

创建一个商标

中小型企业商标入门



世界
知识产权
组织



免责声明：本指南的内容无意取代专业法律意见，其主要目的仅限于提供关于所论主题的基本信息。

WIPO 版权 (2003年)

除法律允许的情况外，本出版物的任何部分未经版权权利人书面许可，不得以任何形式或通过任何手段，无论是电子手段还是机械手段，进行复制或传播。

前 言

本指南是“企业的知识产权”指南系列的第一辑，专门论述商标这一在任何公司的营销与品牌战略中都是一个中心要素的问题。

本指南试图从企业的角度对商标进行阐释，采用的方法实际，而且所有解释均有举例与插图，以加深读者的理解。我们鼓励中小型企业使用本指南，以将其商标战略纳入其整体商业战略。WIPO欢迎读者提出反馈意见，以便进一步修改本指南，确保充分满足全世界中小型企业的需要。

我们愿意与各国的国家机构和当地伙伴合作，根据具体国情制定各国的指南，欢迎各国家机构和当地伙伴与WIPO联系，获取关于根据具体国情制定指南的指导原则。

WIPO总干事
卡米尔·伊德里斯



目 录

页次

- | | |
|----------|----|
| 1. 商标 | 3 |
| 2. 商标保护 | 6 |
| 3. 商标的种类 | 15 |
| 4. 商标的使用 | 17 |
| 5. 商标执法 | 21 |

1. 商 标

什么是商标¹?

商标是能够将一家企业生产的商品或提供的服务与其他企业的商品或服务区分开的标志。

一般而言，任何用于区别商品或服务的具有显著性的文字、字母、数字、图形、颜色、图画、形状、色彩、标识、标签或其组合均可被视作商标。在有些国家，广告语也被视作商标，并可以在这些国家的商标局对其进行注册。越来越多的国家也开始允许注册不很传统的商标形式，例如单色、三维标志（产品或包装的形状）、听觉标志（声音）或嗅觉标志（气味）。但许多国家对哪些种类的商标可以获得注册加以限制，一般仅允许注册视觉上可感知的标志或能以图示方式表示的标志。

例如

文字:



经Yahoo 许可

标识:



经企鹅图书有限公司许可复制

字母与标识组合:



© 1986 年, WWF
世界大自然基金 (前世界野生动物基金)
® WWF 注册商标所有人

三维商标 (产品形状):



Toblerone ®
是 Kraft Foods Group 的注册商标 © 1986

¹ 本指南对于商品商标 (用于商品) 和服务商标 (用于服务) 同样适用。

商标的作用是什么？

商标的主要作用是让消费者能够识别某具体公司的产品（无论是商品还是服务），并将其与竞争者提供的相同或类似产品区别开。如果消费者对某一产品感到满意，下次很可能还会购买或使用该产品。为此，他们需要能够轻易地区分相同或类似的产品。

商标使各公司能将其自身及其产品与竞争对手区别开，在公司的广告和营销战略中发挥着关键作用，有助于在消费者眼中建立起公司产品的形象、商誉和声誉。公司的形象和声誉可以让人产生信任，是培养忠实顾客的基础。消费者常常由于标有某些商标的产品具有一系列他们希望得到的质量或特点，而对这些商标产生一种感情上的依附。

商标也能激励公司为维持或提高其产品质量进行投资，以确保标有其商标的产品有好的声誉。

商标的价值

一个精心选择、小心维护的商标是多数公司宝贵的企业资产。对有些公司而言，商标可能是其拥有的最宝贵的资产。世界上最著名的一些商标，如可口可乐或IBM，其估价都超过500亿美元。这是因为消费者看重商标、商标的声誉以及因商标而联想到的一系列他们希望得到的质量，并因此愿意花更多的钱购买那些标有他们了解并能满足其要求的商标的产品。所以，拥有一个形象和声誉好的商标本身就可以让公司拥有高于竞争者的竞争优势。



经IBM Deutschland GmbH 许可

您的公司为什么要保护自己的商标？

虽然大多数企业都认识到用商标将自己的产品和竞争者的产品区分开来的重要性，但并非所有企业都认识到通过注册来保护商标的重要性。

根据相关的商标法进行注册，可以让您的公司享有专用权，阻止他人使用相同或混淆性近似的商标对相同或类似产品进行营销。

如果不加以注册，您在营销某产品方面的投资可能会白白浪费掉，因为对手公司有可能在相同或类似产品上使用相同或混淆性近似的商标。如果竞争者采用了类似商标或相同商标，顾客们将受到误导去购买竞争者的产品，而误以为是您的产品。这不但会减少您公司的利润，让顾客产生混淆，而且还会损害您公司的声誉和形象，尤其是当竞争对手的产品质量低下时更是如此。

考虑到商标的价值和商标可能在决定产品在市场上的成败方面所具有的重要性，确保商标在相关市场上得到注册非常关键。

此外，注册商标还可以许可给其他公司使用，为您的公司增加一个额外的收入来源，或者也可以以注册商标为基础达成特许专营协议。

有些情况下，在消费者中拥有良好声誉的注册商标也可用于从金融机构获取资金，因为金融机构越

来越认识到品牌对于企业成功的重要性。

商 标:

- 确保顾客能区分不同的产品
- 让各公司区别各自的产品
- 是营销手段和建立品牌形象与声誉的基础
- 可以许可他人使用，是通过使用费获得收入的直接来源
- 是特许协议的关键组成部分
- 可能是宝贵的企业资产
- 激励公司为维持或提高产品质量进行投资
- 可能有助于融资

2. 商标保护

您的公司如何保护自己的商标？

保护商标，可以通过注册，或者在一些国家，也可以通过使用来实现。即使在可以通过使用来保护商标的情况下，仍然建议您向国家商标局提交适当的申请书，进行商标注册（一些商标局也提供在线申请注册的便利）。注册商标可以提供更强有力的保护，尤其是当与相同或混淆性近似商标发生冲突时更是如此。进行商标注册时，商标代理人的服务常常十分有用（在有些国家是强制性的）。

