

第一章 概述

1 审查审理适用的基本原则

1.1 诚实信用原则

诚实信用原则是民法的基本原则之一，商标专用权属于民事权利，民法基本原则当然适用于商标注册、使用、管理和保护等各种法律关系。因此，《商标法》在总则中明确规定，申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则。

在申请商标注册及使用过程中贯彻诚实信用原则，当事人及其商标代理机构应当具备诚实、善意、守信的主观状态，并确保其行为：按照法律法规的规定办理商标注册申请或者其他商标事宜，不以明知违法或者胁迫的手段试图获得注册；为申请商标注册所申报的事项和所提供的材料应当真实、准确、完整，不以虚构、隐瞒、伪造、欺骗手段试图获得注册；对已知或应知的社会公共利益、他人商标权利或其他在先权利合理避让，不以损害社会公共利益或他人权利的方式试图获得注册。

1.2 以注册为主、以使用为补充的原则

我国商标专用权取得以注册原则为基本原则，采用自愿注册为主、强制注册为辅的注册制度，即获得商标专用权的法定程序是申请商标注册，一般情况下是否申请商标注册由商标使用人根据自己的实际需求自行决定，法律不予强制，但法律、行政法规规定必须使用注册商标的商品，必须申请商标注册，未经核准注册的不得在市场销售。同时，为使商标申请注册回归以使用为目的的制度本源，弥补严格实行注册原则可能造成不公平后果的不足，兼容吸收使用原则理念，强化申请注册商标的使用要求，对在先使用的未注册商标依法予以一定程度的保护。

在审查审理过程中，始终贯彻以注册为主、以使用为补充的原则。一是准确把握商标注册申请应出于真实的生产经营活动所需、以实际使用为目的的内在要求，依法驳回不以使用为目的的恶意商标注册申请，即遏制缺乏将商标真实使用于正当生产经营的意图或依据合理推断无实际使用商标可能性的恶意商标注册申请行为。二是依法对在先使用的未注册商标予以一定程度的保护，如不予注册并禁止使用在相同或类似商品或者服务上复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标的商标，禁止基于合同、业务往来关系或者其他关系注册他人在先使用商标，禁止以不正当手段抢注他人已经使用并有一定影响的商标等。三是依请求撤销无正当理由连续三年不使用的注

册商标。实行申请在先原则，并以使用为补充，还体现在当两个或者两个以上的申请人在同一种商品或者服务或者类似商品或者服务上，以相同或者近似的商标提出注册申请时，初步审定并公告申请在先的商标，同一天申请的，初步审定并公告使用在先的商标，驳回其他人的申请。

1.3 保护合法在先权利原则

本原则中的合法在先权利是指申请注册商标的申请日之前他人已经依法取得或者依法享有并受法律保护的权利，既包括在先注册取得的商标权以及在先申请、在先实际使用的商标，也包括其他合法在先权利和应予保护的合法权益，如著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权、已登记使用并有一定影响的企业字号以及有一定影响的商品或者服务名称、包装、装潢等。

在审查审理过程中，应当保护合法在先权利，即申请注册的商标不得与他人合法在先权利相冲突，不得损害他人现有的合法在先权利。他人合法在先权利的存在可以成为商标注册的阻却事由，也可以成为已注册商标的无效事由。

1.4 标准执行一致与个案审查原则

标准执行一致原则与个案审查原则均是商标审查审理所遵循的重要原则，也是法律原则一致性与案件事实差异辩证统一的体现。

标准执行一致原则指的是在商标注册申请、异议、驳回复审、宣告无效等各类商标案件的审查审理过程中，要在法律适用和标准执行上与结论正确的前案保持统一和一致，强调“相同情况相同处理”。标准执行一致原则实质上系要求商标法的适用要有体系性和可预期性，避免出现同案不同判的现象。

在遵循标准执行一致原则的基础上，商标审查审理亦应遵循个案审查原则。个案审查原则是指由于不同的商标案件之间，商标指定商品或者服务、商标显著性和知名度、商标的使用情况、消费群体、销售渠道、消费者施加的注意力等诸多事实都存在差异，商标审查的基准点即相关公众的认知会受到社会整体环境和商标使用情况的影响而发生变化，而且，适用标准一致并不意味着结论必然一致，由于各程序审查或审理时考量的因素、当事人提交的证据、案件情形的动态变化等因素不同，相同的商标在审查审理时适用标准一致，也可能得出不同的结论，因此，在商标审查审理过程中应排除对在先案例简单机械地套用标准，而应多因素综合考量。个案审查原则强调“不同情况不同处理”，是平等保护商标当事人利益的要求和体现。

1.5 防止权利滥用原则

《民法典》第一百三十二条规定，民事主体不得滥用民事权利损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益。禁止权利滥用原则指一切民事权利的行使，均不得超过其正当界限，否则即构成权利的滥用，应当承担责任。作为民事权利行使的一般原则，尽管该原则在学理中往往被认为是诚实信用原则的具体化，但它仍然具备一般条款的

属性。而正如《与贸易有关的知识产权协定》（以下简称“TRIPS 协定”）“序言”所言，“认识到知识产权是私权”，私法上的禁止权利滥用原则在商标法之中仍然具有较大的适用空间。民事主体申请注册商标，应当有真实使用意图，以满足商标使用需求为目的，并与使用能力相适应，其申请注册商标的行为应当具有合理性和正当性。商标申请人没有使用能力或使用意图却大量注册商标，甚至在注册后即待价而沽或者阻挠他人的行为，不正当占用了商标资源且扰乱了商标注册秩序，属于滥用商标权利，应当结合诚实信用原则，对其申请或请求不予支持。

2 审查审理范围

2.1 绝对理由和相对理由

《商标法》关于拒绝注册的理由，按照其性质不同，可分为绝对理由和相对理由两类。区分绝对理由和相对理由，对区分法律适用情形、相关程序、请求人主体资格、请求时效以及审查审理范围有重要意义。

2.1.1 绝对理由

绝对理由涉及违反商标法上的显著性、非功能性以及公共利益，不考虑对特定权利人的影响，具有绝对性，一般属于商标注册部门依职权主动审理的范围。包括：《商标法》第四条规定的不以使用为目的的恶意商标注册申请，第十条规定的不得作为商标使用的标志、第十一条规定的缺乏显著特征不得作为商标注册的标志、第十二条规定的具有功能性不得注册的三维标志、第十九条第四款规定的商标代理机构不得申请注册其代理服务以外的商标、第四十四条规定的以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的商标。

2.1.2 相对理由

相对理由涉及损害他人的在先商标权利、他人现有的其他在先权利等，损害的是特定主体的合法权益，具有相对性。除注册审查程序依职权将他人商标权利作为驳回事由外，商标注册部门一般不能依职权主动审理相对理由，仅在异议或评审程序中依当事人申请进行审查审理。包括：《商标法》第十三条规定的他人的驰名商标，第十五条规定的被代理人、被代表人商标或其他特定关系人的商标，第十六条第一款规定的他人的地理标志，第三十条规定的他人已经注册的或者初步审定的商标，第三十一条规定的他人注册申请在先的商标，第三十二条规定的他人现有的在先权利和已经使用并有一定影响的商标。

2.2 商标注册实质审查

商标注册实质审查工作负责审查商标注册申请是否存在法律禁止使用的情形、是否具备商标的显著特征、三维标志商标是否具备功能性、与他人商标在先申请或者注册的商标权利是否冲突，同时负责对不以使用为目的的恶意商标注册申请、商标代理机构

超出代理服务范围的商标注册申请予以驳回。主要适用《商标法》第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十六条第一款、第十九条第四款、第三十条、第三十一条、第五十条。

《商标法》第十三条、第十五条、第三十二条旨在贯彻诚实信用原则，加大对驰名商标、在先使用未注册商标以及他人现有在先权利的保护，以弥补严格注册制之不足。根据私权自治和处分原则，由在先权利人或者利害关系人在异议、不予注册复审、请求无效宣告程序中，依法向商标注册部门提出申请，有明确的请求、事实、理由和法律依据，并提供相应证据。商标注册实质审查不适用《商标法》第十三条、第十五条、第三十二条的规定。

2.3 商标异议审查

商标异议是适格主体在法定期限内对商标注册申请人经商标注册部门初步审定并刊登公告的商标提出不同意见，商标注册部门调查核实后依法作出决定的制度。

《商标法》第三十三条规定，对初步审定公告的商标，自公告之日起三个月内，在先权利人、利害关系人认为违反本法第十三条第二款和第三款、第十五条、第十六条第一款、第三十条、第三十一条、第三十二条规定的，或者任何人认为违反本法第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四款规定的，可以向商标注册部门提出异议。

