释。地名和景点名称为公共资源，不宜由一家企业大量注册为商标进行独占。这种大量提交地名和景点名称等公共资源作为商标的行为，具有不正当囤积公共资源的意图，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。~~

某文化传媒有限公司共申请注册 50 多件商标，集中指定使用在第 39 类“通过互联网提供旅行信息；安排旅行”、第 43 类“酒店住宿服务；旅游房屋出租”等服务上。

经查，该申请人申请注册的商标大部分为景点名称，比如：“瓦市街”“书院街”“贡院街”“三元巷”“萝卜巷”等。其中，“瓦市街”是源自宋代的市民娱乐场所、“书院街”源自古代官办学府或私塾书院、“贡院街”是源自古代科举考场遗存、“三元巷”是纪念本地曾有金榜题名的科举荣耀、“萝卜巷”源自当地的市井生活。申请人在审查意见书回文中陈述上述商标均是源于本地的老城文化遗存，申请商标是为了更好地宣传和保护当地的文化和旅游资源，提升老城街道的知名度和关注度。申请人的陈述并不能说明由其注册为商标的合理性。且申请人未

称。申请人申请上述商标具有明显恶意且未提供其意图使用上述商标的证据。因此，申请人申请注册大量与具有一定知名度的地名等相同或者近似商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例三：

某企业管理咨询公司注册资本 10 万元，业务经营范围仅限于企业咨询服务和品牌策划。该申请人 1 年内先后在第 9 类、第 25 类、第 33 类、第 34 类和第 36 类等商品或者服务上申请注册了 100 多件商标，大多属于以下八种类型：（1）“粤港澳大湾区”“九龙半岛”“铜锣湾”“维港”“纽伦港”“北部湾”“杭州湾”等与公众知晓的公共地名名称相同的商标；（2）“抚仙湖”“鼋头渚”“清江画廊”“三峡人家”“爱晚亭”“醉翁亭”“野三坡”“塞罕坝”“壶口瀑布”“黄果树瀑布”“大梅沙”等与全国各地知名景点名称相同的商标；（3）“南京路”“春熙路”“王府井大街”“陆家嘴”“旺角”等与知名商业街区名称相同的商标；（4）“允公允能”“学以精工”“诚朴雄伟”等与南开大学、北京理工大学、南京大学等我国著名学府校训相近的商标；（5）“粤港澳大湾区”等与公众知晓的知名建筑名称相同的商标；（6）“可桢”“仲尼”“唐叔虞”“冉季载”“皋陶公”等与具有一定知名度的人名相同的商标；（7）“春分”“处暑”“大暑”“寒露”等与

能提供充分证据证明该系列商标注册申请已经实际使用或者具备真实使用意图。

申请人的商标注册申请行为，具有不正当囤积公共资源的意图，已构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要的商标注册申请”之情形。

案例二：

~~某信息技术有限公司共申请注册 50 多件商标，集中指定使用于第 29 类“干蔬菜”、第 30 类“米；面条”、第 31 类“新鲜水果”等商品上。~~

~~经查，该申请人申请注册的商标大部分为地名商标，比如：“围底”“簕竹”“葵潭”“黎溪”“涧头集”“谭格庄”等。其中，“围底”为广东省罗定市围底镇名称、“簕竹”为广东省云浮市新兴县簕竹镇名称、“葵潭”为广东省揭阳市惠来县葵潭镇名称、“黎溪”为四川省凉山州会理县黎溪镇名称、“涧头集”为山东省枣庄市台儿庄区涧头集镇名称、“谭格庄”为山东省莱阳市谭格庄镇名称。申请人申请上述商标具有明显恶意且未提供其意图使用上述商标的证据。因此，申请人申请注册大量与具有一定知名度的地名等相同或者近似商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。~~

某公司在不同类别商品或服务上共申请注册了 180 余件商标，其中

二十四节气名称相近的商标；（8）“天秤座”“天蝎座”“水瓶座”等与十二星座中文名称相同的商标。

申请人申请注册的商品及服务与申请人的业务经营范围无关联性，其申请商标指定使用的第 34 类“烟草”商品和第 36 类“银行”服务具有行业特殊性，该申请人注册商标的真实使用目的难以实现又无法举证，申请人申请商标已明显超出了正常生产经营需要，申请人大量申请商标注册，占用公共资源，扰乱了正常的商标注册和管理秩序。因此，申请人申请商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

包括多件与农产品地理标志名称相同或相近的商标，还包括多件与景点、村镇名称相同或近似的商标，其中“白水畈”商标被出提异议。且异议人提交的证据可以证明在被异议商标申请之前，“白水畈萝卜”已经做为湖北省当地的农产品地理标志商品进行使用。被异议人虽然辩称其销售的商品来自于咸宁市咸安区高桥镇白水村，但是其并非当地种植户，其将当地农产品地理标志名称作为商标注册不具有合理性。被异议人的上述行为具有抢占公共资源囤积商标的主观意图，已构成不以使用为目的的，且明显超出正常生产经营需要的商标注册申请行为，构成《商标法》第十九条第一款所指的情形。

案例三：—

某企业管理咨询公司注册资本 10 万元，业务经营范围仅限于企业咨询服务和品牌策划。该申请人 1 年内先后在第 9 类、第 25 类、第 33 类、第 34 类和第 36 类等商品或者服务上申请注册了 100 多件商标，大多属于以下八种类型：（1）“粤港澳大湾区”“九龙半岛”“铜锣湾”“维港”“纽伦港”“北部湾”“杭州湾”等与公众知晓的公共地名名称相同的商标；（2）“抚仙湖”“鼋头渚”“清江画廊”“三峡人家”“爱晚亭”“醉翁亭”“野三坡”“塞罕坝”“壶口瀑布”“黄果树瀑布”“大梅沙”等与全国各地知名景点名称相同的商标；（3）“南京路”“春熙路”“王府井大街”“陆家嘴”“旺角”等与知名商业街区名称相同的商标；（4）“允公允能”“学以精工”“诚朴雄伟”等与南开大学、

	北京理工大学、南京大学等我国著名学府校训相近的商标；（5）“粤港澳大桥”等与公众知晓的知名建筑名称相同的商标；（6）“可桢”“仲尼”“唐叔虞”“冉季载”“皋陶公”等与具有一定知名度的人名相同的商标；（7）“春分”“处暑”“大暑”“寒露”等与二十四节气名称相近的商标；（8）“天秤座”“天蝎座”“水瓶座”等与十二星座中文名称相同的商标。 申请人申请注册的商品及服务与申请人的业务经营范围无关联性，其申请商标指定使用的第34类“烟草”商品和第36类“银行”服务具有行业特殊性，该申请人注册商标的真实使用目的难以实现又无法举证，申请人申请商标已明显超出了正常生产经营需要，申请人大量申请商标注册，占用公共资源，扰乱了正常的商标注册和管理秩序。因此，申请人申请商标的行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。
6.7 大量申请注册指定商品或者服务上的通用名称、行业术语、直接表示商品或者服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量等缺乏显著性的标志的 案例： 某科技有限公司共提交400余件商标注册申请，商标名称大多数样式为：“省会简称+链”“英文计算机专业术语+TOKEN（令牌）/CHAIN（链）”，如“GSM TOKEN”“DETONE CHAIN”	6.75 大量申请注册指定商品或者服务上的通用名称、行业术语、直接表示商品或者服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量等缺乏显著性的标志的 案例： 某科技有限公司共提交400余件商标注册申请，商标名称大多数样式为：“省会简称+链”“英文计算机专业术语+TOKEN（令牌）/CHAIN（链）”，如“GSM TOKEN”“DETONE CHAIN”“CPU TOKEN”

“CPU TOKEN”等，指定使用在第3类、第5类、第9类、第12类、第18类等25个商品或者服务类别上。申请人经审查意见书程序提交了使用意图说明及证据，包括公司章程、公司名片、产品宣传页面、产品采购合同、增值税普通发票原件及复印件、商业活动公证内容说明等证据材料。

经查，该申请人为有限责任公司（自然人独资），注册资本1000万元但未公示实缴资本，经营范围为“软件技术咨询；区块链技术的技术开发、技术推广、技术转让；百货货物及技术进出口；会议服务”等。该申请人申请商标中包含的“GSM”为“全球移动通信系统”的简称；“DECODE”为“指令解码”的含义，“CPU”为“中央处理器”的简称等。该申请人虽然对其经营情况和申请商标的行为作出了说明，但提交的证明材料与申请商标并无关联，且未有其他证据予以佐证，无法形成完整的证据链证明其对申请的商标进行或准备进行真实合理的使用；且申请人未对大量提交指定商品或者服务上的行业术语作出合理说明，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

~~等，指定使用在第3类、第5类、第9类、第12类、第18类等25个商品或者服务类别上。申请人经审查意见书程序提交了使用意图说明及证据，包括公司章程、公司名片、产品宣传页面、产品采购合同、增值税普通发票原件及复印件、商业活动公证内容说明等证据材料。~~

~~经查，该申请人为有限责任公司（自然人独资），注册资本1000万元但未公示实缴资本，经营范围为“软件技术咨询；区块链技术的技术开发、技术推广、技术转让；百货货物及技术进出口；会议服务”等。该申请人申请商标中包含的“GSM”为“全球移动通信系统”的简称；“DECODE”为“指令解码”的含义，“CPU”为“中央处理器”的简称等。该申请人虽然对其经营情况和申请商标的行为作出了说明，但提交的证明材料与申请商标并无关联，且未有其他证据予以佐证，无法形成完整的证据链证明其对申请的商标进行或准备进行真实合理的使用；且申请人未对大量提交指定商品或者服务上的行业术语作出合理说明，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。~~

国务院商标管理部门在审查中发现某电子科技有限公司在短时间内集中提交110余件商标注册申请，商标样式多为芯片类技术名称英文缩写及“英文计算机专业术语+TOKEN（令牌）/CHAIN（链）”，如“DDRLP6”“LP6PIM”“GSMTOKEN”，且上述商标主要集中指定使用在第9类芯片类商品上，部分涉及第35类广告及第42类半导体设计等相关服务。

	<u>经查，该申请人为有限责任公司（自然人独资），注册资本一百万元，实缴资本约五十万元，经营范围为“集成电路设计；集成电路芯片设计及服务；集成电路芯片及产品销售；集成电路销售；技术服务、技术开发、技术咨询”等。申请商标中包含的“DDR”为电脑内存技术的简称，“PIM”是并行接口存储器芯片的简称，“LP6”即“LPDDR6”是第六代低功耗内存标准的简称，“GSM”为“全球移动通信系统”的简称。虽然该申请人在审查意见书回文中对其经营情况和申请商标的行为作出了说明，但提交的证明材料无法证明其对申请的商标进行或准备进行真实合理的使用；且申请人提交上述商标注册申请多为指定商品或服务上的“其他文字+英文行业术语”的组合形式，并未对大量申请注册指定商品或者服务上的行业术语的申请行为作出合理说明，认定构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”之情形。</u>
6.8 大量提交商标注册申请，并大量转让商标，且受让人较为分散，扰乱商标注册秩序的 案例： 某公司累计在 30 个类别上提交了 700 余件商标注册申请，其中 198 件商标注册申请已转让给他人，受让人多达 198 人。 该申请人大量提交商标注册申请的同时大量转让商标，且受让人较为分散，可以推断出申请人申请并非以使用为目的，而是为了	6.86 大量提交商标注册申请，并大量转让商标，且受让人较为分散，扰乱商标注册秩序的 案例： 某公司累计在 310 余个类别上提交了 700150 余件商标注册申请，其中 1958 件商标注册申请已转让给他人，受让人多达 19832 人。 该申请人大量提交商标注册申请的同时大量转让商标，<u>说明申请人申请注册商标并非基于自身生产经营需要。</u>且而受让人较为分散，可以

大量售卖商标牟取不当利益，明显缺乏真实使用意图，扰乱了正常的商标注册秩序，构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。	推断出申请人申请<u>注册商标</u>并非以使用为目的，而是为了大量售卖商标牟取不当利益，<u>明显缺乏真实使用意图，扰乱了正常的商标注册秩序，因此认定</u>构成《商标法》<u>第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”</u><u>第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”</u>之情形。
6.9 申请人有以牟取不当利益为目的，大量售卖，向商标在先使用人或者他人强迫商业合作，索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为的 案例： 被异议人先后在 36 个商品或者服务类别上申请注册了 600 多件商标，其中有 130 多件不同的商标在网上高价售卖，且部分售卖商标已发生实际转让。同时，异议人提供的证据表明被异议人曾存在向异议人索取高额转让费的行为。对于上述情形，被异议人未能作出合理解释。据此，本案审查认为被异议人申请注册商标并非以使用为目的，而是大量售卖或索要高额转让费，牟取不当利益。因此，被异议人上述行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。	6.97 申请人有以牟取不当利益为目的，<u>存在</u>大量售卖，向商标在先使用人或者他人强迫商业合作，索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为的 案例： <u>被异议人某公司</u>先后在 36 个商品或者服务类别上申请注册了 <u>6200 多</u>件商标，其中<u>有商标在初审公告阶段被提异议，根据异议人提供的证据显示，该被异议人</u>有 130 多件不同的商标在网上高价售卖，<u>且</u>部分售卖商标已发生实际转让，<u>。同时，异议人提供的证据表明且</u>被异议人曾存在向异议人索取高额转让费的行为。对于上述情形，被异议人未能作出合理解释。据此，本案审查认为被异议人申请注册商标并非以使用为目的，而是大量售卖或索要高额转让费，牟取不当利益。因此，被异议人上述行为已构成《商标法》<u>第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”</u><u>第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”</u>之情形。
6.10 其他可认定为有恶意的申请商标注册行为的情形	6.108 其他可以认定为<u>不以使用为目的，且明显超出正常生产经营</u>

案例一：

被异议人申请注册商标 90 余件，其中被异议 20 件。根据异议人提供的材料并经核实：某国际商贸有限公司申请商标 74 件，其中被异议 14 件；某展览（北京）有限公司申请商标 42 件，其中被异议 7 件，该公司的营业执照因未开业或未经经营已被吊销；某传媒股份有限公司申请商标 65 件，其中被异议 3 件。上述三家公司的法定代表人或股东与被异议人的法定代表人相同，可以判定上述公司与本案被异议人有关联性。被异议人及其特定关系公司在不同商品和服务类别上申请注册了多件与他在先注册使用且具有一定知名度的商标相同或者近似的商标。综合上述因素，该案认定不以使用为目的恶意申请注册的商标，不限于被异议人本人申请注册的商标，也包括与被异议人存在特定关系的自然人、法人或者非法人组织申请注册的商标，本案被异议商标与他人具有一定显著性商标完全相同，因此，被异议人该行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。

案例二：

甲市 A 品牌策划工作室共提交了 100 余件商标注册申请，商标形式大部分为两三个汉字的任意组合。商标注册部门在审查该申请人提交的商标注册申请时，发现部分商标与甲市 B 品牌策划工作室、甲市 C 服装设计工作室申请的商标相同，提交商标注册申

需要申请商标注册的情形有恶意的申请商标注册行为的情形

案例一：—

~~被异议人申请注册商标 90 余件，其中被异议 20 件。根据异议人提供的材料并经核实：某国际商贸有限公司申请商标 74 件，其中被异议 14 件；某展览（北京）有限公司申请商标 42 件，其中被异议 7 件，该公司的营业执照因未开业或未经经营已被吊销；某传媒股份有限公司申请商标 65 件，其中被异议 3 件。上述三家公司的法定代表人或股东与被异议人的法定代表人相同，可以判定上述公司与本案被异议人有关联性。被异议人及其特定关系公司在不同商品和服务类别上申请注册了多件与他在先注册使用且具有一定知名度的商标相同或者近似的商标。综合上述因素，该案认定不以使用为目的恶意申请注册的商标，不限于被异议人本人申请注册的商标，也包括与被异议人存在特定关系的自然人、法人或者非法人组织申请注册的商标，本案被异议商标与他人具有一定显著性商标完全相同，因此，被异议人该行为已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。~~

案例三：

甲市 A 文化艺术培训公司品牌策划工作室共提交了10在短时间内提交了30余件商标注册申请，商标形式大部分为两三个汉字6个英文字母的任意组合。商标注册部门国务院商标管理部门在审查该申请人提交的商标注册申请时，发现部分商标与甲市 B 网络信息咨询公司品牌策划

请时间相近。经进一步查实，甲市 A 品牌策划工作室、甲市 B 品牌策划工作室、甲市 C 服装设计工作室、甲市 D 贸易商行均为个体工商户，其法定代表人均为同一自然人，该自然人及上述主体在近一年时间内共提交 1200 余件商标注册申请。商标注册部门就上述存在特定关系的主体处在审查流程中的全部商标注册申请发出审查意见书，要求申请人就申请注册商标意图及使用情况作出说明并提供必要证据。申请人未在法定期限内回复。 该申请人及与其存在特定关系的主体短期内提交了大量商标注册申请，明显超出正常经营活动需要。申请人未对上述商标申请行为的合理性作出说明，其申请已构成《商标法》第四条所指的“不以使用为目的的恶意商标注册申请”之情形。	工作室、甲市 C 日化用品公司服装设计工作室申请的商标相同，<u>甲市 D 网络服装商行、甲市 E 贸易公司等四十多家主体申请的商标形式高度吻合、类别相互交叉、提交商标注册申请时间相近，且代理机构相同，申请地址均为甲市乙区丙街丁号。上述主体短时间内提交的商标注册申请总量多达上千件。</u>经进一步查实，甲市 A 品牌策划工作室、甲市 B 品牌策划工作室、甲市 C 服装设计工作室、甲市 D 贸易商行均为个体工商户，其法定代表人均为同一自然人，该自然人及上述主体在近一年时间内共提交 1200 余件商标注册申请<u>上述主体法定代表人为不同自然人，未查明关联关系。商标注册部门国务院商标管理部门</u>就上述<u>存在特定关系的</u>主体处在审查流程中的全部商标注册申请发出审查意见书，要求申请人就申请注册商标意图及使用情况作出说明并提供必要证据。申请人<u>未均</u>在法定期限内回复，<u>仅陈述申请商标以使用为目的，但均未提供证据证据所提交的商标注册申请已实际使用或具备真实使用意图。</u> 该系列申请人<u>及与其存在特定关系的主体</u>短期内提交<u>了大量的</u>商标注册申请，<u>缺乏真实使用意图，且</u>明显超出正常经营活动需要，<u>。申请人未对上述商标申请行为的合理性作出说明，其申请已构成《商标法》第十九条第一款所指的“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的”</u>第四条所指的“<u>不以使用为目的的恶意商标注册申请</u>”之情形。
下编第三章	下编第三章