仅注册公司的厂商名称就足够了吗？

许多人认为，只要在企业登记部门将企业及其厂商名称进行登记，厂商名称便可自动作为商标受到保护。这是一种很常见的误解，因此有必要了解一下厂商名称与商标之间的区别。

厂商名称是您企业的全称，例如“黑标国际有限公司”，其作用是让人能识别您的公司。厂商名称常

常以有限公司、公司或其他类似的字眼结尾，以表明公司的法律性质。

商标则是用来将您的产品与其他公司的产品区分开来的标志。一家公司可以拥有不同的商标。例如，黑标国际有限公司可以使用“黑标”来销售一种产品，同时用“红标”来销售另一种产品。公司可以使用一个具体商标来标明其所有产品、公司生产的某特定范围的产品或某具体类型的产品。一些公司也可使用其厂商名称或其中的一部分作为商标。在这种情况下，应当将其注册为商标。

谁有权申请商标注册？

一般说来，凡打算自己使用或让第三方使用商标的人均可提出注册申请，既可以是自然人，也可以是法人。

公司注册其商标是强制性的吗？

虽然不是强制性的，但建议最好还是进行注册，因为注册可以提供专用权，防止未经许可使用商标。

驳回申请的主要理由有哪些？

选择商标时，了解哪些种类的标志通常不能注册，可能会有帮助。在以下的各种情况中，商标注册申请通常会被驳回，其理由通常称为“绝对理由”：

- 通用名称。例如，如果您的公司准备注册“椅子”商标来销售椅子，该商标将会被驳回，因为“椅子”是该产品的通用名称。
- 描述性词语。这些词语通常在贸易中用来描述有关产品。例如，将“甜”字商标用于销售巧克力，很可能会因为具有描述性而被驳回。事实上，给予任何一个巧克力制造商使用“甜”字来销售其产品的排他性权利，都会被认为是不公平的。同样，“快速”、“最佳”、“经典”、“创新”等定性的或赞美性的词语，除非作为具有显著性的商标的组成部分，否则也同样可能会被驳回。在这种情况下，可能需要声明放弃专用权，以明确申请人并不对商标中的该特定组成部分寻求排他性权力。
- 欺骗性商标。是指那些可能在产品的性质、质量或地理来源等方面欺骗消费者或误导消费者的商标。例如，使用以“奶牛”为特征的商标来销售人造奶油很可能会被驳回，因为这可能被认为会误导消费者，使其将该商标与奶制品（即黄油）产生联想。
- 被认为违反公共秩序或道德的商标。那些被认为违反公认的道德和宗教准则的文字和图形一般不得注册为商标。
- 国家和国际组织的旗帜、徽记、官方标志和徽章。这些标志如果已通知世界知识产权组织国际局，则通常不得注册为商标。

如果某商标与在先商标权发生冲突，申请会根据“相对理由”被驳回。在同一种产品上使用两个相同（或十分类似）的商标，会引起消费者混淆。一些商标局在注册过程中对是否存在与现有商标的冲突，包括与未注册驰名商标的冲突，进行例行审查，而其他许多商标局仅在商标公告后第三方对该商标提出异议的情况下才进行这种审查。在这两种情况中，如果商标被认为与用于相同或类似产品的现有商标构成相同或混淆性近似，该商标将视情况被驳回或被撤销。因此，明智的做法是避免使用那些可能被认为与现有商标混淆性近似的商标。

选择或创造商标时应牢记哪些事项？

作为您企业营销战略中的一个重要组成部分，选择或创造一个合适的商标非常关键。那么，什么样的商标适合您的产品呢？显然，没有任何一成不变的规则。但以下五点可能会有所帮助。

选择商标的五点参考

- 检查您选择的商标是否满足注册所需的全部法律要求（参见上文申请驳回理由）
- 进行商标查询，以确保该商标与现有商标不构成相同或混淆性近似（参见第11页）
- 确保该商标易读、易写、易记，并适于所有广告媒体
- 确保该商标在您自己的语言中或在任何潜在出口市场的语言中没有任何不适当含义
- 查询是否有对应的域名（即因特网地址）可以注册（关于商标与域名关系的更多信息，参见第19页）。

在选用文字作商标时，您还应考虑选用下列各种词语时可能涉及的影响：

- 生造词或怪词。是指那些自己造出来的词语，其本身并没有任何含义或真实含义。生造词的优点是容易保护，因为这些词更容易被认为本身便具有显著性。但其不利方面是，消费者可能更难记忆，因此在为产品做广告时需要作出更大努力。

例如:

Kodak 是伊士曼柯达公司的注册商标。



经伊士曼柯达公司许可

- 任意商标: 是指那些本身有含义，但与其所适用的商品无关的词语。虽然这种商标也易于保护，但可能也需要进行大量广告，以使消费者在心目中将该商标与产品建立联系。

例如: 大象商标用于移动电话。

- 暗示性商标。这些商标暗示了产品的一种或多种特性。暗示性商标的好处是，其本身便具有广告宣传的作用。但有一点小小的风险是，一些国家可能认为暗示性商标对产品太具描述性。

例如: 用 "SUNNY" (温暖) 商标来销售电暖器，可以暗示该产品能散发热量、保持房间温暖。但是，一些商标注册部门可能认为该商标描述性过强，不愿予以注册。

无论选择哪种类型的商标，重要的是避免模仿现有商标。对竞争对手的商标稍加修改，或以另一种方式来拼写驰名商标或著名商标，很可能无法取得注册。

例如: 假定 "EASY WEAR" 是一个注册的青少年服装商标。如果试图用 "EEZY WARE" 商标来销售相同或类似的产品，将是不明智的，因为该商标很可能被认为与现有商标构成混淆性近似而无法取得注册。

