

# 专注<sup>®</sup>

守护智慧 创造价值 ENRICHING YOUR IDEAS

第26期

2022年6月

www.ccpit-patent.com.cn

立足新时代砥砺前行，推动知识产权强国建设——迎接第22个世界知识产权日

从RCEP看自由贸易协定框架下的知识产权协调保护

简析元宇宙商标申请实践

由“REPUBLIC”一词引发的关于“其他不良影响”的一些思考

德国“Black Friday”商标撤销案与我国“双十一”商标无效案的比较及启示

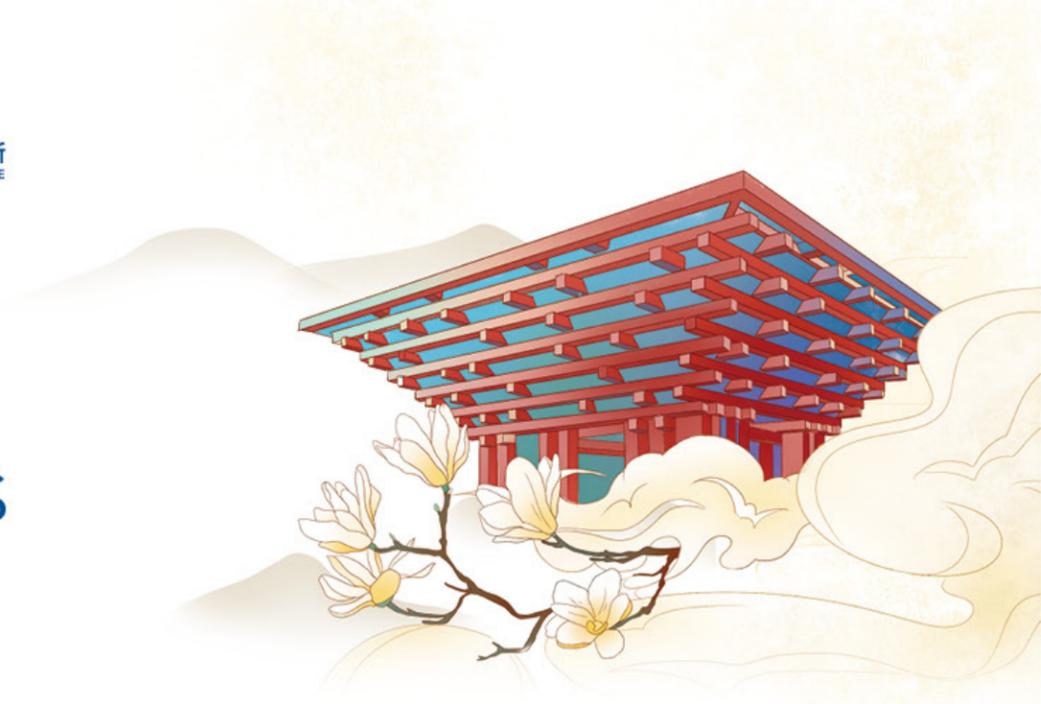
越南商标注册及马德里国际注册的审查实践

俄乌冲突期间俄罗斯的商标保护问题



中国贸促会专利商标事务所  
CCPIT PATENT & TRADEMARK LAW OFFICE

# CONTENTS 目录



## 栏目导读

《一家之说》：聚焦热点知识产权问题，汇聚贸促会专商所各路专家观点。

为协调国家或地区间的贸易争端中的知识产权保护问题，通过国际、区域多边乃至双边自由贸易协定推广对其有利的高标准知识产权保护逐渐成为推动和重塑知识产权保护制度的新趋势。2022年1月1日起在我国正式生效实施的《区域全面经济伙伴关系协定》中，知识产权协调保护有哪些特点和需要关注的问题？元宇宙作为整合多种新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态，现行法律体系下，申请元宇宙相关商标时如何选择最为贴合的商品和服务项目更可能被中国国家知识产权局接受？详见本期的《一家之说》。

除分享我国商标申请中“其他不良影响”的实务经验、比较中德商标撤销与无效的审查实践以及俄罗斯最新商标审查与保护动态之外，本期继续刊发RCEP成员国系列文章之越南商标制度的介绍，以飨读者。

《专看天下》：摘编海内外知识产权法律法规政策调整、变化信息，推送海内外知识产权行业最新动态。

《知赢未来》：知识产权是企业的核心竞争力。本期与您分享来自不同领域龙头企业知识产权工作取得的最新成就。

《关注我们》：为方便各界朋友全方位了解贸促会专商所，拉近彼此距离，在本栏目中将我事务所近期获得的荣誉、主办/参与的重要会议和活动等最新情况为您一一呈现。

## 一家之说 02

立足新时代砥砺前行，推动知识产权强国建设——迎接第22个世界知识产权日	02
从RCEP看自由贸易协定框架下的知识产权协调保护	06
简析元宇宙商标申请实践	12
由“REPUBLIC”一词引发的关于“其他不良影响”的一些思考	17
德国“Black Friday”商标撤销案与我国“双十一”商标无效案的比较及启示	22
越南商标注册及马德里国际注册的审查实践	25
俄乌冲突期间俄罗斯的商标保护问题	27

