

精英知識產權

主办单位：精英知识产权集团

深圳市精英商标事务所
深圳市精英专利事务所
广东君逸律师事务所

协办单位：深圳市商标协会

编辑委员会

主任：黄卫家

执行主任：林丽双、李昌华、李晓兰

委员：郑东莲、张艳燕、黄晓翰、卢晓霞
陈曼萍、王 铿、罗丹称、张 攀
朱婕雯

编辑：李佩佩

http://www.sts426.com

电话：0755-82073698 (总机)

传真：0755-82073295

邮箱：service@sts426.com

地址：深圳市福田区深南中路6009号绿景广场
(NEO) B栋20楼

2015年第2期(总第15期) 2015年05月

Contents 目录

精英动态

精英知识产权集团举办佛山季度游	01
精英知识产权集团举办2015年新春年会	01
精英知识产权集团举办2015年业务交流会	01
精英专利所成功通过广东专利代理机构管理规范达标单位评选考核	01
精英知识产权集团代理金威啤酒(中国)有限公司撤销复审案	02
精英知识产权集团为深圳赤湾石油基地股份有限公司办理商标全类注册服务	02
精英知识产权集团为金盟自行车贸易公司清理海外商标并办理转让申请	02
精英知识产权集团为天彩电子(深圳)有限公司代理美国专利审查意见答复	02
精英知识产权集团辅导新国都获得深圳市科学技术奖	02
精英知识产权集团代理广东喜之郎集团又一件发明专利获得证书	03
精英知识产权集团代理盛宝粮油赢得“湄南河”商标行政诉讼案	03
精英知识产权集团代理华大基因在多个类别赢得“基因谱”商标驳回复审案	03
精英知识产权集团代理深圳英诺激光科技有限公司获得4个发明专利和实用新型专利套餐4个	03
精英知识产权集团为广东温氏食品集团股份有限公司办理21个国内商标的续展	04
精英知识产权集团为深圳观澜湖高尔夫球会有限公司办理续展	04
精英知识产权集团为米兰登服饰(广东)有限公司办理2015年香港续展	04

行业资讯

柬埔寨将加入马德里体系	05
新商标法三方面推进商标注册便利化	05
中国已是商标大国 距品牌强国仍有差距	06
2014年我国受理专利申请236.1万件	06
广东省召开2014年知识产权保护状况及2015年知识产权宣传周活动方案新闻发布会	08

精英案例

“平安发展”商标异议复审裁定书	10
“URI”商标驳回注册申请复审案	13
“欧亚迪Ayd及图”商标异议复审裁定书	14

精英点评

就《商标法》十一条中“仅直接表示商品质量……”条款的简要探析 ——对“湄南河”商标行政诉讼案件的点评	17
---	----

精英研究

专利代理行业面临的机遇与挑战	19
从“王老吉”之争小议商标许可	20

SINCE 1993

精英动态

精英知识产权集团举办佛山季度游

为了增强广大员工的幸福感和企业归属感，增进员工之间的情感和企业凝聚力，精英知识产权集团组织全体员工于 2015 年 1 月 31 日至 2 月 1 日，进行了为期两天的季度旅游活动。两天的活动中，员工们在佛山市三水温泉度假村中放松了心情，舒展了身体；品尝了闻名中外的黄妈妈私房菜，得到了味觉上的极大享受；游览了广东四大名园之一的清晖园，品尝了闻名遐迩的顺德双皮奶。

这次活动使得员工得到了极大的放松，为重新投入忙碌的工作进行了精神储备，体现了精英知识产权集团的人性化管理方式，将员工关怀落到实处。同时加强了企业文化的深入贯彻，增进了同事间的友谊，培养了团结协作的精神，从而使得这次佛山季度游达到了预期的理想效果。

今后，公司将以增强广大员工的幸福感为出发点，从促进员工身心健康角度出发，更多更好地举办丰富多彩的文体活动，充盈我公司企业文化建设，推动精英蓬勃快速发展。

精英知识产权集团举办 2015 年新春年会

2015 年 2 月 15 日晚，精英知识产权集团隆重举行了 2015 年新春晚会，全体员工欢聚一堂，欢歌笑语，共同分享丰收的喜悦，一起憧憬明天的辉煌。

晚会在集团领导的祝愿中拉开序幕，各部门的员工经过一个多月的精心准备，为大家献上了一个个精彩纷呈、创意不断的节目。整场晚会，歌曲、小品、舞蹈节目等形式的节目充分展示了每一个部门、每一位员工的风采。穿插在节目中

的小游戏和抽奖，更是把晚会一次又一次地推向高潮，整个晚会现场掌声不断，笑声不断，所有在场人员都沉浸在欢乐的海洋中。

在这流光溢彩的美丽夜晚，此起彼伏的掌声、欢呼声和笑声在夜空中久久回荡，充斥在温馨快乐的新年气氛中，也预示着精英知识产权集团的明天将更加辉煌！

精英知识产权集团举办 2015 年业务交流会

2015 年 3 月 7 日上午，为了加强各部门之间的业务交流，进一步推广新业务，我司隆重召开了精英知识产权集团业务交流会。

会议的第一项由李昌华副总裁介绍政府扶持资助业务；接下来多位精英骨干员工分别介绍了时间戳业务、国际商标监测及香港公司投诉业务、项目撰写包过业务、知识产权商用业务及知识产权贯标业务、知识产权培训业务以及工商财税代理业务。最后由黄卫家董事长做了精彩的业务交流会总结发言。总结的内容高瞻远瞩，既让我们对新的业务有了进一步的认识，又对我们下一步的工作提出了新的要求。

本次业务交流会十分成功，有助于每位精英员工提高自己的素质，增强工作能力和水平，为精英知识产权集团 2015 年的发展而继续奋斗！

精英专利所成功通过广东专利代理机构管理规范达标单位评选考核

2015 年 3 月，精英专利所又成功通过了广东省专利代理协会组织开展的“广东专利代理机构管理规范达标单位”评选考核。今后精英知识产权集团的全体员工将再接再厉，为精英再创佳绩！

精英知识产权集团代理金威啤酒（中国）有限公司撤销复审案

金威啤酒（中国）有限公司（后简称“金威公司”）于2008年1月7日在第18类“仿皮，伞，手杖，马具”商品项目成功注册了第4087213号“金威+KINGWAY+图形”商标后，一直在前述指定商品项目上使用该商标。上虞市金威伞业有限公司于2013年6月20日向商标申请撤销第4087213号“金威+KINGWAY+图形”商标在“伞”商品上的注册。金威公司在法定期限内向商标局提交了相关证据材料，被其认定使用证据无效。于2014年7月委托我司针对该撤销案件向商标评审委员会提交复审申请，请求商标评审委员会维持金威公司第4087213号“金威+KINGWAY+图形”在“伞”商品上的注册。

针对提供使用证据的证明文件与效力问题，我司经过深入研究与详细指导，在撤销复审中，金威公司提供了更加有力的使用证据，如商标在“伞”上的许可合同原件及其发票，带有该商标的太阳伞销售合同及经公证的发票复印件等。后商标评审委员会经过审查认为，商标的商业使用，包括将商标用于商品、商品包装或容器以及商品交易文书上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中。金威公司于复审期间提交的证据能够证明复审商标在指定使用“伞”商品上在指定期间内进行了真实有效的商业使用。故复审商标在“伞”商品上的注册予以维持。经过我司的努力和与金威公司的配合，金威公司第4087213号“金威+KINGWAY+图形”商标在“伞”商品上的注册得以保留。

精英知识产权集团为深圳赤湾石油基地股份有限公司办理商标全类注册服务

深圳赤湾石油基地股份有限公司是一家以石

油后勤保障服务、海洋工程服务和物流后勤服务三大产业为核心的多元化企业。该公司因名下有商标被他人以“连续三年未使用”为理由提撤销申请，故要求精英知识产权拟定商标保护应对策略与建议。为进一步奠定商标部署保护工作，该公司采纳精英的建议，委托精英再次提交商标的全类注册申请。

精英知识产权集团为金盟自行车贸易公司清理海外商标并办理转让申请

客户邱先生与精英知识产权合作多年，邱先生十分重视知识产权的动态与保护。邱先生及其公司深圳市金盟自行车贸易有限公司都委托精英代理了多项商标注册、专利申请及周边服务。近期，由于经营发展需要，客户邱先生委托精英对其个人名下的国际商标进行了详细的清理盘点，后委托精英办理了将个人名下的所有国际商标转让给金盟自行车公司的申请，目前转让手续已完成。