注册商标—具体步骤

申请人

第一步，您必须寄送或递交填写完备的商标申请书。申请书内容包括您公司的详细联系办法，商标的图样（可能需要采用具体格式）、您公司准备取得商标注册的商品和服务清单和/或类别²，并缴纳规定的费用。

请注意，一些商标局（例如美国和加拿大）还可能要求出具使用证据 或作出声明 表示您的公司打算使用该商标³。有关商标局将向您提供关于申请程序的更详细的信息。

商标局

各国商标局进行商标注册的步骤均不相同，但广而言之，都遵循类似模式：

形式审查：商标局对申请进行审查，以确定其是否符合行政要求或手续（是否已缴纳申请费、申请书是否填写齐备）。

实质审查：一些国家的商标局也对申请进行审查，核实其是否符

合所有的实质性要求（例如，是否属于商标法规定不得注册的范围，商标是否与注册簿中相关类别的现有商标发生冲突）。

公告和异议：许多国家将商标公告在一种期刊上，并规定一定期限让第三方对注册提出异议。

注册：一旦认定不存在任何驳回理由，商标才最终获得注册，并颁发注册证，有效期一般为10年。

续展：商标可以通过缴纳续展规费无限期续展。但是，如果商标在相应商标法规定的一定时间内未使用，全部或部分商品和服务上的商标注册可能被撤销。

² 多数国家采用一种正式的商品和服务分类，称为尼斯分类（参见附件二），可以从中选择与您的商标对应的分类。申请注册用于所有商品或服务的所有服务的商标的做法并不常见。

³ 在此种情况下，关于使用的证据需要在实际注册前提供。

注册一个商标需要多长时间？

注册商标所需的时间各国之间差别很大，一般从3个月到两年不等，除其他原因外，还具体取决于商标局是否进行实质性审查。

商标的创造、保护和使用的费用有哪些？

必须牢记商标创造和注册需要相关费用，因此要适当作出预算：

- 创建一个用作商标的标识或图案可能会产生费用，因为许多公司将此项工作外包。
- 进行商标查询可能需要费用（参见下文）。
- 注册程序也需要相关费用，具体视注册所涉国家的多少与产品的类别（或商标分类，参见下文）而有不同。国家商标局将向您提供您本国商标注册费用的详细说明。
- 如果公司请职业商标代理人帮助处理注册程序，可能还要支付额外费用，但可能会节省用于注册程序的大量时间和精力。

您怎么知道所选择的商标是否会与其他注册商标发生冲突？ 什么是商标查询？

在提交商标注册申请之前，您应当确保进行过适当的商标查询。这样做的目的是为了确保您准备使用的商标或相似的商标没有为另一公司注册于相同或相似产品上。

商标查询可以由您自己进行，也可以请商标代理人代为办理。您或您的代理人可通过国家商标局（可能免费，也可能需要缴纳费用）或通过商业性商标数据库来进行查询。无论采用哪种方式，请记住，任何此种商标查询都是初步的。要确定您选择的商标是否与现有的有效注册商标构成“混淆性相似”，可能很困难。这也是聘请有经验的商标代理人来进行指导可能会很有帮助的原因，因为他们熟悉商标局的做法与法院的裁决。

但是，在寻找代理人之前，您可以查看一下您本国商标局（或商业性数据库公司）是否有免费的在线商标数据库供您自行进行初步查询。WIPO的网站上有商标数据库的清单，

网址是<http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/index.html>。

商标根据其所用以标明的商品或服务情况被归为不同的“类”（参

见附件二：国际分类制度）。因此，您可以先熟悉一下这45个不同的商标分类。

一个妥善分类的制度

在多数国家，在填写商标申请书时，常常需要指明您想要注册并根据“类别”进行分类的商标用于哪些商品或服务。这里的类别是指商标分类制度中的分类。由于有商标分类制度，因此可以根据商标的商品或服务类型有序地存储注册商标数据。这样也使得从商标数据库中检索信息更加方便。关键的一点是，需要在您准备使用商标的所有类别中注册自己的商标。

使用最广泛的分类制度是“国际商标分类”制度（即用于文字商标分类的所谓“尼斯制度”）。该制度分为34类商品和11类服务。关于尼斯分类的更多信息，参见附件二。也可以参见：<http://www.wipo.int/classifications/en/nice/about/index.html>，

以及 W I P O 的网站：<http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/index.html>。

例如：

产品是如何分类的？让我们看一个例子。如果您的公司生产刀和叉，那么您的商标申请对应的应是第8类商品。但是，如果您还想使用同一商标销售其他厨房用具（例如容器、锅或罐），还必须对第21类中相应的商品注册该商标。在一些国家，必须对每一类产品分别提出申请，而在另一些国家，一份申请即可涵盖若干分类。



您需要有代理人来提出商标注册申请吗？

一般说来，多数国家不要求必须聘请商标代理人来提交申请：您可以自己提交。但由于商标代理人在进行商标检索方面很有经验，而且熟悉商标注册的详细程序，因此有商标代理人提供服务，可能非常方便，可以节约大量时间，确保保护申请是对适当的商标类别提出的，并避免因绝对理由而被驳回。如果您在国外申请商标注册，您可能被要求聘请居住在有关国家的商标代理人。

有关商标局将会告诉您是否需要聘请代理人，并提供一份官方认定的商标代理人名单(详见附件一)。

注册商标的保护期有多长？

虽然保护期可能各国有所不同，但大多数国家注册商标的保护期是10年。注册可以无限续展（通常以10年为期连续续展），条件是及时缴纳续展费用。确保您公司中有专人负责及时续展在与本企业利益相关的所有国家的商标注册。

将创造商标的工作外包

商标设计是一个创作过程。在多数国家，创作者自动拥有创作作品或艺术品的版权，例如商标的艺术设计。因此，在将商标创造工作外包时，通常最好在最初的协议中明确版权问题，同时/或者确保商标的版权正式转让给您的公司。