商标异议审查按照上述条款确定审查审理范围，根据异议人提出的异议理由和事实、被异议人的答辩理由和事实，对被异议商标作出准予注册或不予注册的决定。

2.4 商标评审审理

商标评审是指依照《商标法》第三十四条、第三十五条、第四十四条、第四十五条、第五十四条的规定审理有关商标争议事宜。在驳回复审、不予注册复审、请求无效宣告、依职权宣告无效复审、撤销注册商标复审案件中，根据事实，依法进行评审。

评审案件适用《商标法》第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十三条第二款和第三款、第十五条、第十六条第一款、第十九条第四款、第二十二条、第三十条、第三十一条、第三十二条、第四十四条、第四十九条、第五十条。

商标评审审理范围包括：

(1) 驳回复审案件针对驳回决定和申请人申请复审的事实、理由、请求及评审时的事实状态进行审理。发现申请注册的商标有违反《商标法》第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十六条第一款、第十九条第四款规定情形，驳回决定未依据上述条款作出的，可以依据上述条款在听取申请人的意见后，作出驳回复审决定。

(2) 不予注册复审案件，针对不予注册决定和申请人申请复审的事实、理由、请求及原异议人提出的意见进行审理。

(3) 请求无效宣告案件，应当针对当事人申请和答辩的事实、理由及请求进行审理。

(4) 依职权宣告无效复审案件，应当针对宣告无效决定和申请人申请复审的事实、理由及请求进行审理。

(5) 撤销注册商标复审案件，应当针对撤销或者维持注册商标决定和当事人申请复审时所依据的事实、理由及请求进行审理。

2.5 注册商标撤销审查

商标注册人自行改变注册商标或者有关注册事项且不改正的，由商标注册部门撤销注册商标。

注册商标成为其核定使用的商品通用名称或者没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以申请撤销该注册商标，商标注册部门依法予以审查并做出决定。

2.6 注册商标转让审查

转让注册商标，商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标未一并转让的，由商标注册部门通知其限期改正；期满未改正的，视为放弃该转让注册商标的申请。对容易导致混淆或者有其他不良影响的转让，商标注册部门不予核准。

2.7 注册商标依职权主动宣告无效

已经注册的商标，申请或核准注册时违反《商标法》第四条、第十条、第十一条、第十二条、第十九条第四款和第四十四条规定的，商标注册部门依职权宣告注册商标无效。法定复审期限届满，对已生效的无效宣告决定，予以公告。

依据《商标法》第四十五条的规定，对于损害特定主体民事权益的情形，由当事人通过评审程序提出对该注册商标予以无效宣告的申请。

3 基本概念

3.1 商 标

商标是用以识别和区分商品或者服务来源的标志。任何能够将自然人、法人或者其他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、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。

自然人、法人或者其他组织在生产经营活动中，对其商品或者服务需要取得商标专用权的，应当申请商标注册。经核准注册的商标为注册商标。注册商标包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标。商标注册人享有商标专用权，受法律保护。商标专用权以核定注册的商标和核定使用的商品或者服务为限。

申请注册商标的主体可以是任何从事生产经营活动的自然人、法人或者其他组织。以自然人的名义申请注册商标的，申请人应当提交其个体工商户营业执照、农村承包经营合同或其他能够证明其以自然人名义从事生产经营活动的材料。各级党的机关、人大机关、行政机关、政协机关、监察机关、审判机关、检察机关不能申请注册商标。

申请注册的商标的标志应当具有显著特征。显著特征是商标的核心属性，不具备显著特征的标志起不到商标的作用。

3.2 商标的显著特征

商标的显著特征，亦即商标的显著性，是商标标志获得商标注册的前提条件。商标的显著性是指商标应当具备的足以使相关公众区分商品或者服务来源的特征，具体来讲，是指商标能够使得消费者识别、记忆，进而发挥指示商品或者服务来源的功能与作用。商标的显著性既可以是固有显著性，也可以通过使用取得。固有显著性是商标本身具有的，使用获得显著性则是商标通过不断地实际使用获得的。

3.3 商标相同与近似

商标相同是指两商标在视觉效果上或者声音商标在听觉感知上完全相同或基本无差别。所谓基本无差别，是指两商标虽有个别次要部分不完全相同，但主要部分完全相同或者在整体上几乎没有差别，以至于在一般注意力下，相关公众或者普通消费者很难在视觉或听觉上将两者区分开来。

商标近似是指文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等商标的构成要素在发音、视觉、含义或排列顺序等方面虽有一定区别，但整体差异不大，使用在同一种或者类似商品或者服务上易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆。文字商标的近似应主要考虑形、音、义三个方面，图形商标应主要考虑构图、外观及着色，组合商标既要考虑整体表现形式，还要考虑显著部分。

商标近似的判定应从商标本身的形、音、义和整体表现形式等方面以相关公众的一般注意力为标准，采用隔离比对、整体比对和要部比对相结合的方法，判断商标标志本身是否相同或者近似。隔离比对是指在判定商标近似时，不能将商标并排放置进行比对，而只能在隔离的状态下分别进行。但在审查商标时，比对只能是直接的，非隔离的，因此，隔离观察在审查中应当尽可能模拟消费者选购商品、服务的场景去判断。整体比对是指应当将两商标进行整体的对比，不能以局部代替整体判断。要部比对是指应对比商标中显著识别的部分。相关公众的一般注意力，可以理解为具有普通知识和经验的消费者，在购买商品或接受服务时对该商品或者服务施加的注意力。

3.4 同一种与类似商品或者服务

同一种商品是指名称相同的商品，或者名称不同但在功能、用途、主要原料、生产部门、销售渠道、消费对象等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同一事物的商品。

同一种服务是指名称相同的服务，或者名称不同但在服务的目的、内容、方式、对象、场所等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同一方式的服务。

类似商品是指在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费对象等方面相同或有密切联系的商品。

类似服务是指在服务的目的、内容、方式、对象等方面相同或有密切联系的服务。

类似商品的判定应当综合考虑商品的功能和用途、商品的原材料和主要工艺、商品的销售渠道、销售场所、商品的生产者和消费群体、商品与零部件的关系以及消费习惯等其他影响类似商品判定的相关因素。

类似服务的判定应当综合考虑服务的目的、服务内容与方式、服务场所、服务的提供者所属行业的关联性、服务接受对象的群体范围等其他影响类似服务判定的相关因素。

商品与服务类似，是指商品和服务之间具有较大关联性。判定商品与服务是否类似，应当综合考虑商品与服务之间联系的密切程度，在用途、用户、通常效用、销售渠道、销售习惯等方面的一致性。

为稳定商标注册秩序，提高审查审理效率，统一审查审理标准，类似商品或者服务的判定应当参照《类似商品和服务区分表》。《类似商品和服务区分表》是我国商标注册部门以世界知识产权组织提供的《商标注册用商品和服务国际分类》为基础，总结多年的实践工作经验制定并对外公布的。《类似商品和服务区分表》对通常认为类似程度明显的商品和服务项目作出类似关系界定，但由于商品和服务项目在不断更新、发展，市场交易的状况也不断变化，对于《类似商品和服务区分表》未涵盖的商品或者服务项目，应当基于相关公众的一般认知力，综合考虑商品的功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等因素，或者服务的目的、内容、方式、对象、场所等因素认定是否构成类似商品或者服务。

在商标注册审查和驳回复审案件审理中，原则上以《类似商品和服务区分表》为判断依据。在商标异议、不予注册复审、无效宣告案件审查审理中涉及商品或者服务类似判定的，参照《类似商品和服务区分表》，以本指南为原则进行个案判定。在个案审查审理中，可以结合实际情况，对不在《类似商品和服务区分表》范围内，但仍有一定类似关系的商品或者服务，在混淆可能性判定中进行处理。

3.5 混 淆

混淆通常是指使用在同一种或类似商品或者服务上的商标，因为二者相同或者近似，使相关公众对商品或者服务的来源产生误认。商标的识别功能是体现商标核心价值的本质属性，而混淆则是对商标识别功能的实质破坏。

混淆既包括使相关公众认为与商标相关的商品或者服务系由真正权利人自己生产或提供，也包括使相关公众认为与商标相关的商品或者服务的提供者与真正权利人存在某种关联，如许可关系、合作关系等。