精英知识产权集团为天彩电子（深圳）有限公司代理美国专利审查意见答复

天彩电子（深圳）有限公司是国家级高新技术企业，精于数码影像类产品设计及制造，始终致力于领导数码影像类产品的创新前沿，并拥有多个自主品牌。该司委托精英知识产权成功办理了数个国家与地区的多项发明与外观专利。之前精英代理了天彩电子的美国发明专利申请，近日收到美国官方的审查意见，天彩再次委托精英代理了审查意见答复。

精英知识产权集团辅导新都获得深圳市科学技术奖

深圳市新都技术股份有限公司成立于2001年，是一家专业从事金融POS机的设计、研发、

生产、销售，并以此为基础提供全方位电子支付技术服务的国家级高新技术企业，经过十年的发展，公司已经形成了自主独立的研发能力，产品和技术均达到国际领先水平。公司坚持以“创新”为企业的核心理念，秉承“专注、专业”的企业精神，以“人性、安全、便捷、速度”为标准，以商户需求和使用体验为导向，不断优化产品结构，开发新产品，研发新技术，追求卓越的产品品质，不断提升综合服务质量，具备了优秀的综合竞争实力，保障了公司的稳定、健康发展。2015 年，精英知识产权受新国都的委托，辅导新国都向深圳市主管单位申请认定深圳市科学技术奖（专利奖），为今后的发展奠定基础。

精英知识产权集团代理广东喜之郎集团又一件发明专利获得证书

2011 年 11 月，精英受广东喜之郎集团有限公司的委托，向国家专利局申请了一件《用于立式包装机的投卡装置》的发明专利，专利号：201110386866.7，并于 2015 年 2 月获得国家专利局的证书。广东喜之郎集团成立于 1993 年，主要研发、生产、销售果冻布丁、海苔、奶茶及糖果四大系列产品，拥有“喜之郎”、“优乐美”两个中国驰名商标和“美好时光”省著名商标，是目前全球最大的果冻布丁专业生产和销售企业，已委托精英成功办理了多项专利。

精英知识产权集团代理盛宝粮油赢得“湄南河”商标行政诉讼案

深圳市某贸易进出口有限公司（下称原告）于 2010 年 8 月申请注册了“湄南河”（下称诉争商标），深圳市盛宝粮油有限公司（下称第三人）委托精英知识产权依法向商评委申请异议复审，2014 年 11 月，商评委作出裁定：诉争商标不予

核准注册。原告对此裁定不服，依法向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求法院撤销商评委的裁定。第三人委托精英知识产权作为其诉讼代理人，出庭参加了该案的庭审。2015 年 3 月，北京知识产权法院做出判决：支持了我方代理人的全部观点，维持商评委的裁定，诉争商标不予核准注册。此案作为精英在北京知识产权法院成立后代理的第一个案件，具有一定的参考意义。

精英知识产权集团代理华大基因在多个类别赢得“基因谱”商标驳回复审案

深圳华大基因科技有限公司（下称申请人）成立于 1999 年，为一家享誉国内外的知名公司，先后完成了国际人类基因组计划“中国部分”（1%，承担其中绝大部分工作）、国际人类单体型图计划（10%）、水稻基因组计划、家蚕基因组计划、家鸡基因组计划、抗 SARS 研究、“炎黄一号”（100%）、大熊猫等多项具有国际先进水平的基因组科研工作，在 Nature 和 Science 等国际一流的学术杂志上发表多篇论文，奠定了中国基因组科学在国际上的领先地位。申请人在多个类别申请注册了“基因谱”商标（下称申请商标），后商标局以缺乏显著性等为由驳回，申请人对此不服，委托精英知识产权代理驳回复审，精英知识产权主要从申请商标本身具有显著性，在实践中有大量与申请商标相同或近似商标已获注册的先例以及申请商标通过大规模使用显著性进一步加强等方面入手，最终获得商评委的认可，在多个类别裁定申请人商标予以初审公告。

精英知识产权集团代理深圳英诺激光科技有限公司获得 4 个发明专利和实用新型专利套餐 4 个

深圳英诺激光科技有限公司 2011 年注册成立，于改革开放的前沿——深圳，是由中、美合资设

立的高科技公司。公司是集高端激光器生产、加工、销售，激光设备贸易代理以及激光技术高端应用为一体的高端激光微加工系统解决方案提供商。其拥有世界领先水平的激光技术、高端固态激光器生产技术、多领域激光应用技术，在各个激光技术领域拥有几十项专利及研究成果，公司自主研发生产了四大系列、涉及不同脉冲能量、脉冲宽度、光束质量的上百种单模半导体泵浦声光调Q固体激光器产品。精英知识产权集团代理深圳英诺激光科技有限公司获得4个发明专利和实用新型专利套餐4个。

精英知识产权集团为广东温氏食品集团股份有限公司办理21个国内商标的续展

广东温氏食品集团有限公司位于云浮市新兴县勒竹镇榄根，创立于1983年，公司从当初的七户八股8000元资本起家，现已发展成为一家以养鸡业、养猪业、养牛业为主导，兼营食品加工、动物保健品的跨行业、跨地区发展的大型畜牧企业集团，目前已在全国22个省（市、自治区）建成140多家一体化公司。是广东省农业龙头企业和全国农业产业化重点龙头企业之一。精英知识产权集团为广东温氏食品集团股份有限公司办理21个国内商标的续展，保障了企业的知识产权利益。

精英知识产权集团为深圳观澜湖高尔夫球会有限公司办理续展

1992年成立，由香港骏豪集团前后投资50亿港元，拥有员工近7千人。吉尼斯世界第一大球会，汇聚五大洲风格，拥有12个球场。顶级球星设计的国际标准PGA，亚洲最大51片网球场，4间顶级会所，全国首家大卫利百特高尔夫学院。获“中国酒店金枕头”奖，“最佳高尔夫度假酒店”

等称号的五星级骏豪酒店，专业SPA水疗中心及高尔夫别墅项目。精英知识产权集团为深圳观澜湖高尔夫球会有限公司办理续展，为其今后的发展奠定基础。

精英知识产权集团为米兰登服饰（广东）有限公司办理2015年香港续展

米兰登服饰（广东）有限公司始源于香港龙海贸易有限公司，创建于八十年代，生产经营男女休闲服装，蜚声欧美和东南亚。在充分领悟国际服装流行趋势的基础上，于1995年隆重载入另一瑰丽的篇章—缔造全新的国际休闲品牌MILANDON（米兰登），并将之推广到国内市场。公司在深圳龙岗拥有数万平方米的“米兰登”工业园。采用日本进口的最新生产流水线设备，设置了绣花厂、洗水厂等一条龙配套设施，并全面通过ISO9001:2000国际质量管理体系认证。公司拥有丰富的人力资源储备，员工达2000多人，其中高层管理人员近百名。专业的研发团队深谙时尚精髓，擅长将精良的传统工艺与时尚元素融为一体，于简洁中体现精致，舒适中冶炼品位。精英知识产权集团为米兰登服饰（广东）有限公司办理2015年香港续展，为米兰登服饰（广东）有限公司今后的发展奠定了基础。

行业资讯

柬埔寨将加入马德里体系

2015 年 3 月 5 日，在向世界知识产权组织总干事弗朗西斯·高锐 (Francis Gurry) 提交递交了加入《商标国际注册马德里协定有关议定书》签署文件书后，柬埔寨成为了正式成为马德里体系的第 95 个成员国。该议定书将于 2015 年 6 月 5 日起对柬埔寨正式生效。

柬埔寨加入马德里体系将对柬埔寨的商标权利人产生巨大影响，不仅柬埔寨国内的企业或个人可以仅通过马德里体系指定其他 94 个成员国，同时对于马德里体系内的其他成员国也可以通过该体系指定柬埔寨，极大地简化了流程，降低了商标保护成本。

目前马德里国际体系有 95 个成员国，但其涵盖的国家地区个数已经超过 110 个，其中主要集中于欧洲地区、东亚地区、部分南亚国家、非洲大部分地区、部分北美和南美国家，因此可以说马德里体系已经涵盖了世界上绝大多数国家和地区，极大地方便了商标所有人到境外进行商标注册保护，同时极大减少境外申请注册的成本，相信未来有更多地国家或地区将会降入该体系。