本国注册的商标在国际上有效吗？

注册商标所带来的法律权利通常仅限于相关领土；因此一般说来，在本国有效的注册商标只让您在自己的国家享有权利，除非您的商标被认为是“驰名商标”（关于驰名商标的介绍参见下文）。

如果商标是由另一家公司开发的，谁拥有该商标？

如果将商标创造工作对外承包，通常最好在与其他公司或顾问的最初协议中明确所有权问题，以避免发生关于所有权的可能纠纷。

您是否应考虑在国外保护商标？

您在本国注册商标的所有主要理由，同样适用于您在外国市场销

售产品的活动。因此如果您目前或在不远的将来打算从事出口业务，最好还是在国外也注册您的商标。如果出口的商品标有一个具有显著特征的商标，将使您的出口产品能被人在外国市场上识别，让您的公司能在外国消费者心目中建立起声誉和形象，从而为您的公司带来更高的利润。

您如何在国外注册您的商标？

如果您在公司所在的国家（所在国）已经注册了公司的商标，但现在想在其他国家进行出口或授予商标使用许可，那么最好在外国也注册您的商标。主要办法有三种：

逐一国家注册途径：您的企业可以用规定的语言提交相应申请并缴纳规费的方式，向要求给予保护的每一个国家的商标局提交申请。如前所述，有些国家可能要求您为此聘请当地商标代理人提供服务。

地区注册途径：如果您希望申请保护的国家属于某地区性商标系统，您可以通过向有关地区局提交申请的方式，申请注册对成员国的领土均有效的商标。地区商标局有：

- 非洲地区工业产权局
- 比荷卢商标局
- 欧洲联盟内部市场协调局
- 非洲知识产权组织

国际注册途径：如果您公司的原属国是马德里体系的成员，并且您的商标已在该国注册或已提出商标申请，或者该注册或申请在该国有效，您可以利用马德里体系（由WIPO管理）在该体系中多达70个成员国中注册您的商标。

使用马德里体系的好处

使用马德里体系的主要好处是，商标注册人可以通过以下手续在该体系的所有成员国中注册其商标：

- 提交一份国际申请
- 使用一种语言
- 遵守一套费用与时限

此后，只需通过一种程序即可维持和续展国际注册。

您可以在您本国的商标局或WIPO网站www.wipo.int/madrid/上找到关于商标国际注册的更多资料。马德里体系的所有成员国的名单见附件三。

3. 商标的种类

商品商标	用于识别特定商品由某具体企业生产的商标
服务商标	用于识别特定服务由某具体企业提供的商标
集体商标	用于识别商品或服务由某协会成员生产或提供的商标
证明商标	用于识别商品或服务遵守一组标准且已由某认证机构认证的商标
驰名商标	被认为在市场上知名的商标，并因此受益于更强的保护

什么是服务商标？

服务商标本质上与商品商标非常相似。两者都是具有显著性的标志；商品商标用于区分一家企业的商品与其他企业的商品，服务商标则对服务发挥同样的功能。服务可以各式各样，例如金融、银行、旅行、广告或餐饮等等。服务商标也可以按照与商品商标相同的条件进行注册、续展、撤销、转让和许可。

例如：



什么是集体商标？

集体商标一般为某协会或合作团体所拥有，该协会或团体的成员可以使用集体商标来销售产品。协会通常会制定一系列使用集体商标的标准（例如质量标准），并让符合这些标准的单个公司选择使用该商标。集体商标可以作为一个企业集团联合销售产品的有效方式，这些企业如果单独进行产品销售，可能很难让消费者认可其各自的商标，主要分销商也很难接受其各自的商标。

例如： Melinda集体商标由16家生产苹果的合作社的5200个成员使用，这些合作社位于Valle di Non和Valle del Sole地区（意大利），于1989年成立了Melinda企业集团。



经Melinda 企业集团许可

什么是证明商标？

证明商标用于表明已达到规定的标准，但不以任何成员资格为限。任何人只要证明自己的产品符合某些规定标准，即可使用证明商标。在许多国家，集体商标和证明商标之间的主要区别在于，前者只能由某些特定企业（例如协会成员）使用，而证明商标可以由任何符合证明商标所有人规定的标准的人使用。

证明商标的一项重要要求是，申请注册的实体必须被认为有能力认证相关产品。

例如：Woolmark标志是Woolmark公司的注册（证明）商标。Woolmark是质量确认标记，表示使用该标记的产品由100%新羊毛制造，并符合Woolmark公司制定的严格的性能规格。该商标已在140多个国家注册，并许可给67个国家中的满足这些质量标准的制造商使用。



WOOLMARK

经Woolmark 公司许可

什么是驰名商标？

"驰名商标"是指那些在被要求提供商标保护的国家的被主管部门认为驰名的商标。驰名商标一般能得到更强的保护。例如，驰名商标即使未在某具体领土上注册（或甚至未使用），也可能受到保护。此外，虽然商标保护所针对的一般只是用于相同或类似产品上的混淆性近似商标，但只要符合若干条件，驰名

商标保护常常可以针对甚至用于无关产品上的混淆性近似商标。这种更强保护的主要目的在于防止公司搭便车利用驰名商标的声誉和/或损害驰名商标的声誉或商誉。

例如：假设“奇妙可乐”是著名的软饮料商标。奇妙可乐公司将自动在那些对驰名商标给予更强保护并认为该商标是软饮料驰名商标的国家受到保护。如果符合若干条件，这种保护也可适用于无关的商品和服务。也就是说，如果另一家企业决定使用“奇妙可乐”这一商标来推销其他产品，无论是T恤衫还是太阳镜，都需要取得奇妙可乐公司的授权，否则将可能因侵犯商标权而被起诉。

4. 商标的使用

您可以注册一个从未使用过的商标吗？

您可以在商标使用之前申请商标注册，但有些国家将在您已有证据表明进行过商标使用之后才予以正式注册（例如美国）。另外，在大多数情况下，如果在注册后的一定时期内（通常为3至5年）没有使用商标，商标注册也可能会从注册簿中注销。

TM 还是®？

商标旁边的®、TM、SM或类似符号并不是非用不可，一般也不会提供任何进一步的法律保护。然而，这也许是一种告诉他人某特定符号是商标的简易办法，从而起到对可能的侵权者和假冒者加以警告的作用。®符号在商标注册后使用，TM表示有关标志是商品商标；SM有时用来指服务商标。

如何在广告中使用商标?