2 释义

本条列举了不得作为商标使用的标志,明确了使用地名作为商标的限制。其目的是禁止损害或可能损害国家尊严、社会公共利益、社会公共秩序、民族团结、宗教信仰等的标志或者违反社会善良风俗、具有其他不良影响的标志获准注册和使用。如果有关标志的注册仅损害特定民事权益,由于《商标法》已经另行规定了救济方式和相应程序,不宜认定其属于具有其他不良影响的情形。“不得作为商标使用”是指除了禁止这些标志作为商标注册外,还禁止上述标志作为商标使用。

本条第一款对于特定标志进行保护,禁止其作为商标注册和使用。具体包括:我国国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章,中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形等;外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等;政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等;表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记;“红十字”“红新月”的名称、标志。

本条第一款还禁止有损公序良俗等公共利益的标志作为商标使用。具体包括:带有民族歧视性的标志;带有欺骗性,容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的标志;有害于社会主义道德风尚的标志;有其他不良影响的标志。

2 释义

本条列举了不得作为商标~~注册和~~使用的标志,明确子使用地名作为~~商标的限制~~。其目的是禁止损害或可能损害~~中国共产党的领导或党的形象~~、国家尊严、社会公共利益、社会公共秩序、民族团结、宗教信仰等的标志或者~~违反社会善良风俗~~~~违背社会公序良俗~~、具有其他不良影响的标志获准注册和使用。如果有关标志的注册仅损害特定民事权益,由于《商标法》已经另行规定了救济方式和相应程序,不宜认定其属于具有其他不良影响的情形。“不得作为商标~~注册和~~使用”是指除了禁止这些标志作为商标注册外,还禁止上述标志作为商标使用。

本条~~第一款~~对于特定标志进行保护,禁止其作为商标注册和使用。具体包括:我国~~中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章、重要理论成就、历史事件相关的标志性要素~~,国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章,中央~~和~~国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形等;外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等;政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等;表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记;“红十字”“红新月”的名称、标志。

本条~~第一款~~还禁止有损公序良俗等公共利益的标志作为商标~~注册和~~使用。具体包括:带有民族歧视性的标志;带有欺骗性,容易使公众对商品的质量、~~工艺、原料~~等特点或者产地产生误认的标志;~~有害于社会主义道德风尚~~~~违背公序良俗~~的标志;有其他不良影响的标志。

对含有上述标志的商标注册申请应严格审查审理,原则上禁止注册和使用。标志具有多种含义或者具有多种使用方式,只要其中某一含义或者使用方式容易使公众认为其属于本条第一款所规定情形的,可以认定违反该款规定,标志的具体使用情况一般不予考虑。如“叫个鸭子”,鸭子通常含义是指一种家禽,但在特殊语境下,非主流文化中亦有“男性性工作者”的含义,该标志格调不高,违背了我国公序良俗,属于有害于社会主义道德风尚的情形。

实践中不同社会群体对有关标志是否属于本款禁用情形往往存在不同的理解,但只要特定群体有合理充分的理由认为该标志用作商标违反了本款规定,则应认定为该标志属于上述禁用情形。如“MLGB”,在网络环境下特定网络使用群体认为其具有不文明含义,该标志仍属于上述禁用情形。

本条第二款规定了县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名不得作为商标。其例外情况主要包括:一是地名具有除行政区划外的其他含义,且其他含义更易于被一般公众所接受和熟知,如“凤凰”除了具有行政区划地名的含义外,还有“传说中的百鸟之王”的含义,且公众更熟知第二层含义;二是地名作为集体商标、证明商标组成部分;三是已经注册使用地名的商标继续有效。为保护商标所有人合法权益,现行法不追溯该法生效前已经注册的含有上述地名的普通商标,如“北京牌”电视机等。

对含有上述标志的商标注册申请应严格审查审理,原则上禁止注册和使用。标志具有多种含义或者具有多种使用方式,只要其中某一含义或者使用方式容易使公众认为其属于本条第一款所规定情形的,可以认定违反该款规定,标志的具体使用情况一般不予考虑。如“叫个鸭子”,鸭子通常含义是指一种家禽,但在特殊语境下,非主流文化中亦有“男性性工作者”的含义,该标志格调不高,违背了我国公序良俗,属于有害于社会主义道德风尚本条第(九)项规定的情形。

实践中不同社会群体对有关标志是否属于本款本条禁用情形往往存在不同的理解,但只要特定群体有合理充分的理由认为该标志用作商标违反了本款本条规定,则应认定为该标志属于上述禁用情形。如“MLGB”,在网络环境下特定网络使用群体认为其具有不文明含义,该标志仍属于上述禁用情形。

~~本条第二款规定了县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名不得作为商标。其例外情况主要包括:一是地名具有除行政区划外的其他含义,且其他含义更易于被一般公众所接受和熟知,如“凤凰”除了具有行政区划地名的含义外,还有“传说中的百鸟之王”的含义,且公众更熟知第二层含义;二是地名作为集体商标、证明商标组成部分;三是已经注册使用地名的商标继续有效。为保护商标所有人合法权益,现行法不追溯该法生效前已经注册的含有上述地名的普通商标,如“北京牌”电视机等。~~

新增内容。

下编第三章

2 释义

2.1 同中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章或者重要理论成就、历史事件相关的标志性要素等相同或者近似的

本条中的“中国共产党的名称”包括全称、英文简称或缩写，中文全称为“中国共产党”，英文全称是“THE COMMUNIST PARTY OF

CHINA”，英文简称或缩写为“CPC”；“党旗”



徽”



；“勋章”如



。“重要理论成就”包括毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想等。“重要历史事件”包括中国共产党成立等。

同中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章“相同或者近似”，是指

	<u>标志整体上与党的名称、党旗、党徽、勋章相同或者近似，或者标志中含有中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章。</u> <u>同中国共产党的重要理论成就、历史事件相关的标志性要素“相同或者近似”，是指标志整体上与党的重要理论成就、历史事件相关的标志性要素相同或者近似，或者标志中含有中国共产党的重要理论成就、历史事件相关的标志性要素。</u> <u>党的名称、党旗、党徽等是中国共产党的象征与标志，党的重要理论成就、重要历史事件等均关乎党的领导和党的形象，对于此类标志相关的商标应当严格审查审理，禁止上述标志注册和使用。</u>
下编第三章 2 释义 2.1 同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的 本条中的“国家名称”包括全称、简称和缩写，我国国家名称的中文全称是“中华人民共和国”，简称为“中国”“中华”，英文全称是“The People's Republic Of China”，简称或者缩写为	下编第三章 2 释义 2.12 同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央和国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的 本条中的“国家名称”包括全称、简称和缩写，我国国家名称的中文全称是“中华人民共和国”，简称为“中国”“中华”，英文全称是“The People's Republic Of China”，简称或者缩写为“CHINA”“CHN”

“CHINA”“CHN”“P.R.C”“P.R.CHINA”等；“国旗”



“国徽”



；“国歌”《义勇军进行曲》；“军旗”



等；“军徽”如  ；“勋章”如  、  等；“中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称”包括“全国人民代表大会”“国务院”“中南海”“钓鱼台”“天安门”“新华门”“紫光阁”“怀仁堂”“人民大会堂”等。

同中华人民共和国的国家名称等“相同或者近似”，是指标志整体上与国家名称等相同或者近似。对于含有中华人民共和国的国家名称等，但整体上并不相同或者不近似的标志，如果该标志作

“P.R.C”“P.R.CHINA”等；“国旗”



；“国徽”



“国歌”《义勇军进行曲》；“军旗”



等；“军徽”如



“勋章”如  、  等；“中央和国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称”包括“全国人民代表大会”“国务院”“中南海”“钓鱼台”“天安门”“新华门”“紫光阁”“怀仁堂”“人民大会堂”等。

同中华人民共和国的国家名称等“相同或者近似”，是指标志整体上与国家名称等相同或者近似。对于含有中华人民共和国的国家名称等，但整体上并不相同或者不近似的标志，如果该标志作为商标注册可能损害国家尊严的，可以认定属于《商标法》第十五条第一款第（八九）

为商标注册可能损害国家尊严的，可以认定属于《商标法》第十条第一款第（八）项规定的情形。 ……	项规定的情形。 ……
	下编第三章 <u>原第 2.2 节至第 2.8 节，依次顺延为第 2.3 节至第 2.9 节。</u>
下编第三章 2 释义 2.7 带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的 本条中的“带有欺骗性”，是指标志对其指定商品或者服务的质量等特点或者来源作了超过其固有程度或与事实不符的表示，容易使公众对商品或者服务的质量等特点或者来源产生错误的认识。如将“健康”“长寿”标志指定使用在“香烟”商品上；将“万能”标志指定使用在“药品”商品上。 判断有关标志是否属于该项情形，必须结合指定的商品或者服务本身特点进行具体分析，如“好土”用于“鸡蛋”商品上，易使消费者对商品的品质、质量、培育方式等特点产生误认，属于此类情形。 ……	下编第三章 2 释义 2.78 带有欺骗性，容易使公众对商品的质量、<u>工艺、原料</u>等特点或者产地产生误认的 本条中的“带有欺骗性”，是指标志对其指定商品或者服务的质量等特点或者来源作了超过其固有程度或与事实不符的表示，容易使公众对商品或者服务的质量等特点或者来源产生错误的认识。如将“健康”“长寿”标志指定使用在“香烟”商品上；将“万能”标志指定使用在“药品”商品上。<u>容易使公众对商品或者服务的质量等特点产生错误认识的标志，尤其不得作为商标或者商标的组成部分申请注册或者使用。</u> 判断有关标志是否属于该项情形，必须<u>基于公众的日常生活经验</u>，结合指定的商品或者服务本身特点进行具体分析，如“好土”用于“鸡蛋”商品上，易使消费者对商品的品质、质量、培育方式等特点产生误认，属于此类情形。<u>标志中容易使公众对商品或者服务的质量等特点产生错误认识的部分，即使放弃专用权，也不影响对于标志是否属于该项</u>

	<u>情形的判定。</u>
下编第三章 2 释义 2.8 有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的 本条中的“社会主义道德风尚”，是指我国公众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，富强、民主、文明、和谐、自由、平等、公正、法治、爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观，是我国各族人民共同的思想道德基础。“其他不良影响”是指除了有害于社会主义道德风尚之外的情况，一般是指标志的文字、图形或者其他构成要素具有贬损含义，或者该标志本身虽无贬损含义，但由该申请人注册使用，易对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响。有害于社会主义道德风尚或者具有其他不良影响的判定应考虑政治背景、社会背景、历史背景、文化传统、民族风俗、宗教政策等因素，并应考虑标志的构成要素及其指定的商品和服务。根据公众日常生活经验，或者辞典、工具书、权威文献，或者相关领域人士的通常认知等，能够确定有关标志或者其构成要素可能对我国社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的，可以认定具有“其他不良影响”。申请人的主观意图、使用方	下编第三章 2 释义 2.8⁹ <u>有害于社会主义道德风尚违背公序良俗</u>或者有其他不良影响的 本条中的“<u>社会主义道德风尚公序良俗</u>”，是指我国公众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，富强、民主、文明、和谐、自由、平等、公正、法治、爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观，是我国各族人民共同的思想道德基础。“其他不良影响”是指除了<u>有害于社会主义道德风尚违背公序良俗</u>之外的情况，一般是指标志的文字、图形或者其他构成要素具有贬损含义，或者该标志本身虽无贬损含义，但由该申请人注册使用，易对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响。<u>有害于社会主义道德风尚违背公序良俗</u>或者具有其他不良影响的判定应考虑政治背景、社会背景、历史背景、文化传统、民族风俗、宗教政策等因素，并应考虑标志的构成要素及其指定的商品和服务。根据公众日常生活经验，或者辞典、工具书、权威文献，或者相关领域人士的通常认知等，能够确定有关标志或者其构成要素可能对我国社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的，可以认定具有“其他不良影响”。

式、社会影响等可以作为认定是否具有“其他不良影响”的参考因素。在审查审理判断有关标志或者其构成要素是否具有“其他不良影响”时，一般以审查审理时的事实状态为准。	申请人的主观意图、使用方式、社会影响等可以作为认定是否具有“其他不良影响”的参考因素。在审查审理判断有关标志或者其构成要素是否具有“其他不良影响”时，一般以审查审理时的事实状态为准。
下编第三章 2 释义 2.9 含地名标志的审查审理 2. 9 含地名标志的审查审理 本条中的“县级以上行政区划”包括县级行政区划，如县、自治县、县级市、市辖区等；地级行政区划，如市、自治州、地区、盟等；省级行政区划，如省、直辖市、自治区；特别行政区，即香港特别行政区和澳门特别行政区；台湾地区。县级以上行政区划的地名以我国民政部发布的《中华人民共和国行政区划简册》为准。本条中的县级以上行政区划地名包括全称、简称，以及省、自治区、直辖市、特别行政区，省会城市、计划单列市、著名旅游城市名称的拼音形式。 本条中的“公众知晓的外国地名”，是指我国公众知晓的我国以外的其他国家或地区的地名。地名包括全称、简称、外文名称和通用的中文译名，如“东京”“纽约”等。我国公众不熟知的外国地名，不在禁止之列。 本条中的“地名具有其他含义”，是指地名作为词汇具有确定	下编第三章 2 释义 2.9 含地名标志的审查审理 2. 9 含地名标志的审查审理 本条中的“县级以上行政区划”包括县级行政区划，如县、自治县、县级市、市辖区等；地级行政区划，如市、自治州、地区、盟等；省级行政区划，如省、直辖市、自治区；特别行政区，即香港特别行政区和澳门特别行政区；台湾地区。县级以上行政区划的地名以我国民政部发布的《中华人民共和国行政区划简册》为准。本条中的县级以上行政区划地名包括全称、简称，以及省、自治区、直辖市、特别行政区，省会城市、计划单列市、著名旅游城市名称的拼音形式。 本条中的“公众知晓的外国地名”，是指我国公众知晓的我国以外的其他国家或地区的地名。地名包括全称、简称、外文名称和通用的中文译名，如“东京”“纽约”等。我国公众不熟知的外国地名，不在禁止之列。 本条中的“地名具有其他含义”，是指地名作为词汇具有确定含义且该含义强于作为地名的含义，不会误导公众的。

含义且该含义强于作为地名的含义，不会误导公众的。 以地名作为商标本身缺乏显著性或显著性较弱，不利于消费者区分商品和服务的来源，容易造成混乱。县级以下的行政区划或我国公众不知晓的外国地名虽然不属于该款情形，但若相应地域本身以生产某种商品或提供某种服务闻名，仍要结合申请使用的商品与服务综合判断是否属于误认情形。 实践中，有些标志由地名和其他要素组成，如果该标志因其他要素的加入，在整体上具有显著特征且整体上形成了强于上述地名以外的其他含义的，或者整体上无含义且一般不易被识别为上述地名的，可以认定不属于本款所规定的情形。	以地名作为商标本身缺乏显著性或显著性较弱，不利于消费者区分商品和服务的来源，容易造成混乱。县级以下的行政区划或我国公众不知晓的外国地名虽然不属于该款情形，但若相应地域本身以生产某种商品或提供某种服务闻名，仍要结合申请使用的商品与服务综合判断是否属于误认情形。 实践中，有些标志由地名和其他要素组成，如果该标志因其他要素的加入，在整体上具有显著特征且整体上形成了强于上述地名以外的其他含义的，或者整体上无含义且一般不易被识别为上述地名的，可以认定不属于本款所规定的情形。
新增内容。	下编第三章 3 具体适用 <u>3.1 同中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章或者重要理论成就、历史事件相关的标志性要素等相同或者近似的</u> <u>3.1.1 同中国共产党的名称相同或者近似的</u> <u>标志与中国共产党名称相同的，判定为与中国共产党名称相同。例</u> <u>如：中国共产党、中国共轘</u>。标志的含义、读音等容易使公众将其与中国共产党名称相联系的，判定为与中国共产党名称相同或近

中共 **ZHONGGONG**
中共

似。例如：_____、_____。标志的读音、含义、外观与中国共产党名称的英文简称相同，容易使公众误认为中国共产党名称的，判定

为与中国共产党名称相同。例如：CPC、CPC。

例外情形：

标志中含有“CPC”字样，但不会使公众将其与中国共产党的名称相联系的，不判为与中国共产党的名称相同或者近似。例如：

NCPCHUANUO。

3.1.2 同中国共产党的党旗、党徽、勋章相同或者近似的

有关标志与中国共产党的党旗、党徽、勋章的名称、图案等相同或近似的，足以使公众将其与中国共产党的党旗、党徽、勋章相联系的，判定为与中国共产党的党旗、党徽、勋章相同或者近似。例如：



镰刀锤头

等。

例外情形：

标志中含有“镰刀”“锤头”字样或者“镰刀图案”“锤头图案”，
但不会使公众将其与党旗、党徽、勋章相联系的，不判为与中国共产党

的党旗、党徽、勋章相同或者近似。例如： **镰 刀**。

3.1.3 同中国共产党的重要理论成就相关的标志性要素相同或者近似的

有关标志与中国共产党的重要理论成就相关的标志性要素相同或近似，或者有关标志含有中国共产党重要理论成就相关的标志性要素，足以使公众将其与中国共产党的重要理论成就相联系的，判定为与中国共产党的重要理论成就的标志性要素相同或者近似。例如：

	毛泽东思想、实事求是等。 3.1.4 同中国共产党的重要历史事件相关的标志性要素相同或者近似的 有关标志与中国共产党的重要历史事件相关的标志性要素相同或近似，或者有关标志含有中国共产党重要历史事件相关的标志性要素，足以使公众将其与中国共产党的重要历史事件相联系的，判定为与中国共产党的重要历史事件的标志性要素相同或者近似。例如： 
下编第三章 3 具体适用 3.1 同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图	下编第三章 3 具体适用 3.12 同中华人民共和国的国家名称、国旗、国徽、国歌、军旗、军徽、军歌、勋章等相同或者近似的，以及同中央和国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同

形相同的	
	下编第三章 3 具体适用 <u>原第 3.1.1 节至第 3.1.5 节，依次调整为第 3.2.1 节至第 3.2.5 节。</u>
下编第三章 3 具体适用 3.1.5 同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的 有关标志同中央国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的，审查审理时适用该项禁用规定。 ……	下编第三章 3 具体适用 3.2.5 同中央和国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的 有关标志同中央和国家机关的名称、标志、所在地特定地点的名称或者标志性建筑物的名称、图形相同的，审查审理时适用该项禁用规定。 ……
下编第三章 3 具体适用 3.2 同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的 3.2.1 同外国的国家名称相同或者近似的 …… (3) 有关标志同外国国名的旧称相同或者近似的，通常不适用	下编第三章 3 具体适用 3.2.3 同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的 3.2.3.1 同外国的国家名称相同或者近似的 …… (3) 有关标志同外国国名的旧称相同或者近似的，通常不适用上述禁用规定。例如：在服装商品上申请的天竺、花旗。但如果在特