## 专看天下 28

美国专利商标局将开始颁发电子注册证书 / 欧盟各机构就《数字服务法案》达成协议 / 俄罗斯政府取消向不友好国家和地区的专利权人支付专利费 / 韩国多个知识产权法修正案4月20日生效	28
英国知识产权局公布最新企业战略与优先事项 / 错过期限不用急，印度商标异议期限重新计算 / 日本政府制定《标准必要专利许可诚信谈判指南》 / 乌兹别克斯坦《地理标志法》已生效 / 美国专利商标局发布修订生物序列表的最终实施规则	30

## 知赢未来 32

海牙协定在我国生效首日 外观设计国际申请超百件 / 2021年中国知识产权保护状况白皮书正式发布 / 中国声明5G标准必要专利1.8万项，占比40%，全球排名第一 / 康弘药业：强创新管理 拓海外市场	32
--	----

## 关注我们 35

LES1会长中富一郎先生受邀参加庆祝中国国际贸易促进委员会建会70周年大会暨全球贸易投资促进峰会 / 获奖   专商所荣获《商法》杂志2022年度知识产权领域卓越律所大奖	35
获奖   专商所获评亚洲知识产权杂志2022年度知识产权律所 / 获奖   专商所荣获Benchmark Litigation“2022亚太年度知识产权律所榜单”推荐事务所 / 获奖   专商所获评WTR 2022年度中国区推荐事务所	36

# 立足新时代砥砺前行，推动知识产权强国建设

## ——迎接第22个世界知识产权日

文 / 龙传红



2020年11月30日，习近平总书记主持中央政治局第二十五次集体学习并发表重要讲话，为我国知识产权事业发展提供了根本遵循和行动指南。2021年9月中共中央、国务院印发《知识产权强国建设纲要（2021-2035年）》（以下简称《纲要》），2021年10月国务院印发《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》（以下简称《规划》），《纲要》和《规划》对我国知识产权事业未来发展作出重大顶层设计，绘就了新时代建设知识产权强国的宏伟蓝图。我国已全面开启知识产权强国建设新征程，知识产权事业发展阶段、发展模式和治理方式也将发生重大转变，知识产权制度在社会主义现代化建设中不断发挥重要作用，为经济社会高质量发展输送不竭动力。

### 一、我国知识产权强国建设取得瞩目成绩

我国知识产权事业从无到有，不断发展，特别是党的十八大以来，我国知识产权事业发展取得显著成效，知识产权法规制度体系逐步完善，知识产权保护效果、运用效益和国际影响力显著提升，全社会知识产权意识大幅提高，涌现出一批知识产权竞争力较强的市场主体，走出了一条中国特色知识产权发展之路，有力保障了创新型国家建设和全面建成小康社会目标的实现。当前我国

正逐步从知识产权引进大国向创造大国转变，知识产权强国建设取得瞩目成绩。

#### 1. 全面加强顶层设计，清晰绘制未来发展路线图。

《纲要》和《规划》为建设中国特色、世界水平的知识产权强国注入强大政策驱动力，着重全面提升知识产权创造、运用、保护、管理和服务水平，谋划我国未来十五年知识产权战略机遇期的目标任务，共同绘就宏伟蓝图，体现了知识产权事业发展顶层设计全面加强，极大地激发了全社会创新活力，推动构建新发展格局，服务于国家创新发展战略，走好中国特色知识产权发展之路。

#### 2. 稳中求进，扎实推进知识产权事业高质量发展。

我国知识产权事业从追求数量向提高质量转变进程全面提速，全面取消知识产权申请环节资助奖励，以空前力度打击非正常专利申请和商标恶意注册行为，行业秩序显著好转。“每万人口高价值发明专利拥有量”指标写入国家“十四五”规划和2035年远景目标纲要，首次成为“十四五”经济社会发展20项主要指标之一，凸显了知识产权高质量发展主题，构建了知识产权高水平发展格局。

#### 3. 国内创新主体活力得以激发，外国企业信心持续增强。

根据国新办举行的2021年知识产权相关

工作统计数据发布会报道，截至2021年底，我国国内拥有有效发明专利的企业达到29.8万家，较上年增长5.2万家，国内企业拥有有效发明专利190.8万件，同比增长22.6%。2021年，国外申请人在华发明专利授权11万件，同比增长23.0%；商标注册19.4万件，同比增长5.2%，其中美国在华发明专利授权、商标注册同比分别增长32.1%和17.3%。国内创新主体和国外企业知识产权授权数量均保持较快增长势头，表明对中国知识产权保护和营商环境抱有坚定信心。

#### 4. 知识产权审查、保护、运用和服务能力稳步提升。

根据2022年全国知识产权局局长会议工作报告，知识产权各项工作稳步发展：在审查方面，高价值发明专利审查周期压减至13.3个月，发明专利平均审查周期压减至18.5个月，商标注册平均审查周期稳定在4个月。在保护方面，共处理专利侵权纠纷行政裁决案件4.98万件，同比增长17.4%，新批准建设25家保护中心和快速维权中心，知识产权保护社会满意度进一步提高到80.61分。在运用方面，2020年专利密集型产业增加值达到12.13万亿元，同比增长5.8%，占GDP比重达到11.97%，专利