如果商标是以某种带有特殊设计或字体的徽标注册的, 要确保严格按照商标注册的形式使用该商标。要仔细监督商标的使用情况, 因为事关您公司产品的形象。同样重要的是, 避免将商标作为动词或名词使用, 以避免消费者认为它是通用名称。

可以在不同产品上使用同一个商标吗?

不同的商标可以用于同一公司不同类型的产品。每个公司根据其品牌战略, 决定是否在其各种产品上使用同一个商标, 每次推出新产品时都将该品牌延伸, 或者在每一种产品上使用不同的商标。

如果将现有品牌延伸用于新产品上, 可以使新产品得益于该商标的形象和声誉。但是, 如果使用一个更具体、一个与新产品更相关的新商标, 也可能有其优点, 使公司可以将新产品的目标对准特定的消费者群(儿童、青少年等), 或者可以为新产品创立新的形象。许多公司都将新品牌与现有品牌共同使用(例如NUTELLA®一般都与 Ferrero一起使用)



NUTELLA® 经Ferrero S.p.A. 许可

不同公司有不同的战略。无论您的选择如何, 应当确保商标在所有使用或准备使用的商品或服务上取得注册。

在因特网上使用商标时应注意什么?

在因特网上使用商标引起了一些有争议的法律问题, 对于这些问题, 没有一种简单或统一的解决办法。引起这一问题的一个重要方面是, 商标权具有领土性(换言之, 只能在已经注册或使用该商标的国家受到保护), 而因特网的范围却是全球性的。这样, 在解决在不同国家合法拥有用于相同或类似商品或服务上的相同或混淆性近似商标的个人或公司间的争议时, 便会出现问题。这一方面的立法工作基本上仍处于进行过程中, 而且不同的国家可能对这一问题有不同的处理方式。



什么是域名？ 域名与商标有何关系？

另一个重要问题是商标与域名之间的冲突。域名是指因特网地址，通常是用来寻找网站的。例如，域名 "wipo.int" 是用来表示WIPO网站的位置是<http://www.wipo.int>。随着时间的推移，域名已逐渐成为企业标志，从而常常与商标发生冲突。

因此，您选择域名时一定要不要使用另一公司的商标，尤其是驰名商标。这是因为，许多国家的法律或法院认为将别的公司或个人的商标注册为域名是商标侵权行为，即常说的域名抢注。如果发生这种情况，您的企业不仅可能不得不转让或注销该域名，而且还可能要支付赔偿费或被重罚。

为查明某一具体商标是否已受保护，可以直接与国家或地区商标局联系，许多国家或地区商标局均

有可供网上查询的商标数据库。WIPO网站上列有此种数据库的清单：<http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/index.html>。

另一方面，如果您企业的商标被别人或别的公司作为域名使用，或被其进行了“域名抢注”，那么您可以采取行动制止这种对您的公司的权利的不当使用 / 侵权行为。在这种情况下，一种选择是，使用很受欢迎的WIPO域名争议解决在线行政程序：<http://arbiter.wipo.int/domains/>。WIPO网站上有投诉书样本，还有已经裁决的数千个WIPO域名案件的法律索引。

您可以许可其他公司使用自己的商标吗？

商标可以许可给其他公司使用。在此种情况下，商标注册人仍然拥有所有权，只是同意另一个或几个公司使用该商标。这一般都是通过支付使用费并征得商标注册人同意的方式来实现的，通常需要签订正式的使用许可协议⁴。根据协议的性质，许可人常常对被许可人保留一定程度的控制权，以保证一定的质量。

⁴ 使用许可协议是知识产权所有人（许可人）与支付约定费用（费用或使用费）被授权使用这些权利的另一人（被许可人）之间的一种合作关系。

实践中，商标使用许可常常是在范围更广的使用许可协议的框架中进行的，例如特许专营协议，或者包括许可使用专利、技术诀窍等其他知识产权的协议，例如为生产某特定产品提供某定程度的技术援助的协议。

特许专营协议与商标有何关系？

许可使用商标通常是特许专营协议的核心。在特许专营协议中，商标注册人对被特许经营者的控制程度，一般要比标准的商标使用许可协议要高。在特许专营的情况下，特许专营的授权人允许另一人（特许专营者）按一定的规定并在作出补偿或缴纳使用费的情况下使用其经营方式（包括商标、技术诀窍、客户服务、软件、店面装饰等）。

例如：一家餐馆使用“NANDO'S”商标销售鸡肉食品。餐馆逐渐形成了一套制作和销售产品的办法，产品销量很大而且使用统一的销售方式。这种办法中有一系列促成NANDO'S餐馆成功的因素，包括制作食品并让食品保持同样的质量的配方和方法、雇员制服设计、建筑物设计、包装设计以及管理和会计

制度。NANDO'S公司将其知识和经验分享给特许专营者使用，并保留监督和控制当地特许专营者的权利。作为特许专营协议中的一个关键内容，特许专营者将也被授权而且必须要使用NANDO'S商标。



经 Nando's Group Holdings Ltd 许可

您的公司将商标出售或转让给另一家公司时是否有任何限制？

将商标独立从目前拥有该商标的企业中拿出来销售或转让这种可能性越来越大。在销售或转让商标时，可能需要向商标局交存一份协议或协议一部分的副本。

您对商标所作的所有的修改都需要注册吗？

许多商标，包括一些非常著名的商标，随着时间的推移会略有变化或演变，以使公司形象更加现代化或适用于新的广告媒体。商标可以改变，也可以加以调整，但是您的公司应当谨慎行事，要咨询有关的商标局或合格的商标代理人，了解作出具体修改是否有必要提交新的申请并缴纳相关费用。