用上述禁用规定。例如：在服装商品上申请的**天竺**、**花旗**。
但如果在特定商品上容易使公众发生商品产地误认的，适用《商标法》第十条第一款第（七）项的规定予以驳回。例如：在“大米”商品上申请的**暹罗**。

（4）有关标志的文字由两个或者两个以上中文国名简称组合而成，不会使公众发生商品产地误认的，一般不适用该项禁止性规定。例如：在“计算机”商品上申请的**德意**，在“照明器”

商品上申请的**中法**  **ZHONGFA**。但如果在特定商品上容易使公众发生商品产地误认的，适用《商标法》第十条第一款第（七）项的规定予以驳回。例如：在“化妆品”商品上申请的**韩日**，在“葡萄酒”商品上申请的**法美**。

……

定商品上容易使公众发生商品产地误认的，适用《商标法》[第十条第一款第（七）项](#)[第十五条第（八）项](#)的规定予以驳回。例如：在“大米”商品上申请的**暹罗**。

（4）有关标志的文字由两个或者两个以上中文国名简称组合而成，不会使公众发生商品产地误认的，一般不适用该项禁止性规定。例如：

在“计算机”商品上申请的**德意**，在“照明器”商品上申请的**中法**  **ZHONGFA**。但如果在特定商品上容易使公众发生商品产地误认的，适用《商标法》[第十条第一款第（七）项](#)[第十五条第（八）项](#)的规定予以驳回。例如：在“化妆品”商品上申请的**韩日**，在“葡萄酒”商品上申请的**法美**。

……

3.2.2 与外国国旗、国徽、军旗等的名称或者图案相同或者近似的

3.2.2 与外国国旗、国徽、军旗等的名称或者图案相同或者近似的	
	下编第三章 3 具体适用 <u>原第 3.3 节至第 3.8 节，依次顺延为第 3.4 节至第 3.9 节。</u>
下编第三章 3 具体适用 3.7 带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的	下编第三章 3 具体适用 3.78 带有欺骗性，容易使公众对商品的质量、 <u>工艺、原料</u> 等特点或者产地产生误认的
	下编第三章 3 具体适用 <u>原第 3.7.1 节至第 3.7.3 节，依次调整为第 3.8.1 节至第 3.8.3 节。</u> <u>原第 3.7.1.1 节至第 3.7.1.5 节，依次调整为第 3.8.1.1 节至第 3.8.1.5 节。</u> <u>原第 3.7.2.1 节至第 3.7.2.8 节，依次调整为第 3.8.1.1 节至第 3.8.1.8 节。</u>
下编第三章 3 具体适用	下编第三章 3 具体适用

3.7.1.1 容易使公众对商品或者服务的质量、品质等特点产生误认的 对“国+商标指定商品名称”作为商标申请,或者商标中含有“国+商标指定商品名称”的,以其“带有欺骗性,容易使公众对商品的质量等特点产生误认”为由予以驳回。根据标志具体情况,有损公平竞争的市场秩序,容易产生不良影响的,或缺乏显著特征的,可同时适用《商标法》第十条第一款第(八)项或者第十一条第一款第(三)项。 	3.7.1.1 容易使公众对商品或者服务的质量、品质等特点产生误认的 对“国+商标指定商品名称”作为商标申请,或者商标中含有“国+商标指定商品名称”的,以其“带有欺骗性,容易使公众对商品的质量等特点产生误认”为由予以驳回。根据标志具体情况,有损公平竞争的秩序,容易产生不良影响的,或缺乏显著特征的,可同时适用《商标法》第十<u>五</u>条第一款第(八<u>九</u>)项或者第十一<u>七</u>条第一款第(三)项。
下编第三章 3 具体适用 3.7.1.4 容易使公众对商品的重量、数量、价格、生产时间、工艺、技术等特点产生误认的 例如:  明 嘉靖十八年 指定商品: 糕点 指定商品: 珠宝首饰	下编第三章 3 具体适用 3.7.1.4 容易使公众对商品的重量、数量、价格、生产时间、工艺、技术等特点产生误认的 例如:  明 嘉靖十八年 指定商品: 糕点 指定商品: 珠宝首饰

8八块钱

指定商品：小五金器具

Tianlongnami 天龙纳米

指定商品：服装

古海共晶

指定商品：防冻液

加大号仙女

指定商品：服装

倒笃

指定商品：家禽（非活）、鱼制食品（“倒笃”是一种咸菜腌制方法）

新增内容。

8八块钱

指定商品：小五金器具

~~指定商品：服装~~

加大号仙女

~~指定商品：防冻液~~指定商品：服装

~~指定商品：服装~~

倒笃

指定商品：家禽（非活）、鱼制食品（“倒笃”是一种咸菜腌制方法）

3.8.1.6 标志中的部分文字、数字、字母等与指定使用的特定商品或者服务名称组合，容易使公众对商品或者服务的原料、成分、质量、内容等特点产生误认的。

例如：

白玉竹盐

沐爱优羊

指定商品：牙膏

古海共晶

指定商品：防冻液

（共晶技术应用于热处理工业。一种液相在一定温度下同时结晶出两种不同成分或不同晶体结构，“共晶”表示指定商品的技术特点）

千山牛

指定商品：肉

裕成井

指定商品：婴儿奶粉

天龙纳米
Tianlongnami

指定商品：服装

千禾
零加

指定商品：酱油

白象多半袋

指定商品：盐

今麦郎
1桶半

指定商品：方便面

十里鲜土

指定商品：家禽（非活）

熊猫大五星

指定服务：旅馆

例外情形：

（1）标志中的部分文字与指定使用的特定商品或者服务明显没有关联，即使组合也不导致误认的除外。

例如：

指定商品：方便面

天凯老树

指定商品：茶

好之选 **100%**

指定商品：果汁

开山牛

指定服务：旅行预订

兴成井

指定商品：水泥

枯藤●老树

KUTENGLAOSHU

指定商品：照明器械及装置

(2)标志中的部分文字与指定使用的特定商品或者服务具有一定关联，但不致导致误认的除外。

例如：

 钻 石

海飞丝

	<u>指定商品：收音机</u> <u>（钻石可作为收音机材料之一，但根据价格、稀缺度、制造难度等因素不致误认该品牌收音机核心部件为钻石）</u> <u>（3）标志中的部分文字直接指向指定使用的特定商品或者服务，公众基于日常的生活经验不致误认的除外。</u>
3.7.2 容易使公众对商品或者服务的产地、来源产生误认的 3.7.2.1 标志由地名构成或者包含地名，申请人并非来自该地，使用在指定商品上，容易使公众发生产地误认的（属于《商标法》第十条第二款规定的不得作为商标使用的情形的，应同时适用该条款） 3.7.2.2 标志文字构成与我国县级以上行政区划的地名或者公众知晓的外国地名不同，但字形、读音近似足以使公众误认为该地名，从而发生商品产地误认的 3.7.2.3 标志由我国县级以上行政区划的地名之外的其他地名构成或者含有此类地名，使用在其指定的商品上，容易使公众发生商品产地误认的	3.7.2 容易使公众对商品或者服务的产地、来源产生误认的 3.7.2.1 标志由地名构成或者包含地名，申请人并非来自该地，使用在指定商品上，容易使公众发生产地误认的（属于《商标法》<u>第十条第三款</u><u>第十六条第一款</u>规定的不得作为商标使用的情形的，应同时适用该条款） 3.7.2.2 标志文字构成与我国县级以上行政区划的<u>地名名称</u>或者公众知晓的外国地名不同，但字形、读音近似足以使公众误认为该地名，从而发生商品产地误认的 3.7.2.3 标志由我国县级以上行政区划的<u>地名名称</u>之外的其他地名构成或者含有此类地名，使用在其指定的商品上，容易使公众发生商品产地误认的

.....	
下编第三章 3 具体适用 3.8 有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的 3.8.1 有害于社会主义道德风尚的	下编第三章 3 具体适用 3.89 有害于社会主义道德风尚违背公序良俗或者有其他不良影响的 3.89.1 有害于社会主义道德风尚违背公序良俗的
	下编第三章 3 具体适用 <u>原第 3.8.1 节至第 3.8.3 节，依次调整为第 3.9.1 节至第 3.9.3 节。</u> <u>原第 3.8.2.1 节至第 3.8.2.8 节，依次调整为第 3.9.2.1 节至第 3.9.2.8 节。</u> <u>原第 3.8.3.1 节至第 3.8.3.12 节，依次调整为第 3.9.3.1 节至第 3.9.3.12 节。</u>

下编第三章 3 具体适用 3.8.2.1 与我国党和国家领导人姓名相同或者近似的 以党和国家领导人姓名或名字作为商标申请注册,对我国公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的,适用《商标法》第十条第一款第(八)项予以驳回。 与党和国家领导人姓名或名字近似的标志,足以对我国公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的,亦适用《商标法》第十条第一款第(八)项予以驳回。	下编第三章 3 具体适用 3.8.2.1 与我国党和国家领导人姓名相同或者近似的 以党和国家领导人姓名或名字作为商标申请注册,对我国公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的,适用《商标法》第十<u>五</u>条第一款第(<u>八</u><u>九</u>)项予以驳回。 与党和国家领导人姓名或名字近似的标志,足以对我国公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的,亦适用《商标法》第十<u>五</u>条第一款第(<u>八</u><u>九</u>)项予以驳回。
下编第三章 3 具体适用 3.8.2.4 与党的重要理论成就、科学论断、政治论述等相同、近似,或与国家战略、国家政策、党和国家重要会议等相同、近似,易使公众与之产生联想的 实事求是 绿水青山就是金山 六稳六保 一带一路	下编第三章 3 具体适用 3.8.2.4 与党的重要理论成就、科学论断、政治论述等相同、近似,或与国家战略、国家政策、党和国家重要会议等相同、近似,易使公众与之产生联想的 六稳六保 一带一路 粤港澳大湾区 长三角一体化

粤港澳大湾区 长三角一体化 两会 Liang Hui 金砖会晤	两会 Liang Hui 金砖会晤
下编第三章 3 具体适用 3.8.2.6 由具有政治意义的事件、地点名称等构成的  八一起义 两相坡 三条驴腿 （河北省遵化市西铺村“三条驴腿”事迹是 20 世纪 50 年代我国开展农业合作化运动的典型代表，23 户贫民办起仅有“三条驴腿”的农业生产合作社“穷棒子社”，成	下编第三章 3 具体适用 3.8.2.6 由具有政治意义的事件、地点名称等构成的 两相坡 三条驴腿 （河北省遵化市西铺村“三条驴腿”事迹是 20 世纪 50 年代我国开展农业合作化运动的典型代表，23 户贫民办起仅有“三条驴腿”的农业生产合作社“穷棒子社”，成为全国的先进典型）

为全国的先进典型)	
下编第三章 3 具体适用 3.8.3.7 与我国党政机关、军队、警察等职务、职级、职衔名称相同的，易与上述特定主体产生联系，引起混淆或误导，损害公共利益、扰乱公共秩序的 本条中的党政机关通常包括中国共产党机关、人大机关、民主党派机关、政协机关、行政机关、审判机关、检察机关等。行政机关的职务包括总理、部长、局（司）长、处长、科长、科员等；行政机关的职级包括巡视员、调研员等。军队的行政职务包括司令员、军长、师长、旅长、团长、营长、连长、排长等；军队的军衔包括将官三级即上将、中将、少将，校官四级即大校、上校、中校、少校，尉官三级即上尉、中尉、少尉等。警衔包括五等十三级，如总警监（副总警监）、警监、警督、警司、警员等。消防救援衔包括总监、副总监、助理总监、指挥长、指挥员、高级消防员、中级消防员、初级消防员等。海关关衔包括海关总监、海关副总监、关务监督、关务督察、关务督办、关务员等。外交衔级包括大使、公使、参赞、秘书、随员等。 例如：	下编第三章 3 具体适用 3.89.3.7 与我国党政机关、军队、警察等职务、职级、职衔名称相同或者近似的，以及其他易与上述特定主体产生联系，引起混淆或误导，损害公共利益、扰乱公共秩序的 本条中的党政机关通常包括中国共产党机关、人大机关、民主党派机关、政协机关、行政机关、<u>监察机关</u>、审判机关、检察机关等。行政机关的职务包括总理、部长、局（司）长、处长、科长、科员等；行政机关的职级包括巡视员、调研员等。军队的行政职务包括司令员、军长、师长、旅长、团长、营长、连长、排长等；军队的军<u>官</u>军衔包括将官三级即上将、中将、少将，校官四级即大校、上校、中校、少校，尉官三级即上尉、中尉、少尉<u>等</u>；<u>一士兵军衔包括高级军士即一级军士长、二级军士长、三级军士长，中级军士即一级上士、二级上士，初级军士即中士、下士等</u>。警衔包括五等十三级，如总警监（副总警监）、警监、警督、警司、警员等。消防救援衔包括总监、副总监、助理总监、指挥长、指挥员、高级消防员、中级消防员、初级消防员等。海关关衔包括海关总监、海关副总监、关务监督、关务督察、关务督办、关务员等。外交衔级包括大使、公使、参赞、秘书、随员等。 例如：

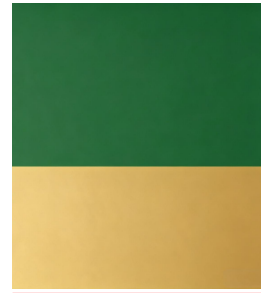
部长 军长 但标志含有我国党政机关、军队、警察等职务、职级、职衔名称相同或者近似的文字，具有其他含义，不会与特定主体产生联系或混淆，不会误导公众的除外。 例如：	部长 军长 参赞 警察 消防员 将军 参谋长 士兵 但标志中含有我国党政机关、军队、警察等职务、职级、职衔名称相同或者近似的文字，具有其他含义，不会与特定主体产生联系或混淆，不会误导公众的除外。 例如：
下编第七章 2 释义 本章规定颜色组合商标注册申请的实质审查,包括禁用条款的审查、显著特征的审查和相同、近似的审查。	下编第七章 2 释义 本章规定颜色组合商标注册申请的实质审查,包括禁用条款的审查、显著特征的审查、<u>非功能性审查</u>和相同、近似的审查。
下编第七章 3 颜色组合商标实质审查	下编第七章 3 颜色组合商标实质审查

3.1 颜色组合商标禁用条款审查 例如： 颜色组合商标以申请人说明的使用方式使用，呈现出的整体视觉效果与我国或外国国旗、国徽、军旗的颜色组合相同或者近似的，不得作为商标使用。 	3.1 颜色组合商标禁用条款审查 例如： 颜色组合商标以申请人说明的使用方式使用，呈现出的整体视觉效果与我国或外国国旗、国徽、军旗的颜色组合相同或者近似的，不得作为商标<u>注册和</u>使用。
下编第七章 3.2 颜色组合商标显著特征的审查 3.2.1 仅有指定商品的天然颜色、商品本身或者包装物以及服务场所通用或者常用颜色，不足以起到区别商品或者服务来源作用的，判定为缺乏显著特征 	下编第七章 3.2 颜色组合商标显著特征的审查 3.2.1 仅有<u>指定商品的天然颜色</u>—商品本身或者包装物以及服务场所通用或者常用颜色，不足以起到区别商品或者服务来源作用的，判定为缺乏显著特征
新增内容。	下编第七章 3 颜色组合商标实质审查 <u>3.3 颜色组合商标非功能性审查</u> <u>《商标法》第十八条规定禁止注册具有功能性的颜色组合商标。功能性是非传统商标注册不可克服的障碍。如果功能性标志被商标权人独占，将使其他市场主体处于不利竞争地位，损害公平的市场竞争秩序。功能性和显著性是两个不同的法律概念。缺乏显著性的标志可以通过使</u>

	<u>用获得注册，而具有功能性的标志即使具有显著性，能够识别来源，也排除在商标法保护范畴之外。如果颜色组合商标被认定具有功能性，不得注册。</u>
	<u>3.3.1 仅由商品自身的性质产生的颜色组合组成，即该颜色组合是为实现商品固有的目的或用途所必须采用的、在生产、加工、制作过程中自然形成的或者商品本身天然颜色的，该颜色组合商标具有功能性。</u> <u>例如：</u> <u>指定商品：交通信号灯</u> <u>商标说明：该颜色组合商标由红色(Pantone 186C)、黄色(Pantone 109C)、绿色 (Pantone 364C) 三种颜色组合构成，按图示竖向依次排列，使用于交通信号灯。其中红</u> <u>(实际使用方式图)</u>

色用于上方灯体区，黄色用于中间灯体区，绿色用于下方灯体区。虚线部分用于标示颜色在该商品上的位置，交通信号灯轮廓和外形不是商标构成要素。

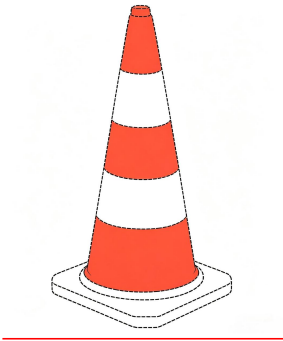
（交通信号灯用于提高通行效率，维持交通秩序，保障通行安全。国家标准 GB14887-2011《道路交通信号灯》规定：“信号灯的光色为红、黄、绿三种颜色。”这三种颜色组合是全球标准化的交通语言，对实现交通信号灯固有的用途是必不可少的，具有功能性，不得注册。）



指定商品：印刷电路板

商标说明：该颜色组合商标由绿色（Pantone 368C）和金色（Pantone 1235C）两种颜色构成，使用于印刷电路板。其中绿色用于

（实际使用方式图）

	<u>印刷电路板的绝缘底板，金色用于印刷电路板上的焊盘。</u> <u>（印刷电路板通常由绝缘底板、导电路路和焊盘组成。绝缘底板通常采用环氧树脂基油墨涂层，绿色是环氧树脂材质自身的颜色。印刷电路板上的焊盘通常采用导电性和抗氧化强的电镀镍金材质，金色是电镀镍金材质自身的颜色。印刷电路板若不采用这些材质的天然颜色，而采用其他颜色，则可能影响其成本或质量。该绿金颜色组合仅由商品的天然颜色组成，具有功能性，不得注册。）</u>
	<u>3.3.2 仅由为获得技术效果而需有的颜色组合组成，即该颜色组合是为实现特定的技术效果，或者使商品固有的功能或目的更容易地实现，该颜色组合商标具有功能性。</u> <u>例如：</u> 