2014 年中国企业利用马德里体系申请注册的商标共计 2768 件，这相对于美国等其他发达国家来说申请量很小，可以看出中国企业很少利用或不善于这一国际体系对于企业的商标进行境外保护。国内省市中尤以山东、广东、浙江、江苏地区的申请人利用马德里体系比较多，可以看出无论是代理机构、政府机构对于通过这种体系

均有比较大的宣传，当地企业很好地利用了这一体系。对于重庆、四川、辽宁、河北、河南、安徽等地的申请人来说去年一年只有二三十件的申请量，可以看出这些地区的企业境外商标保护意识还不是很强烈，有效利用国际规则和体系的能力较弱，有待于提供知识产权服务的各方机构进一步宣传以及企业自身不断提升国际规则和体系的利用能力。柬埔寨将于 2015 年 6 月 5 日加入马德里议定书，目前官费暂未发布。申请人可根据自身需求选择通过单一国家途径或马德里国际途径提交柬埔寨商标注册申请。

新商标法三方面推进商标注册便利化

2015 年 4 月 16 日上午，国新办举行 2014 年中国知识产权发展状况新闻发布会，国家工商行政管理总局副局长刘俊臣在回答记者提问时表示，去年 5 月 1 日实施的新《商标法》，还有《商标法的实施条例》，对推进商标注册的便利化作了很多新的规定，特别是明确了商标审查的法定时限。他从以下三个方面进行了简要介绍：

第一，商标的平均审查周期严格控制在法定期限以内。国务院在部署推进商事制度改革，极大的激发了企业创业的活力，企业以每天新增一万户的速度在增长，这样也推动商标注册申请量的大幅度提升。

第二，建立了更加便捷的商标注册审查流程。从《商标法》实施之日开展，我们全面启用了适应新商标法要求的注册审查流程。一是启用新的

“异议”审查程序。二是开始受理“一标多类”的商标申请。三是开始受理和审查声音商标。四是启用新版的申请的文书、商标公告、商标注册证。

第三，依托信息化建设，提升商标注册服务的水平。一是大幅度提高网上申请的比例。二是优化商标注册和管理自动化系统的性能。三是我们在研究把1600万件的商标数据库逐步向地方和社会开放。四是在推进商标注册便利化的同时，进一步加大对侵权假冒行为的打击力度。

中国已是商标大国 距品牌强国仍存差距

16日上午，国务院新闻办公室举行新闻发布会介绍2014年中国知识产权发展状况并答记者问。会上，国家工商行政管理总局副局长刘俊臣表示，去年全年的商标注册申请量达228.5万件，同比增长了21%，再创历史新高，中国已经连续13年位居世界第一，是真正的商标大国。但根据统计数据，仍不是商标品牌强国。

据刘俊臣介绍，去年全年的申请量达228.5万件，同比增长了21%，再创历史新高，中国已经连续13年位居世界第一，是真正的商标大国。截至今年3月底，我国累计商标注册申请量已经突破了1600万件，注册量突破了1000万件，商标有效注册量接近900万件。

在商标国际化方面，通过马德里商标国际注册体系，国内的申请人到其他国家申请领土延伸保护的达到2140件；在世界知识产权组织马德里体系的国家和地区里，中国处在第七位。同时，国外的申请人到中国申请领土延伸保护的超过了

2万件，位居世界第一。

刘俊臣认为，虽然中国已经是商标大国，但根据统计数据表明，仍不是商标品牌强国。“中国每万户市场主体的商标拥有量只有1000多件，发达国家例如美国每万户企业有3000多件商标，我们是发达国家的三分之一左右。”他说。

世界上相对比较公认的品牌排行榜，比如世界品牌实验室世界品牌500强的排行榜中，中国去年占29个，美国是227个，日本是39个。中国自主品牌企业出口产品约占出口总额的11%，所占的比例明显偏低。

最后刘俊臣表示，今年3月20号李克强总理到工商总局视察，明确要求“坚决打击制售假冒伪劣、侵权知识产权等行为，会激励企业提供更多的优质的产品和服务，使得公众对中国制造更有信心”。下一步将要按照总理的要求，认真贯彻落实商标法，更好的推进商标注册便利化，更好的保护商标专用权，为我国品牌经济发展营造良好的市场环境。

2014年我国受理专利申请236.1万件

国务院新闻办公室4月16日举行新闻发布会，介绍2014年中国知识产权发展状况。国家知识产权局局长申长雨表示，2014年知识产权数量持续快速增长，共受理发明专利、实用新型专利和外观设计专利申请236.1万件，其中发明专利92.8万件，同比增长12.5%，申请量连续4年居世界第一。

申长雨指出，2014年，知识产权工作取得显著成效。一是知识产权法律法规建设稳步推进。

新修改的《商标法》及《商标法实施条例》正式施行。《专利法》、《著作权法》、《专利代理条例》修订审查工作积极推进。形成《促进科技成果转化法(修正案草案)》。继续推进《职务发明条例》制定工作。修订发布《驰名商标认定和保护规定》、《商标评审规则》。修订颁布《使用文字作品支付报酬办法》。《民间文学艺术作品著作权保护条例(征求意见稿)》面向社会征求意见。修改完善《林产品地理标志保护办法》，出台《林业植物新品种保护行政执法办法》。最高法院发布《关于审理商标案件有关管辖和法律适用范围问题的解释》。

二是知识产权数量持续快速增长。2014年，共受理发明专利、实用新型专利和外观设计专利申请236.1万件，其中发明专利92.8万件，同比增长12.5%，申请量连续4年居世界第一；共授权发明专利23.3万件，发明专利审查周期缩短至21.8个月。受理PCT国际专利申请2.6万件，同比增长14.2%。每万人发明专利拥有量达到4.9件。受理商标注册申请228.5万件，同比增长21.5%，平均审查周期控制在9个月以内。商标有效注册量839万件，继续保持世界第一。作品登记量99.2万件，同比增长17.39%，计算机软件著作权登记量21.9万件，同比增长33.12%。农业植物新品种权年申请量1772件，同比增长32.9%，初审时间缩短到2个月。林业植物新品种申请量累计达1515件。

三是知识产权行政执法和司法保护进一步加强。全国专利行政执法办案总量24479件，同比增长50.9%。全国工商系统共查处侵权假冒案

件6.74万件，案值9.98亿元。全国版权系统立案查处侵权盗版案件2600余件，收缴侵权盗版制品1200余万件。全国海关共扣留侵权货物2.3万批，新核准知识产权海关备案5306件，同比增长11%。全国22个省(区、市)建成知识产权行政执法与刑事司法衔接信息共享平台。

政府机关和中央企业三级以上企业、大中型金融机构已全部实现软件正版化。多部门加强配合，开展了打击网络侵权盗版专项治理“剑网2014专项行动”、互联网和电子商务领域专项整治、“绿茵”专项执法行动等，取得明显成效。北京、上海、广州设立知识产权法院，具有一般知识产权案件管辖权的基层法院数量进一步增加。全国地方法院新收知识产权民事一审案件95522件，同比增长7.83%；新收知识产权行政一审案件9918件，同比增长243.7%；审结知识产权刑事一审案件10803件，同比增长17.3%。全国检察机关共批准逮捕涉及侵犯知识产权犯罪案件2924件4859人，提起公诉5156件8834人。全国公安机关共破获侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品犯罪案件2.8万起，抓获犯罪嫌疑人3.3万人，涉案总价值177.9亿元。

四是知识产权运用管理水平逐步提升。据统计，2009-2013年，中国专利密集型产业增加值年均增长11%，有效发明专利实施率稳步提高，产业化率达到33.8%。2014年，专利权质押融资金额达489亿元，同比增长92.5%。商标质押8721件，融资金额519亿元，同比增长29%。版权实现质押融资26.25亿元。2012年版权产业行业增加值逾3.57万亿元，占国内生

产总值的 6.87%。

知识产权局深入实施专利导航试点工程，在 8 个实验区开展移动互联网、微纳制造等产业专利导航项目。工商总局推进商标富农工作，截至 2014 年底，累计注册农产品商标 168.9 万件，累计注册和初步审定地理标志商标 2697 件。版权局新设 2 家国家版权贸易基地、2 家国家版权交易中心、4 家全国版权示范园区（基地）、18 家全国版权示范单位。农业部成立国家种业科技成果产权交易中心。林业局建立林业植物新品种和专利技术展示对接平台。