1900



1904



1909



1930



1948



1955



1961



1971



1995



1999

© 壳牌

5. 商标执法

如果他人未经授权使用您企业的商标，该怎么办？

实施商标权的责任主要在商标注册人自身。发现任何侵权行为并决定采取何种措施来实施商标权，是您的公司作为商标注册人的责任。

如果您认为有人正在侵犯您的商标权，听听专家的意见总是有用的。通常可以找知识产权律师来向您提供关于本国、或许还有邻国的现有制止假冒和侵权行为的措施，并向您提供关于如何实施权利的意见。

如果您发现商标被侵权，可以选择先向被指称的侵权者写一封信（通常叫做“制止令”），告知其可能存在的冲突。在写这封信时，建议请商标律师帮忙。

如果您的企业认为侵权是故意的，并且了解侵权活动的所在地，可以在商标律师的协助下，通过取得搜查和扣压令（通常向主管法院或警察当局申请）的方式采取突然袭击的行动，在不事先通知被指称的侵权公司/个人的情况下对其进行搜查。

司法部门可能责令侵权者告知您生产和销售侵权商品或服务者的身份及其分销渠道。作为遏止侵权的有效手段，司法部门可以根据您的请求命令将侵权商品和物品销毁，或在商业渠道之外进行处理，而无须做出任何补偿。

为制止假冒商标商品的进口，许多国家的商标注册人可以通过国家海关部门利用国际边境措施。作为商标注册人，您的公司可以在边境，即在假冒商品在有关国家分销之前，寻求海关的协助。寻求海关协助通常需要支付规定的费用，详情可与相关海关部门联系。

有些情况下，对付侵权的一个有效办法是通过仲裁与调解。仲裁一般没有法院诉讼那样正式，耗时较短，花费较少，而且仲裁结果更容易在国际上加以执行。调解的一个优点是，当事各方可以自己控制争议解决过程。缘其如此，调解有助于您的公司维持与将来可能合作的另一家公司的良好商业关系。关于仲裁与调解的更多信息，请参见WIPO仲裁与调解中心的网站：<http://arbiter.wipo.int/center/index.htm>。

了解进一步信息的有用网站:

从企业角度看待其他知识产权问题:

www.wipo.int/sme/

商标的一般问题:

- "关于知识产权", WIPO网站: <http://www.wipo.int/about-ip/en/>
- 国际商标协会: www.inta.org

商标注册的实际问题, 参见附件一中所列的各国家和地区商标局网站, 或者http://www.wipo.int/news/en/links/ipo_web.htm.

商标国际注册马德里体系:

<http://www.wipo.int/madrid/en/index.html>

全世界各工业产权局建立的在线商标数据库:

<http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/index.html>.

《尼斯协定》商标注册用商品和服务国际分类:

<http://www.wipo.int/classifications/en/index.html> (Nice Agreement项下)

《维也纳协定》商标图形要素国际分类:

<http://www.wipo.int/classifications/en/index.html> (Vienna Agreement项下)

商标与域名的冲突:

<http://ecommerce.wipo.int/domains/>

www.icann.org

域名替代争议解决程序:

<http://arbiter.wipo.int/domains/>

附件一

各国家和地区商标局的网址

阿尔及利亚	http://www.inapi.org
安道尔	http://www.ompaa.ad
阿根廷	http://www.inpi.gov.ar/
非洲地区工业产权组织 (ARIPO)	http://www.aripo.wipo.net/
亚美尼亚	http://www.armpatent.org
奥地利	http://www.patent.bmwa.gv.at/
澳大利亚	http://www.ipaustralia.gov.au/
巴巴多斯	http://www.caipo.org
伯利兹	http://www.belipo.bz
比利时	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/belgium
比荷卢 (比荷卢商标局 — BTO)	http://www.bmb-bbm.org/
玻利维亚	http://www.senapi.gov.bo
波斯尼亚和黑塞哥维那	http://www.bih.net.ba/-zsmmp
巴西	http://www.inpi.gov.br
保加利亚	http://www.bpo.bg/
加拿大	http://opic.gc.ca
中国	http://www.sipo.gov.cn
中国 (商标)	http://www.saic.gov.cn
中国 (香港特别行政区)	http://www.info.gov.hk/ipd
智利	http://www.proind.gov.cl
哥伦比亚	http://www.sic.gov.co
哥斯达黎加	http://www.registracionacional.go.cr
克罗地亚	http://pubwww.srce.hr/patent
古巴	http://www.ocpi.cu
捷克共和国	http://www.upv.cz
朝鲜民主主义人民共和国	http://www.epa.ee
丹麦	http://www.dkpto.dk/
多米尼加共和国	http://www.seic.gov.do/onapi/
埃及	http://www.egypo.gov.eg
爱沙尼亚	http://www.epa.ee
欧洲专利局	http://www.eapo.org
欧洲 (内部市场协调局 - OHIM)	http://oami.eu.int/
芬兰	http://www.finlex.fi