通常情况下，在审查审理实践中判定是否构成同一种或类似商品上的相同或者近似商标时，并不以实际发生混淆为要件，只需要判定是否可能发生混淆即可。

混淆可能性的判定，首先，应考虑商品或者服务的类似程度和双方商标标志的近似程度；其次，应考虑在先商标的显著性和知名度等因素；再次，商标申请人若存在意图导致混淆后果的故意，有助于认定混淆可能性，但申请人是否具有恶意并非认定

混淆可能性的必备要件；最后，其他影响混淆可能性判定的因素，包括相关公众的注意程度、实际发生混淆等。在先商标的显著性和知名度、商标申请人的主观意图、实际发生混淆等因素均需结合商标权利人提交的证据予以判定。

混淆可能性的判定以商标标志相同与近似和同一种商品与类似商品为基础。如双方商标判定为同一种商品或者服务上的相同商标，一般无须进一步判定混淆可能性，即可推定构成混淆。即使双方商标构成同一种商品或者服务上的近似商标，或者类似商品或者服务上的相同或者近似商标，在在先商标没有显著性和知名度的情况下，也可能判定不足以产生混淆可能性。

3.6 商标的使用

商标的使用，是指将商标用于商品、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。对商标使用的判定贯彻于商标注册各个环节。

商标的生命在于使用。一方面，商标的使用是商标专用权得以维持和保护的必要条件，商标的使用是商标功能实现的前提，只有发挥商标的识别来源功能，才能构成商标的使用。另一方面，商标的价值体现在使用过程中，其所承载的商誉是通过商标的使用而获得的。

商标的使用一般需满足以下要件：一是商标使用人是商标权利人或经权利人授权的人；二是商标使用在指定或核定使用的商品或者服务上；三是规范使用商标标志；四是商标使用地点在中国境内，包括在中国境内从事商品的生产、加工、销售或提供的相关服务；五是使用应为公开、真实、合法的商业性使用。

3.7 不正当手段与恶意

本指南中，除另有规定外，不正当手段是指商标申请人或者商标代理机构在申请商标注册或者办理其他商标事宜时，违背诚实信用原则，以牟取不正当利益为目的，扰乱商标注册秩序以及违反商业道德或行业惯例等行为。

本指南中，除另有规定外，恶意是指商标申请人或者商标代理机构在申请商标注册或者办理其他商标事宜时，通过一定行为表现出来的，明显违背诚实信用原则，明知或者应知其行为违反法律规定、有碍公序良俗、损害公共利益或侵犯他人权利，但为了牟取不正当利益，仍然实施相应行为，并追求或者放任其后果发生的主观心理状态。

第二章 不以使用为目的的恶意 商标注册申请的审查审理

1 法律依据

《商标法》

第四条 自然人、法人或者其他组织在生产经营活动中，对其商品或者服务需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商标注册。不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回。

《规范商标申请注册行为若干规定》

第三条 申请商标注册应当遵循诚实信用原则。不得有下列行为：

（一）属于商标法第四条规定的不以使用为目的恶意申请商标注册的；

……

第五条 对申请注册的商标，商标注册部门发现属于违反商标法第四条规定的不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当依法驳回，不予公告。

具体审查规程由商标注册部门根据商标法和商标法实施条例另行制定。

第八条 商标注册部门在判断商标注册申请是否属于违反商标法第四条规定时，可以综合考虑以下因素：

（一）申请人或者与其存在关联关系的自然人、法人、其他组织申请注册商标数量、指定使用的类别、商标交易情况等；

（二）申请人所在行业、经营状况等；

（三）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；

（四）申请注册的商标与他人有一定知名度的商标相同或者近似的情况；

（五）申请注册的商标与知名人物姓名、企业字号、企业名称简称或者其他商业标识等相同或者近似的情况；

（六）商标注册部门认为应当考虑的其他因素。

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，从源头上制止不以使用为目的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。

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。

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。

4.1 申请人基本情况

包括存续时间长短；注册资本实缴情况；所在行业领域及经营范围的具体情况；经营情况是否正常，是否存在吊销、注销、停业、清算等非正常情形。

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。

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。

4.4 申请人申请商标注册过程中及取得商标注册后的行为

包括申请人在申请商标注册过程中及取得商标注册后，将商标向第三方售卖或转让，且未能有效举证其售卖或转让前具有使用意图或就其不使用行为作出合理解释的；申请人申请商标注册过程中及取得商标注册后，具有出于牟取不正当利益的目的，积极向他人兜售或公开售卖商标、胁迫他人与其进行商业合作，或者向他人索要高额转让费、许可使用费、侵权赔偿金、诉讼和解费等行为的。

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。

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。

上述因素一般在异议、评审程序中予以考虑。

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。

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，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。

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，且指定类别与他人在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。

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，该申请人又是在第 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在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”“VE-ONEER”“安软慧视”“锱云科技”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。

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：

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”“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。

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 多个类别上提交了 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。

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。

6.10 其他可被认定为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人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、法人或者其他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。

案例三：

被异议人先后在第 5 类、第 9 类、第 35 类等 40 多个类别的商品或服务上申请注册了 1000 多件商标，大量商标与他人在先注册且有一定显著性商标相同或相近，如：“LAMERCOLLECTIONS”“SMEG”“喵趣 KITEKAT”“张小泉”等。被异议人曾在商标审查阶段被认定有不以使用为目的的恶意商标注册申请行为。被异议人申请的被异议商标与异议人在先注册并有一定显著性的商标完全相同，该情形难谓巧合，被异议人亦未对其大量申请注册商标的使用意图作出合理解释。综合考虑以上因素，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。

第三章 不得作为商标标志的审查审理

1 法律依据

《商标法》第十条 下列标志不得作为商标使用：

（一）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；

（二）同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的，但经该国政府同意的除外；

（三）同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相同或者近似的，但经该组织同意或者不易误导公众的除外；

（四）与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，但经授权的除外；

（五）同“红十字”、“红新月”的名称、标志相同或者近似的；

（六）带有民族歧视性的；

（七）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；

（八）有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的。

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。但是，地名具有其他含义或者作为集体商标、证明商标组成部分的除外；已经注册的使用地名的商标继续有效。

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。

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。为保护商标所有权人合法权益，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。

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“CHINA”“CHN”“P. R. C”“P. R. CHINA”等；“国旗”



；“国徽”



；“国歌”

是《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相近似的标志，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》第十条第一款第（八）项规定的情形。

商标注册审查审理不仅要保护商标注册人的利益，还要承担维护国家尊严、维护社会公共利益和社会主义市场经济秩序以及保护消费者权益的职责。上述我国国家名称、国旗、国徽等国家标志，与国家尊严紧密相连，因此对与此类标志相关的商标应严格审查审理，原则上禁止上述标志注册和使用。

2.2 同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的

本条中的“外国的国家名称”包括中文和外文的全称、简称和缩写；“国旗”是由国家正式规定的代表本国的旗帜；“国徽”是由国家正式规定的代表本国的徽记；“军旗”是国家正式规定的代表本国军队的旗帜。

我国在国际交往中遵循“和平共处五项原则”，主张国家不分大小、贫富、强弱，一律平等。为尊重外国国家主权，一切与外国国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的标志，不得作为商标使用。但如果外国政府同意与其国家名称、国旗、国徽、军旗等相同或者近似的标志作为商标使用，不适用本项禁用规定。

2.3 同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相同或者近似的

本条中的“政府间国际组织”，是指由若干国家和地区的政府为了特定目的通过条约或者协议建立的有一定规章制度的团体。例如：联合国、世界贸易组织、世界知识产权组织、亚太经济合作组织、上海合作组织、欧洲联盟、东南亚国家联盟、非洲联盟等。国际组织的名称包括全称、简称或者缩写。例如：

联合国的英文全称为“United Nations”，简称“UN”，旗帜为



。“欧洲联盟”

简称“欧盟”，英文名称为“European Union”，简称“EU”，旗帜为



。上海合

作组织简称“上合组织”，英文名称为“The Shanghai Cooperation Organization”，简称

“SCO”，旗帜为



禁止将上述标志作为商标使用和注册的理由在于，非经该国际组织同意，他人将这些标志作为商标使用注册，易使公众误认为这些标志的使用者得到了该组织的授权，或者与该组织存在某种联系。但是，如果经政府间国际组织同意，或不会令公众对产品或服务的来源等产生误认的，不适用本项禁用规定。