指定商品：锥形交通路标

商标说明：该颜色组合商标由红色(Pantone 186C)、白色(Pantone White)两种颜色构成，按图示横向交替排列，使用于锥形交通路标。虚线部分用以表示颜色在该商品上的位置，交通路标轮廓和外形不是商标构成要素。

(实际使用方式图)

(锥形交通路标用于道路施工防护、临时交通管制或事故处置等场景中，通常是红白两种颜色组合。红色穿透力强，与白色搭配，对比度高。红白条纹相间的锥形交通路标在各种环境中都很醒目，能够迅速吸引驾驶员注意，达到警示的特定技术效果。该红白颜色组合商标具有功能性，不得注册。)



指定商品：牙科器械设备、牙科混合头

商标说明：该颜色组合商标由

(实际使用方式图)

黄色、青绿色、亮蓝色、粉色、深棕色、紫色六种颜色构成，按图示排列，成套颜色使用于牙科混合头圆形底座上。

（该颜色组合在牙科诊疗中发挥关键作用，是一种功能性技术设计。牙科混合头不同颜色分别对应不同的混合头直径。例如，黄色对应 1.2 毫米，蓝色对应 2.0 毫米，棕色对应 4.0 毫米。该颜色编码体系已被牙科专业人员普遍认可并使用。牙科专业人员能够借助颜色得以快速、准确地识别混合头的直径，确保混合头与对应针筒精准匹配，达到提高操作效率的技术效果。该颜色组合商标具有功能性，不得注册。）



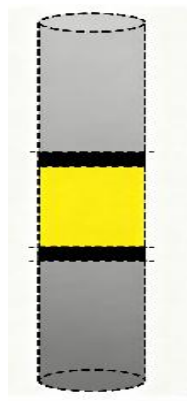
指定商品：糖果

商标说明：该颜色组合商标由绿色、白色、红色三种颜色构成，颜色比例为 2：1：7，按图示排列，

（实际使用方式图）

使用于楔形糖果表面。

（该颜色组合商标由三个横向独立色层构成，依次排列于楔形软糖表面，与西瓜切片颜色的排列组合及比例一致。外层为绿色瓜皮层，中间为细窄的白色瓜瓢层，内层为楔形主体部分红色果肉层。该颜色组合加上西瓜切片的楔形轮廓，能够唤起消费者对西瓜的联想，起到标识糖果为西瓜口味的作用，实现传递信息的技术效果，具有功能性，不得注册。）



指定商品：工业管道

商标说明：该颜色组合商标由黄色和黑色两种颜色组合构成。其中黄色为 Pantone 116 C，黑色为 Pantone Black 6 C，按图示排列，使

（实际使用方式图）

用于工业管道表面。虚线部分用以表示颜色在该商品上的位置，管道轮廓和外形不是商标的构成要素。

（工业管道是用于输送工艺介质、公用工程介质及辅助介质的管道系统总称。如果输送的物质属于危险化学品，应设置危险标识。国家标准 GB 2894-2025《安全色和安全标志》规定：“工业管道危险标识的具体方法应符合以下要求：管道上应涂 150mm 宽黄色，在黄色两侧各涂 25mm 宽黑色的色环或色带。”该黄黑颜色组合是为了提示管道内的物质为危险化学品，实现传递信息的技术效果，具有功能性，不得注册。）



指定商品：电线电缆

商标说明：该颜色组合商标由黄色（Pantone 116C）和绿色

（实际使用方式图）

	<u>（ Pantone 356C ）两种颜色构成，二者比例为 7：3，使用于电线电缆表面。</u> <u>（ 保护导体俗称地线，是用于在故障情况下防止电击所采用保护措施</u> <u>的导体。国家标准 GB/T 4026-2025《人机界面标志标识的基本和安全规则 设备端子、导体终端和导体的标识》规定：“保护导体应使用绿-黄双色组合进行标识。绿-黄双色组合是唯一公认的用于标识保护导体的颜色组合。在适用颜色标识的任一 15mm 导体上，一种颜色覆盖导体表面的 30%-70%，另一种颜色覆盖其余表面。”该黄绿颜色组合用于标识保护导体，实现传递信息的技术效果，具有功能性，不得注册。）</u>
	<u>3.3.3 仅由使商品具有实质性价值的颜色组合组成，即该颜色组合使商品具有美学价值，对消费者的购买行为产生实质性影响，该颜色组合商标具有功能性。</u>
	下编第七章 3 颜色组合商标实质审查 <u>原第 3.3 节，调整为第 3.4 节。</u> <u>原第 3.3.1 节至第 3.3.2 节，依次调整为第 3.4.1 节至第 3.4.2 节。</u>
下编第八章 2 释义 	下编第八章 2 释义

本章规定声音商标注册申请的实质审查，包括禁用条款的审查、显著特征的审查和相同、近似的审查。	本章规定声音商标注册申请的实质审查，包括禁用条款的审查、显著特征的审查、 <u>非功能性审查</u> 和相同、近似的审查。
下编第八章 3.2 声音商标显著特征审查 3.2.2 其他缺乏显著特征的声音 包括但不限于以下类型： （1）使用商品时或提供服务时难以避免或通常出现的声音。 例如： 开启酒瓶的清脆“嗒”声指定在“啤酒”上； 验钞机“哗哗”的数钱声指定在“银行”服务上。	下编第八章 3.2 声音商标显著特征审查 3.2.2 其他缺乏显著特征的声音 包括但不限于以下类型： （1）使用商品时或提供服务时难以避免或通常出现的声音。 例如： 开启酒瓶的清脆“嗒”声指定在“啤酒”上； 验钞机“哗哗”的数钱声指定在“银行”服务上。 <u>原第（2）项至第（4）项，依次调整为第（1）项至第（3）项。</u>
下编第八章 3.2 声音商标显著特征审查 3.2.3 声音商标经长期或广泛使用取得显著特征的认定 …… 又如： 本件声音商标指定使用在“提供互联网搜索引擎”等商品上以及“用于电子信息传送的计算机软件等”服务上；……	下编第八章 3.2 声音商标显著特征审查 3.2.3 声音商标经长期或广泛使用取得显著特征的认定 …… 又如： 本件声音商标指定使用在“提供互联网搜索引擎”等商品上以及“用于电子信息传送的计算机软件等”<u>等</u>服务上；……
新增内容。	下编第八章 3 声音商标实质审查

	3.3 声音商标非功能性审查 <u>《商标法》第十八条规定禁止注册具有功能性的声音商标。功能性是非传统商标注册不可克服的障碍。如果功能性标志被商标权人独占，将使其他市场主体处于不利竞争地位，损害公平的市场竞争秩序。功能性和显著性是两个不同的法律概念。缺乏显著性的标志可以通过使用获得注册，而具有功能性的标志即使具有显著性，能够识别来源，也排除在商标法保护范畴之外。如果声音商标被认定具有功能性，不得注册。</u>
	3.3.1 仅由商品自身的性质产生的声音组成，即该声音是在商品正常使用过程中自然产生的或者难以避免的，该声音商标具有功能性 <u>例如：</u> <u>“哗哗”数钱声指定使用在“自动取款机”上；</u> <u>“咔嚓”快门声指定使用在“照相机”上；</u> <u>“噗”“啪嗒”“咔嚓”点火声指定使用在“燃气炉”上；</u> <u>“突突”“嗡嗡”引擎声指定使用在“摩托车”上；</u> <u>拉链开合“嘶”“唰”声音指定使用在“拉链”上；</u> <u>开启酒瓶时清脆的“嗒”声指定使用在“啤酒”上。</u>
	3.3.2 仅由为获得技术效果而需有的声音组成，即该声音是为实现特定的技术效果，或者使商品固有的功能或目的更容易地实现，该声音商标具有功能性 <u>例如：</u>

	<u>不同节奏的倒车提示声指定使用在“车辆倒退警报器”上（由于人耳对节奏变化比较敏感，车辆倒退时警报器发出不同节奏的提示声，从“慢滴”到“快滴”再到“长鸣”，驾驶员根据提示声节奏变化就能快速判断障碍物的远近）；</u> <u>鞭炮声或爆炸声指定使用在“驱鸟器”上（鸟类对有规律的声响容易适应，而对突发性巨响非常恐惧，这是它们本能的防御反应。驱鸟器播放鞭炮声或爆炸声，能有效惊吓鸟类，迫使其逃离声源区，达到驱赶目的）。</u>
	下编第八章 3 声音商标实质审查 <u>原第 3.3 节，调整为第 3.4 节。</u> <u>原第 3.3.1 节至第 3.3.2 节，依次调整为第 3.4.1 节至第 3.4.2 节。</u>
新增内容。	<u>下编第九章 动态标志商标的审查审理</u> <u>1 法律依据</u> <u>《商标法》</u> <u>第十四条 任何能够将自然人、法人或者非法人组织的商品与他人的商品区别开的标志,包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合、声音、动态标志等,以及上述要素的组合,均可以作为商标申请注册。</u> <u>第十八条 以三维标志、颜色组合、声音、动态标志等申请注册商标的，仅由商品自身的性质产生的、为获得技术效果而需有的或者使商</u>

品具有实质性价值的形状、颜色组合、声音、动态效果等，不得注册为商标。

2 释义

本指南所称动态标志商标，是指以文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色等视觉要素，在时间维度上以连续运动、位置变化、形态变换等方式呈现，能够区分商品或服务来源的标志。动态标志商标不包含声音要素，其核心特征为时间连续性、运动变化性、整体识别性。

动态标志商标保护的是动态视觉效果的整体印象，如就动态标志变化过程中出现的文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合等构成要素单独主张权利，应另行申请注册相应商标。

本章规定的动态标志商标注册申请的实质审查，包括禁用条款审查、显著特征审查、非功能性审查和相同、近似审查。

3 动态标志商标分类

一般来说，动态标志商标依据其构成内容可分为活动影像动态标志商标、产品运动动态标志商标和手势动态标志商标。

（1）活动影像动态标志商标

（2）产品运动动态标志商标

（3）手势动态标志商标

4 动态标志商标实质审查

动态标志商标保护的是动态视觉效果的整体印象，避免孤立地对其单个静态帧或局部元素进行拆分分析，应以完整动态过程为判断单元，结合具体使用方式，整体审查动态标志的视觉效果与动态序列。

4.1 动态标志商标禁用条款审查

申请注册动态标志商标不得违反禁用条款的相关规定，具体参见本编第三章“不得作为商标标志的审查审理”。

4.2 动态标志商标显著特征审查

目前，我国消费者习惯以文字、图形等传统商标作为识别商品或服务来源的标识。动态标志表现为连续变化的动态影像，易被误认为动态广告、产品展示等内容，消费者通常不会直接将动态影像识别为区分商品或服务来源的标志，因此，动态标志商标一般不具有固有的显著特征，需要通过长期或广泛的使用，与申请主体产生稳定联系，才能具备区分商品或服务来源的功能。

在动态标志商标显著特征的判定中，消费者感知是判定动态标志商标是否具有显著特征的重要因素。

消费者对动态标志商标的识别，首先依赖其静态构成要素。静态构成要素提供了可固定、可描述、可比对的识别基础。若动态标志的静态

构成要素本身具有显著特征，则整体更容易通过使用获得动态标志商标的显著特征。值得注意的是，动态标志商标之所以能有效地吸引相关公众的注意，正是源于其独特动态变化过程所呈现的视觉效果。若动态标志的动态效果较为简单，如静态构成要素的上下左右平移、旋转，或是大小、颜色的变化等，或者动态效果为通用动效，则难以认定具有动态标志商标的显著特征。

若动态标志商标的静态构成要素缺乏显著特征，则对动态效果要求较高，需考虑动态效果是否足够独特，结合使用证据，从整体上判定动态标志商标是否具有显著特征。

4.2.1 动态标志静态构成要素仅为本商品的通用名称、图形、型号，动态效果亦缺乏显著特征的，判定为不具有显著特征。

例如：

申请动态标志商标：动态文字“咖啡”+ 咖啡豆旋转动画

动态效果：“咖啡”+ 旋转咖啡豆

指定商品：第 30 类 咖啡

驳回理由：“咖啡”是指定商品通用名称。动态效果仅为咖啡豆常规旋转，属行业通用视觉效果，该动态标志整体无法识别来源，不具备商标应有的显著特征，应予以驳回。

4.2.2 动态标志静态构成要素仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点，动态效果亦缺乏显著特征的，判

定为不具有显著特征。

例如：



指定商品：冰激凌甜点

驳回理由：本件动态标志仅直接表示了商品从包装中倾倒产品的过程等食用方式特点，不具备商标应有的显著特征，应予以驳回。

4.2.3 其他不具有显著特征的情形

以下为常见的动态标志不具有显著特征的类型。随着市场经济发展和数字化进程，动态标志是否具备商标的显著特征，还需结合社会经济发展、大众相关认知等各个方面综合研判。

（1）动态标志为公用通用符号或日常表达，依照社会通常观念，不具有作为商标的显著特征。

（2）动态过程包含太多要素、时间过长或变化过快，相关公众无法形成清晰、持久的记忆，不具有作为商标的显著特征。

（3）仅由通用动效构成，相关公众易将其视为功能提示、界面装饰

等，不具有作为商标的显著特征。

通用动效属于公有领域，行业普遍惯用，无品牌独有设计特征，全社会或同行业可自由使用，不能被单一主体注册商标垄断。

①动效类型为基础极简动态

动态过程仅为极简、无设计感的机械变化，相关公众仅视为普通视觉效果，不识别为来源标识。

位移类：左右平移、上下浮动、直线运动、缓慢滑动。

形变类：放大、缩小、拉伸、收缩、简单扭曲。

透明度：淡入、淡出、渐隐、渐变透明。

光影色彩：单色渐变、循环变色、明暗闪烁、基础发光。

旋转类：圆环旋转、线条环绕、几何图形 360° 自转。

循环律动：简单呼吸灯、规律跳动、匀速往复。

②动效类型属于行业通用 UI 或交互标准动效

互联网、软件、电子、APP、平台类动态标志商标多包含此类通用动效。

系统标配：加载转圈、下拉刷新、进度条走动、弹窗弹出、收起。

操作交互：点击反馈、滑动切换页面、按钮按压动效、图标状态切换。

	<u>通用提示：小红点跳动、消息气泡晃动、加载缓冲动画。</u> <u>该类动效为公共交互语言，为保障市场统一操作体验，任何人不能注册独占，直接认定通用、缺乏显著特征。</u> <u>③动效类型已被大量主体公开使用</u> <u>属于某领域标准、通用、惯用的动态表达，无法区分不同经营主体。</u> <u>全网、同行业大量商家、平台、软件、广告中广泛免费使用同款动效。</u> <u>该动态表达方式为行业宣传、产品展示的常规手段，无任何品牌专属限定，属于大众设计素材库常见模板。</u> <u>4.2.4 有充分证据证明动态标志通过使用取得显著特征的，可以注册为动态标志商标。</u> <u>对于可能通过使用被识别为商品或服务来源的动态标志商标注册申请，审查时可以发出审查意见书，要求申请人提交使用证据，就动态标志商标通过使用取得显著特征的情况进行说明。</u> <u>动态标志商标经过使用取得显著特征的认定适用本编第四章 2.4“经过使用取得显著特征的”的一般规则。</u> <u>在判断是否通过使用获得显著特征时，除考虑商标本身构成、指定商品或服务的类别、相关公众的认知习惯等一般因素之外，还需要结合动态标志商标的静态构成要素、动态效果、使用方式、持续使用时间、</u>
--	---

使用强度、同业经营者对同类动效的使用情况、相关行业商标使用惯例、对动态标志商标的广告宣传及其效果及相关公众的知晓程度等因素进行综合判定。

4.3 动态标志商标的非功能性审查

遵循商标法功能性排除规则，动态标志的动态特征不得由商品自身的性质产生的、为获得技术效果而需有的或者使商品具有实质性价值，否则不能注册为商标。功能性判断独立于显著特征，即便通过长期使用仍不得注册。

功能性审查核心目的是避免实现商品和服务功能目的所必须的动作，被部分申请人通过获取可无限续展的注册商标专用权的方式垄断，从而损害同行业经营者的利益。

4.3.1 动态标志的动态特征仅由商品自身的性质产生的

是指动态标志商标的动态特征，完全由商品本身的固有自然属性或基础物理形态所决定。这种特征的存在，是为了使商品能够实现其基础使用目的，而非为了区分商品来源。

这一禁注情形的核心判断依据，在于商标所使用的动态要素，是否与商品的固有属性或行业通用形态形成了必然绑定关系。在实际审查中，通常会重点关注以下两个维度：一是该要素是否为实现商品基础用途所

	<u>必须具备的，二是该要素是否属于同行业经营者在生产同类产品时通常会采用的通用形态。如果答案是肯定的，那么这一标识就无法起到区分商品来源的核心作用，本质上属于经营者在生产经营活动中为提供商品或服务而必须采用的公共资源，不具备作为商标注册的合法性基础。</u> <u>4.3.2 动态标志的动态特征为获得技术效果而需要的</u> <u>是指动态标志商标的动态特征，是为了实现某种特定技术效果、使商品具备特定功能、或使商品固有功能更容易实现所必须采用的。这类特征的核心属性是“技术效果的唯一性”：若经营者试图注册的动态要素，是实现商品技术目的的有限可选方案之一，或在技术效果实现上具有不可替代的优势，那么一旦允许其注册为商标，就意味着该经营者可以通过商标权，永久性地限制其他同类经营者采用这一技术方案或同等效果的替代设计。这将直接阻碍市场的自由竞争，与《商标法》鼓励合法竞争的立法初衷直接相悖。</u> <u>4.3.3 动态标志的动态特征是使商品具有实质性价值的</u> <u>指动态标志商标的动态特征，是因其具备的独特美学视觉吸引力，成为影响消费者购买决策的决定性因素。该独特的美学视觉特征本质上已经成为商品本身的价值组成部分，而非识别商品或服务来源的标识。若允许其作为商标注册，意味着经营者可以垄断这种美学价值，这无疑</u>
--	--

会剥夺其他经营者通过同等美学价值的设计进行公平竞争的权利。

4.4 动态标志商标相同、近似的审查

4.4.1 概念

动态标志商标相同,指商标的静态构成要素完全相同或基本无差别,动态过程、节奏、效果完全一致,整体视觉及动态效果无实质差异。

动态标志商标近似,指商标的静态核心的构成要素近似,或动态效果近似,整体易使相关公众对商品或服务的来源产生混淆。

4.4.2 特有审查原则

动态标志商标相同、近似的一般性判定原则和方法与静态商标的判定一致,采用隔离观察、整体比对和要部比对的方法,判断商标标志本身是否相同或者近似。同时考虑商标本身显著特征、在先商标知名度等因素。