商标质押融资额达3098亿元，同比增长42%。在服务方面，知识产权服务机构数量达到7.3万家，从业人员超过86.5万人，营业收入超过2250亿元。

#### 5. 全方位、多层次参与全球知识产权治理。

中国坚持人类命运共同体理念，主动参与全球知识产权治理，积极参与完善知识产权国际规则体系，致力新领域新业态知识产权国际规则与标准制定，提升知识产权国际合作水平，加强知识产权国际合作机制建设，便利我国市场主体知识产权海外获权，加强知识产权海外维权援助工作。2021年在国际合作方面，开展高层级双边合作，主办多场国际合作会议，做好《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）实施配套服务，有序落实中欧地理标志保护与合作协定，实现244个中欧地理标志产品互认互保。

### 二、我国知识产权强国建设面临挑战

世界知识产权组织2021年9月发布的《全球创新指数报告》，中国排名由2013年的第35位连续升至2021年的第12位，位居中等收入经济体之首，是世界上进步最快的国家之一，成为名副其

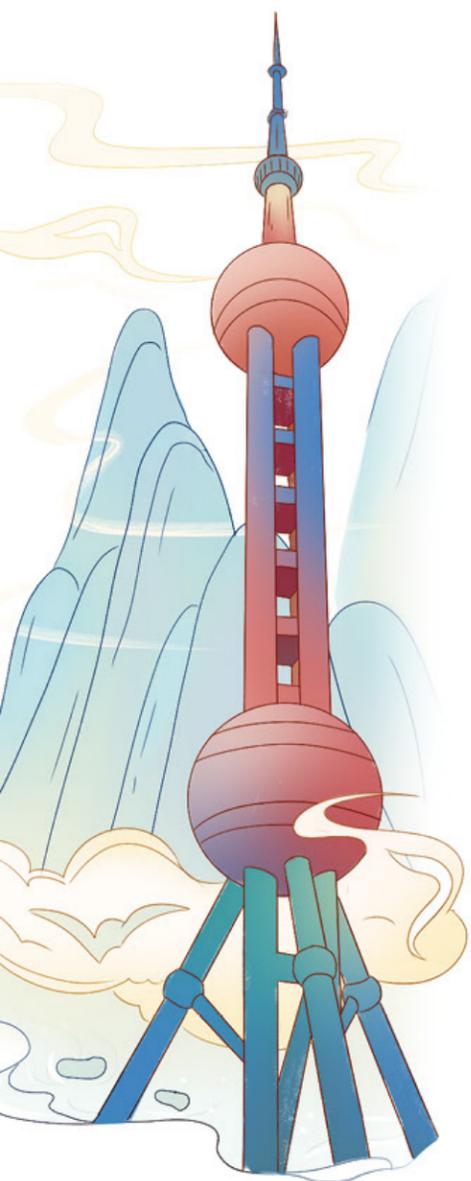
实的知识产权大国，具备了向知识产权强国迈进的坚实基础。我国知识产权强国建设前途无限，但尚存挑战，还存在“数量大、质量差、价值低、不平衡、人才少”等现实问题。

#### 1. 面向社会主义现代化的知识产权法律体系尚不完善。

当前，我国门类齐全、结构严密、内外协调的知识产权法律体系尚不完善，还需开展知识产权基础性法律研究，做好专门法律法规之间的衔接，增强法律法规的适用性和统一性。地理标志、外观设计等专门法律法规尚需探索制定，专门保护与商标保护相互协调的统一地理标志保护制度也需健全。在大数据、人工智能、基因技术等新领域新业态，数据产权、人工智能知识产权保护制度、开源知识产权和法律体系等还需研究论证，加快立法。遗传资源、传统知识、民间文艺等获取和惠益分享制度建设还需加强，中医药知识产权综合保护体系也有待完善。

#### 2. 还存在“数量大、质量差、价值低”等现实问题。

知识产权强国建设新阶段需要把质量放在更加突出的位置。虽然我国专利申请数量近年来持续位列世界第一，但仍存在高质量专利占比低，



关键技术和核心领域经常被“卡脖子”，非正常专利申请存在一定程度上的泛滥等现象。我国商标申请量也稳居世界第一，但商标恶意抢注行为、商标囤积行为仍屡禁不止。2021年，国家知识产权局向地方通报4批次81.5万件非正常专利申请，前3批撤回率达97%，打击恶意商标注册申请48.2万件。此外，我国知识产权区域发展不平衡、行业企业之间发展不平衡的问题也比较突出。

### 3. 知识产权司法和行政保护体系还需在完善中加强协同。

在知识产权司法保护体系建设上，还需要进一步健全知识产权案件上诉机制，优化知识产权审判组织的设置和布局，推进知识产权民事、刑事、行政案件“三合一”审判机制改革。在知识产权行政保护体系建设上，还需要建立统一协调的执法标准、证据规则，建设知识产权行政执法监管平台，完善跨区域、跨部门执法保护协作机制。知识产权司法和行政保护之间也需加强协同，明晰行政机关与司法机关的职责权限和管辖范围，健全知识产权行政保护与司法保护衔接机制，形成保护合力。

### 4. 知识产权高水平运用不足，对经济高质量发展支撑不够。

当前中国不少企业仍存在高质量专利储备不足、专利对企业发展的贡献度不高的问题，也未能积极主动地开展知识产权资产评估、交易、转化、投融资等运营活动。整体来看，我国知识产权