2.4 与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的

本条中的“实施控制”是指有关官方机构根据法律的规定，掌握和监督某些产品的质量、精度的行为。“予以保证”指有关官方机构根据法律的规定，对质量、精度等

方面达到一定要求的产品给予确认的行为。“官方标志、检验印记”，是指官方机构用以表明其对商品质量、性能、成分、原料等实施控制、予以保证或者进行检验的标志或印记，如丹麦奶酪印记、荷兰商品检验印记等。这些标志仅仅为这些机构所有。本项所指的控制、保证机构通常不是指非官方机构，而是指官方机构。表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记是政府履行职责，对所监管事项作出的认可和保证，具有国家公信力，不宜作为商标使用，如果他人将含有此类官方标志、检验印记或者与之近似的标志进行使用或申请注册，并且未经该组织的授权，则易使公众误认为该使用或注册申请人是这些标志的所有人，或者误认为其已得到有关官方机构的授权，使这种标志的公信力受到损害。但是，如果官方机构授权他人使用，或者授权他人将官方标志、检验印记申请商标注册的，则该机构和该个人之间已经存在授权与被授权的约定，不适用该项的禁止性规定。

2.5 同“红十字”“红新月”的名称、标志相同或者近似的

本条中的“红十字”是国际人道主义保护标志，是武装力量医疗机构的特定标志，是红十字会的专用标志，其图案为是阿拉伯国家和部分伊斯兰国家红新月会专用的，性质和功能与红十字标志相同的标志，是向右弯曲或者向左弯曲的红新月。

《红十字会法》规定：红十字标志是标示在武装冲突中必须受到尊重和保护的人员和设备。其使用办法，依照日内瓦公约及其附加议定书的有关规定执行。红十字标志的标明使用，是标志与红十字活动有关的人或者物。其使用办法由国务院规定。因宗教信仰使用红新月标志的，其使用办法适用红十字标志的使用规定。禁止滥用红十字标志。

此外，“红水晶”标志（图案为白底红色边框的竖立正方形），系国际人道主义保护公约战场救护的第三个特殊标志，与“红十字”“红新月”标志具有同等法律效力和地位。同“红十字”“红新月”的名称、标志相同或者近似的标志不得作为商标注册和使用。

2.6 带有民族歧视性的

本条中的“民族歧视性”，是指标志中带有对特定民族进行丑化、贬低或者其他不平等看待该民族的内容。该项旨在禁止带有民族歧视性的标志等作为商标使用和注册。

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。

但是，如果公众基于日常生活经验等不会对标志指定的商品或者服务的质量等特点或者来源产生误认的，不属于该项规定的情形。

2.8 有害于社会主义道德风尚的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。

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。

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禁注的情形，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。

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、图形相同的

3.1.1 同我国的国家名称相同或者近似的

标志与我国国家名称相同的，判定为与我国国家名称相同。例如：。标志的含义、读音或者外观等与我国国家名称近似，容易使公众误认为我国国家名称的，判定为与我国国家名称近似。例如：ZHONGGUO与，其中虽然整体无含义，但外观上与我国国名的英文 CHINA 相近，易导致混淆，因此判定为与我国国名近似。

例如：



3.1.2 同我国的国旗、国徽、国歌相同或者近似的

有关标志与我国国旗、国徽、国歌的名称、图案或者声音相同或者近似，足以使公众将其与我国国旗、国徽、国歌相联系的，判定为与我国国旗、国徽、国歌相同或者近似。例如：等。

例外情形：

标志中含有“五星”“红旗”字样或者“五星图案”“红旗图案”，但不会使公众将其与国旗相联系的，不判为与我国国旗相同或者近似。例如：, 又

如：**五星**。

3.1.3 同我国的军旗、军徽、军歌等相同或者近似的

有关标志与我国军旗、军徽、军歌的名称、图案或者声音等相同或者近似，足以使公众将其与军旗、军徽、军歌相联系的，判定为与我国军旗、军徽、军歌相同或者

近似。例如：、等。

3.1.4 同我国的勋章相同或者近似的

有关标志与我国勋章的名称、图案等相同或者近似，足以使公众将其与勋章相联系的，判定为与我国勋章相同或者近似。例如：



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。例如：**紫光阁**、**懷仁堂**、**新华门**等。
XINHUAMEN

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

有关标志与外国的国家名称相同的，判定为与外国的国家名称相同。有关标志与外国的国家名称近似或者含有与外国的国家名称相同或者近似的文字的，判定为与外国的国家名称近似。

例如：、毛里求斯、安道尔、拉脱维亚
MAOLIQIUSI

例外情形：

(1) 经该国政府同意的，一般不适用该禁用规定。但申请人应当提交经该国政府

同意的书面证明文件。例如：

日本ペイント

（申请人提交了经公证认证的日本本国商标注册证复印件及译文，即可视为申请标志在相关商品上的注册已经获得日本政府同意）

申请人就该商标在相同或类似商品、服务上，在该外国已经获得注册的，视为该外国政府同意。

例如：



（申请人就该标志在相关商品、服务上，在意大利已经获准注册，可视为其已获得意大利政府同意）

但外国政府明确表示在本国的注册不视为授权的，或对授权有其他明确要求的，不当然视为外国政府同意，如瑞士。

（2）具有明确的其他含义且不会造成公众误认的，一般不适用该禁用规定。例如：

在“服装、鞋、领带”商品上申请的 ，虽然与法国国名“FRANCE”相差两个字母，但英文含义为“坦白的、真诚的”，也是常用英文人名“弗兰克”，审查审理时一般不适用上述禁用规定。又如：在“服装”商品上申请的 ，其中含有的“TURKEY”虽与土耳其国名相同，但另有广为认知的其他含义“火鸡”；在“电视机、麦克风”商品上申请的 **Span**，虽然与西班牙国名“SPAIN”相差一个字母，但英文含义为“跨度、跨距”，以上两件商标审查审理时一般均不适用上述禁用规定。

（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  **ZHONGFA** 法。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**。

(5) 有关标志所含国名与其他具备显著特征的标志相互独立，国名仅起真实表示申请人所属国作用或与其他叙述性语言一起真实表示指定商品或者服务有关特点的，可不适用本禁用规定。例如：来自意大利的申请人 CIELO E TERRA S. P. A. 申请的 ，其中含有的“ITALIANO”虽译为“意大利”，但因“ITALIANO”与其他具备显著特征的标志“MAESTRO”相互独立，国名仅起真实表示申请人所属国作用，不适用本禁用规定。例如：在“日式料理餐厅”服务上申请的**柚子日本料理**，虽然含有外国国名，但整体上属于真实表示了指定服务的特点，不适用本禁用规定。

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

有关标志与外国国旗、国徽、军旗的名称或者图案相同或者近似，足以使公众将其与外国国旗、国徽、军旗相联系的，判定为与外国国旗、国徽、军旗相同或者近似，不得作为商标使用和注册。例如：申请  商标，可判定为与美国国旗近似；申

请  商标，可判定为与意大利国旗近似；申请  商标，因其可译为“英国国旗”，可判定为与英国国旗近似。

例外情形：

经该国政府同意的，一般不适用该禁用规定。但申请人应当提交经该国政府同意的书面证明文件。申请人就该商标在相同或类似商品、服务上，在该外国已经获得注册的，视为该外国政府同意。

3.3 同政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相同或者近似的

有关标志足以使公众将其与政府间国际组织的名称、旗帜、徽记等相联系的，判定为与政府间国际组织的名称、旗帜、徽记相同或者近似，不得作为商标使用和注册。

例如：申请 、世  佳、、 商标。

例外情形：

(1) 经该政府间国际组织同意的，可不适用本禁用规定，但申请人应当提交能够证明相关政府间国际组织同意的书面证明文件。

(2) 具有明确的其他含义或者特定的表现形式，不会误导公众的，可不适用本禁用规定。例如：在“比重计”商品上申请的  商标，在“人用药”商品上申



请的 商标，因整体表现形式特殊，一般不会导致公众将其与联合国的英文简称或世界卫生组织的会徽相联系，可不适用本禁用规定。

3.4 与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的

有关标志与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相同或者近似的，禁止作为商标注册和使用。例如：、 分别为中国强制性产品认证标志、本外币兑换统一标识，有关标志与上述类型标志相同、近似或者含有上述类型标志的，一般不得作为商标注册和使用。

有关标志足以使公众将其与表明实施控制、予以保证的官方标志、检验印记相联系的，判定为与该官方标志、检验印记相同或者近似。例如：在“照明器械及装置”商品上申请的  商标认定为与中国强制性产品认证标志近似。