五是知识产权对外交流合作不断深入。世界知识产权组织中国办事处在北京正式设立。中国政府与新加坡政府签署知识产权领域合作谅解备忘录。国家知识产权相关部门积极参与知识产权多双边磋商谈判。知识产权局扩大专利审查高速公路合作网络，企业海外获权更加便利。版权局向世界知识产权组织递交中国政府《视听表演北京条约》批准书，与世界知识产权组织合作举办“国际版权论坛”。公安部参与并主导国际刑警组织国际执法行动，被国际刑警组织特别授予“最佳地区案例奖”。海关总署组织实施“中美海关打击输美侵权商品知识产权联合执法行动”，与欧盟海关及欧盟刑警组织等国际执法机构开展多边执法合作。最高检与世界法学家协会共同举办“知识产权保护的国际视野”国际研讨会。最高法首次举办面向外国驻华使节的专题开放活动。

申长雨表示，2014 年底，国务院办公厅转发了由国家知识产权局等 20 多个部门共同制定的《深入实施国家知识产权战略行动计划

(2014—2020 年)》，文件明确提出了建设知识产权强国的新目标，这对于在经济新常态下，深入实施国家知识产权战略，支撑创新驱动发展，促进经济提质增效升级，具有重要意义。

广东省召开 2014 年知识产权保护状况及 2015 年知识产权宣传周活动方案新闻发布会

4 月 17 日，作为 2015 年全省知识产权宣传周的重要活动内容之一，“2014 年知识产权保护状况及 2015 年知识产权宣传周活动方案”新闻发布会在广州召开。广东省人民政府知识产权办公会议副主任、省打击侵权假冒工作领导小组副组长、省知识产权局局长马宪民发布 2014 年广东省知识产权保护状况，省人民政府知识产权办公会议办公室副主任、省知识产权局副局长唐毅发布 2015 年广东省知识产权宣传周活动方案。马宪民就有关问题回答记者提问。发布会由省府新闻办副主任王永清主持。

马宪民从“知识产权战略实施”、“打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品”、“专利管理与保护”、“商标管理与保护”、“版权管理与保护”、“名特优产品保护与打假”、“海关知识产权保护”、“打击侵犯知识产权犯罪”、“知识产权司法保护”、“知识产权保护协作”、“会展及行业协会知识产权保护”、“对外及区域知识产权合作与交流”、“知识产权文化环境和人才培养”等十三个方面对 2014 年知识产权保护状况进行了发布。

马宪民表示，2015 年我省将紧紧围绕经济提质增效升级和创新驱动发展的需求，进一步深入实施知识产权战略，强化知识产权工作，创新

发展模式，完善知识产权运用、管理和保护机制，促进创新成果知识产权化，充分发挥知识产权助力经济社会转型升级、创新驱动发展战略实施的顶梁柱作用。

在回答记者有关自贸区知识产权工作的问题时，马宪民表示，省委、省政府非常重视自贸区建设中的知识产权工作，按照自贸区整体实施规划方案，自贸区知识产权工作主要分为四个部分：一是完善知识产权行政管理和综合保护机制；二是加强知识产权案件纠纷调处机制和维权援助机制建设；三是发展知识产权的运营服务；四是发展知识产权金融。

在回答记者有关中新知识城知识产权运用和保护改革试点工作时，马宪民表示，中国政府和新加坡政府专门把中新知识城知识产权工作作为政府间合作的重要项目之一，省委、省政府也一直把知识城建设与知识产权工作紧密结合，前期，我省与国家知识产权局、商务部等相关部门联合调研，起草了《中新知识城开展知识产权运用保护试点的实施方案》，目前方案已在国务院各部委间达成了共识，正在向国务院申报批准过程中。

马宪民表示，下一步，我省将在中新知识城建立知识产权服务业的聚集中心、广州知识产权交易中心、知识产权培训基地或者知识产权学院等，并逐步将国家知识产权局专利局审查协作中心、广州知识产权法院等机构落户到中新知识城。

在回答记者关于大型骨干企业知识产权工作的问题时，马宪民表示，广东省委、省政府在2013年出台了《关于鼓励和支持我省大型骨干

企业壮大规模增强实力的指导意见》，2014年3月省知识产权局就围绕大型企业知识产权工作提出了具体措施。下一步，将从五个方面支持大型骨干企业的知识产权工作。一是推广落实企业知识产权管理与规范标准；二是支持行业协会组织知识产权联盟；三是围绕重点产业开展知识产权专利态势分析和预警；四是提高知识产权服务质量；五是加大知识产权的保护力度，为企业的发展创造更加优良的环境和条件。

会上，唐毅还发布了2015年广东省知识产权宣传周活动方案。在2015年知识产权宣传周期间，全省各职能部门将开展五十多形式多样、内容丰富的宣传活动。

省政府知识产权办公会议成员单位代表，各国驻广州领事馆代表，境外及港澳驻穗新闻媒体代表，中央驻粤和广东各新闻单位代表等共约100人参加了新闻发布会。

精英案例

“平安发展”商标异议复审裁定书

中国平安保险（集团）股份有限公司（以下简称申请人）于1988年诞生于深圳蛇口，是中国第一家股份制保险企业，至今已发展成为融保险、银行、投资等金融业务为一体的整合、紧密、多元的综合金融服务集团。公司为香港联合交易所主板及上海证券交易所两地上市公司，股票代码分别为2318和601318，股票简称为“中国平安”。申请人通过以保险、银行、投资三大业务为支柱，谋求企业的长期、稳定、健康发展，为企业各利益相关方创造持续增长的价值，成为国际领先的综合金融服务集团和百年老店。

申请人旗下拥有多个专业子公司及事业部，即保险系列的中国平安人寿保险股份有限公司（平安寿险）、中国平安财产保险股份有限公司（平安产险）、平安养老保险股份有限公司（平安养老险）、平安健康保险股份有限公司（平安健康险）；银行系列的平安银行股份有限公司（平安银行）、平安产险信用保证保险事业部（平安小额消费信贷）；投资系列的平安信托有限责任公司（平安信托）、平安证券有限责任公司（平安证券）及中国平安证券（香港）有限公司（平安证券（香港））、平安资产管理有限责任公司（平安资产管理）及中国平安资产管理（香港）有限公司（平安资产管理（香港））、平安期货有限公司（平安期货）、平安大华基金管理有限公司（平安大华）、上海陆家嘴国际金融资产交易市场股份有限公司（陆金所）等，申请人通过多渠道分销网络，以统一的品牌向超过8,000万

客户提供保险、银行、投资等全方位、个性化的金融产品和服务。

申请人拥有近54.9万名寿险销售人员和约20万名正式雇员。截至2013年6月30日，集团总资产达人民币3.17万亿元，归属母公司股东权益为人民币1,727.56亿元。从保费收入来衡量，平安寿险为中国第二大寿险公司，平安产险为中国第二大产险公司。申请人在2012年《福布斯》“全球上市公司2000强”中名列第83位；美国《财富》杂志“全球领先企业500强”名列第181位，并蝉联中国内地非国有企业第一；除此之外，在英国WPP集团旗下Millward Brown公布的“全球品牌100强”中，名列第84位。

申请人以“专注为明天”为公益理念，致力于承担社会责任。在依法经营、纳税的过程中创造企业商业价值；在社会中尽到道德责任与慈善责任，将企业的核心价值观贯彻在环境、教育、红十字、社群等公益事业中。截至目前，在环境公益、教育公益、红十字公益、社群公益持续投入，总投入已累计超过3亿元。截至2012年12月31日，在展业服务、电子保单、函件、电子帐单等节省纸张890.60吨；在教育公益上，平安在全国各省、市边远贫困地区已累计完成援建112所平安希望小学。自2007年至2012年12月31日，共有来自社会各界超过2,000名志愿者参加了支教行动，帮助学生近三万人，励志计划获奖学生4,820人，总奖金过千万元；红十字