基于动态标志商标所特有的动态效果,还需特别考虑静态构成要素、运动变化过程及整体动态效果。

(1) 静态优先与动态补充

先判定动态标志显著的静态构成要素,如基础图形、文字、颜色等,若静态构成要素与在先商标比对已构成近似,直接认定近似。若静态差异明显,再看动态效果,如运动轨迹、节奏、方向、变化方式、时长、

	<u>特效等，是否足以区分来源。</u> <u>在动态标志商标的呈现中，文字图形等要素可能只会在特定时间段内出现，然后消失或转变为其他要素。因此，导致标志之间产生相似性的要素必须出现足够长的时间，才能让消费者能够感知或识别到它们。</u> <u>（2）动态过程完整比对</u> <u>比对动态标志全部动态序列，如关键帧、变化流程、起止状态等，而非单帧画面。单帧近似不等于整体近似，需看整体动态印象。</u> <u>（3）多视觉要素综合判断</u> <u>综合多视觉要素进行判断，在视觉上要对比图形、文字、色彩、运动轨迹、节奏，在概念上要考虑动态标志商标所传递的含义、商标联想是否近似。</u> <u>（4）区分通用动效与显著动效</u> <u>行业通用、功能性动效，如播放进度条、加载动画不具显著特征，不作为动态标志近似判断内容，仅独特、显著的动态特征才纳入比对范围。</u> <u>4.4.3 具体适用：动态标志商标近似的审查</u> <u>4.4.3.1 动态标志商标与静态商标的相同近似审查</u> <u>动态标志商标与静态商标构成近似的情形中，仅动态标志商标具备</u>
--	--

	<u>完整的时间维度属性，静态商标无数值、时序、轨迹、节奏层面的特征。因此，二者之间不可能进行动态过程维度的直接比对，只能通过关键帧比对中介完成间接比对，这是由两类商标的本质属性差异决定的。</u> <u>商标近似的核心判定依据为：动态标志商标的完整运动过程中，存在稳定呈现、停留时间最长、最易被相关公众记忆的一幅或多幅关键帧，该关键帧的核心识别要素与在先静态商标视觉近似；关键帧的选取，是动态标志商标与静态商标构成近似场景下审查工作的核心前置环节，关键帧必须从动态标志商标的完整自然循环中提取，不能是人为刻意制造的非典型画面；提取标准需覆盖动态的起始、峰值、停顿、结束等核心节点，足以完整反映动态的核心视觉特征。</u> <u>（1）动态标志商标与文字商标近似</u> <u>动态标志商标</u>
--	---



(部分图样)

商标说明：该动态商标由 24 个图形组成，显示该商标随时间的变化状态。每幅图右下角的数字代表图形的顺序，并非构成商标的要素。图中展示了一个手形人物，食指伸出，排列在一个相当圆形的框架内，先下降再上升（见图 1 至图 6），食指尖有光芒闪烁（见图 7 至图 7），整体明亮变化（见图 14 至图 14）。总运动标记大约是一秒。

文字商标



审查要点：动态标志商标虽然通过动画效果展示图形和文字的形成过程，但核心识别要素仍是“switch on”英文字母组合。消费者在识别时，最终看到的是完整“switch on”英文字母组合，与在先英文字母组合商标在视觉上基本无差异。因此，两商标构成近似。

审查结论：两商标构成近似商标，驳回商标注册申请。

（2）动态标志商标与图形商标近似



图形商标

动态标志商标

审查要点：动态标志商标中的卡通狗动画图形与在先卡通狗图形商标在整体构图、形态特征上高度相似。虽然动态标志商标增加了玩耍动作，但这种动态变化并未改变卡通狗的基本形态。消费者在识别时，会将两者视为具有相同卡通狗特征的商标。因此，两商标构成近似。

审查结论：两商标构成近似商标，驳回商标注册申请。

4.4.3.2 动态标志商标之间相同、近似的审查

在动态标志商标与动态标志商标构成近似场景中，两件商标均为完整的动态标识，比对需同时覆盖静态构成要素与动态过程要素。需综合考量静态构成要素的近似度、动态变化方式的近似度，以及二者组合后的整体视觉观感。其中动态变化方式的比对细节，涵盖运动轨迹、形变逻辑、变换节奏、运动时长、颜色变化顺序等子维度。

动态标志商标与动态标志商标构成近似，遵循双要素自由组合、综合判断混淆可能性的核心裁量依据：静态构成要素、动态过程两个维度中，任一维度达到近似程度，且另一维度的差异不足以消解相关公众的混淆联想，即可直接认定为近似商标。

（1）动态标志商标静态构成要素近似，动态过程存在差异，整体易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆的，判定为近似商标。

静态构成要素是动态标志商标的主要识别记忆点，尤其是当静态构成要素包含显著性较强的文字或图形，或在先静态商标具备较高知名度或显著性较强时，静态近似的权重会显著高于动态差异。即便动态轨迹、节奏、形变逻辑有明显区别，但由于静态基底已经建立了稳定的市场识别关联，动态层面的差异不足以割裂消费者的混淆联想，最终仍会被认定为近似商标。

(2)动态标志商标静态构成要素未构成近似,但动态过程高度近似,整体易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆的,判定为近似商标。

这是动态标志商标独有的近似类型,也是实务中最容易被忽略的混淆形态,其核心前提是该动态过程具备显著特征,即动态过程并非行业通用效果,而是经过独创设计、已在相关公众中形成独立识别性的专属运动轨迹。若动态属于行业通用效果,如电子产品的标准开机动画、APP的通用加载转圈、视频播放器的标准进度条动态,则即便动态过程完全一致,也无法单独支撑近似认定。

两件商标的静态图形、文字、配色差异明显,但整套动态演变流程,如核心运动路径、形变顺序、变换节奏、关键帧停顿时长高度趋同,且该动态过程已在市场中形成了独立于静态基底的专属识别性,此时静态层面的差异无法阻断消费者的混淆联想,即可认定为近似商标。

(3)动态标志商标静态构成要素近似,动态过程亦近似,整体易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆的,判定为近似商标。

这是动态标志商标与动态标志商标构成近似场景下混淆可能性最高的近似形态,是最稳定的近似结论。

静态构成要素的核心识别要素高度近似,同时动态过程的核心运动逻辑、演变节奏高度近似,两个维度的近似叠加放大了整体混淆效果,

	即便二者在一些非核心动态细节上存在差异，也不足以消解消费者的混淆联想。
	原《指南》下编第九章至第十九章，依次顺延至第十章至第二十章。
下编第十章 3 驰名商标认定的原则	下编第十一章 3 驰名商标情况确认认定的原则
下编第十章 3.1 个案认定原则 首先，请求驰名商标保护的当事人（以下简称当事人）只有在具体的商标案件中，认为系争商标构成对其已为相关公众所熟知商标的复制、摹仿、翻译并且容易导致混淆或者误导公众，致使其利益可能受到损害时才可以提起驰名商标认定。其次，在需要认定驰名商标的案件中，驰名商标的认定结果只对本案有效。曾被认定为驰名商标的，在本案中可以作为驰名商标受保护的记录予以考虑。	下编第十一章 3.1 个案确认认定原则 首先，请求驰名商标保护的当事人（以下简称当事人）只有在具体的商标案件中，认为系争商标构成对其已为相关公众所熟知商标的复制、摹仿、翻译并且容易导致混淆或者误导公众，致使其利益可能受到损害时才可以提起驰名商标认定请求对商标驰名情况作出确认。其次，在需要认定驰名商标对商标驰名情况作出确认的案件中，驰名商标的认定确认结果只对本案有效。曾被认定为驰名商标的，在本案中可以作为驰名商标受保护的记录予以考虑。
下编第十章 3.2 被动保护原则 商标注册部门可以在具体的商标案件中应当事人的请求就其商标是否驰名进行认定，并在事实认定的基础上作出决定或裁决。当事人未主张驰名商标保护的，商标注册部门不予主动认定。	下编第十一章 3.2 被动保护原则 商标注册部门国务院商标管理部门可以在具体的商标案件中应当事人的请求就其商标是否驰名进行确认认定，并在事实认定确认的基础上作出决定或裁决。当事人未主张驰名商标保护的，商标注册部门国务院商标管理部门不予主动认定确认。

下编第十章 3.3 按需认定原则 当事人商标确需通过认定驰名商标依据《商标法》第十三条予以保护的，商标注册部门可就其商标是否驰名进行认定。如果根据在案证据能够适用《商标法》其他条款对当事人商标予以保护的，或系争商标的注册使用不会导致混淆或者误导公众，致使当事人利益可能受到损害的，商标注册部门无须对当事人商标是否驰名进行认定。	下编第十一章 3.3 按需<u>确认认定</u>原则 当事人商标确需通过<u>认定驰名商标对商标驰名情况作出确认</u>依据《商标法》第<u>十三</u><u>二十一</u>条予以保护的，<u>商标注册部门</u><u>国务院商标管理部门</u>可就其商标是否驰名<u>的情况</u>进行<u>认定确认</u>。如果根据在案证据能够适用《商标法》其他条款对当事人商标予以保护的，或系争商标的注册使用不会导致混淆或者误导公众，致使当事人利益可能受到损害的，<u>商标注册部门</u><u>国务院商标管理部门</u>无须对当事人商标是否驰名进行<u>认定确认</u>。
下编第十章 3.4 诚实信用原则 当事人请求驰名商标保护应当遵循诚实信用原则，对所述事实及所提交证据材料的真实性、准确性和完整性负责，并书面承诺依法承担不实承诺的法律责任。当事人若在国家企业信用信息公示系统和“信用中国”网站被列入异常经营名录、严重违法失信名单、失信联合惩戒对象名单，以及近三年存在股权冻结、欠税、刑事犯罪等情形的，不再对当事人商标是否驰名进行认定。	下编第十一章 3.4 <u>诚实信用</u><u>诚信</u>原则 当事人请求驰名商标保护应当遵循<u>诚实信用</u><u>诚信</u>原则，对所述事实及所提交证据材料的真实性、准确性和完整性负责，并书面承诺依法承担不实承诺的法律责任。当事人若在国家企业信用信息公示系统和“信用中国”网站被列入异常经营名录、严重违法失信名单、失信联合惩戒对象名单，以及近三年存在股权冻结、欠税、刑事犯罪等情形的，不再对当事人商标是否驰名进行<u>认定确认</u>。

下编第十章 4 适用要件 4.1 《商标法》第十三条第二款的适用要件 适用《商标法》第十三条第二款须符合下列要件： 	下编第十一章 4 适用要件 4.1 《商标法》第十三<u>三十二</u>条第二<u>三</u>款的适用要件 适用《商标法》第十三<u>三十二</u>条第二<u>三</u>款须符合下列要件：
下编第十章 4 适用要件 4.2 《商标法》第十三条第三款的适用要件 适用《商标法》第十三条第三款须符合下列要件： （1）当事人商标在系争商标申请日前已经驰名且已经在中国注册； 	下编第十一章 4 适用要件 4.2 《商标法》第十三<u>三十二</u>条第三<u>二</u>款的适用要件 适用《商标法》第十三<u>三十二</u>条第三<u>二</u>款须符合下列要件： （1）当事人商标在系争商标申请日前已经驰名，<u>未在中国注册的商标应不违反《商标法》第二章的相关规定且已经在中国注册</u>；
下编第十章 5 驰名商标的判定 5.2 考虑因素 认定是否构成驰名商标，应当视个案情况综合考虑下列各项因素： （1）相关公众对该商标的知晓程度； （2）该商标使用的持续时间； （3）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围；	下编第十一章 5 驰名商标的判定 5.2 考虑因素 <u>认定确认</u>是否构成驰名商标，应当视个案情况综合考虑下列各项因素： （1）相关公众对该商标的知晓程度； （2）该商标使用的持续时间、<u>方式和地域范围</u>； （3）该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地<u>理域</u>范围；

(4) 该商标作为驰名商标受保护的记录； (5) 该商标驰名的其他因素。	(4) 该商标<u>受保护的记录，特别是</u>作为驰名商标受保护的记录； (5) 该商标驰名的其他因素。
下编第十章 5 驰名商标的判定 5.3 相关证据 认定驰名商标可以根据下列证据予以综合判定： …… (7) 该商标被认定为驰名商标并给予保护的相关法律文件，以及该商标被侵权或者假冒的情况； ……	下编第<u>十一</u>章 5 驰名商标的判定 5.3 相关证据 <u>认定确认</u>驰名商标可以根据下列证据予以综合判定： …… (7) 该商标<u>受保护的记录，包括在商标行政案件、司法案件中被认定为有知名度的证据，特别是被认定为作为</u>驰名商标<u>并予以受</u>保护的相 关法律文件，以及该商标被侵权或者假冒的情况； ……
下编第十章 5 驰名商标的判定 5.4 认定驰名的其他证据要求 …… (4) 当事人提交的域外证据材料，应当能够据以证明该商标为中国相关公众所知晓。 对请求认定该商标为驰名商标的，不能满足上述全部条件，但当事人已提交的在案证据能够证明该商标在市场上确实享有较高声誉，足以认定为驰名商标的，也可以认定。	下编第<u>十一</u>章 5 驰名商标的判定 5.4 <u>确认认定</u>驰名<u>商标</u>的其他证据要求 …… (4) 当事人提交的域外证据材料，应当能够据以证明该商标为中国相关公众所知晓。 对请求认定该商标为驰名商标的，不能满足上述全部条件，但当事人已提交的在案证据能够证明该商标在市场上确实享有较高声誉，足以<u>确认认定为</u>驰名商标<u>情况</u>的，也可以<u>确认认定</u>。

驰名商标的认定,不以该商标在中国注册、申请注册或者该商标所使用的商品或者服务在中国实际生产、销售或者提供为前提,该商标所使用的商品或者服务的宣传活动,亦为该商标的使用,与之有关的材料可以作为判断该商标是否驰名的证据。 (6)当事人请求驰名商标保护应当遵循诚实信用原则,并对事实及所提交的证据材料的真实性负责。对于当事人提交虚假材料或者不良企业信用记录的,不予认定。	驰名商标情况的确认认定,不以该商标在中国注册、申请注册或者该商标所使用的商品或者服务在中国实际生产、销售或者提供为前提,该商标所使用的商品或者服务的宣传活动,亦为该商标的使用,与之有关的材料可以作为判断该商标是否驰名的证据。 (6)当事人请求驰名商标保护应当遵循诚实信用诚信原则,并对事实及所提交的证据材料的真实性负责。对于当事人提交虚假材料或者不良企业信用记录的,不予确认认定。
下编第十章 9 典型案例 案例一:“外研社”商标异议案 (2)审查要点。 因此,被异议商标的申请注册已构成对异议人商标的抄袭和摹仿,易误导公众,致使异议人的利益可能受到损害,违反了《商标法》第十三条第三款的相关规定。 案例二:“SKECHERS”商标异议案 (2)审查要点。 因此,被异议商标的申请注册已构成对异议人驰名商标的	下编第十一十章 9 典型案例 案例一:“外研社”商标异议案 (2)审查要点。 因此,被异议商标的申请注册已构成对异议人商标的抄袭和摹仿,易误导公众,致使异议人的利益可能受到损害,违反了2019年《商标法》第十三条第三款的相关规定。 案例二:“SKECHERS”商标异议案 (2)审查要点。 因此,被异议商标的申请注册已构成对异议人驰名商标的复制,

复制，易误导公众，致使异议人的利益可能受到损害，违反了《商标法》第十三条第三款的相关规定。

.....

案例四：“施華洛及图”商标无效宣告案

.....

（2）审理要点。

《商标法》第四十五条第一款规定，申请人以《商标法》第十三条之规定宣告争议商标注册无效的期限为自商标注册之日起五年内，但对恶意注册的，驰名商标所有人不受五年的时间限制。本案中，根据申请人提交的证据以及商标注册部门查明的事实可知，在争议商标申请注册之前，.....。

案例五：“ ”商标异议复审案

.....

（2）审理要点。

……依据修改后的《商标法》第十四条，可以认定引证商标为“服装、鞋、帽”商品上的驰名商标。被异议商标与申请人具有独创性的引证商标均为纯图形商标，整体视觉效果相近，虽然被异议商标指定使用的“人用药”等商品与申请人引证商标核定使用的“服装”等商品关联性不强，但鉴于申请人引证商标已为社会公众广为知晓，被异议商标申请注册在“人用药”等商品上，易误导公众并

易误导公众，致使异议人的利益可能受到损害，违反了 2019年《商标法》第十三条第三款的相关规定。

.....

案例四：“施華洛及图”商标无效宣告案

.....

（2）审理要点。

修改后的《商标法》第四十五五十一条第一款规定，申请人以《商标法》第十三二十一条之规定宣告争议商标注册无效的期限为自商标注册之日起五年内，但对恶意注册的，驰名商标所有人不受五年的时间限制。本案中，根据申请人提交的证据以及商标注册部门国务院商标管理部门查明的事实可知，在争议商标申请注册之前，.....。

案例五：“ ”商标异议复审案

.....