法国	http://www.inpi.fr
格鲁吉亚	http://www.sakpatenti.org.ge/
德国	http://www.dpma.de
希腊	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/greece.index.htm
匈牙利	http://www.hpo.hu/
冰岛	http://www.els.stjr.is
印度	http://www.patentoffice.nic.in
印度尼西亚	http://www.dgip.go.id
爱尔兰	http://www.patentsoffice.ie
以色列	http://www.justice.gov.il/rasham+haptentinm/default.asp
意大利	http://www.european-patent-office.org/it/
日本	http://www.jpo.jp
约旦	http://www.mit.gov.jo
哈萨克斯坦	http://www.kazpatent.kz
	http://www.kazpatent.org
肯尼亚	http://www.kipo.ke.wipo.net
吉尔吉斯斯坦	http://www.krygyzpatent.kg
老挝人民民主共和国	http://www.stea.la.wipo.net/index.html
立陶宛	http://www.vpb.lt/
卢森堡	http://www.etat.lu/ec/
澳门	http://www.economia.gov.mo
马来西亚	http://kpdnhq.gov.my
墨西哥	http://www.impi.gob.mx/
摩纳哥	http://www.european-patent-office.org/patlib/country/monaco/
蒙古	http://www.mongol.net/ipom
摩洛哥	http://www.ompic.org.ma/
荷兰	http://www.bie.minez.nl
荷属安的列斯群岛	http://bureau-intellectual-property.org/
尼泊尔	http://www.ip.np.wipo.net
新西兰	http://www.iponz.govt.nz
挪威	http://www.patentstyret.no
非洲知识产权组织 (OAPI)	http://www.oapi.wipo.net/
巴拿马	http://www.mici.gob.pa/comintf.html
秘鲁	http://www.indecopi.gob.pe/

菲律宾	http://www.ipophil.gov.ph/
波兰	http://www.uprp.pl/
葡萄牙	http://www.inpi.pt/
刚果共和国	http://www.anpi.cg.wipo.net
大韩民国	http://kipo.go.kr
马其顿共和国	http://www.ippo.gov.mk/
摩尔多瓦共和国	http://www.agepi.md/
罗马尼亚	http://www.osim.ro
俄罗斯联邦	http://www.rupto.ru
塞尔维亚和黑山	http://yupat.sv.gov.yu
新加坡	http://www.ipos.gov.sg
斯洛伐克共和国	http://www.indprop.gov.sk
斯洛文尼亚	http://www.uil-sipo.si/
西班牙	http://www.oepm.es
瑞典	http://www.prv.se
瑞士	http://www.ige.ch
塔吉克斯坦	http://www.tipat.org
泰国	http://www.ipthailand.org
土耳其	http://www.turkpatent.gov.tr
乌克兰	http://www.spou.kiev.ua
联合王国	http://www.patent.gov.uk
美国	http://www.uspto.gov
乌拉圭	http://www.dnpi.gub.uy
乌兹别克斯坦	http://www.patent.uz
委内瑞拉	http://www.sapi.gov.ve
南斯拉夫	http://www.yupat.sv.gov.yu

附件二

《尼斯协定》商标注册用商品和服务国际分类表

商 品

1. 用于工业、科学和摄影以及农业、园艺和森林的化学品；未加工人造合成树脂；未加工塑料物质；肥料；灭火用合成物；淬火和金属焊接用制剂；保存食品用化学品；鞣料；工业用粘合剂。
2. 颜料，清漆，漆；防锈剂和木材防腐剂；着色剂；媒染剂；未加工的天然树脂；画家、装饰家、印刷商和艺术家用金属箔及金属粉。
3. 洗衣用漂白剂及其他物料；清洁、擦亮、去渍及研磨用制剂；肥皂；香料、精油、化妆品、发水；牙膏、牙粉。
4. 工业用油及油脂；润滑剂；吸收、喷洒和粘结灰尘用品；燃料（包括马达用的汽油）和照明材料；蜡烛和灯芯。
5. 药品和兽药；卫生用品；医用营养品，婴儿食品；膏药、绷敷材料；填塞牙孔和牙模用料、消毒剂；灭有害动物制品；杀真菌剂、除莠剂。
6. 普通金属及其合金；金属建筑材料；可移动金属建筑物；铁轨用金属材料；非电气用缆索和普通金属线；小五金器皿；金属管；保险箱；不属别类的普通金属制品；矿砂。
7. 机器和机床；马达和引擎（车辆用的除外）；机器传动用联轴节和传动带（车辆用的除外）；除手工操作以外的农业工具；孵化器。
8. 手工用具和器械（手工操作的）；刀叉餐具；佩刀；剃刀。
9. 科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验（监督）、救生和教学用具及仪器；导电、开关、变电、蓄电、调节或控制电的仪器及器械；录制、传播或复制声音和形象的器具；磁性数据载体；录音盘；自动售货器和投币启动装置的机械结构；现金收入记录机、计算器数据处理装置和计算机；灭火器械。
10. 外科、医疗、牙科和兽医用仪器及器械、假肢、假眼和假牙；矫形用品；缝合用材料。
11. 照明、加温、蒸汽、烹调、冷藏、干燥、通风、供水以及卫生设备装置。

12. 车辆；陆、空、海用运载器。
13. 火器；军火及子弹；爆炸物；烟花鞭炮。
14. 贵金属及其合金以及不属别类的贵金属制品或镀有贵金属的物品；珠宝，宝石；钟表和计时仪器。
15. 乐器。
16. 不属别类的纸、纸板及其制品；印刷品；装订用品；照片；文具用品；文具或家庭用粘合剂；美术用品；画笔；打字机和办公用品(家俱除外)；教育或教学用品(仪器除外)；包装用塑料物品(不属别类的)；印刷铅字；印版。
17. 不属别类的橡胶、古塔波胶、树胶、石棉、云母以及这些原材料的制品；生产用半成品塑料制品；包装、填充和绝缘用材料；非金属软管。
18. 皮革及人造皮革，不属别类的皮革及人造皮革制品；动物皮、生皮；箱子及旅行袋；雨伞、阳伞及手杖；鞭、挽具和马具。
19. 建筑材料(非金属)；建筑用非金属刚性管；沥青，人工合成沥青和柏油；可移动非金属建筑物；非金属碑。
20. 家具，玻璃镜子，镜框；不属别类的木、软木、苇、藤、柳条、角、骨、象牙、鲸具、贝壳、琥珀、珍珠母、海泡石制品以及这些材料的代用品或塑料制品。
21. 家庭或厨房用具及容器(非贵金属所制；也非镀有贵金属)；梳子及海绵；刷子(画笔除外)；制刷材料；清扫用具；钢丝绒；未加工或半加工玻璃(建筑用玻璃除外)；不属别类的玻璃器皿、瓷器及陶器。
22. 缆，绳，网，帐篷，遮篷，防水遮布，帆、袋(不属别类)；衬垫及填充料(橡胶或塑料除外)；纺织用纤维原料。
23. 纺织用纱、线。
24. 不属别类的布料及纺织品；床单和桌布。
25. 服装，鞋，帽。
26. 花边及刺绣，饰带及编带；钮扣，领钩扣，饰针及缝针；假花。
27. 地毯，草垫，席类，油毡及其他铺地板用品；墙帷(非纺织品)。
28. 娱乐品，玩具；不属别类的体育及运动用品；圣诞树用装饰品。
29. 肉，鱼，家禽及野味；肉汁；腌渍、干制及煮熟的水果和蔬菜；果冻，果酱，糖渍果品；蛋，奶及乳制品；食用油脂。