公益方面，已为近三千名造血干细胞捐献者无偿提供了保额超过11亿元的一年期重大疾病、意外伤害及住院安心保险保障计划。在灾难救助方面，自2008年汶川地震，截至2013年7月底，累计捐款总额近1亿元，累计捐物价值近350万元，捐赠保额超过335亿元；社群方面，截至2012年12月31日，志愿者服务时间已累计超过14万小时，其中2012年志愿者服务时间为3.5万小时，较2011年提升了13%。申请人因此获得广泛的社会褒奖，连续十二年获评“中国最受尊敬企业”，连续八年获评“中国最佳企业公民”，连续七年获评“最具责任感企业”，三年获评“第一财经——中国企业社会责任榜杰出企业奖”，“中国平安”品牌被ABAS专家系统委员会及亚洲品牌盛典组委会评为“中国品牌价值冠军”、在共和国60年经济盛典系列评选活动中，“中国平安”品牌荣获“中国品牌百强榜共和国60年最具影响力品牌60强”称号。

北京华夏礼赞影视文化传播有限公司（以下简称被申请人）于2011年4月13日申请注册第9335337号“平安发展”商标（以下简称被异议商标），商标局在第35类“替他人推销；寻找赞助”服务上予以初步审定。随后，申请人因不服商标局（2013）商标异字第0000017646号裁定，委托精英于2013年7月18日向国家商标评审委提出了商标异议复审。

一、被异议商标与申请人在先申请注册的第6974781号“平安”商标（下称引证商标）构成相同或类似服务上的近似商标，根据《商标法》第二十八条之规定，被异议商标理应不予核准注册。

（一）引证商标的注册情况

申请人于2008年9月26日申请注册第6974781号“平安”商标，并于2013年7月14日成功获准注册，核准使用的服务项目为“广

告，商业管理辅助，商业管理和组织咨询，商业信息代理，商业评估，市场研究，经济预测，替他人采购（替其他企业购买商品或服务），为消费者提供商业信息和建议（消费者建议机构），人事管理咨询，商业场所搬迁，会计，审计，寻找赞助”，覆盖3501、3502、3503、3504、3505、3507、3508类似群组。

（二）被异议商标核定使用的“替他人推销、寻找赞助”服务项目与引证商标核定使用的“替他人采购（替其他企业购买商品或服务），寻找赞助”构成相同或类似服务。

被异议商标核定使用的“替他人推销、寻找赞助”服务项目属于3503类似群组，而引证商标核定使用的“替他人采购（替其他企业购买商品或服务），寻找赞助”服务项目也属于3503类似群组，其中两者核定使用的“寻找赞助”完全相同，而被异议商标核定使用的“替他人推销”与引证商标核定使用的“替他人采购（替其他企业购买商品或服务）”属于同一类似群组，且两者在服务内容、服务对象等方面相同，构成类似服务。

（三）被异议商标与引证商标构成近似商标
被异议商标与引证商标样稿对比：

平安发展 **平安**

（被异议商标）

（引证商标）

被异议商标与引证商标均为纯中文商标，其中被异议商标由“平安”和“发展”两个独立的固有词汇组合而成，且以“平安”二字为首，是整个商标的显著部分。而引证商标仅由“平安”二字构成，显然，被异议商标完整地包含引证商标，极易使相关公众误认为被异议商标与申请人存在某种特定的联系，从而对服务的来源产生混淆和误认。

根据商标局和商评委在2005年12月颁布

的《商标审查及审理标准》上篇第三部分“商标相同、近似的审查”中关于“文字商标的审查”第16条的规定：“商标完整地包含他人在先具有一定知名度或者显著性较强的文字商标，易使相关公众认为属于系列商标而对商品或服务的来源产生误认的，判定为近似商标。”本案中，引证商标经过申请人长时间的持续使用和广泛宣传，已经成为显著性较强和知名度较高的知名品牌，被异议商标完整地包含了引证商标，且以“平安”二字为首，两者构成近似商标，若两者共存使用在类似服务上，极易使相关公众认为被异议商标与引证商标属于系列商标，从而对服务的来源产生误认，故恳请商评委撤销被异议商标的初审公告，对被异议商标不予核准注册。

综上所述，被异议商标与申请人在先申请注册的第6974781号“平安”商标构成类似服务上的近似商标，被异议商标与引证商标共存使用在类似服务上，容易造成消费者的混淆和误认，从而损害消费者和申请人的合法权益，故被异议商标应当不予核准注册。

二、“平安”是经申请人在先登记并通过长期使用在国内已建立了较高知名度和美誉度的企业商号，被异议商标的注册申请侵犯了申请人在先享有的合法商号权，根据《商标法》第三十一条之规定，被异议商标理应不予核准注册。

（一）申请人商号的登记、使用日早于被异议商标的注册申请日。

申请人早在1988年3月21日就已经正式登记设立（见申请人的企业法人营业执照），登记的商号为“平安”，申请人自登记成立以来一直持续使用“平安”商号。而被异议商标的注册申请日为2011年4月13日，远远晚于申请人商号的登记使用日。

（二）被异议商标的注册与使用容易导致相关公众产生混淆，致使申请人的利益可能受到损

害。

申请人自1988年成立以来，作为我国第一家股份制保险企业，“平安保险”已经成为人们熟知的保险公司。而申请人通过长时间的发展，业务领域不断扩大，其知名度和影响力不断提升，至今已发展成为融保险、银行、投资等金融业务为一体的整合、紧密、多元的综合金融服务集团。其中，申请人旗下的平安银行股份有限公司（平安银行）是由原平安银行与深圳发展银行（简称深发展）合并而来。2012年4月24日，经中国银行业监督管理委员会的批准，原深圳发展银行吸收合并原平安银行；后申请人收购了深圳发展银行，2012年7月27日，经核准，公司名称由深圳发展银行股份有限公司变更为平安银行股份有限公司。通过强强联合，平安银行的资产规模、网点覆盖和业务种类都得到显著提升，一举成为全国性股份制银行。

平安银行与深圳发展银行的合并也是当前银行业竞争白热化的必然选择，而申请人收购深发展的事件受到广大公众和媒体的关注，为广大媒体争相报道，一度成为金融界的热议话题。在此背景下，鉴于深圳发展银行的简称为“深发展”，故被异议商标“平安发展”极易使相关公众将其与深发展及申请人联系起来，因此，被异议商标的注册极易使相关公众发生混淆和误认，从而致使申请人的利益可能受到损害。

经过我方努力，2015年1月16日，商评委做出了“平安发展”异议复审裁定书，认定被异议商标不予核准注册，从而保护了申请人中国平安保险（集团）股份有限公司的合法权益。

“URI” 商标驳回注册申请复审案

天马微电子股份有限公司（以下称申请人）成立于1983年，1995年在深交所上市（股票代码000050），是专业生产、经营液晶显示器（LCD）及液晶显示模块（LCM）的高科技企业。经过三十年的发展，现已发展成为一家集液晶显示器的研发、设计、生产、销售和服务为一体的大型公众上市公司。成员企业包括深圳天马、上海天马、成都天马、武汉天马、厦门天马、上海中航光电子、日本NLT及海外子公司欧洲天马、美国天马、韩国天马、驰誉电子等。

申请人目前拥有STN-LCD、TFT-LCD、LTPS-LCD及CF等多条生产线和模块工厂以及一条筹建中的AM-OLED生产线。营销网络遍布全球，产品广泛应用于移动电话、MP3/MP4、车载显示、仪器仪表、家用电器等领域。在技术水平、产品质量、产品档次及市场占有率等方面均居国际同行业前列，已成为中小尺寸显示领域的领军企业。

国家工商行政管理总局商标局对申请人第12425530号“URI”商标（以下称申请商标）注册申请作出部分驳回决定。随后申请人委托精英对该驳回提出复审申请，请求商评委撤销商标局对申请人申请注册第12425530号“URI”商标的部分驳回决定，并予以初审公告。

一、申请商标与引证商标在商标整体外观、呼叫和含义等方面区别明显，不易造成相关公众的误认和混淆，因此，申请商标与引证商标不构成类似商品上的近似商标，申请商标与之共存，不会导

致相关公众对商品的来源产生误认或者混淆



申请商标是由三个字母“URI”构成的臆造词，首字母“U”设计成与第二个字母“R”在笔划上相连，而第三个字母小写“i”则相对独立，申请商标整体并无含义。

引证商标“LIRI”由四个字母构成，首字母是“L”，与申请商标的首字母“U”差异明显。引证商标第二个字母“l”与第三个字母“R”设计成笔划相连，而“R”的第二笔起笔是从首字母“L”上方开始的。引证商标“LIRI”与引证商标所有人“广东丽日企业集团有限公司”商号“丽日”对应，是“丽日”对应的汉语拼音，因此，引证商标读作“丽日”，含义可理解为“美丽的日子”。