（2）审理要点。

……依据修改后的2019年《商标法》第十四条，可以认定引证商标为“服装、鞋、帽”商品上的驰名商标。被异议商标与申请人具有独创性的引证商标均为纯图形商标，整体视觉效果相近，虽然被异议商标指定使用的“人用药”等商品与申请人引证商标核定使用的“服装”等商品关联性不强，但鉴于申请人引证商标已为社会公众广为知晓，被异议商标申请注册在“人用药”等商品上，易误导公众并损害申请人驰名商

损害申请人驰名商标的利益。因此，被异议商标的申请注册违反了《商标法》第十三条第三款的相关规定。	标的利益。因此，被异议商标的申请注册违反了 <u>2019 年</u> 《商标法》第十三条第三款的相关规定。
下编第十四章 第十四章 损害他人在先权利的审查审理	下编第十四 <u>四</u> 章 第十四章 损害他人在先 <u>合法权</u> <u>利益</u> 的审查审理
下编第十四章 1 法律依据 《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，……。	下编第十四 <u>四</u> 章 1 法律依据 《商标法》 第 <u>三十二</u> <u>二十四</u> 条 申请商标注册不得损害他人现有的在先 <u>合法权</u> <u>利益</u> ，……。
下编第十四章 2 释义 本条规定的在先权利是指在系争商标申请注册日之前已经取得的，除商标权以外的其他权利，包括字号权、著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权、地理标志以及应予保护的其他合法在先权益。 “现有”是指系争商标申请注册日前已经享有并合法存续。系争商标核准注册时在先权利已不存在的，不影响系争商标的注册。	下编第十四 <u>四</u> 章 2 释义 本条规定的在先 <u>合法权益</u> <u>权利</u> 是指 <u>当事人</u> 在系争商标申请注册日之前已经 <u>取得享有的</u> ，除商标权以外的其他 <u>权利民事权益</u> ，包括 <u>字号权名称权</u> 、著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权、地理标志以及 <u>其他</u> 应予保护的 <u>其他</u> 合法 <u>在先</u> 权益。 “现有”是指系争商标申请注册日前已经享有并合法存续。系争商标核准注册时在先 <u>权利权益</u> 已不存在的，不影响系争商标的注册。
下编第十四章 3 具体在先权利的审查审理 3.1 字 号 权	下编第十四 <u>四</u> 章 3 具体在先权 <u>利益</u> 的审查审理 3.1 <u>字-号名 称</u> 权

3.1.1 概 述 将与他人在先登记、使用并具有一定知名度的字号相同或者基本相同的文字申请注册为商标，容易导致中国相关公众混淆，致使在先字号权人的利益可能受到损害的，应当认定为对他人在先字号权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 当事人以具有一定市场知名度并已与企业建立稳定对应关系的企业名称的简称为依据提出主张的，适用本指南。 以事业单位及其他组织的名称、个人合伙及个体工商户的字号提出主张的，参照适用本指南。	3.1.1 概 述 将与他人在先登记、使用并具有一定知名度的<u>字号法人、非法人组织名称（包括字号等）</u>相同或者基本相同的文字申请注册为商标，容易导致中国相关公众混淆，致使在先<u>字号名称</u>权人的利益可能受到损害的，应当认定为对他人在先<u>字号名称</u>权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 当事人以具有一定市场知名度并已与<u>企业法人、非法人组织</u>建立稳定对应关系的<u>企业</u>名称的简称为依据提出主张的，<u>参照</u>适用本指南。 以<u>事业单位及其他组织的名称、个人合伙及</u>个体工商户的字号提出主张的，参照适用本指南。
下编第十四章 3.1.2 适用要件 （1）在系争商标申请注册日之前，他人已在先登记或使用其字号。 （2）在系争商标申请注册日之前，该字号在中国相关公众中已具有一定的知名度。 （3）系争商标的注册与使用容易导致中国相关公众误以为该商标所标示的商品或者服务来自字号权人，或者与字号权人有某种特定联系，致使在先字号权人的利益可能受到损害。 原则上系争商标与在先字号相同或基本相同时容易产生混淆，	下编第十四<u>五</u>章 3.1.2 适用要件 （1）在系争商标申请注册日之前，他人已在先登记或使用其<u>字号名称（包括字号、简称等）</u>。 （2）在系争商标申请注册日之前，该<u>字号名称（包括字号、简称等）</u>在中国相关公众中已具有一定的知名度。 （3）系争商标的注册与使用容易导致中国相关公众误以为该商标所标示的商品或者服务来自<u>字号权名称权</u>人，或者与<u>字号权名称权</u>人有某种特定联系，致使在先<u>字号权名称权</u>人的利益可能受到损害。 <u>原则上系争商标与在先字号相同或基本相同时容易产生混淆，但在</u>

但在个案中应根据在先字号的独创性、知名度对系争商标与字号是否构成基本相同进行判断。其次，对在先字号权的保护原则上应当以与字号权人实际经营的商品或者服务相同或者类似的商品或者服务为限，但在个案中应根据在先字号的独创性、知名度，以及双方商品或者服务的关联程度，具体确定该在先字号的保护范围。	本案中应根据在先字号的独创性、知名度对系争商标与字号是否构成基本相同进行判断。其次，对在先字号权的保护原则上应当以与字号权人实际经营的商品或者服务相同或者类似的商品或者服务为限，但在个案中应根据在先字号的独创性、知名度，以及双方商品或者服务的关联程度，具体确定该在先字号的保护范围。<u>对在先名称权的保护，原则上以系争商标与在先名称（包括字号、简称等）相同或基本相同，指定使用的商品或服务与在先名称权人实际经营的商品或服务相同或者类似为限。</u> <u>在个案中若系争商标与在先名称（包括字号、简称等）近似，指定使用的商品或服务与在先名称权人实际经营的商品或服务具有密切关联，应结合在先名称（包括字号、简称等）的独特性、知名度等因素确定该在先名称权的保护范围。</u>
下编第十四章 3.2 著作权 3.2.1 概述 未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，应认定为对他人在先著作权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 “作品”是指受到《著作权法》保护的客体。在先著作权是指系争商标申请注册日之前，作品已经创作完成。	下编第十四<u>五</u>章 3.2 著作权 3.2.1 概述 未经<u>著作权人</u>的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，应认定为对他人在先著作权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 “作品”是指受到《著作权法》保护的客体。<u>受《著作权法》保护的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现</u>

	<u>的智力成果。</u>在先著作权是指系争商标申请注册日之前，作品已经创作完成，<u>著作权人据此享有的在先权利。</u>
下编第十四章 3.2.2 适用要件 （1）在系争商标申请注册之前他人已在先享有著作权，且该著作权在保护期限内。 在先享有著作权的事实可以用下列证据材料加以证明：在先公开发表该作品的证据材料，在先创作完成该作品的证据材料，著作权登记证书，通过继承、转让等方式取得在先著作权的证据材料等。对生效裁判文书中确认的当事人在先享有著作权的事实，在没有充分相反证据的情况下，可以予以认可。商标注册证或晚于系争商标申请注册日进行登记的著作权登记证书不能单独作为认定在先著作权成立的证据。 （2）系争商标与他人在先享有著作权的作品相同或者实质性相似。 （3）系争商标注册申请人接触过或者有可能接触到他人享有著作权的作品。 如果系争商标注册申请人能够证明系争商标是独立创作完成的，则不构成对他人在先著作权的损害。 （4）系争商标的注册申请未经著作权人许可。	下编第十四<u>五</u>章 3.2.2 适用要件 （1）在系争商标申请注册之前他人已<u>在先享有著作权享有在先著作权</u>，且该著作权在保护期限内。 <u>我国作品登记制度采用自愿登记原则，著作权登记审查仅为形式审查而非实质审查，当事人不因作品登记而当然享有著作权。认定享有在先著作权的，须以所主张的客体受著作权法保护为前提。</u> <u>在先享有著作权的事实可以用下列证据材料加以证明：在先公开发表该作品的证据材料，在先创作完成该作品的证据材料，著作权登记证书，通过继承、转让等方式取得在先著作权的证据材料等。对生效裁判文书中确认的当事人在先享有著作权的事实，在没有充分相反证据的情况下，可以予以认可。商标注册证或晚于系争商标申请注册日进行登记的著作权登记证书不能单独作为认定在先著作权成立的证据。下列证据可以作为认定在先著作权归属的初步证据：涉及著作权的设计底稿、原件等在先创作完成该作品的证据，通过继承、转让等方式取得在先著作权的证据，在先公开发表该作品的证据，在系争商标申请日之前的著作权登记证书等。</u> <u>商标公告、商标注册证等可以作为确定当事人为有权主张在先著作</u>

系争商标注册人主张系争商标的注册申请取得了著作权人许可的，应承担许可事实的举证责任。	<u>权的利害关系人的初步证据。</u> (2)系争商标与他人<u>在先</u>享有<u>在先</u>著作权的作品相同或者实质性相似。 <u>在判断是否构成实质性相似时，应当比较作品中具有独创性的部分与系争商标的相应部分，在表达上是否相同或相似。</u> (3)系争商标注册申请人接触过或者有可能接触到他人享有<u>在先</u>著作权的作品。 <u>如果系争商标注册申请人能够证明系争商标是独立创作完成的，则不构成对他人在先著作权的损害。</u> (4)系争商标的注册申请未经<u>在先</u>著作权人许可。 系争商标注册人主张系争商标的注册申请取得了著作权人许可的，应承担许可事实的举证责任。 <u>在个案中系争商标注册申请人能够证明系争商标是独立创作完成的，不构成对他人在先著作权的损害。</u>
新增内容。	下编第十四<u>五</u>章 3.2.2 适用要件 <u>典型案例：“HOPPI JUJU WIPES 及图” 商标异议案</u> <u>(1) 商标信息。</u>



指定商品：笔、纸巾、文具等

（2）审理要点。

首先，“奶龙”是原创动漫 IP，角色源起于一只年龄为 1 岁的外星恐龙，其身体圆润，形象活泼可爱，体现了创作者的智力劳动与独特构思，属于著作权法保护的美术作品。异议人提交的其法定代表人著作权登记证书（二维形象为）、异议人“奶龙及图”商标注册证、“奶龙”动画片在抖音平台播放的数据等证据表明，异议人法定代表人为“奶龙”美术作品的著作权人。“奶龙”美术作品经历了创作完成、公开发表和著作权登记等相关程序。在被异议商标申请日前的登记证书与公开使用证据相结合，足以证明其权利的稳定性。其次，异议人的奶龙外观设计专利权证书及在先商标注册证等证据表明，异议人是

	<u>“奶龙” IP 形象的主要运营人。通过异议人的宣传使用，“奶龙”已与异议人建立了稳定的联系，若核准被异议商标注册使用，必然会损害异议人的在先权利，因此异议人作为该美术作品的利害关系人有权主张著作权。再次，被异议商标图形部分与“奶龙”在线条勾勒、轮廓形态与整体表达上高度相似。被异议商标图形形象单脚站立的姿态、双手伸展的动作及可爱的面部表情，恰恰与“奶龙”美术作品所特有的艺术神韵极为相似，相关公众极易被其图形部分所吸引，并误认其为“奶龙”美术作品，因此二者构成实质性相似。最后，异议人通过抖音、腾讯视频等媒体的广泛传播，“奶龙”已在相关公众中具有很高的知名度，被异议人存在接触到上述美术作品的可能性。被异议人也未提供证据证明被异议商标系其独立创作完成，因此，被异议商标的注册损害了异议人法定代表人的在先著作权。</u>
下编第十四章 3.4 姓名权 3.4.1 概述	下编第十四 <u>四</u> 五章 3.4 姓名权 3.4.1 概述

..... 他人的姓名包括本名、笔名、艺名、译名、别名等。 “他人”是指系争商标申请注册时在世的自然人。系争商标核准注册时自然人已不在世的，不适用本规定。	 他人的姓名包括本名、笔名、艺名、译名、别名、<u>网名、姓名的简称</u>等。 “他人”是指系争商标申请注册时在世的自然人。系争商标核准注册时自然人已不在世的，不适用本<u>条</u>规定。
下编第十四章 3.4.2 适用要件 (1) 姓名具有一定的知名度，与自然人建立了稳定的对应关系，在相关公众的认知中，指向该姓名权人。 (2) 系争商标的注册给他人姓名权可能造成损害。 在个案中综合考虑姓名的知名程度以及系争商标指定的商品或者服务与姓名权人知名领域的关联程度，具体确定该在先姓名权的保护范围。 	下编第十四<u>五</u>章 3.4.2 适用要件 (1) 姓名具有一定的知名度，与<u>特定的</u>自然人建立了稳定的对应关系，在相关公众的认知中，指向该姓名权人。 (2) 系争商标的注册给他人姓名权可能造成损害。 <u>相关公众容易认为标有系争商标的商品或者服务经过该自然人许可或者与该自然人存在特定联系的，可以认定损害了该自然人的姓名权。</u> 在个案中综合考虑姓名的知名程度以及系争商标指定的商品或者服务与姓名权人知名领域的关联程度，具体确定该在先姓名权的保护范围。
下编第十四章 3.4.3 涉及姓名权保护的其他问题 使用姓名申请注册商标，不符合上述姓名权保护适用要件，但误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》第十条第一款第（七）项、第（八）项的规定进行审查审理。	下编第十四<u>五</u>章 3.4.3 涉及姓名权保护的其他问题 使用姓名申请注册商标，不符合上述姓名权保护适用要件，但误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》<u>第十条第一款第（七）项、第（八）项第十五条第（八）项、第（九）项</u>的规定

.....	进行审查审理。
新增内容。	下编第十四<u>五</u>章 3.4.3 涉及姓名权保护的其他问题 <u>典型案例：“松鼠张三疯”商标异议案</u> <u>（1）商标信息。</u> <u>松鼠张三疯</u> <u>指定商品：“加工过的坚果”等</u> <u>（2）审理要点。</u> <u>本案中，异议人一某股份有限公司、异议人二章某（异议人一的法定代表人）提供了经公证的“章某”和“章三疯”的网络搜索结果、媒体报道、新浪博客部分文章、异议人一所获荣誉证书等证据。上述证据材料可以证明：章某于2012年创立了三只松鼠股份有限公司，该公司以“三只松鼠”作为核心品牌，主要经营坚果、干果、茶叶等食品的研发、分装及网络销售等业务。章某以“松鼠老爹 章三疯”作为网名在新浪博客上发表文章，经过广泛的宣传使用，“松鼠老爹 章三疯”已与章某产生相互对应关系且已在相关行业内具有一定知名度。虽然被异议商标与异议人二的网名“松鼠老爹 章三疯”并非完全相同，但被异议商标中“张三疯”与“章三疯”读音相同，三字中仅首字不同，且被异议商标指定</u>

	使用商品与“坚果”等商品密切相关，被异议商标由“松鼠”与“张三疯”组合而成，该组合方式足以使相关公众将该商标指向章某，可能致使异议人一、异议人二的利益受到损害，构成对章某姓名权的损害。
下编第十四章 3.5 肖像权 3.5.3 涉及肖像权保护的其他问题 使用肖像申请注册商标，不符合上述肖像权保护适用要件，但误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》第十条第一款第（七）项、第（八）项的规定进行审查审理。	下编第十四四五章 3.5 肖像权 3.5.3 涉及肖像权保护的其他问题 使用肖像申请注册商标，不符合上述肖像权保护适用要件，但误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》第十条第一款第（七）项第十五条第（八）项、第（八九）项的规定进行审查审理。
下编第十四章 3.6 地理标志 3.6.3 涉及地理标志保护的其他问题 对于商标与在先地理标志相同或者近似，容易误导公众的，当事人在商标异议、评审程序中，同时主张《商标法》第三十二条和《商标法》第十条第一款第（七）项或者第十六条第一款，并符合相关适用要件的，优先适用第十条第一款第（七）项或者第十六条第一款的规定。	下编第十四四五章 3.6 地理标志 3.6.3 涉及地理标志保护的其他问题 对于商标与在先地理标志相同或者近似，容易误导公众的，当事人在商标异议、评审程序中，同时主张《商标法》第三十二二十四条和《商标法》第十条第一款第（七）项第十五条第（八）项或者第十六二十三条第一款，并符合相关适用要件的，优先适用第十条第一款第（七）项第十五条第（八）项或者第十六二十三条第一款的规定。
下编第十四章 3.7 有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢	下编第十四四五章 3.7 有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢

3.7.1 概 述 将与他人有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢相同或者近似的文字、图形等申请注册为商标，容易导致相关公众混淆，致使他人合法权益可能受到损害的，应当认定为对他人有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢是指，并非仅由功能性形状构成，具有显著性，并且在系争商标申请注册之前已经具有一定知名度，相关公众能够以之区分商品或者服务来源的标志。	3.7.1 概 述 将与他人有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢相同或者近似的文字、图形等申请注册为商标，容易导致相关公众混淆，致使他人合法权益可能受到损害的，应当认定为对他人有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。 有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢是指，<u>并非仅由功能性形状构成，具有显著性，并且在系争商标申请注册之前已经具有一定知名度，相关公众能够以之区分商品或者服务来源的标志。非仅由功能性特征构成，在系争商标申请日之前已经能够识别和区分商品或者服务来源并具有一定市场知名度的商品或者服务名称、包装、装潢。</u>
下编第十四章 3.7.2 适用要件 …… 典型案例：“可立停”商标无效宣告案 …… （2）审理要点。 ……，属于《商标法》第三十二条“损害他人现有的在先权利”所指情形。	下编第十四<u>四</u>章 3.7.2 适用要件 …… 典型案例：“可立停”商标无效宣告案 …… （2）审理要点。 ……，属于《商标法》第<u>二十四</u><u>三十三</u>条“损害他人现有的在先<u>权利</u><u>合法权益</u>”所指情形。
下编第十四章	下编第十四<u>四</u>章

3.8 其他应予保护的合法在先权益 3.8.1 概 述 除字号权、姓名权、肖像权、著作权、外观设计专利权、有一定影响的商品或者服务名称外的合法权利或者权益，如作品名称权益、作品中的角色名称权益等。……	3.8 其他应予保护的合法在先权益 3.8.1 概 述 <u>本部分在先合法权益是指除字号名称权—，姓名权—，肖像权—，著作权—，外观设计专利权—，地理标志—，有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢等法律明确规定的权利或者利益以外的应予保护的在先合法权利或者权益，例如作品名称权益、作品中的角色名称权益等。……</u>
下编第十四章 3.8.2 适用要件 …… 此要件应当综合考虑系争商标与在先标志的近似程度、在先标志的知名程度和知名领域以及系争商标指定的商品或者服务与在先标志知名领域的关联程度等因素。 ……	下编第十四<u>四</u>章 3.8.2 适用要件 …… <u>此要件在个案中</u>应当综合考虑系争商标与在先标志的近似程度、在先标志的知名程度和知名领域以及系争商标指定的商品或者服务与在先标志知名领域的关联程度等因素。 ……
新增内容。	下编第十四<u>四</u>章 3.8.2 适用要件 <u>典型案例：“洛天依 LUOTIANYI” 商标异议案</u> <u>(1) 商标信息。</u>

	<u>指定商品：“啤酒、制啤酒用麦芽汁”等</u> <u>（2）审理要点。</u> <u>在案证据显示，“洛天依”是异议人上海某信息科技有限公司以雅马哈的 VOCALOID3 语音合成引擎为基础制作的 VOCALOID 中文声库和虚拟形象。洛天依的声库于 2012 年第八届中国国际动漫游戏博览会上推出。洛天依于 2016 年 2 月登上湖南卫视小年夜春晚，成为首位登上中国主流电视媒体的虚拟歌手。随后又多次登上湖南卫视跨年晚会与多名歌手合作，获得了较高知名度。该角色名称词汇并非汉语中常用词组搭配，具有较强显著性，而被异议商标与异议人的角色名称相同，指定使用的商品为日常生活消费品，易使相关公众认为被异议商标指定使用的商品来源于“洛天依”角色名称的相关权利人或与其有特定关联。被异议人申请注册行为不当利用了异议人所创立角色的知名度及影响力，挤占了其基于“洛天依”角色名称所应享有的商业价值和交易机会，损害了其“洛天依”角色名称权益，被异议商标的注册违反 2019 年《商标法》第三十二条规定。</u> <u>典型案例：“唐妞”商标异议案</u> <u>（1）商标信息。</u> <u>唐妞</u> <u>指定商品：“灯泡、冷藏柜”等</u>
--	--