运用在市场化、产业化、资本化方面还有较大欠缺，知识产权运用水平高、竞争力强的世界一流企业占比小，知识产权涉外风险防控和纠纷处置能力低。还需不断建立完善规范有序、充满活力的市场化运营机制、运营平台，加大对经济高质量发展的支撑力度。

### 5. 知识产权服务体系还需优化，服务能力水平尚待提升。

在知识产权公共服务方面，当前我国知识产权大数据中心和公共服务平台建设力度、便利度还不够，各类知识产权基础信息开放深度、广度不足，尚未实现与经济、科技、金融、法律等信息的共享融合，公共服务体系建设和政务服务能力有待提升。知识产权服务机构整体上还存在着“从业人数不够多、能力不够强、业务不够精”的问题，代理行业发展还存在区域不平衡、不协调的问题，整个行业内部规范程度还不够，对人才吸引力不足，部分代理机构甚至存在违规行为。

## 三、贸促会专商所积极作为，投身知识产权强国建设

中国贸促会专利商标事务所（简称专商所）作为我国历史最悠久、规模最大的综合性知识产权事务所之一，不仅见证了我国知识产权制度从无到有、从弱到强的发展历程，也是中国知识产权法律服务行业的先行者、开拓者和引领者。今年正值专商所成立六十五周年，作为知识产权服务行业的国家队，专

商所在新时代新阶段，将进一步投身知识产权强国建设，踔厉奋发，争取新作为。

### 1. 积极服务中央战略决策部署，树立行业标杆。

专商所围绕中国贸促会商事法律服务职能，做好知识产权保护法律服务主责主业，坚持稳中求进，贯彻落实《纲要》和《规划》要求，稳优势、调结构、促增长、控风险，制定《专商所“十四五”发展规划》《专商所2022年工作要点》《专商所支持企业海外知识产权布局保障机制建设方案》等一系列制度措施，做精做优做强商事法律服务，擦亮金字招牌，切实保护创新主体的核心竞争力和商业利益，体现国家队的担当作为，树立知识产权服务行业的标杆。

### 2. 强化服务，提升质量，助力高水平科技创新。

专商所不断致力于提高服务能力、水平和质量，提升在国内外的知名度、专业性和权威性，探索建立国家基础性应用研究、尖端科技创新等重点项目的知识产权服务保障机制，强化知识产权保护对国内高水平科技创新、攻克“卡脖子”技术的支撑作用，助力市场主体提升品牌竞争力和美誉度。2021年专商所攻克攻坚，知识产权咨询、申请、无效和诉讼等各项业务数量质量均取得新突破，继续行业领跑，助力7家企业入围最新一届中国专利奖名单，获得国内外企业、各级知识产权局和各级法院的诸多好评，斩获海内外多项荣誉。

### 3. 代言工商，推动营造良好的创新环境和营商环境。

专商所切实承担中华全国专利代理师协会等行业协会副会长单位、副理事长单位等职责，发挥国家海外知识产权纠纷应对指导中心常务理事单位作用，加强与各级知识产权管理部门、各级贸促会的业务联系和合作，加强知识产权相关工作调研，深入了解企业知识产权方面“急难愁盼”问题。专商所还加强对国内国际知识产权保护热点问题和法律法规、典型案例、指导案例的研究，深入参与国家在知识产权领域的立法修法、政策制定工作，做好知识产权政策法规宣传推介工作，积极配合国家知识产权局行业整治专项行动，推动营造良好的创新环境和营商环境。

### 4. 发挥自身优势，主动参与知识产权领域国际合作。

专商所发挥国内海外双重优势，不断推动知识产权保护国际交流，深化知识产权领域国际合作，与国外知识产权非政府组织保持密切联系，加强信息沟通，深化同“一带一路”国家、RCEP成员国、金砖国家等在知识产权领域的合作交流。国际保护知识产权协会（AIPPI）中国分会秘书处和国际许可贸易工作者协会（LES）中国分会秘书处均设在专商所，专商所充分发挥平台优势，积极筹备2023年AIPPI（杭州）世界知识产权大会和2022年金砖国家知识产权论坛，致力于推动我国知识产权更大范围、更宽领域、更深层次对外开放，加强国际交流合作。

## 四、结语

知识产权在国家发展战略全局中的地位和作用日益凸显，我国知识产权制度正在对激励创新、打造品牌、规范市场秩序、扩大对外开放发挥重要作用。当前，我国核心专利、知名品牌、精品版权、优良植物新品种、优质地理标志、高水平集成电路布图设计等高价值知识产权拥有量大幅增加，商业秘密保护不断加强，遗传资源、传统知识和民间文艺的利用水平稳步提升，知识产权强国建设正在为我国经济社会高质量发展筑牢根基。

我国知识产权强国建设进程中虽然还存在诸多问题和挑战，但只要坚持建立健全《纲要》和《规划》落实机制，进一步细化落实行动方案和实施路径，就必定会实现“制度完善、保护严格、运行高效、服务便捷、文化自觉、开放共赢的知识产权强国”总体目标，推动知识产权与经济、科技、文化、社会等各方面深度融合发展，为建设创新型国家和社会主义现代化强国提供坚实保障。专商所顺应新时代要求，积极投身于知识产权强国建设，锚定宏伟蓝图，大有可为。■