申请商标字母字体整体纤细，而引证商标字母字体整体线条粗犷，两商标在整体外观上区别明显，不会造成相关公众的误认和混淆。

综上，申请商标与引证商标在商标整体外观、呼叫和含义等方面区别明显，不易造成相关公众的误认和混淆，应当予以核准注册。

二、申请商标经过申请人的持续使用和宣传，拥有了较为稳固的消费群体，已经具备了独立区分商品来源的功能；申请商标的核准注册不会引起相关公众的混淆和误认，如不予核准注册，将不利于维护已形成的稳定的市场秩序，给申请人

正常经营造成重大困难

申请商标是申请人推出的一款学习用平板电脑，申请商标商品已经取得国家强制性产品认证证书。申请人通过印制产品简介宣传海报，一直在持续宣传使用申请商标。申请商标经过申请人的持续使用和宣传，拥有了较为稳固的消费群体，已经具备了独立区分商品来源的功能；申请商标

的核准注册不会引起相关公众的混淆和误认，如不予核准注册，将不利于维护已形成的稳定的市场秩序，给申请人正常经营造成重大困难。

据此，2015年1月6日国家工商总局商标评审委员会作出了驳回复审决定书，决定申请商标在全部复审商品上的注册申请予以初步审定，并且由商评委移交商标局办理相关事宜。

“欧亚迪 Ayd 及图” 商标异议复审裁定书

比亚迪股份有限公司（以下称申请人）是中国一家高新技术的民营企业，总部位于深圳坪山。从1995年创业时20余名员工，到2011年年底，比亚迪已拥有逾20万名员工；从1995年创业时的外租厂房，到2011年年底，比亚迪已建成广东、北京、陕西、上海、长沙等全国各地共十一大工业园，占地面积逾1,500万平方米；并在美国、欧洲、日本、韩国、印度、中国台湾、中国香港等地设有分公司或办事处。2002年7月31日，比亚迪在香港联交所主板发行上市（股票代码：1211HK），创下了当时54支H股最高发行价记录。

2003年，比亚迪正式收购西安秦川汽车有限责任公司（现“比亚迪汽车有限公司”），进入汽车制造与销售领域，开始自主品牌汽车的发展征程。发展至今，比亚迪汽车产业分布在深圳坪山、西安、北京、上海、惠州、长沙、韶关七大工业园，在整车制造、模具研发、车型开发等方面都达到了国际领先水平，产业格局日渐完善并已迅速成长为中国最具创新的新锐品牌。汽车产品包括各种高、中、低端系列燃油轿车，

以及汽车模具、汽车零部件、双模电动汽车及纯电动汽车等。代表车型包括F3、F3R、F6、F0、S8、G3、M6、L3、G3R、S6等传统高品质燃油汽车，以及领先全球的F3DM双模电动汽车、e6纯电动车及K9纯电动大巴等。比亚迪汽车已成为最具创新的新锐自主品牌。

青岛市某自然人纪某（以下称被申请人）于2010年10月22日向商标局提出申请，在“电动车辆；车辆轮胎；摩托车；手推车；后视镜；汽车座垫；车轮；自行车、三轮车轮胎；汽车”商品上的注册第8767706号“欧亚地 Ayd 及图”商标（以下称被异议商标）。申请人在法定期间内向商标局提出异议申请，商标局裁定申请人所提出异议理由不成立。申请人则委托精英向国家商标评审委员会提出了商标异议复审。

一、被异议商标与引证商标（第6654539号）构成同类商品上的近似商标，根据《商标法》第二十八条之规定，被异议商标应当不予核准注册

（一）被异议商标与引证商标商品相同/类似

被异议商标商品为：电动车辆，车辆轮胎，

摩托车,手推车,后视镜,汽车座垫,车轮,自行车、三轮车内胎,汽车。

引证商标商品为:陆、空、水或铁路用机动运载器,电动车辆,汽车,陆地车辆发动机,汽车车身,车辆内装饰品,摩托车,自行车。

两商标商品在“汽车、电动车辆、自行车”等商品上是完全相同的,而被异议商标的其它商品如“汽车座垫、后视镜、车轮”等商品是与汽车密切相关的配件商品,关联性极强,是类似商品。

(二)被异议商标与引证商标构成近似商标



(被异议商标)



(引证商标)

1、图形要素相同。

两商标字母外围的椭圆形图形相同,且椭圆形内部也都是字母的组合。

2、英文商标部分近似。

申请人商标英文部分的字母是“BYD”,被申请人商标英文部分的字母是“AYD”,两商标之间仅一个字母不同。

3、中文商标部分近似。

申请人商标中文部分是“比亚迪”,被申请人商标中文部分是“欧亚迪”,两商标仅有一字之差,且两文字的字体非常近似。

4、整体商标的排列组合模式相同。

两商标都包含图形、英文、文字三个要素,且,三个要素的组合方式都是椭圆形图形包围英文部分,汉字位于图形与英文组合的右边。

总之,被异议商标不仅在文字、读音上摹仿引证商标,更连商标的布局和排版都完全抄袭了引证商标,与引证商标构成近似商标。

(三)判断商标近似还应考虑被保护商标的

显著性和知名度

《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第十条规定:人民法院依据商标法第五十二条第(一)项的规定,认定商标相同或者近似按照以下原则进行:

(一)以相关公众的一般注意力为准;

(二)既要进行对商标的整体比对,又要进行对商标主要部分的比对,比对应当在比对对象隔离的状态下分别进行;

(三)判断商标是否近似,应当考虑请求保护注册商标的显著性和知名度。

申请人“比亚迪BYD”商标经过长期使用和宣传,已在社会各界享有极高知名度和影响力,被异议商标与申请人知名度极高的“比亚迪BYD”商标如此近似,若准许其在相同商品上注册并使用,将势必导致相关公众发生混淆和误认,误认为被异议商标为申请人商标的系列商标,或对被申请人与申请人的关系发生误认。因此,依据《商标法》及相关司法解释的内容,被异议商标理应不予核准注册。

从上图商标样稿的对比可知:

二、“比亚迪”是申请人独创并在汽车商品上使用多年的商标,也是申请人的商号;该商标经过申请人多年的持续使用和宣传,已经具备了相当的显著性,被异议商标侵害了申请人的商号权,根据《商标法》第三十一条之规定,被异议商标应当不予核准注册

(一)申请人“比亚迪”商号登记使用日期早于被异议商标注册申请日期

1995年2月10日,申请人登记成立(见营业执照),“比亚迪”一直是申请人的商号。而被异议商标申请注册日期为2010年10月22日,比申请人商号登记使用日期晚了十几年。

(二) 被异议商标的注册与使用容易导致相关公众产生混淆, 致使申请人利益受到损害

“比亚迪”在汽车相关行业是一个知名度极高的商标、商号, 被异议商标主要商品就是与汽车、汽车相关配件/产品相关的商品, 由于被异议商标与申请人“比亚迪”、“BYD”商标近似, 极易使消费者产生误认, 认为被异议商标商品系由申请人生产或提供; 或者使消费者联想到被申请人与申请人存在某种联系, 如投资关系、许可关系或者合作关系。

还有一点, 汽车的生产与制造不是谁都能进行的, 像被申请人这样一个自然人, 根本不具备生产、制造汽车及汽车相关产品的能力。一旦被申请人随意设计生产的商品流入市场, 在被异议商标与申请人商标非常近似的情况下, 极易让相关公众误认为是申请人商品存在问题, 从而导致申请人良好商誉受损。

综上所述, 被异议商标违反了《商标法》第三十一条之规定, 应当不予以核准注册。

三、被申请人在第12类上抢注了如“新鸿基”、“福临门”等多个他人知名商标, 被申请人大量抄袭、摹仿他人知名商标的恶意注册行为既扰乱了我国正常的商标注册及管理秩序, 同时也会对我国的知识产权保护形象产生一定的负面影响, 应适用《商标法》第十条一款(八)项之规定, 裁定被异议商标不予核准注册

作为一个自然人, 被申请人名下却拥有数量众多的商标。“福临门”, 中粮食品营销有限公司主要经营的品牌商品。中粮食品营销有限公司是中国粮油食品(集团)有限公司旗下的全资子公司, 全面负责投资方在国内生产的“福临门”, “四海”, “滋彩”等系列厨房食品的营销推广和品牌运作等事务。目前, “福临门”系列食用