例外情形：

(1) 经该官方机构授权的，可不适用本禁用规定，但申请人应当提交能够证明已获得官方机构授权的书面证明文件。

(2) 具有明确的其他含义或者特定的表现形式，不会误导公众的，可不适用本禁用规定。例如：在“手机用电池、手机用充电器”商品上申请的  商标，在“水龙头、淋浴用设备”商品上申请的  商标。

3.5 同“红十字”“红新月”的名称、标志相同或者近似的

有关标志与“红十字”“红新月”“红水晶”的名称、图案在视觉上基本无差别的，判定为同“红十字”“红新月”“红水晶”的名称、标志相同。例如：

Red Cross，其中的“Red Cross 译为“红十字”；，其中的“red crescent”译为“红新月”。

有关标志足以使公众将其误认为“红十字”“红新月”“红水晶”的名称、图案的，判定为同“红十字”“红新月”“红水晶”的名称、标志近似。例如：



指定商品：医用药物



指定商品：葡萄糖膳食补充剂



指定商品：救急包



指定商品：医疗器械和仪器

例外情形：

具有明确的其他含义或者特定的表现形式，不会误导公众的，可不适用本禁用规

定。例如：在“灭火器械”商品上申请的



商标，以及在“印刷油墨、颜料”商

品上申请的



商标。

3.6 带有民族歧视性的

标志本身及其构成要素与民族名称相同或者近似，并丑化或者贬低特定民族的，判定为带有民族歧视性。例如：在“蜂蜜”等商品上申请的



标志，蛮子属于对少数民族的蔑称。

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

具体情形包括但不限于：

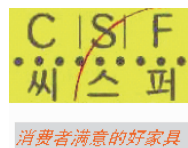
3.7.1 容易使公众对商品或者服务的质量、品质、功能、用途、原料、内容、重量、数量、价格、工艺、技术等特点产生误认的

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

例如：



指定商品：染料



指定商品：家具



指定商品：矿泉水



指定商品：茶

周大麟 24K

指定商品：仿金制品

皖典优级原浆

指定商品：白酒、烧酒

儿童第一城
First community for KIDS

指定服务：临时照看婴孩

首字为“国”字的商标注册申请，应当严格按照以下标准，从严审查审理：

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”为理由予以驳回。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。例如：在“白酒”商品上申请的**国酒**商标；在“餐厅”服务上申请的



的**国果网**商标；在“新鲜水果”商品上申请的**国果网**商标。

GUOGUOWANG

对首字为“国”，但不是“国+商标指定商品名称”组合的申请商标，应当视情况进行具体判断。对使用在指定商品上直接表示了商品质量特点或者具有欺骗性，甚至有损公平竞争的市场秩序，或者容易产生不良影响的，应予驳回。例如：在“烧酒”商品上申请的**国贡**商标；在“运输”服务上申请的**国圣**商标。

3.7.1.2 容易使公众对商品的功能、用途等特点产生误认的

例如：

肺力长

指定商品：茶、蜂蜜

代谢修复

指定商品：食用燕窝、水果罐头

超感白

指定商品：漂白水

妇医生

指定商品：人用药

清雪剂

指定商品：人用药

（“清雪剂”与“清血剂”读音相同，易使消费者认为指定商品具有清血的功能）

3.7.1.3 容易使公众对商品的种类、主要原料、成分等特点产生误认的

例如：



指定商品：鱼制食品



指定商品：谷（谷类）

铁观音

指定商品：烟草



指定商品：婴儿食品

优加倍乳铁

指定商品：婴儿食品

（“乳铁”是“乳铁蛋白”的简称，可作为食品添加剂）

但申请注册的标识、文字等所指示的含义或物品与申请注册的商品无行业关联性的除外。

蓝莓
lanmei

指定商品：洗碗机

苹果

指定商品：计算机

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：



指定商品：糕点

明 嘉靖十八年

指定商品：珠宝首饰

8块钱

指定商品：小五金器具

古海共晶

指定商品：防冻液

天龙纳米
Tianlongnami

指定商品：服装

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）

- 3.7.1.5 容易使公众对服务的内容、性质等特点产生误认的
例如：

知星女性创业大赛
THE SPRITE OF NEW-WOMEN AWARD
日大入性创业大赛

指定服务：培训


前列线
Qianliexian

指定服务：药品零售或批发服务
（“前列线”与“前列腺”相近，易使消费者对服务的内容产生误认）

SUNING
苏宁公益

指定服务：金融管理
（“公益”是公共利益事业的简称，易使消费者对服务的性质产生误认）

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）

例如：



指定商品：服装、帽子

申请人：北京盛世杰威服装服饰有限公司

（“NEW YORK”译为“纽约”，“PARIS”译为“巴黎”）

mk spirit
PARIS

指定商品：香精油、化妆品

申请人：M. SERGE LOUIS ALVAREZ

申请人地址：……BP 148 F - 26905 VALENCE CEDEX 9 (FRANCE) (FR)

（“PARIS”译为“巴黎”，申请人地址在法国瓦朗斯市）

FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE

指定商品：钟、表

申请人：弗雷德瑞克康士丹顿控股有限公司

申请人地址：荷属安的列斯岛，库拉索岛

（“GENEVE”译为“日内瓦”）

- 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

例如：

宁夏

指定商品：烧酒

扎幌

指定商品：果酒（含酒精）

申请人：南通富豪酒业有限公司



指定服务：咖啡馆、酒吧

申请人地址：云南省丽江市滇西明珠花园别墅



指定商品：烧酒

申请人地址：河南省南阳市唐河县城关镇

- 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

例如：

酷艾阳澄湖

指定商品：贝壳类动物（活的）

申请人：广州匡恒服装有限公司

西街口

指定商品：新鲜水果、新鲜蒜

申请人地址：云南省曲靖市富源县黄泥河镇

（“西街口”是云南省昆明市石林彝族自治县下辖一镇名，该镇出产的西街口人参果、西街口大蒜等农副产品具有较高知名度）

今治

指定商品：纺织品毛巾；毛毯等

申请人：上海夕尔实业有限公司

（“今治”是日本一个市名，该市的毛巾产量位居日本第一，在相关公众中具有一定知名度）

1 de MENDOZA

指定商品：葡萄酒等

申请人：北京众拓必亨国际贸易有限公司

（“MENDOZA”是阿根廷历史名城，位于以葡萄酒酿造闻名的库约地区的核心地带）

但指定的商品与其指示的地点或者地域没有特定联系，不会使公众发生商品产地误认的除外。

例如：

北戴河长胜

BEI DAI HE CHANG SHENG

指定商品：摩托车

盛泽

指定商品：液压泵



指定商品：非金属箱

3.7.2.4 标志包含国家名称，但申请人并非来自该国，使用在其指定的商品上，容易使公众发生商品产地误认的

例如：

法国双飞人

指定商品：医药制剂

申请人地址：阿联酋迪拜，酋长扎耶德路迪尼尔大厦

得卡罗
Prodotto in Italia - dal 1898

指定商品：谷类制品、冰淇淋

申请人：苏州淘味道食品有限公司

3.7.2.5 标志包含企业名称，而该企业名称与申请人名义存在实质性差异的，容易导致公众误认的

此处企业名称包括全称、简称、中文名称、英文名称以及名称的汉语拼音等，且以容易使公众将其作为指代企业主体身份的标识为认定要件。

通常标志所含企业名称的行政区划或者地域名称、字号、行业或者经营特点、组织形式与申请人名义不符的，判定为与申请人名义存在实质性差异。

例如：



指定商品：服装

申请人：潍坊体会制衣有限公司



(字母为“北京茂盛园肉食品厂”的拼音)

指定商品：肉

申请人：褚某某



指定服务：医院、兽医辅助、动物饲养

申请人：郑某某

潮创集团

指定服务：不动产出租

申请人：广州潮创房地产开发有限公司

汇智银行

指定服务：法律研究

申请人：深圳市中兴达文化传播有限公司

海涛医院

指定服务：医院、整形外科

申请人：芜湖济仁网络科技有限公司



指定服务：职业介绍、人事管理咨询

申请人：河北爱聘人力资源有限公司

标志所含企业名称与申请人名称不一致，但符合商业惯例，且不会使公众对商品或者服务来源产生误认的除外。

例如：



指定商品：塑料包装容器

申请人：（台湾）宏全国际股份有限公司



指定商品：机器人（机械）

申请人：沈阳新松机器人自动化股份有限公司



指定商品：家具用非金属附件

申请人：上海永春装饰有限公司



指定商品：金属绳

申请人：诚志股份有限公司



指定商品：香肠

申请人：沈阳长香斯食品有限公司

（该商标中“Shen Yang ChangXiangSi Food Limited Company”部分可视为申请人名称）

3.7.2.6 与公众人物姓名、肖像等相同或者近似，容易导致公众误认的

标志或者其构成要素与公众人物姓名、肖像等相同或者近似的，未经本人许可，容易导致公众对商品或者服务来源等产生误认的，一般适用本规定。姓名包括户籍登记中使用的姓名，也包括别名、笔名、艺名、雅号、绰号等。