30. 咖啡，茶，可可，糖，米，淀粉，西米，咖啡代用品；面粉及谷类制品，面包，糕点及糖果，冰制食品；蜂蜜，糖浆；鲜酵母，发酵粉；食盐，芥末；醋，沙司(调味品)；调味用香料；饮用水。
31. 农业、园艺、林业产品及不属别类的谷物；牲畜；新鲜水果和蔬菜；种籽，草木及花卉；动物饲料，麦芽。
32. 啤酒，矿泉水和汽水以及其他不含酒精的饮料；水果饮料及果汁；糖浆及其他供饮料用的制剂。
33. 含酒精的饮料(啤酒除外)。
34. 烟草；烟具；火柴。

服 务

35. 广告；企业管理；企业行政；办公职能。
36. 保险；金融事务；货币事务；房地产事务。
37. 建筑；修理；安装服务。
38. 电信。
39. 运输；商品包装与贮藏；旅行安排。
40. 材料处理。
41. 教育；提供培训；娱乐；体育和文化活动。
42. 科技服务以及与科技服务有关的研究和设计；工业分析和研究服务；计算机硬件和软件设计和开发；法律服务。
43. 提供食品与饮料的服务；临时住宿。
44. 医疗服务；兽医服务；人类或动物保健和美容；农业、园艺和林业服务。
45. 为满足他人要求而提供的个人或社会服务；保护财产和人身安全服务。

2003年7月，《尼斯协定》有72个成员国。它们采用并适用商标注册用尼斯分类表。

附件三

马德里联盟的成员

(截至2003年4月15日)

阿尔巴尼亚 (A)	匈牙利 (A&P)
阿尔及利亚 (A)	冰岛 (P)
安提瓜和巴布达 (P)	爱尔兰 (P)
亚美尼亚 (A&P)	意大利 (A&P)
澳大利亚 (P)	日本 (P)
奥地利 (A&P)	哈萨克斯坦 (A)
阿塞拜疆 (A)	肯尼亚 (A&P)
白俄罗斯 (A&P)	吉尔吉斯斯坦 (A)
比利时* (A&P)	拉脱维亚 (A&P)
不丹 (A&P)	莱索托 (A&P)
波斯尼亚和黑塞哥维那 (A)	利比里亚 (A)
保加利亚 (A&P)	列支敦士登 (A&P)
中国 (A&P)	立陶宛 (P)
克罗地亚 (A)	卢森堡* (A&P)
古巴 (A&P)	摩纳哥 (A&P)
捷克共和国 (A&P)	蒙古 (A&P)
朝鲜民主主义人民共和国 (A&P)	摩洛哥 (A&P)
丹麦 (P)	莫桑比克 (A&P)
埃及 (A)	荷兰* (A&P)
爱沙尼亚 (P)	挪威 (P)
芬兰 (P)	波兰 (A&P)
法国 (A&P)	葡萄牙 (A&P)
格鲁吉亚 (P)	摩尔多瓦共和国 (A&P)
德国 (A&P) ×	罗马尼亚 (A&P)
希腊 (P)	俄罗斯联邦 (A&P)

圣马力诺 (A)
塞拉利昂 (A&P)
新加坡 (P)
斯洛伐克 (A&P)
斯洛文尼亚 (A&P)
西班牙 (A&P)
苏丹 (A)
斯威士兰 (A&P)
瑞典 (P)
瑞士 (A&P)
塔吉克斯坦 (A)
前南斯拉夫的马其顿共和国 (A)
土耳其 (P)

土库曼斯坦 (P)
乌克兰 (A&P)
联合王国 (P)
乌兹别克斯坦 (A)
越南 (A)
南斯拉夫 (A&P)
赞比亚 (P)

(A) 表示《协定》的成员 (52)

(P) 表示《议定书》的成员 (55)

** 不得分别申请比利时、卢森堡或荷兰的保护，而只能将该3国作为整体（比荷卢），并在缴纳一次性补充费和单独费的情况下要求给予保护。*

如欲了解更多信息，请与**世界知识产权组织**联系：

地址：

34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland 瑞士

电话：

41 22 338 91 11

传真：

41 22 733 54 28

电子邮件：

wipo.mail@wipo.int

或与其纽约协调处联系：

地址：

2, United Nations Plaza
Suite 2525
New York, N.Y. 10017
United States of America 美利坚合众国

电话：

1 212 963 6813

传真：

1 212 963 4801

电子邮件：

wipo@un.org

访问世界知识产权组织网站：

<http://www.wipo.int>

并按以下地址向世界知识产权组织电子书店订书：

<http://www.wipo.int/ebookshop>

或与其中小企业司联系：

地址：

34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland

传真：

+41 22 338 87 60

电子邮件：

sme@wipo.int

网页：

<http://www.wipo.int/sme>