油产品的销量位居行业前茅, 该品牌已经成为国内食用油行业的顶尖品牌之一。第3456438、7578917号“福临门”商标, 是被申请人抄袭摹仿他人知名商标。

“新鸿基”, 香港注册的地产公司, 早于1972年在香港交易所上市的, 当时市值4亿港元。经过多年发展, 新鸿基地产已成为香港最大的地产发展公司之一, 其主要核心业务为物业发展, 亦经营其他地产相关业务, 例如酒店、商场、物业管理, 以及投资其他的行业如: 电讯、资讯科技、基建及其他业务。由2003年起至2012年, 新鸿基九度蝉联《FinanceAsia》“亚洲最佳地产公司”等殊荣。第8767707、8767708号“新鸿基 SHKSUNHUNGKAI”商标, 是被申请人抄袭摹仿他人知名商标。

“福莱尔”, 西安秦川公司历时1年半, 用实力打造出的具有完全知识产权的精品家用轿车。第5905339号“福莱尔 FLE”商标, 是被申请人恶意抄袭摹仿他人知名商标。

被申请人抢注他人知名商标的事实在此申请人不再一一细述, 但很明显看出, 被申请人的注册行为具有抄袭、抢注他人商标的恶意, 恶意明显。被申请人这种大量恶意抢注他人知名商标的行为, 既扰乱了我国正常的商标注册及管理秩序, 同时也会对我国的知识产权保护形象产生一定的负面影响, 应适用《商标法》第十条一款(八)项之规定, 裁定被异议商标不予核准注册。

经过我方的努力, 商评委作出了关于第8767706号“欧亚迪 Ayd 及图”商标的异议复审裁定书, 认定被申请商标不予核准注册, 从而保护了申请人比亚迪股份有限公司的合法权益。

精英点评

就《商标法》第十一条中“仅直接表示商品质量……”条款的简要探析

——对“湄南河”商标行政诉讼案件的点评

基本案情：

深圳市某贸易进出口有限公司（下称原告）于2010年8月申请注册了“湄南河”（下称诉争商标），指定使用在第30类“米”等商品上，并于2011年6月初审公告，深圳市盛宝粮油有限公司（下称第三人）向商标局提出异议，2013年1月，商标局作出裁定：诉争商标予以核准注册。第三人对此不服，委托精英知识产权依法向商评委申请异议复审，认为诉争商标用在大米等商品上，直接表明了指定商品的产地，缺乏注册商标应有的显著性，且诉争商标与第三人已获注册的“湄南香”商标构成了类似商品上的近似商标，请求商评委撤销商标局裁定，对诉争商标不予核准注册，2014年11月，商评委作出裁定：诉争商标不予核准注册。原告对此裁定不服，依法向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求法院撤销商评委的裁定。第三人委托精英知识产权作为其诉讼代理人，出庭参加了该案的庭审。2015年3月，北京知识产权法院做出判决：维持商评委的裁定，诉争商标不予核准注册。此案作为我所在北京知识产权^{安居}成立后代理的第一个案件，且适用了《商标法》第十一条，具有一定的参考价值。

点评：精英知识产权集团 黄晓翰总监 高级知识产权顾问

《商标法》第十一条规定：下列商标标识不得作为商标注册……（二）仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的。《商标法释义》认为，所谓“仅直接表示”，是指商标仅由对指定使用商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点具有直接说明性和描述性的标志构成。这也就意味着，“仅”是对商标标识构成要素的限制，“直接”是对商标标识含义、特点与对应商品或服务联系程度的限制，只有符合这两个要件了，方构成《商标法》第十条一款二项中的规定。

笔者认为，“仅”应该包括两种情形，一“只是”，二“主要”，也就是说如果诉争商标只是或者主要是描述、说明所使用商品的特点，包括完全由描述性要素构成的商标标识或者整体上主要是被认知为描述性要素构成的商标标识，即可以认定缺乏注册商标应当具有的显著性。具体到本案中，诉争商标“湄南河”虽然经过了简单的设计，并融入了图形要素，但是其主要被认知部分仍然为“湄南河”三个文字，设计和其他要素的加入并未改变其主要识别部分，整体上依旧为

一个描述性的商标标识。

“直接”强调的则是商标标识与指定商品或服务的联系程度，举一个简单的例子，如将“苹果”商标标识使用在第31类“未加工的水果及干果”商品上，显然是不具有显著性的，但是将“苹果”商标标识使用在第9类“手提电话”等商品上，其则具有了显著性，完全可以作为注册商标使用。众所周知，商标的基本功能是指示商品或服务的来源，也即识别性和区别性，如果商标标识起不到区分商品或服务的来源，也不能达到与他人商品或服务相区分的功能，则此商标标识已失去了其价值和意义。直接描述性商标标识会被相关公众认知为是对商品或服务特点的描述，同时，将其注册为商标，会妨碍其他市场主体对该描述性词汇的使用，产生商标注册人的独占使用，这对其他生产同类商品的生产经营者是不公平的，属于对一种公共资源的垄断。具体到本案中，“湄南河”作为泰国第一大河，同时又作为泰国的主要大米产区，相关公众在“大米”等商品上看到“湄南河”商标标识，极有可能会认为该大米商品产自湄南河，“湄南河”商标标识与“大米”商品之间具有了极强的联系。同时，如若将“湄南河”商标标识由某一个市场主体使用，则其他同类市场主体在推广真正产自湄南河大米的时候，则首先要考虑到是否侵犯了“湄南河”商标持有人的商标权，损害了其他市场主体的公共利益。

然而，在实践中，某个商标标识是否构成了对商品或服务的直接描述并没有明确的界限，如“全棉时代”商标，其包含有暗示性文字“棉”，将其注册在第25类商品项目上，是否是对该类别商品的描述？对此，最高法曾出具了相关指导

意见，规定：标志或者其构成要素暗示商品的特点，但不影响其识别商品来源功能的，不属于描述性标志。该指导意见虽然明确了暗示性商标标识可以认定为具有显著性，但是却无法完全能起到区分直接性描述和暗示性描述的作用。

笔者认为，一商标标识是否具有直接描述性，应当从以下两点来进行考量，第一，相关公众的一般注意力，也即相关公众对该商标标识的即视感，如对该商标标识的第一认知为描述性文字或标识，则该商标标识即具有直接描述性，反之，如果相关公众需要联想、想象等多种演绎才能将该商标标识与商品或服务相对应，则其为暗示性描述。第二，同行业经营者的惯例，如果同行业中，某一商标标识为经营者习惯性用语或者常用性的描述，则可能构成了直接描述。

精英研究

专利代理行业面临的机遇与挑战

文——精英知识产权集团总裁办 罗明玉 高级知识产权顾问

笔者最近有幸与几位同行好友闲聊，几位好友都意识到中国专利已经进入“从量变到质变”的阶段。总结了一下，大家对国内专利代理行业的发展持有两种观点。第一种观点是：专利“从量变到质变”，专利申请数量出现下滑，专利代理行业的前景并不乐观。第二种观点是：专利“从量变到质变”，专利代理行业的价值更能体现。笔者借此机会，发表一些自己的观点，以期抛砖引玉。

是的，中国专利行业已经进入了关注专利品质的阶段。从专利运营机构陆续出现以及业界最近倡导的专利商品化，大家显然明了专利运营的基础就是专利。形象点讲，专利商品化过程中，专利就好比商品，商品的价值当然由商品的品质体现。什么样的专利才具有好品质呢？笔者认为主要有两点，专利的技术含金量以及专利撰写的品质。打个比方，在一件专利中，技术犹如一台计算机的硬件，而专利撰写品质犹如计算机的软件。大家都可以理解，一台计算机有再好的硬件，如果没有软件，那么他就是一堆废铁。因此，专利撰写品质会受到关注是必然的。而专利代理行业也应顺着专利行业的发展前行。古人云，顺则昌，逆则亡。所以，国内专利代理行业将会进入以品质论英雄的局面，进入正常态。