例如：

顾景舟

指定商品：家用器皿、瓷器

申请人：江某

（顾景舟是中国工艺美术大师）

沃伦巴菲特

指定服务：资本投资

申请人：苏州国一智孵化器管理有限公司

葛优

指定商品：医用营养品、杀虫剂

申请人：盛某

3.7.2.7 与具有一定知名度的教育院校、体育组织、环保组织、慈善组织等机构的名称、标志相同或者近似，未经该机构许可，容易导致公众对商品或者服务来源产生误认的

例如：

北大金秋

指定服务：撰写科技文稿

申请人：北京北大金秋新技术有限公司

（北京大学简称“北大”，是我国具有上百年历史的著名高校，具有较高社会知名度）

哈工程

指定服务：教育、培训

申请人：哈尔滨亮角落广告传媒有限公司

（哈尔滨工程大学简称“哈工程”，是我国 211 和 985 重点大学）



申请人：宁德市米勒耐磨材料有限公司

（该标志与国际狮子俱乐部协会会标整体外观近似。国际狮子俱乐部协会是非政府慈善服务组织，其会标已为相关公众熟悉）

- 3.7.2.8 与重要赛事、重要展会、重大考古发现名称（含规范简称）、标志等相同或者近似的，未经主办方或主管单位授权，容易导致公众误认的

冬奥蜂谷

指定商品：谷粉制食品、莲茸、蜂糕

申请人：孙某某

（“冬奥”为“冬季奥林匹克运动会”的简称）

环渤海国际自行车赛

指定服务：教育、组织体育比赛

申请人：曲某某

（“环渤海国际自行车赛”为国家体育总局主办的一项国际体育赛事）

渝洽会

指定服务：广告、组织商业或广告交易会

申请人：重庆玺升企业策划有限公司

(“渝洽会”为“中国(重庆)国际投资暨全球采购会”的简称)

进博会

指定商品：安全监控机器人

申请人：重庆亢谷网络服务股份有限公司

(“进博会”是中国国际进口博览会的简称)

海昏侯

指定服务：追踪被盗财产、尸体防腐服务

申请人：翁某某

(“海昏侯”是西汉爵位，南昌汉代海昏侯国考古遗址是我国目前发现的面积最大、保存最好、格局最完整、内涵最丰富的典型汉代列侯国都城聚落遗址)

3.7.3 其他易导致公众误认的

央储

指定服务：计算机网络上的在线广告

申请人：赵某某

(“央储”有“中央储备”之意，通常指中央政府储备的为稳定国家粮食、食用油、肉、糖等市场，以及应对重大自然灾害或者其他突发事件等情况的粮食、食用油、肉、糖等资源)

3.8 有害于社会主义道德风尚的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

例如：



吻腩
WENDING

MLGB

包二奶

黑社会

土豪

裸跑弟

泼妇鱼庄



（“山炮”为东北方言，形容一个人头脑简单，见识平庸，且“山炮”在生活中多为贬义）

3.8.2 具有政治上不良影响的

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。

3.8.2.2 与公众知晓的其他国家、地区或者政治性国际组织领导人姓名相同或者近似的



古特雷斯

甘地

埃马纽埃尔·马克龙

3.8.2.3 有损国家主权、尊严、形象或者危害国家安全、破坏国家统一的

《国家安全法》规定：中华人民共和国公民、一切国家机关和武装力量、各政党和各人民团体、企业事业组织和其他社会组织，都有维护国家安全的责任和义务。中国的主权和领土完整不容侵犯和分割。维护国家主权、统一和领土完整是包括港澳同胞和台湾同胞在内的全中国人民的共同义务。

例如：

福爾摩莎

（殖民主义者对我国台湾的称谓）



（含有不完整的我国版图）

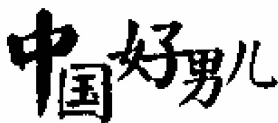


为防止我国国家名称的滥用，损害国家尊严，标志中含有与我国国家名称相同或者近似的文字，因与其他要素相结合，整体上已不再与我国国家名称相同或者近似的，应当适用该项禁止性规定。

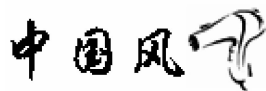
例如：



指定商品：葡萄酒



指定服务：广告



指定商品：电吹风



指定商品：家具

例外情形：

(1) 标志中含有与我国国家名称相同或者近似的文字，但其描述的是客观存在的事物，一般不适用该项禁止性规定。

例如：



(2) 标志中含有与我国国家名称相同或者近似的文字，但其整体是报纸、期刊、杂志名称，且与申请人名义一致，如申请人能证明其合法出版发行资格，则指定使用于报纸、期刊、杂志（期刊）、新闻刊物等特定商品上，一般不适用该项禁止性规定。

例如：



指定商品：报纸

申请人：中国消费者报社

中国国家地理

指定商品：期刊

申请人：《中国国家地理》杂志社



指定商品：报纸

申请人：中国交通报社

中国环境报

指定商品：报纸

申请人：中国环境报社

(3) 标志中含有与我国国家名称相同或者近似的文字，但其整体是企事业单位简称，如果具备以下条件，则不以该项禁用规定为由予以驳回：申请人主体资格应当是经国务院或其授权的机关批准设立的；申请人名称应经名称登记机关依法登记；申请标志与申请人名称的简称一致，简称是经国务院或其授权机关批准；该标志经过申请人在实际中长期广泛使用，在相关公众的认知中，与申请人形成了唯一对应关系。

例如：



指定商品：石油化工设备

申请人：中国石油化工集团有限公司，英文简称为 Sinopec Group



指定服务：电话业务

申请人：中国电信集团有限公司，英文名称为 China Telecom

中国人保

指定服务：保险

申请人：中国人民保险集团股份有限公司



指定服务：电视广播

申请人：中国联合网络通信集团有限公司，英文名称为 China Unicom



指定服务：维修电力线路

申请人：中国南方电网有限责任公司，英文名称为 China Southern Power Grid Company Limited

(4) 标志中含有我国国名，国名与其他显著部分相互独立，在整个标志构成中属于非主要部分或附属部分，仅起到真实表示商品或者服务来源国的作用，其注册使用一般不会对我国国家尊严、社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的，可不适用该项禁用规定。

例如：



指定商品：电力网绝缘体

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

例如：

实事求是

绿水青山就是金山银山

六稳六保

一带一路

粤港澳大湾区

长三角一体化

两会

Liang Hui

金砖会晤

3.8.2.5 由具有政治意义的数字等构成的

例如：

七·七 九一八

3.8.2.6 由具有政治意义的事件、地点名称等构成的

例如：



西柏坡

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)

3.8.2.7 与恐怖主义组织、邪教组织、黑社会组织或黑社会性质的组织名称或者其领导人姓名相同或者近似的

例如：



(中文部分为“基地组织”)

3.8.2.8 其他具有政治不良影响的

例如:



(纳粹符号)



(图中文字为“反贪”)

3.8.3 对我国经济、文化、民族、宗教、社会易产生消极、负面影响，损害公共利益，扰乱公共秩序的

3.8.3.1 与我国整体发展战略关系密切的国家级新区或国家级重点开发区域名称（含规范简称）等相同或者近似，有害于我国经济、社会公共利益的

例如:



申请人：河北雄安保府酒业有限公司

但经国务院及其授权部门同意的除外，申请人需提供相关的书面证明文件。

例如:

雄安建投

申请人：中国雄安集团有限公司

3.8.3.2 与各国法定货币的图案、名称或者标记相同或者近似的

例如：



(人民币符号)



(美金即“美元”)

KRONE

(丹麦货币名称“克朗”)

3.8.3.3 标志中含有不规范汉字或系对成语的不规范使用，容易误导公众特别是未成年人认知的

将含有书写不规范的汉字或使用不规范的成语的标志作为商标使用，易对我国文化等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面的影响。

例如：

随心所欲

(成语“随心所欲”的不规范使用)