# 从RCEP看自由贸易协定框架下的知识产权协调保护

文 / 胡刚

自由贸易协定 (FTA) 是两个或两个以上国家或地区之间减少贸易壁垒, 创造更可预测和透明的贸易和投资环境, 使得各国企业能够更容易、更便利地将其产品和服务出口到贸易伙伴市场的贸易安排。知识产权则是指权利人对其智力劳动所创作的成果所享有的财产权利。知识产权保护更是在一定程度上成为塑造国家良好营商环境的重要方面和体现。

1994年1月1日生效的《北美自由贸易协定》(NAFTA) 是全球第一个涵盖知识产权的区域性自由贸易协定。1995年1月1日生效的《与贸易有关的知识产权协议》(TRIPS) 在事实上将知识产权保护问题在国际上扩展到包含贸易、投资、技术转移等广泛的经济领域。随着知识产权在世界贸易体系中的地位日趋重要, 自由贸易协定 (FTA) 在相当程度上成为协调协定缔约方知识产权保护的有效平台和途径。

## 一、自由贸易协定框架下的知识产权协调保护

在国家或地区间的贸易争端中, 知识产权保护问题已演变为贸易摩擦的最主要焦点之一。知识产权的协调保护被频繁地写入国际、区域多边乃至双边自由贸易协定且受到更多的重视。例如, 2020年1月15日签署出台的《中华人民共和国政府和美利坚合众国政府经济贸易协议》, 知识产权专章就被作为该

协议的第一部分, 并且内容占了总篇幅的四分之一, 足以看出其分量及相对重要性。

值得注意的是, 近些年世界范围内新签订的区域多边自由贸易协定呈现出知识产权保护不断加强, 保护客体更加广泛、新增内容更为详尽、执法措施更趋全面的态势。例如, 取代《北美自由贸易协定》(NAFTA) 的《美国-墨西哥-加拿大协定》(USMCA) 于2020年7月1日生效。缔约方承诺根据新协定调整其现有的知识产权法, 对于知识产权保护实行更加严苛而全面的高标准。此外, 脱胎于《跨太平洋伙伴关系协定》(TPP) 的《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP) 于2018年12月30日生效。尽管该协定搁置了11项与知识产权有关的条款, 但无论对于扩大知识产权保护范围还是完善知识产权保护执法体系均有更严格的要求。上述态势深刻反映出某些主要发达国家对于进一步强化国际知识产权协调保护的态度及策略调整。亦即, 对于国际知识产权条约的完善和强化, 需通过充分讨论并达成共识的这一缓慢进程愈发不满意, 并转而通过其优势贸易地位通过区域多边自由贸易协定推广对其有利的高标准知识产权保护, 进而强势推动和塑造新的区域乃至全球知识产权制度。

知识产权的发展与社会科技的进步密切相连。正如哈佛大学教授丹尼·罗德里克在其著作《贸易的真相: 如何构建理性的世界经济》一书的序言中所述: “如果知道这些自由贸易协定 (比如TPP) 中的知识产权或投

资法规条款, 亚当·斯密和大卫·李嘉图恐怕也会从坟墓里惊醒。”所以, 还是要用唯物的发展的眼光看待知识产权的协调保护。发展中国家的深层忧虑在于: 如接受严格的知识产权协调保护, 将可能真正改变既往的贸易“游戏规则”。发展中国家之所以倾向提供较低标准的知识产权保护, 是期望能够更好地学习借鉴他国先进技术和管理经验, 若保护标准提高, 其获取成本必将增加, 对其自身发展不利。实际上任何国家的发展史上都曾面临过相同问题, 因此对此境况既要理解也需尊重。但严酷的现实是, 发展中国家对于知识产权的保护水平在一定程度上决定了他国与其合作的可能性。若知识产权保护水平长期无法提升, 将既不能从发达国家学习先进技术导致国内产业发展乏力, 还会因遭受他国的可能制裁和技术封锁而受到打击, 丧失自主发展的空间及机遇。在当前国际贸易环境下, 知识产权已经上升为重要战略性问题。区域多边自由贸易协定如果能够妥善处理不同缔约方之间知识产权协调保护, 必将助力协定各方贸易的进一步发展, 反之将成为难以逾越的阻碍。

## 二、RCEP框架下的知识产权协调保护及亮点

### (1) RCEP的基本情况

《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP) 被普遍认为是当今世界上人口最多、经贸规模最大、最具发展潜力区域的自由贸易协定。它涵盖了29.7%的全球人口数量, 28.9%的全球国内生产总值, 约30%的全球贸易总额, 及38.3%的吸引外国直接投资净流入的全球份额。RCEP已于2022年1月1日在10

个完成批准的成员国, 包括: 澳大利亚、文莱、柬埔寨、中国、日本、老挝、新西兰、新加坡、泰国和越南正式生效实施。2月1日及3月18日, 又分别在韩国及马来西亚正式生效实施。RCEP的生效实施是在WTO基础上更广泛深入的市场开放, 有助于各成员国及地区经济范围的拓展延伸, 并为域内企业带来更大的商业机遇。