	<u>(2) 审理要点。</u> <u>异议人提供的其创作“唐妞”品牌名称和形象的情况说明书、西安晚报等报纸对“唐妞”报道、“唐妞”系列产品购销协议、百度关于“唐妞”检索结果页面、微信推文等证据可以证明，“唐妞”是异议人以唐文化为依托，以“唐侍女俑”为原型而创造的 IP 形象。通过报纸报道、出版图书、建立文创产业门店等方式宣传和使用，已成为闻名全国的文化创意产业品牌，具有较好的口碑和知名度，并与异议人建立了紧密的对应关系，成为异议人形象代言人，蕴含着较高的商业价值。被异议人作为电视媒体，对此理应知晓。被异议商标与异议人“唐妞”IP 形象名称相同，且被异议人还在其他类别上申请注册了多件“唐妞”商标，被异议人未对其商标申请行为作出合理解释。异议人文创产品种类涵盖生活用品、旅游纪念品、艺术衍生品等。被异议商标注册使用在指定商品上，易使相关公众认为其与异议人有特定关联，或已获得异议人授权，损害了异议人基于“唐妞”IP 形象名称应享有的在先权益，违反了 2019 年《商标法》第三十二条所指“损害他人现有的在先权利”之情形。</u>
下编第十五章 2 释义 上述规定是基于诚实信用原则，对已经使用并有一定影响的未注册商标予以保护，制止以不正当手段抢注的行为，弥补严格实行注册原则的不足。	下编第十五五六章 2 释义 上述规定是基于诚实信用<u>诚信</u>原则，对已经使用并有一定影响的未注册商标予以保护，制止以不正当手段<u>故意</u>抢注的行为，弥补严格实行注册原则的不足。

未注册商标包括在系争商标申请日前未提出商标注册申请或者注册期满未续展丧失商标专用权的商标。	未注册商标包括在系争商标申请日前未提出商标注册申请或者注册期满未续展丧失商标专用权的已失效的商标。
下编第十五章 3 适用要件 (1) 他人商标在系争商标申请日之前已经在先使用并有一定影响； (2) 系争商标与他人商标相同或者近似； (3) 系争商标所指定的商品或者服务与他人商标所使用的商品或者服务原则上相同或者类似； (4) 系争商标申请人采取了不正当手段。 是否构成本条款所指情形应对“一定影响”的程度和“不正当手段”的情形予以综合考虑。	下编第十五章 3 适用要件 (1) 他人商标在系争商标申请日之前已经在先使用并有一定影响； (2) 系争商标与他人商标相同或者近似； (3) 系争商标所指定的商品或者服务与他人商标所使用的商品或者服务原则上相同或者类似商品/服务为同一种或者类似的商品/服务； (4) 系争商标申请人采取了不正当手段为故意。 是否构成本条款所指情形应对“一定影响”的程度和“不正当手段故意”的情形予以综合考虑。 <u>系争商标申请人能够举证证明其没有利用在先使用商标商誉的恶意的，不构成本规定所指情形。</u>
下编第十五章 4 已经使用并有一定影响商标的判定 4.1 含 义 在先未注册商标通过商业宣传和生产经营活动，发挥了识别商品或者服务来源的作用，并为中国一定范围的相关公众所知晓的，认定为“已经使用并有一定影响”。 ……	下编第十五章 4 已经使用并有一定影响商标的判定 4.1 含 义 在先未注册商标通过商业宣传和生产经营活动，发挥了识别商品或者服务来源的作用，并为中国一定范围的相关公众所知晓的，认定为“已经使用并有一定影响”。 <u>在先未注册商标经使用产生的影响可能及于系争商标申请人，方可</u>

	<u>在具体案件中认定构成“有一定影响”。</u>
下编第十五章 4 已经使用并有一定影响商标的判定 4.3 时 间	下编第十<u>五六</u>章 4 已经使用并有一定影响商标的判定 4.3 时<u>间点</u>
下编第十五章 5 不正当手段的判定 系争商标申请人明知或者应知他人在先使用未注册商标存在而抢先注册的，判定为采取了“不正当手段”，可综合考虑下列因素： （1）系争商标申请人与在先使用人曾有贸易往来或合作关系，或者曾就达成上述关系进行过磋商； （2）系争商标申请人与在先商标使用人共处相同地域或地缘接近，或者属于同行业竞争关系； （3）系争商标申请人与在先使用人曾发生过其他纠纷，可知晓在先使用人商标； （4）系争商标申请人与在先使用人曾有内部人员往来关系； （5）系争商标申请人与在先商标使用人具有亲属关系； （6）系争商标申请人利用在先使用人有一定影响商标的声誉和影响力进行误导宣传，胁迫在先使用人与其进行贸易合作，向在	下编第十<u>五六</u>章 5 <u>不正当手段故意</u>的判定 系争商标申请人明知或者应知他人在先使用未注册商标存在而抢先注册的，<u>判定为采取了“不正当手段”应认定为“故意”</u>，可综合考虑下列因素： （1）<u>系争商标申请人与在先商标使用人曾就商标许可、商标转让等进行联络；</u> <u>（2）系争商标申请人与在先商标使用人曾有贸易往来或合作关系，或者曾就达成上述关系进行过磋商；</u> <u>（3）系争商标申请人与在先使用人曾发生过其他纠纷，可知晓在先使用人商标；</u> <u>（4）系争商标申请人与在先商标使用人曾有内部人员往来关系；</u> <u>（5）系争商标申请人与在先商标使用人具有亲属关系；</u> <u>（6）系争商标申请人具有以牟取不正当利益为目的，利用在先使用人有一定影响商标的声誉和影响力进行误导宣传，胁迫在先商标使用人</u>

先使用人或者他人索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为； （7）他人商标具有较强显著性或较高知名度，系争商标与之相同或者高度近似； （8）其他明知或者应知他人在先使用未注册商标存在的情形。	<u>与其进行贸易合作，向在先商标使用人或者他人索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为；</u> （27）系争商标申请人与在先商标使用人共处相同地域或地缘接近，或者属于同行业竞争关系； （3）系争商标申请人与在先使用人曾发生过其他纠纷，可知晓在先使用人商标； （4）系争商标申请人与在先使用人曾有内部人员往来关系； （5）系争商标申请人与在先商标使用人具有亲属关系； （6）系争商标申请人利用在先使用人有一定影响商标的声誉和影响力进行误导宣传，胁迫在先使用人与其进行贸易合作，向在先使用人或者他人索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为； （78）<u>在先使用人</u>他人商标具有较强显著性或较高知名度，系争商标与之相同或者高度近似； （89）其他明知或者应知他人在先使用未注册商标存在的情形。
下编第十五章 6 典型案例 案例一：“金鼎轩”商标无效宣告案 …… （2）审理要点。 ……争议商标的注册申请构成“以不正当手段抢先注册他人已	下编第十五<u>六</u>章 6 典型案例 案例一：“金鼎轩”商标无效宣告案 …… （2）审理要点。 ……争议商标的注册申请构成“以不正当手段<u>故意</u>抢先注册他人已

经使用并具有一定影响的商标”之情形。

案例二：“陌陌”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……在此情况下，被申请人在交友服务、婚姻介绍服务上申请注册“陌陌”商标难谓善意，争议商标在该两项服务上的注册申请构成“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”之情形。

案例三：“苏醒灵”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……被申请人的法定代表人曾与申请人就“苏醒灵”兽药存在购销关系，可以推定其作为同一地域的同行业者对申请人具有显著性的“苏醒灵”标识理应知晓，但仍申请注册争议商标，违反诚实信用原则。争议商标的注册构成“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”之情形。

案例四：“ルビィ”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……综合考虑申请人在案证据及被申请人的恶意情形，争议商

经使用并具有一定影响的商标”之情形。

案例二：“陌陌”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……争议商标在该两项服务上的注册申请构成“以不正当手段故意抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标”之情形。

案例三：“苏醒灵”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……但仍申请注册争议商标，违反诚实信用诚信原则。争议商标的注册构成“以不正当手段故意抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标”之情形。

案例四：“ルビィ”商标无效宣告案

……

（2）审理要点。

……争议商标的注册申请构成“以不正当手段故意抢先注册他人已经使用并具有一定影响的商标”之情形。

案例五：“观准”商标异议案

（1）商标信息。

观淮

指定服务：新闻传送、电子传送的新闻社服务、向新闻报道机构传送新闻、新闻电子传输

(2) 审理要点。

“观淮”是异议人《淮南日报》互联网的新闻客户端应用程序名称，在新媒体领域能够起到识别服务来源的作用，属于未注册商标。异议人提供的证据显示《淮南日报》微信公众号粉丝 31 万、微博用户 16.6 万、抖音粉丝 86 万、学习强国用户 33 万，在被异议商标申请日前，“观淮”客户端已正式上线各大应用商店，多家媒体对其做了转载报道，仅经过一个多月的运营和使用，“观淮”已建立了稳定的用户群体，在当地新媒体领域具有一定影响。被异议人与异议人同处一地，经营地址十分邻近，应当知晓异议人在先使用并有一定影响的“观淮”商标，被异议人在“新闻传送”等类似服务上申请注册与之完全相同的商标具有明显的主观恶意，被异议人亦未对其申请注册行为作出合理解释。综上，可以认定被异议人申请注册被异议商标构成以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响商标的行为。

标的注册申请构成“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。	
下编第十六章 2 释义	下编第十六 <u>七</u> 章 2 释义

上述规定是关于以欺骗或者其他不正当手段申请商标注册的处理。 申请商标注册应当遵守诚信原则,不得以弄虚作假的手段欺骗商标注册部门取得注册,也不得以扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册。 在商标异议和不予注册复审程序中可参照适用本条标准。	上述规定是关于以欺骗手段或者其他不正当手段申请取得商标注册商标的处理。 申请商标注册应当遵守诚实信用诚信原则,不得以弄虚作假的手段欺骗商标注册部门国务院商标管理部门取得注册,也不得以扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得申请商标注册。 在商标异议和不予注册复审程序中可参照适用本条标准。
下编第十六章 3 适用要件 3.1 以欺骗手段取得商标注册的行为 此种行为是指系争商标注册人在申请注册商标时,采取向商标注册部门虚构或者隐瞒事实真相、提交伪造的申请书件或者其他证明文件等手段骗取商标注册。该行为包括但不限于下列情形: (1) 伪造申请书件章戳或签字的行为; (2) 伪造、涂改申请人的身份证明文件的行为,包括使用虚假的身份证、营业执照等身份证明文件,或者涂改身份证、营业执照等身份证明文件上重要登记事项等行为; (3) 伪造其他证明文件的行为。	下编第十六七章 3 适用要件 3.1 以欺骗手段取得申请商标注册的行为 此种行为是指系争商标注册申请人在申请注册商标时,采取向商标注册部门国务院商标管理部门虚构或者隐瞒事实真相、提交伪造的申请书件或者其他证明文件等手段骗取商标注册。该行为包括但不限于下列情形: (1) 伪造申请书件章戳或签字的行为; (2) 伪造、涂改变造申请人的身份证明文件的行为,包括使用虚假的身份证、营业执照等身份证明文件,或者涂改身份证、营业执照等身份证明文件上重要登记事项等行为; (3) 伪造其他证明文件的行为其他在申请过程中伪造、变造或者使用伪造、变造的法律文件、印章、签名等行为。

下编第十六章 3.2 以其他不正当手段取得商标注册的行为 3.2.1 含 义 此种行为是指确有充分证据证明系争商标注册人采用欺骗手段以外的扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册，其行为违反了诚实信用原则，损害了公共利益。对于只损害特定民事权益的情形，应适用《商标法》第四十五条及其他相应规定。	下编第十六<u>七</u>章 3.2 以其他不正当手段<u>取得申请</u>商标注册的行为 3.2.1 含 义 此种行为是指确有充分证据证明<u>或可合理推定系争</u>商标<u>注册申请</u>人采用欺骗手段以外的扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册，其行为违反了<u>诚实信用诚信</u>原则，损害了公共利益。对于只损害特定民事权益的情形，应适用《商标法》<u>第四十五条及</u>其他相应规定。
下编第十六章 3.2.2 “以其他不正当手段取得注册”的情形 下列情形属于本条所指的“以其他不正当手段取得注册”： （1）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者近似的； （2）系争商标申请人申请注册多件商标，且与他人字号、企业名称、社会组织及其他机构名称、有一定影响的商品名称、包装、装潢等构成相同或者近似的； （3）其他可以认定为以不正当手段取得注册的情形。	下编第十六<u>七</u>章 3.2.2 “以其他不正当手段<u>取得申请</u>注册”的情形 下列情形属于本条所指的“以其他不正当手段<u>取得申请</u>注册”： （1）<u>系争</u>商标申请人申请注册多件商标，<u>且与他人与多个主体在先</u>具有一定知名度或较强显著特征的商标<u>构成</u>相同或者近似的，<u>扰乱商标注册秩序的</u>； （2）<u>商标申请人对同一主体具有一定知名度或者较强显著特征的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的</u>； <u>（3）系争</u>商标申请人申请注册多件商标，且与他人字号、企业名称、<u>电商名称、域名、</u>社会组织及其他机构名称、<u>有一定影响的商品名称、包装、装潢等构成</u>相同或者近似的； <u>（4）商标申请人申请注册多件商标，与知名人物姓名、知名作品或</u>

	<u>者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等相同或者近似的，上述作品、名称等已进入公有领域的除外；</u> <u>(35) 其他可以认定为以不正当手段取得申请注册的情形。</u>
下编第十六章 3.2.3 考虑因素 系争商标申请人以不正当手段取得商标注册的，应当对系争商标具有使用意图或已经实际投入商业使用。对于使用意图的判定可以依据本编第二章 4 “考虑因素” 进行。 系争商标申请人以不正当手段取得注册的商标，不限于系争商标申请人本人申请注册的商标，也包括与系争商标申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系或者其他特定联系的人申请注册的商标。	下编第十六七章 3.2.3 考虑因素 系争商标申请人以不正当手段取得商标注册的，应当对系争商标具有使用意图或已经实际投入商业使用。对于使用意图的判定可以依据本编第二章 4 “考虑因素” 进行。 <u>认定是否构成“以其他不正当手段申请注册”，应当以商标申请注册时申请人的主观状态与行为手段为基础进行判断。注册审查程序中以发现的线索为主，异议、评审程序中以在案证据为主。商标转让行为不影响该条款的认定。</u> <u>商标申请人在后的申请注册行为可以作为判断商标申请人主观状态与行为手段的参考。但仅商标申请人在后的申请行为，不足以直接认定构成“以其他不正当手段申请注册”。</u> <u>认定商标构成“以其他不正当手段申请注册”，应当根据涉案商标本身是否具有该情形进行判断。如仅申请人名下其他商标具有以其他不正当手段申请注册的情形，而本案商标不具有该情形，不宜认定涉案商标违反本条款。</u> 系争商标申请人以不正当手段取得申请注册的商标，不限于系争商

	标申请人本人申请注册的商标，也包括<u>在案证据证明</u>与系争商标申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系或者其他特定联系的人申请注册的商标。
下编第十六章 3.2.4 适用的限制 根据在案证据能够适用商标法其他条款对系争商标不予注册或宣告无效的，不再适用《商标法》第四十四条第一款，恶意明显的例外。	下编第十六<u>七</u>章 3.2.4 适用的限制 <u>根据《商标法》第五十四条规定，违反本条规定造成不良影响的，商标执法部门可处警告、罚款行政处罚，基于过罚相当原则和谦抑性理念，本条应当谨慎使用。</u>根据在案证据能够适用商标法其他条款对系争商标<u>驳回</u>、不予注册或宣告无效的，不再适用《商标法》第<u>四十四</u><u>十九</u>条第<u>一</u><u>二</u>款<u>规定</u>，恶意明显的例外。
新增内容。	下编第十六<u>七</u>章 <u>4 典型案例</u> <u>4.1 以欺骗手段申请商标注册的情形</u> <u>(1) 商标信息</u>  <u>(2) 审理要点</u> <u>争议商标由被申请人李某于 2021 年 9 月 18 日提出注册申请。被申请人申请注册争议商标时向我局提交的营业执照显示，其经营类型为个</u>

个体工商户，经营者为被申请人，于 2020 年 2 月 21 日注册，于 2020 年 5 月 20 日被核准注销。由以上事实可知，被申请人于 2021 年 9 月 18 日申请注册争议商标时，其提交的个体工商户营业执照已被注销，在此情况下，仍以此作为主体资格申请商标注册，构成了向商标行政主管部门隐瞒事实真相、提交失效的营业执照，以骗取商标注册的行为。因此，争议商标构成以欺骗手段申请商标注册之情形。

4.2 商标申请人申请注册多件商标，与多个主体在先具有一定知名度或较强显著特征的商标相同或者近似的，扰乱商标注册秩序的情形

(1) 商标信息

混元助手

(2) 审理要点

本案中，在案证据可以证明，“混元助手”是申请人打造的全新智能互动助手软件产品标识，在争议商标申请日前，“混元助手”已经在先使用及广泛报道，在相关公众中积累了较高的知名度和影响力。争议商标与之完全相同，难谓巧合。同时，除本案争议商标外，被申请人在第 9 类、第 12 类、第 35 类、第 36 类、第 42 类等商品或服务类别上申请注册了 30 余件商标，包括“APPLECAR”“快手支付”“哔哩哔哩支付”“MODEL 2”“文心一言”“HUNYUANAIDE”“CHATJD”“M/6 通义大模型及图”“通义千问”“孟子 MCHAT 大模型”“APPRENTICE

BARD”等多件与他在先知名商标相同或近似的商标，且多集中在计算机程序、人工智能、大模型相关领域，其中部分商标已经商标注册审查程序予以驳回，部分商标经异议程序不予注册。被申请人并未对上述商标的申请意图及对商标设计来源作出合理解释和说明。综合考虑以上因素，我局合理认为，被申请人的前述行为明显超出正常的生产经营需要，具有复制、摹仿他人商标进行不正当竞争或牟取非法利益的意图，违反诚实信用原则，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。因此，争议商标已构成以其他不正当手段申请注册的情形。

4.3 商标申请人对同一主体具有一定知名度或者较强显著特征的特定商标反复申请注册，扰乱商标注册秩序的情形

（1）商标信息



（2）审理要点

本案中，申请人为酒类行业的知名企业，其“茅台”商标在酒商品上使用已具有较高知名度，争议商标与申请人在先“茅台”商标构成近似。另经查，被申请人共申请注册有 200 余件商标。除本案争议商标外，