左右逢缘

(成语“左右逢源”的不规范使用)

商标中使用的汉字，原则上要求是规范汉字。但考虑到商标工作的特殊性和我国香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的现实情况和历史传统，也可以使用繁体字，以及行书、草书、隶书、篆书等书法形式的汉字。

判断商标中的汉字是否规范时，对印刷体或普通手写体形式的汉字应从严。自造字、缺笔画、多笔画或笔画错误的汉字，易使公众特别是未成年人对其书写产生错误认知的，一般应视为不规范汉字。

例如：



(自造字)



(“绿”字笔画错误)



(“贼”字多一笔)



(“值”字少一笔)



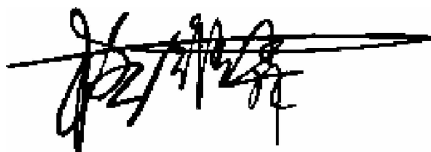
(“微”字少一笔)

但商标中的汉字系书法体或其笔画经图形化、艺术化设计，不易使公众特别是未成年人对其书写产生错误认知的，可不视为不规范汉字。

例如：



(篆书“野草”)



(手写体)



(“橙晶网逅”的图形化)



(“丽”字图形化)

3.8.3.4 有害于民族、种族尊严或者感情的

我国是全国各族人民共同缔造的统一的 multi-ethnic state, all ethnic groups are equal. 《宪法》第四条规定：“禁止对任何民族的歧视和压迫，禁止破坏民族团结和制造民族分裂的行为。”我国《刑法》《治安管理处罚法》均对煽动民族仇恨、民族歧视等行为规定了相

应的处罚。

标志本身并非丑化、歧视任何民族，但作为商标使用和注册，可能伤害民族尊严或者感情，有害于民族团结、民族平等的，适用本条禁用规定。

例如：



（“喜利妈妈”为锡伯族信仰）

标志中含有可能伤害种族尊严和感情的文字、图形等的，亦适用本条禁用规定。

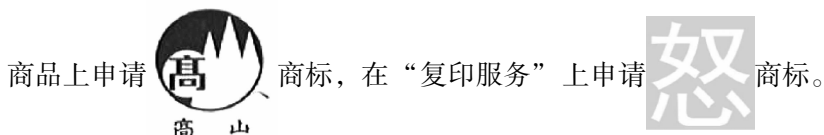
例如：



（译为“白鬼子”，是黑人对白人的蔑称）

有害于民族、种族尊严或者感情的判定应综合考虑该标志的构成及其指定商品服务。有些与民族或种族有关的文字图形等，其本身可能不会伤害民族、种族感情，但如果使用在某些特定商品或者服务上，也可能产生伤害民族、种族感情的后果，应予驳回。如在卫生洁具商品上注册使用“印第安人”文字标志。

但标志本身有明确的其他含义的，一般不适用该禁用规定。例如：在“花露水”



3.8.3.5 有害于宗教信仰、宗教感情或者民间信仰的

本指南中的“宗教”包括佛教、道教、伊斯兰教、基督教、天主教等，以及上述宗教的不同教派分支。本指南中的民间信仰主要指妈祖等民间信仰。

标志有下列情形之一的，判定为有害于宗教信仰、宗教感情或者民间信仰：

（1）宗教或者民间信仰对象的名称、图形或者其组合。

例如：



觀音
KUAN 100

(佛教偶像)



碧霞元君

(道教偶像)



媽祖

(民间信仰)

MY GOD SOFT

(“GOD”译为“上帝”)

(2) 宗教活动地点、场所的名称、图形或者其组合。

例如：

美 联

Mecca

(“MECCA”的含义为
伊斯兰教圣地“麦加”)



(常见道观名称)

雍和宫

(中国藏传佛教寺院)

茅山道院

(道教上清派的发源地)

(3) 宗教的教派、经书、用语、仪式、习俗、专属用品，以及宗教人士的称谓、形象。

例如：



全 真
QUAN ZHEN

(道教教派之一)

心 经

(佛教经典经文)

嗡 嘛 呢 叭 咪 吽

(佛教六字箴言)

光和盐

(基督教《圣经》中内容)



(标志中汉字为“雪域小和尚”)

商标有下列情形之一的，不判定有害宗教信仰、宗教感情或者民间信仰：

(1) 根据《宗教事务条例》第五十六条规定，宗教团体、宗教院校、宗教活动场所、宗教教职人员可以依法兴办公益慈善事业。宗教团体、宗教院校、宗教活动场所、宗教教职人员和经其授权的宗教企业以专属于自己的宗教活动场所的名称作为商标申请注册，不损害其他宗教活动场所利益和相关公众的宗教信仰、宗教感情的。

例如：



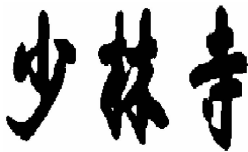
申请人：中国嵩山少林寺



申请人：北京雍和宫管理处

但该宗教禁忌或不宜使用的商品或者服务除外。

例如：



指定商品：米酒、白酒

申请人：中国嵩山少林寺

(2) 商标的文字或者图形虽然与宗教或者民间信仰有关，但具有其他含义或者其与宗教有关联的含义已经泛化，不会使公众将其与特定宗教或者民间信仰相联系，不会损害相关公众的宗教信仰、宗教感情的。

例如：

三平祖师

(唐代高僧义中禅师，为佛教禅宗大师，在闽南一带被称为“三平祖师公”)



(确有“佛顶山”，浙江、贵州、辽宁都存在此名的山)



月老

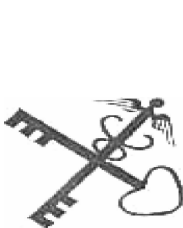
3.8.3.6 与我国各党派、政府机构、社会团体等单位或者组织的名称、标志相同或者近似的

本条中的党派包括中国共产党和被统称为民主党派的八个政党，即中国国民党革命委员会、中国民主同盟、中国民主建国会、中国民主促进会、中国农工民主党、中国致公党、九三学社、台湾民主自治同盟；本条中的名称包括全称、简称、缩写等；本条中的标志包括徽章、旗帜等。

例如：



(“民建”为中国民主建国会的简称) (与中国消费者协会的标志相同)



(与我国海关关徽近似)



(与少先队队徽相同)

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，如总监警监（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：



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：



3.8.3.8 与我国突发公共事件特有词汇相同或者近似，扰乱公共秩序的

根据《突发事件应对法》，突发事件是指突然发生，造成或者可能造成严重社会危害，需要采取应急处理措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。

（1）标志及其组成部分与重大疫情等公共卫生事件相关的特有词汇相同或者近似，易使公众将其与该突发事件产生联想，扰乱社会公共秩序的。

在重大疫情发生时，对于与疫情病毒名、疾病名等标志相同或者近似的商标申请，一般适用本禁用规定。

例如：



抗冠 抗疫

(2) 标志及其组成部分与重大自然灾害、重大事故灾难相关的特有词汇相同或者近似，易使公众将其与该突发事件产生联想，危害社会公共秩序的。

例如：

512

指定商品：医疗器械和仪器

申请人：广东思创格电子电器有限公司

申请日期：2008 年 5 月 20 日

(2008 年 5 月 12 日，四川省阿坝藏族羌族自治州汶川县发生破坏力极大的地震。经国务院批准，自 2009 年起，每年 5 月 12 日为“全国防灾减灾日”。)

(3) 标志及其组成部分与社会安全事件相关的特有词汇相同或者近似，易使公众将其与该突发事件产生联想，危害社会公共秩序的。

例如：

占中

3.8.3.9 与我国政治、经济、文化、社会发展关系密切的国家重大工程、重大科技项目等名称相同或者近似，由该申请人注册使用易对我国社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的

例如：

港珠澳大桥

申请人：谢某某



HZM BRIDGE

申请人：寻梦文传科技（珠海）有限公司

(“HZM BRIDGE”是英文“HONG KONG - ZHUHAI - MACAO BRIDGE”的简称)

神舟六号

申请人：西安亨通光华制药有限公司

中国天眼

申请人：平塘县国有资本营运有限责任公司

由国家相关部门授权的适格主体申请，不会对我国社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的，不适用该禁用规定。申请人需提供相关的书面证明文件。