是的，专利品质受到关注，政府的导向、企业对专利布局策略也随着发生了变化，专利数量上也许或者已经出现了减少现象。但笔者认为，

这对专利服务行业来讲并不一定是坏消息。可能大家会觉得这是盲目乐观。但笔者一直坚信，挑战和机遇是并存的，更认为，大家对专利品质的关注是对专利有了更加深刻的认识，更会了解到专利从业者的劳动价值，可能会对目前过低的专利服务费带来改观。且专利从业者也许会找到更多的知己，对着自己精心的杰作而孤芳自赏之现象也许越来越少，这对从业者的一种莫大的鼓舞和对整个行业也是一种促进。另外，笔者认为，企业对专利有了更加深刻的认识后，对专利的利用不仅仅是申请专利来完成业务指标或者获得政府奖励，对专利服务业务的需求也并不仅仅是代理申请专利（下面称之为专利代理业务）那么单一，而是会变得更加多元化。如，企业在研发新项目和新产品时，他们也许需要专利代理机构进行专利技术分析以辅助研发或者是对专利进行预警分析以规避专利侵权风险。又如，中国企业走出国门时常常遇到专利壁垒，企业对专利有了深刻的认识后，就不会一味妥协，而是积极应诉，这时，他们可能需要专利服务机构进行侵权分析及提供应对策略；又如，企业委托专利服务机构对他们专利进行运营……云云（下面称之为非专利代理业务）。因此，笔者认为在此阶段也许会迎来专利代理行业的另一个春天。

然而，机会往往也是留给有准备的人。面对这些机会，我们如何准备。笔者认为，专利代理服务行业是提供专业服务的行业，那么它也不能

免俗于其他的专业服务行业。笔者比较认可对专业服务行业的这套考量指标—专业、服务态度以及敬业精神。对于专业而言，笔者认为可以通过打造一个专业的团队来达成。很明显，一个团队是由一个个成员构成，那么只要成员专业了，那么这个团队也就算初步建成了。笔者认为，一名专利从业者首先具备撰写规范的专利文件的能力，因为这些是从业者的基础，基础打好了，才会走得更远。什么样的专利文件才是规范的呢？笔者认为掌握及理解如下两点很重要：第一、权利要求布局合理；第二、专利说明书充分公开并支持权利要求。这些听起来大家有可能还是觉得蛮抽象的，对于专利从业者而言，在撰写过程中记住这两点，每上升一个阶段也许会有不同的理解，从而就会有不同的收获。另外，也许有些专

利从业者觉得学会撰写专利文件就足够了，当然对于专利代理业务来说是可以应付了事的。但是假设当你面对的是非代理业务呢？笔者认为，专利从业者还需要检索能力、分析能力、以及作报告的能力，这样才抓住更多的机会。上述的这些都是指的是业务的能力，如何才能够练成这些业务能力呢？笔者认为，一名专利从业者具备了理工科背景、专利法律相关知识、良好的沟通能力、良好的语言表达能力、信心、细心、耐心，那么这些业务能力就会慢慢地养成了。对于服务态度，笔者借用精英知识产权集团的经营理念诠释自己的观点“在客户的角度考虑每一个问题，关注每一个细节，提供专业的解决方案”。对于敬业精神，笔者借用一位法律朋友的标语诠释自己的观点“受人之托，忠人之事”。

从“王老吉”之争小议商标许可

随着社会的发展，企业法律意识越来越强，对知识产权的重视度越来越高，企业之间商标之争也越演越烈，争论最激烈的莫过于红罐凉茶“王老吉”商标之争。从法律上看，其实就是商标权人和商标使用权被许可人之间的争议，企业如何在现有《商标法》基础上合法、合理的维护本企业的合法利益。

王老吉凉茶是中华老字号品牌，香港鸿道集团（以下简称“鸿道集团”）拥有王老吉凉茶的正宗配方，却被广州医药集团有限公司（以下简称“广药”）于1987年抢先注册了“王老吉”商标。而后双方签订商标许可使用合同，鸿道集团获得王老吉红色纸包装及红色铁罐装凉茶饮料生产销售的使用权。2000年双方第二次签署合同，将商标许可使用期限至2010年，2002年至2003年双方签署补充协议，商标许可使用期限延长至

2020年。2011年广药以鸿道集团在签署补充协议时向广药高层行贿为由，要求认定补充协议无效。2012年中国国际经济贸易仲裁委员会作出裁决，认定补充协议无效，加多宝停止使用“王老吉”商标。2014年12月11日，王老吉发布公告，加多宝拖欠王老吉商标仲裁费被法院强制执行。

商标许可使用，是指商标权利人将其拥有的商标许可给他人约定的产品、区域及时间范围内使用，并收取商标使用费得行为。随着加多宝的辛勤经营，王老吉红罐凉茶已经成为一个家喻户晓的知名品牌，品牌价值大大提升。由于加多宝只取得了商标许可的部分权力，因为对承租人来说，辛苦经营取得商标增值成果永远是商标权利人的，自己只能通过销售商品来取得利益。所以，在一开始，加多宝就注定了失败。

取得一个仅仅具有中华老字号的商标使用权只有影响力大、知名度高的商标才会推动产品的销售，也便于后续推广，如果取得的商标除了老字号再无其他知名度，那后续的经营推广，也只能为他人作嫁衣裳。加多宝在创业之初如果不能通过自己的商标打开市场，也应当选择一个知名度较高的商标来租赁，以同时提高自己的知名度，为市场的打开、产品的销售做好铺垫。

取得商标使用权而非所有权合作之初，“王老吉”并非知名度较高的品牌，加多宝应力争商标所有权，而非签订商标租赁合同。选择“王老吉”商标，对加多宝意义重大，他们拥有王老吉凉茶的正宗配方，无论花多大代价，取得商标权是很有必要的。

在商标使用中未加入本企业商标根据《商标法》，同一产品可以使用两个以上商标，加多宝集团并未在经营王老吉凉茶之初加入“加多宝”字样，也未做相应的宣传推广。对于商标被许可人来说，无论商标的租赁有多么久远，也仅仅是个过渡，最终还是要让出商标使用权的。补充协议通过不正当手段取得2002年后鸿道集团决定自行投入打造王老吉品牌，这必然要求双方在法律上的权利和义务做出相应调整。王老吉没有通过合法合理的渠道提出自己的合理要求，而是通过贿赂的手段寻求续约。这将注定后期的纠纷更加得不到法律的支持。

对于保护企业商标应当做到以下几点：

第一，慎重选择被许可人及许可形式。一旦将商标的使用权许可给其他公司，被许可公司的社会信誉将直接影响到商标的价值。商标注册人要对被许可人的主体资格、资金信用、技术力量、经营范围、发展前景等事项进行严格的审查，综合考虑普通许可、排他许可、和独占许可的特点，根据被许可人的实际情况确定商标许可形式。

第二，完善商标许可合同。首先，在依法签

订商标使用许可合同基础上并对合同进行备案。其次，明确被许可商标所对应的商品的使用范围、使用时间及使用的性质。在签订许可合同时对许可范围做出明确、详细的约定，如果不对许可范围进行明确具体的规定，被许可人默认取得注册商标的全部产品。再次，明确商品装潢权的许可问题。所有者对商品特有的装潢设计也是具有所有权的，当商标许可使用时，特定的装潢设计一并许可时，注意明确更改的权限，防止因包装装潢发生纠纷。最后，为保证商标使用许可合同内容的完善，尽可能使用《商标使用许可合同(示范文本)》和《非独占商标许可合同范本》。

第三，保护商标价值做好后期监督。要重视商标价值的维护，根据我国《商标法》：“自行改变注册商标、商品以次充好欺骗消费者，商标局可给予撤销商标的处罚”。所以要对被许可人使用商标过程进行有效的监督，以防使用不当，而造成商标价值的降低甚至注册商标的撤销。首先，约定被许可人使用商标期间要保证商标的有效性，并有权对被许可人的商品质量进行监督和抽查。其次，监督被许可人是否按约定使用范围进行生产销售，是否有滥用商标使用权的现象。最后，约定被许可人有维护商标价值、监督并告知侵权假冒行为的责任和义务。

(摘自《中小企业管理与科技》2015年02期)

(声明：本资讯信息仅限于内部交流学习之用，仅供参考。虽然我们已尽力确保其准确性，但本资讯涉及的内容不能视为正式的法律建议或意见。在没有核实具体的法律事实，获得专业法律意见之前，本资讯的读者不应将本资讯的任何信息作为采取法律行动或不行动的依据。

本资讯所有论文和新闻资料均由精英知识产权独立撰稿和汇编，精英知识产权对其享有和保留其著作权，未经许可请勿转载。)