### (2) RCEP框架下对于参加国际知识产权条约的安排

RCEP的全文内容由序言、20个章节、4个市场准入承诺表附件共同组成。其中, 知识产权章节 (第十一章) 包含有83个条款和过渡期安排、技术援助等2个附件, 是RCEP内容最多、篇幅最长的章节, 也是中国迄今已签署自贸

协定纳入内容最全面的知识产权章节。

一个国家对知识产权保护的需求和认知根本上取决于其发展水平和发展需求。RCEP各谈判方在经济、科技、文化方面存在着显著差异, 必然在知识产权领域呈现出不同的态度和意见。最终, 各缔约方经过充分讨论达成共识, 将RCEP框架下明确的主要国际知识产权条约表述为三类: 1) 应当批准或加入的 (即: 强制性义务); 2) 应当致力于批准或加入的 (即: 倡导性义务); 3) 可以寻求与其他缔约方合作以支持其批准或加入以及执行的 (即: 选择性义务)。

上述三类知识产权国际条约以及各缔约方目前加入情况, 以表格形式整理展示如下。

RCEP缔约方必须加入的知产条约的概况 (截止到2022年5月底)

	保护文学艺术作品伯尔尼公约	WIPO 著作权条约	WIPO表演和录音制品条约	马拉喀什条约	保护工业产权巴黎公约	专利合作条约	商标国际注册马德里协定议定书
中国	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
日本	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
韩国	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
澳大利亚	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
新西兰	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
新加坡	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
印度尼西亚	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
菲律宾	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
马来西亚	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
泰国	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓
文莱	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
越南	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
柬埔寨	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓
老挝	✓	✗	✗	✗	✓	✓	✓
缅甸	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗

说明: 1. 越南于2022年2月17日加入《WIPO著作权条约》; 柬埔寨于2022年3月9日加入《保护文学艺术作品伯尔尼公约》; 中国于2022年5月5日加入《马拉喀什条约》。

2. 标黄的✗部分, 表明的是截止到2022年5月底, 该缔约方尚待加入的国际条约。

RCEP缔约方应致力于及应寻求加入的主要知产条约的概况  
(截止到2022年5月底)

	微生物保存布达佩斯条约	国际植物新品种保护公约	工业品外观设计国际注册海牙协定	世界知识产权组织表演和录音制品条约	商标法新加坡条约
中国	✓	×	✓	×	×
日本	✓	✓	✓	✓	✓
韩国	✓	✓	✓	✓	✓
澳大利亚	✓	✓	×	✓	✓
新西兰	✓	×	×	✓	✓
新加坡	✓	✓	✓	✓	✓
印度尼西亚	×	×	×	×	×
菲律宾	✓	×	×	✓	×
马来西亚	×	×	×	×	×
泰国	×	×	×	×	×
文莱	✓	×	✓	×	×
越南	✓	✓	✓	✓	×
柬埔寨	×	×	✓	✓	×
老挝	×	×	×	×	×
缅甸	×	×	×	×	×

说明：1. 表格第二列显示的是缔约方应当致力于批准或加入的唯一的知识产权多边条约（即：《国际承认用于专利程序的微生物保存布达佩斯条约》。）  
2. 表格第三列至第六列显示的是缔约方可以寻求与其他缔约方合作以支持其批准或加入以及执行的共计四项国际条约。  
3. 标黄的×部分，表明的是截止到2022年5月底，该缔约方尚未或尚待加入的国际条约。

### (3) RCEP框架下的知识产权保护相对于TRIPS的继承与亮点

RCEP在知识产权章节的“目标”和“原则”内容表述，主要转引自TRIPS第7条和第8条的文本。在整体内容上，更可以看出RCEP继承了TRIPS中包含的所有权衡及灵活性。RCEP还规定，尽管缔约方同意本章对知识产权的保护范围超出了TRIPS之规定，但是如本章的某一规定与TRIPS的相应规定不一致时，仍应以后者规定为准。

RCEP知识产权章节不仅包括传统知识产权主要议题，也体现了知识产权保护发展的新趋势。例如，在第53条将

遗传资源、传统知识和民间文学艺术规定为知识产权保护的客体，并且对其进行了相应的解释和细化规定。而该条款内容无论在TRIPS还是在CPTPP等其它国际条约中均无类似规定，是RCEP知识产权规则中极具特色的引领性规范。此外，RCEP在知识产权保护方面还凸显出“中国经验”。在该章节中的恶意商标规制条款、商标电子申请规定等，均在一定程度上体现了中国的知识产权保护经验正逐渐成为国际知识产权规则，侧面反映出我国参与区域知识产权治理水平的提升。

还需强调的是，与TRIPS协议一

样，RCEP知识产权条款规定的也是缔约方的最低义务，很多条款赋予了缔约方依照各自发展阶段等实际情况制定更高保护标准的自由和选择。

### 三、RCEP框架下知识产权协调保护的可及性

相较于其它已生效的区域自由贸易协定，RCEP成员方在经济发展水平上存在较大的差异，更加具有多样性。除了包含日本、韩国、澳大利亚、新西兰、新加坡5个发达国家和中国、印度尼西亚、菲律宾、马来西亚、泰国、文莱、越南7个发展中国家，还包括柬埔寨、老挝和缅甸3个最不发达国家。