例如：

港珠澳大桥

申请人：港珠澳大桥管理局

中国天眼

申请人：中国科学院国家天文台

3.8.3.10 与我国烈士姓名相同或者含有烈士姓名，容易使公众将其与烈士姓名产生联想的

《英雄烈士保护法》规定：“禁止歪曲、丑化、亵渎、否定英雄烈士事迹和精神。英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉受法律保护。任何组织和个人不得在公共场所、互联网或者利用广播电视、电影、出版物等，以侮辱、诽谤或者其他方式侵害英雄烈士的姓名、肖像、名誉、荣誉。任何组织和个人不得将英雄烈士的姓名、肖像用于或者变相用于商标、商业广告，损害英雄烈士的名誉、荣誉。”因此，与烈士姓名相同或者含有烈士姓名的标志，且容易使公众将其与烈士姓名产生联想的，一般应认定为具有不良影响。

对于与烈士姓名相同或者含有烈士姓名的标志，应当结合该标志的构成要素、指定的商品服务、申请人所在地域与该烈士的关联程度等因素，综合判断该标志的注册和使用是否可能损害烈士的名誉、荣誉或产生其他不良影响。

例如：

刘胡兰

例外情形：

(1) 标志本身有其他含义，不易使社会公众与烈士姓名产生联想，不易损害烈士

荣誉名誉和公众的爱国情怀的，可不适用前款规定。

例如：**万家福**

(2) 标志本身为申请人姓名、企业字号、社会组织简称，虽与烈士姓名相同，但不易使社会公众与烈士姓名产生联想，不易损害烈士荣誉、名誉和公众的爱国情怀的，可不适用前款规定。

(3) 标志虽与烈士姓名相同或者含有烈士姓名，但无法与特定烈士形成对应关系的（如周班长、陈先生、熊氏、周木匠），不易损害烈士荣誉、名誉和公众的爱国情怀的，可不适用前款规定。

3.8.3.11 与政治、经济、文化、民族、宗教等公众人物的姓名相同或者近似，足以对我国政治、经济、文化、民族、宗教等社会公共利益和公共秩序产生消极、负面影响的

上述姓名包括户籍登记中使用的姓名，也包括公众熟知的别名、笔名、艺名、雅号、绰号等。

例如：

孔子 梅兰芳 鲁迅
宗喀巴

（“宗喀巴”是藏传佛教格鲁派的创立者）

3.8.3.12 其他对我国经济、文化、民族、宗教、社会公共利益和公共秩序易产生不良影响的

除上述类型外，其他可能造成不良影响的标志适用本项禁用规定。

例如：

老鼠仓

（一种金融领域从业人员营私舞弊、损公肥私的违规行为的俗称，用作商标易产生不良影响）

奉天承运

（“奉天承运”既指君权神授，又是历史上部分皇帝诏书开头的套语，用作商标易产生不良影响）


 The logo for '巴城羊绒' (Bacheng Wool) features the characters '巴城' in a stylized, bold font above the characters '羊绒', all enclosed within a rectangular border.

申请人：昆山市巴城镇沃时尚羊绒服装厂（普通合伙）

（有充分证据表明，经过各从业者多年的宣传使用，“巴城羊绒”在当地已形成较高影响力，代表着整个巴城地区羊绒产品的品质和商业信誉，是巴城镇近年来着力打造的重点产业和区域性特色品牌。申请人虽位于巴城镇，但该标志为一家独占有失公允，易对社会公共利益产生损害，进而产生不良影响）

3.9 含有地名的商标

3.9.1 含有县级以上行政区划地名的商标的审查审理

标志由县级以上行政区划的地名构成，或者含有县级以上行政区划的地名，通常不得作为商标。

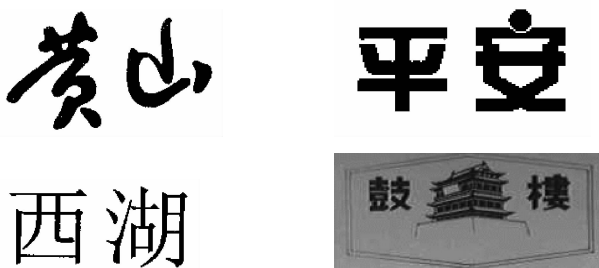
例如：


 This block displays four examples of trademarks that contain place names: '皖' (Anhui) in a stylized font, 'Wan' in Latin letters, '烟台美酒' (Yantai Meijiu) in Chinese characters, '居桂林' (Juguilin) in red Chinese characters, '新疆红' (Xinjiang Hong) in Chinese characters, and a logo with three interlocking circles and the word 'DALIAN' below it.

但有下列情形之一的除外：

3.9.1.1 地名具有其他含义且该含义强于地名含义的

例如：


 This block displays three examples of trademarks where the place name meaning is not dominant: '黄山' (Huangshan) in a stylized font, '平安' (Ping'an) in a bold, blocky font, and '西湖' (Xihu) in a stylized font. Below these, there is a logo for '鼓楼' (Gulou) featuring a traditional Chinese drum tower illustration.

但上述标志与“市、县、区”等组合在一起，地名含义明显的，一般仍适用本禁用规定，如“黄山市”。

3.9.1.2 商标由地名和其他文字构成而在整体上具有强于地名含义的其他含义

例如：



指定服务：药品零售或批发服务等



秦淮河

3.9.1.3 商标由两个或者两个以上行政区划的地名的简称组成，且不会使公众发生商品产地等特点误认的

例如：



指定商品：肥料

湘鄂牌

指定商品：石膏板

但容易使消费者对其指定商品的产地或者服务内容等特点发生误认的，适用《商标法》第十条第一款第（七）项的规定予以驳回。

例如：

青藏
QTIT

指定服务：观光旅游

川藏

CHUANZANG

指定服务：旅游安排

3.9.1.4 商标由省、自治区、直辖市、特别行政区，省会城市、计划单列市、著名的旅游城市以外的地名的拼音形式构成，且不会使公众发生商品产地误认的

例如：



指定商品：传动装置（机器）
（TAI XING 与江苏省泰兴市的拼音相同）



XIANG HE

指定商品：自行车
（“XIANG HE” 与河北香河县的拼音相同）

- 3.9.1.5 商标由组成地名的文字和其他文字构成，整体构成有别于地名，不易使消费者联想到地名，亦不易导致产地误认的

例如：



- 3.9.2 含有公众知晓的外国地名的商标的审查审理

标志由公众知晓的外国地名构成，或者含有公众知晓的外国地名的，不得作为商标。

例如：

加州红

指定商品：啤酒、矿泉水
（美国加州）

Olympia

指定商品：服装
（希腊奥林匹亚）



指定商品：啤酒

(德国首都柏林)



指定商品：鞋

(波兰首都华沙)

但商标由公众知晓的外国地名和其他文字构成，整体具有其他含义且使用在其指定商品上不会使公众对商品产地产生误认的除外。

例如：

LONDON FOG

指定商品：公文包、伞

(伦敦雾为一种自然现象)

3.9.3 商标所含地名与其他具备显著特征的要素相互独立，地名仅起真实表示申请人所在地作用的除外

例如：



申请人：杨某某

地址：天津市武清区汉沽港镇一街



申请人：凤凰股份有限公司

地址：上海市浦东新区塘南路20号



(“GENEVE”译为“日内瓦”)

申请人：QUINTING S. A.

地址：瑞士日内瓦



申请人：COCO DE MER LIMITED

地址：……LONDON, ENGLAND, WC2H 9EY

3.9.4 地名作为集体商标、证明商标组成部分的除外

例如：



商标类型：地理标志证明商标

指定商品：黄酒

申请人：绍兴市黄酒行业协会

帕尔玛火腿

商标类型：地理标志集体商标

指定商品：火腿

申请人：帕尔玛意大利熏火腿康采恩公司



商标类型：集体商标

指定服务：餐馆

申请人：沙县小吃同业公会

3.9.5 “地市级以上行政区划地名 + 公共事业名称”标志的审查审理标准

标志由“地市级及以上行政区划地名 + 公共事业名称”组成，申请人及申请标志

同时具备以下条件的，可予以初步审定：

（1）申请人主体应当依法登记，资产投入主体是国有资产管理部門的国有企业，提交商标注册申请应获得上级主管部門的授权。

（2）标志名称应与申请人企业名称的简称一致，构成形式为“行政区划地名 + 公共事业名称”或者“行政区划地名 + 公共事业名称 + 其他要素”。

（3）申请指定使用的商品或者服务对应的行业为关系国计民生的公共事业，如：燃气、电力、地铁、高速等。

（4）申请标志在实际中经过了长期的使用，与申请人主体在相关公众中形成了唯一对应关系。

重庆燃气

指定商品：燃料

申请人：重庆燃气集团股份有限公司