被申请人还先后申请注册了“福尊茅塔 FCMT 及图”“三茅君士”“迎茅盛事”“茅公馆”等多件含“茅”或图形化的“茅字”的商标，被申请人在本案中既未提交相关商标的实际使用证据，亦未能对上述商标的注册申请意图及其设计创作来源作出合理解释说明，据此，可以认定被申请人注册使用争议商标是采取不正当手段复制、抄袭及摹仿他人商标，其注册行为违反诚信原则，扰乱了商标注册秩序，并有损于公平竞争的市场秩序。因此，争议商标已构成以其他不正当手段申请注册的情形。

4.4 商标申请人申请注册多件商标，且与他人字号、企业名称、电商名称、域名、社会组织及其他机构名称等相同或者近似的情形

(1) 商标信息

Madizz

(2) 审理要点

经查，被申请人申请注册了“ALRICC”“BESTENA”“BODISEINT”“CORDAW”“LONGHUI BEDDING”“MIXHUG”“YAKAMOK”等与他人网络店铺品牌相同或近似的商标；本案争议商标亦与申请人的“MADIZZ”商标文字构成相同，难谓巧合。被申请人在本案中未答辩，未提交其商标使用证据或对其注册上述商标的意图及商标设计来源作出合理解释说明。对此，我局认为被申请人上述行为已超出正常的生产经

	<u>营需要，具有明显的复制、抄袭及摹仿他人在先商标的故意，该类抢注行为不仅会导致相关消费者对商品来源产生误认，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。故争议商标已构成以其他不正当手段申请注册的情形。</u> <u>4.5 商标申请人申请注册多件商标，与知名人物姓名、知名作品或者角色名称、他人知名并已产生识别性的美术作品等相同或者近似的情形，上述作品、名称等已进入公有领域的除外</u> <u>（1）商标信息</u> <u>Sabina Musayev</u> <u>（2）审理要点</u> <u>在案证据可以证明，“SABINA MUSAYEV”为以色列知名服装设计</u> <u>师姓名，其授权申请人使用其姓名。被申请人名下共计申请注册 17</u> <u>件商标。其中包括在不同商品/服务类别注册的 5 件“SABINA</u> <u>MUSAYEV”商标，与申请人在先的“SABINA MUSAYEV”商标完全</u> <u>相同，难谓巧合。被申请人另注册了如“ELENA VOTSI”“RULA</u> <u>GALAYINI”“PAOLA FABRIS”“ATTICO PUMP”“LEANDRA MEDINE”</u> <u>“NEOUS MULE”等与国外服装穿搭博主姓名、珠宝设计师姓名相同以</u> <u>及与国外服装、鞋等品牌相同或近似的商标。被申请人作为服饰鞋业经</u> <u>营公司，其对国内外服装、鞋业及该行业内设计师及博主等的姓名、品</u>
--	---

牌应较为了解，但其仍在相关类别上申请注册了上述具有较强显著性的商标，被申请人对此却未作出合理解释。据此，可以认定被申请人申请注册争议商标的行为，不具备申请注册商标应有的合理性或正当性，属于不正当占用公共资源、扰乱商标注册秩序的行为。争议商标已构成以其他不正当手段申请注册的情形。

4.6 其他可以认定为以不正当手段申请注册的情形

(1) 商标信息

商标一：

公 装 开

商标二：

牛 饰 关

(2) 审理要点

被申请人作为一家以知识产权事务为名义的公司，除本案争议商标外，还在多个类别商品和服务上注册了 300 多件商标，其中在第 9 类电气类商品上，不乏与其他公司的“罗格朗”“PHILIPS”等知名商标相近似的商标。据查明事实 4 可知，与申请人地址“香港新界葵涌葵昌路 26-38 号豪华工业大厦 23 楼 B07 室”相同的另一家香港公司“中国施德默勒有限公司”共申请注册了 140 多件商标，其中在第 9 类电气类商品

	上，除注册了与其他公司的“欧普”“飞利浦”等知名商标相近似的商标，还包括第 21469067 号“公装开”商标外。需要特别指出的是，“公装开”商标与“牛饰关”商标组合在一起，呈上下结构，消费者易识别为“公牛装饰开关”，与申请人商标高度近似。对此，被申请人未答辩并提出合理解释。鉴于被申请人既未提供证据证明其有使用商标的真实意图，也未能提供其商标的合理出处，我局合理认为，被申请人申请争议商标注册，具有恶意注册和囤积商标以营利的目的。该类恶意注册和商标囤积行为严重扰乱了正常的商标注册管理秩序，有损于公平竞争的市场秩序，应予打击和制止。争议商标已构成以其他不正当手段申请注册的情形。
下编第十七章 2 释义 商标注册人负有规范使用和连续使用注册商标并积极维护注册商标显著性的法定义务。上述条款是关于禁止自行改变注册商标、注册商标的注册人名义、地址或者其他注册事项等行为，以及撤销成为其核定使用的商品的通用名称及无正当理由连续三年不使用注册商标的规定。	下编第十七七八章 2 释义 商标注册人负有规范使用和连续使用注册商标并积极维护注册商标显著性的法定义务。上述条款是关于禁止<u>以误导公众的方式使用注册商标</u>，自行改变注册商标、注册商标的注册人名义、地址或者其他注册事项等行为，以及撤销成为其核定使用的商品的通用名称及无正当理由连续三年不使用注册商标的规定。
新增内容。	下编第十七七八章 <u>3 以误导公众的方式使用注册商标的判定</u> <u>以下情形构成以误导公众方式使用注册商标：</u>

	<u>（一）通过将商标与商品名称、商标与广告宣传用语、商标与商品包装装潢等搭配使用，导致公众误认误购的；</u> <u>（二）通过将商标与其他文字、字母或者图形组合，改变注册商标原有含义，导致公众误认误购的；</u> <u>（三）通过将商标与商品原料成分、制作工艺、功能用途等搭配使用，导致公众对商品质量等特点产生误认的；</u> <u>（四）其他明显违背诚信原则，欺骗误导公众的。</u> <u>存在前述行为并经负责商标执法的部门责令商标注册人限期改正，逾期不改正的，由国务院商标管理部门依法予以撤销。</u>
下编第十七章 3 是否存在自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项情形的判定 自行改变注册商标的注册人名义，是指商标注册人名义（姓名或者名称）发生变化后，未依法向商标注册部门提出变更申请，或者实际使用注册商标的注册人名义与《商标注册簿》上记载的注册人名义不一致。 自行改变注册商标的注册人地址，是指商标注册人地址发生变化后，未依法向商标注册部门提出变更申请，或者商标注册人实际地址与《商标注册簿》上记载的地址不一致。	下编第十七七八章 34 是否存在自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项情形的判定 自行改变注册商标的注册人名义，是指商标注册人名义（姓名或者名称）发生变化后，未依法向商标注册部门国务院商标管理部门提出变更申请，或者实际使用注册商标的注册人名义与《商标注册簿》上记载的注册人名义不一致。 自行改变注册商标的注册人地址，是指商标注册人地址发生变化后，未依法向商标注册部门国务院商标管理部门提出变更申请，或者商标注册人实际地址与《商标注册簿》上记载的地址不一致。

自行改变注册商标的其他注册事项，是指除注册商标、商标注册人名义、地址之外的其他注册事项发生变化后，注册人未依法向商标注册部门提出变更申请，致使与《商标注册簿》上登记的有关事项不一致。 存在上述行为之一的，且经地方市场监督管理部门责令商标注册人限期改正，但期满不改正的，依法予以撤销。	自行改变注册商标的其他注册事项，是指除注册商标、商标注册人名义、地址之外的其他注册事项发生变化后，注册人未依法向商标注册部门国务院商标管理部门提出变更申请，致使与《商标注册簿》上登记的有关事项不一致。 存在上述行为之一的，且经负责商标执法的部门地方市场监督管理部门责令商标注册人限期改正，逾期不改正、情节严重的，由国务院商标管理部门但期满不改正的，依法予以撤销。 下列情形属于情节严重： （一）负责商标执法的部门作出处罚后，仍不改正的； （二）五年内实施两次以上违反该款规定的行为的； （三）严重损害公众利益的； （四）造成恶劣影响的； （五）其他情节严重的。
下编第十七章 4 是否存在注册商标成为其核定使用商品的通用名称情形的判定 4.1 含 义 4.2 判 定	下编第十七八章 45 是否存在注册商标成为其核定使用商品的通用名称情形的判定 45.1 含 义 45.2 判 定

..... 4.3 适用要件 	4.3 适用要件
下编第十七章 5 连续三年不使用注册商标情形的判定 5.1 含义和时间起算 连续三年不使用注册商标,是指一个注册商标在其有效期内不使用,且该状态不间断地持续三年以上。 连续三年不使用注册商标的时间起算,应当自申请人向商标注册部门申请撤销该注册商标之日起,向前推算三年。	下编第十七七八章 56 连续三年不使用注册商标情形的判定 56.1 含义和时间起算 连续三年不使用注册商标,是指一个注册商标在其有效期内不使用,且该状态不间断地持续三年以上。 连续三年不使用注册商标的时间起算,应当自申请人向商标注册部 门国务院商标管理部门申请撤销该注册商标之日起,向前推算三年。
下编第十七章 5.2 商标使用的判定 商标的使用,是指商标的商业使用。包括将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上,或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中,用于识别商品来源的行为。 	下编第十七七八章 56.2 商标使用的判定 商标的使用,是指商标的商业使用。包括将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上,或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中,用于识别和区分商品来源的行为,<u>包括通过互联网等信息网络实施的使用行为。</u>
下编第十七章 5.3 商标使用在指定商品上的具体表现形式 (1) 采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将商标附着	下编第十七七八章 56.3 商标使用在指定商品上的具体表现形式 (1) 采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将商标附着在商品、

在商品、商品包装、容器、标签等上，或者使用在商品附加标牌、产品说明书、介绍手册、价目表等上； （2）商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括使用在商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据、电子商务经营的交易单据或者交易记录等上； （4）商标在展览会、博览会上使用，包括但不限于在展会印刷品及其他资料、工牌、指示牌和背景牌等处用于指示商品和服务来源的使用； （6）其他符合法律规定的商标使用形式。	商品包装、容器、标签等上，或者使用在商品附加标牌、产品说明书、介绍手册、价目表等上，<u>或者通过互联网等信息网络，在商品的电子展示页面、商户检索结果列表页面、线上店铺商品详情页、数字说明书、电子价签等载体中使用商标</u>； （2）商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括使用在商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据、电子商务经营的交易单据或者交易记录等，<u>或者通过互联网信息网络生成、传输的电子交易合同、电子发票、电子报关单、线上订单、交易快照等电子交易文书或记录上</u>； （4）商标在展览会、博览会上使用，包括但不限于在展会印刷品及其他资料、工牌、指示牌和背景牌等处，<u>或者通过线上展会、虚拟博览会、线上发布会等形式，在数字展厅、虚拟展位、线上直播展示中</u>，用于指示商品和服务来源的使用； （6）其他符合法律规定的商标使用形式。 <u>符合上述形式的单一、零散的证据通常不足以维持注册，注册人应当结合商业交易实际提供能够相互印证的各类证据，使之形成完整证据链。</u>
下编第十七章	下编第十七 <u>八</u> 章

5.4 商标使用在指定服务上的具体表现形式 (1) 商标直接使用于服务场所，包括使用于服务的介绍手册、服务场所招牌、店堂装饰、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、奖券、办公文具、信笺以及其他与指定服务相关的用品上； (2) 商标使用于和服务有联系的文件资料上，如发票、汇款单据、提供服务协议、维修维护证明、电子商务经营的交易单据或者交易记录等； (4) 商标在展览会、博览会上使用，包括但不限于在展会印刷品及其他资料、工牌、指示牌和背景牌等处用于指示商品和服务来源的使用； (6) 其他符合法律规定的商标使用形式。	5.4 商标使用在指定服务上的具体表现形式 (1) 商标直接使用于服务场所，包括使用于服务的介绍手册、服务场所招牌、店堂装饰、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、奖券、办公文具、信笺以及其他与指定服务相关的用品上，<u>或者通过互联网等信息网络，在服务的线上平台界面、线上店铺首页、服务介绍网页、电子菜单、电子价目表、线上服务预约界面等载体中使用商标</u>； (2) 商标使用于和服务有联系的文件资料上，如发票、汇款单据、提供服务协议、维修维护证明、<u>电子商务经营的交易单据或者交易记录等，或者通过互联网等信息网络生成、传输的电子服务协议、电子发票、电子维修单据、线上服务订单、交易记录等电子服务文书或记录上</u>； (4) 商标在展览会、博览会上使用，包括但不限于在展会印刷品及其他资料、工牌、指示牌和背景牌等处，<u>或者通过线上展会、虚拟博览会、线上服务推介会等形式，在数字展厅、虚拟展位、线上直播展示中</u>，用于指示<u>商品和</u>服务来源的使用； (6) 其他符合法律规定的商标使用形式。 <u>符合上述形式的单一、零散的证据通常不足以维持注册，注册人应当结合商业交易实际提供能够相互印证的各类证据，使之形成完整证据链。</u>
---	--

下编第十七章 5.5 系争商标不存在连续三年不使用情形的举证责任由系争商标注册人承担 	下编第十七七八章 56.5 系争商标不存在连续三年不使用情形的举证责任由系争商标注册人承担
新增内容。	下编第十七七八章 <u>7 撤销以误导公众的方式使用注册商标或者自行改变注册商标事项的具体程序</u> <u>国务院商标管理部门对商标执法部门报送的以误导公众的方式使用注册商标或者自行改变商标注册事项的案件,重点审查责令改正通知书、行政处罚决定书、逾期未改正核查记录及自行改变商标注册事项类案件情节严重的说明材料等,对符合《商标法》第五十六条或第五十七条第一款所规定的撤销条件的注册商标予以撤销。对不符合撤销条件的,不予撤销并告知报送案件的商标执法部门。</u> <u>任何单位或者个人有权向各级负责商标管理工作、商标执法的部门投诉、举报以误导公众的方式使用的违法行为,各级负责商标管理工作的部门收到投诉、举报后,应当及时将案件线索转送负责商标执法的部门,由其进行查处。</u> <u>国务院商标管理部门决定撤销案涉注册商标的,应当向商标注册人送达书面决定文书,并抄送报送该案的商标执法部门。商标注册人对撤销决定不服的,可以依法申请复审;对复审决定不服的,可以依法向人</u>

	<u>民法院提起诉讼。</u> <u>法定期限届满，商标注册人未对撤销决定申请复审或者对复审决定不向人民法院提起诉讼的，撤销决定、复审决定生效。被撤销的注册商标，由国务院商标管理部门予以公告，该注册商标专用权自公告之日起终止。</u>
下编第十七章 6 典型案例 案例四：第 11666678 号“六堡茶”商标撤销案 （2）审理要点。 ……广西某公司提交的证据足以证明“六堡茶”商标在其核定使用的第 30 类“茶”部分核定使用商品上已成为通用名称，与《商标法》第四十九条规定的成为其核定使用的商品的通用名称之情形相符。 	下编第十七<u>八</u>章 <u>68</u> 典型案例 案例四：第 11666678 号“六堡茶”商标撤销案 （2）审理要点。 ……广西某公司提交的证据足以证明“六堡茶”商标在其核定使用的第 30 类“茶”部分核定使用商品上已成为通用名称，与 <u>2019 年</u>《商标法》第四十九条规定的成为其核定使用的商品的通用名称之情形相符。
新增内容。	<u>下编第二十一章 审查审理的中止与恢复</u> <u>1 法律依据</u> <u>《商标法》</u> <u>第四十一条 国务院商标管理部门在商标异议审查、驳回复审、不予</u>

	<u>注册复审和无效宣告案件审理过程中，所涉及的在先权益的确定必须以人民法院正在审理或者行政机关正在处理的另一案件的结果为依据的，可以中止审查审理。中止原因消除后，应当及时恢复审查审理程序。</u> <u>第四十九条 商标注册人申请注销其注册商标的，自注销公告之日起一年内，国务院商标管理部门对他人在同一种或者类似商品上与该商标相同或者近似的商标注册申请，不予核准。</u> <u>2 审查审理的中止</u> <u>中止审查审理以必要为原则。只有当引证商标或者其他在先权益的确定对案件审查审理结果有实质影响时，才中止审查审理。</u> <u>符合下列条件之一的，中止审查审理：</u> <u>（一）引证商标处于变更、转让程序中且变更、转让后与系争商标不再存在权利冲突的；</u> <u>（二）引证商标已过有效期处于续展程序或者续展宽展期，以及因专用期满未续展处于注销程序中的；</u> <u>（三）引证商标处于撤回申请、删减、国际放弃、国际更正程序中的；</u> <u>（四）引证商标注册人申请注销其注册商标，自商标专用权终止之日起尚未满一年的；</u> <u>（五）在先权益的确定必须以审理、审判中的另案结果为依据的。</u> <u>以上情形（一）至（五）均适用于商标异议、驳回复审、不予注册</u>
--	---

复审和无效宣告案件。其中，情形（一）至（四）属于应当中止审查审理的情形，情形（五）属于可以中止审查审理的情形。

涉及中止原因的在先权益包括商标权、名称权、著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权、地理标志以及其他应予保护的合法权益。

可能影响引证商标权利状态的另案包括商标驳回复审、异议、不予注册复审、撤销、撤销复审、无效宣告、无效宣告复审案件及相关诉讼，不包括商标注册审查（含同日申请）程序。

3 审查审理的恢复

符合下列情形之一的，恢复审查审理：

（一）部分涉及中止原因的在先权益已确定且足以决定案件结论的；

（二）涉及中止原因的在先权益尚未确定，当事人书面明确请求恢复审查审理的。

共有商标的当事人提出恢复审理的请求，必须有被代表人的书面明确授权。当事人委托代理人提出恢复审理的请求，必须有委托人的书面明确授权。

以上情形（一）和（二）均适用于商标异议、驳回复审、不予注册复审和无效宣告案件。其中，情形（一）属于应当恢复审查审理的情形，情形（二）属于可以恢复审查审理的情形。

4 中止与恢复审查审理的申请程序

（一）驳回复审申请人应当自提交驳回复审申请之日起的三个月证

	<u>据材料补充期间届满前提交中止审理的书面请求，并具体说明涉及中止原因的引证商标注册号、所处程序、与本案的关系等。</u> <u>（二）驳回复审申请人应当在涉及中止原因的引证商标权利状态确定后及时提交恢复审理的书面请求，其他主体无权申请解除中止。国务院商标管理部门收到申请并确认中止原因已经消除的，应当及时恢复审理。</u> <u>（三）异议、不予注册复审和无效宣告案件的当事人无须提交中止与恢复审查审理的书面请求。经审查符合相关条件的，国务院商标管理部门依法中止与恢复审查审理。</u>
--	--