一般而言，自由贸易协定（FTA）中知识产权保护力度对发达国家出口贸易结构优化作用较之发展中国家更为显著。RCEP框架下的合作面临着成员方知识产权保护水平与立法差异大、部分国家缺乏参与协定中知识产权协调保护的内在动因等切实挑战。因此，RCEP需要在TRIPS允许的范围积极探索构建区域知识产权一体化保护的制度与规则。

为保障RCEP框架下知识产权协调保护的及可及性，首先，RCEP在知识产权权利实施部分加入了部分弹性条款。这些弹性条款的措辞多采用“可以”“至少”等选择性词汇，其含义具有不特定性、选择性和非强制性，直接或间接地排除缔约方对知识产权权利实施的强制性义务。其次，为了弥合不同成员方发展水平和知识产权保护能力差异，就柬埔寨、老挝、缅甸等最不发达国家和后加入的东盟国家（包括马来西亚、菲律宾、泰国和越南）适用特定条

款制订了更为细致的过渡期，降低了这些国家加入RCEP框架下知识产权协调保护机制的难度。再次，RCEP还设置了更多明确的、具有可操作性的技术援助

和技术转让条款，使上述国家真正有能力在日后从知识产权的低层次保护向高层次保护迈进，兑现实施RCEP框架下具体知识产权保护承诺，从而有效实

现知识产权协调保护的及可及性。

针对特定缔约方在适用特定条款的过渡期安排，以表格形式整理展示如下。

对特定缔约方过渡期的安排

条款	柬埔寨	老挝	缅甸	马来西亚	菲律宾	泰国	越南
第九条第一款第（一）项至第（四）项（关于《巴黎公约》《伯尔尼公约》《专利合作条约》《马德里议定书》）			十年				
第九条第一款第（五）项（关于《世界知识产权组织版权条约》）	十年，可延长一次，为期五年	十年	十年			三年	三年
第九条（多边协定）第一款第（六）项（关于《世界知识产权组织表演和录音制品条约》）	十年，可延长一次，为期五年	十年	十年			五年	三年
第九条第一款第（七）项（关于《马拉喀什条约》）		十五年	十年	五年			五年
第十条（作者、表演者和录音制品制作者的专有权）（关于表演者）						五年	
第十一条（获得广播报酬的权利）（关于表演者）						五年	
第十四条（规避有效技术措施）	十年，可延长一次，为期五年						
第十五条（保护权利管理电子信息）	十年，可延长一次，为期五年						
第十九条（商标保护）（声音商标）	十年，可延长一次，为期五年		十年		五年，可延长		三年
第十九条（商标保护）（非传统商标，含声音商标）		十五年					
第二十二条（商标的注册和申请）第二款第（一）项	十年，可延长一次，为期五年	十年	五年				五年
第二十二条（商标的注册和申请）第二款第（二）项	十年，可延长一次，为期五年		五年				
第三十条（保护地理标志的国内行政程序）			十年				
第四十四条（18个月公布）						五年	
第四十八条（保护植物新品种）	十年，可延长一次，为期五年		五年				
第六十二条第一款第（二）项（销毁侵权货物、材料和工具）	十年，可延长一次，为期五年					五年	
第六十四条（临时措施）第一款第（一）项	十年，可延长一次，为期五年						
第七十条（权利持有人在依职权采取行动的情况下向主管机关提供的信息）			三年				
第七十四条（刑事程序和处罚）第三款第（二）项和第（三）项	十年，可延长一次，为期五年						
第七十五条（数字环境反侵权的有效行动）	十年，可延长一次，为期五年		十年				

说明：1. 标黄的部分，表明就履行适用该具体条款，该缔约方明确提出在过渡期需要接受相关的审查能力建设和必要技术援助。  
2. 相对于其它自由贸易协定，RCEP在知识产权问题上的合作和技术援助承诺明显呈现多样化、个性化和细致化，有助于有关缔约方更好地履行协定义务。

#### 四、RCEP框架下知识产权协调保护的进一步思考及建议

创新和知识产权保护是推动科技进步、促进产业升级和实现可持续发展的重要驱动力。伴随着全球各国经贸往来的深入，知识产权已经成为贸易和投资活动关注的重点内容。根据世界知识产权组织（WIPO）发布的2021年全球创新指数排名，已经有5个亚洲经济体进入全球前15位。当前，全球约70%的知识产权申请来自亚洲，60%研发资金被投入到亚洲市场。因此，RCEP作为一个现代、全面、高质量、互惠的最有影响力亚太区域的自贸协定，各缔约方充分发挥各自作用，将承诺的知识产权保护共识转化为实践，从而实现区域内自由贸易发展和知识产权保护良性循环具有特别重要的意义。

##### (1) 中国应积极推动RCEP框架下知识产权协调保护

RCEP是迄今为止中国与其他国家或地区之间最重要的区域多边自由贸易区协定，这首先是由RCEP成员方与中国在贸易上的联系紧密程度所决定。根据海关最新统计数据，在2021年，中国进出口商品排名前二十位的伙伴国家（地区）总值表及顺逆差情况，可以表格形式整理展示如下。

中国进出口商品主要国别（地区）总值表（2021） 单位：亿美元				
国家	全国进出口总值	全年出口额	全年进口额	全年顺差
美国	7556.5	5761.1	1795.3	3965.8
日本	3714	1658.5	2055.5	-397
韩国	3623.5	1488.6	2134.9	-646.2
中国香港	3603.3	3506.2	97	3409.2
中国台湾	3283.4	783.6	2499.8	-1716.1
德国	2351.2	1151.9	1199.3	-47.4
澳大利亚	2312.1	663.9	1648.2	-984.4
越南	2302	1379.3	922.7	456.6
马来西亚	1768	787.4	980.6	-193.2
巴西	1640.6	536.1	1104.5	-568.4
俄罗斯	1468.9	675.7	793.2	-117.6
泰国	1311.8	693.7	618.1	75.5
印度	1256.6	975.2	281.4	693.8
印度尼西亚	1244.3	606.7	637.6	-30.9
荷兰	1164.5	1024.4	140.1	884.3
英国	1126.8	870.4	256.4	614
新加坡	940.6	552.6	387.9	164.7
法国	850.7	459.4	391.3	68.1
菲律宾	820.5	573.1	247.4	325.8
加拿大	819	515.2	303.8	211.4

说明：1. 标黄的九个国家或地区，已经是RCEP协定的缔约方。  
2. 标蓝的中国香港，依据RCEP协定第二十章第九条之规定，已在2022年1月正式提交加入RCEP的申请。

从上面表格内容可以看出，在与中国进出口商品总值表排名前二十位的国家（地区）中，RCEP协定方加上中国香港，就已经占据了半壁江山。此外，就地区贸易伙伴而言，自2020年起东盟就已超越欧盟，连续成为中国的第一大贸易伙伴。因此在纷繁复杂的国际格局下，强化与RCEP缔约方之间的贸易关系，是我国落实好经济双循环的重要倚靠和保障经济行稳致远的努力方向。这就需要中国在RCEP框架下的规则制订和实施方面持续发挥低调但又坚定的作用。

在涉及知识产权的国际公约或自由贸易协定中，中国之前基本扮演着“后加入者”或者说“规则接受者”而不是“制定者”的角色。但正如在《中华人民共和国政府和美利坚合众国政府经济贸易协议》第一章第一节“一般义务”里中方所郑重宣告：当今中国“正从重要知识产权消费国转变为重要知识产权生产国”；“不断加强知识产权保护和执法，有利于建设创新型国家，发展创新型产业，推动经济高质量发展”。这就意味着，中国今后需要审时度势在知识产权规则的制订和实施上承担更多的责任与义务。

勿容置疑，中国目前的知识产权创造和保护水平在RCEP缔约方中处于第一梯队。并且，我国现行法律已经提供了比RCEP知识产权条款所要求的更广泛的保护。RCEP所规定的对恶意抢注商标的规制、对驰名商标的保护、专利快速授权制度、败诉方承担律师费等规则，已是中国知识产权立法、行政及司法中实际落地的制度和实践。但同时应看到，RCEP中的知识产权承诺比某些缔约方签署协议（例如东盟+1协议）中的知识产权承诺更全面且水平更高。这就要求我们切实彰显大国担当，发挥

好RCEP体系参与者及贡献者的重要作用，帮助RCEP区域内的各相关缔约方一起促进知识产权的创新、保护、转让和传播，实现彼此间的互惠互利，推动构建开放包容、公正合理的知识产权协调保护新规则。

##### (2) RCEP框架下知识产权协调保护的具体建议

为寻求各成员方均能接受的方案，RCEP框架下的知识产权章节历经多轮艰苦谈判，最终达成共识的文本体现了灵活和平衡性，充分显示出求同存异追求共赢的东方智慧。但也要认识到，知识产权协调保护中过多弹性条款的存在必然增加RCEP权利实施条款在日后具体实行中的难度，弹性条款的灵活性一定程度上也可能无法符合各国具体执法的实践需求，从而导致权利实施条款难以得到有效的执行。这就要求RCEP缔约方全面履行合作互助条款，同时积极协调构建各种形态的知识产权保护及救济机制，增加知识产权执法在技术性工作层面的沟通和交流。具体建议如下：

1. 为更快速有效地多元化解决RCEP区域内企业涉知识产权的贸易纷争，可以考虑由各国商会予以协调组织，成立一个区域内互认合作的具有国际公信力的知识产权调解及仲裁中心。该知识产权调解及仲裁中心在区域内进行充分调研基础上应编撰一套为各方认可的、致力于避免和解决跨国知识产权争端的准则。该中心可通过聘请域内外知识产权专家组成调解或仲裁专业团队，为域内企业间涉知识产权纠纷提供调解和仲裁的专业服务。

2. 成立RCEP合作秘书处或类似常设机构，为域内企业或经营者提供各缔约方涉及知识产权相关信息的检索、查

询、对比、识别、输出等数据处理相关服务。构建域内各缔约方贸易知识产权预警体系，建立统一权威的知识产权数据库并予以动态更新及维护。利用现代网络技术，及时追踪及披露国际知识产权新闻及动态，提供多角度、多维度的知识产权侵权救济途径，降低域内企业运营中的知识产权侵权风险。

3. 充分重视RCEP域内电子商务发展所带来的挑战和机遇。随着RCEP区域内贸易壁垒的逐渐消除，意味着假冒商品在RCEP内部市场，尤其是经由电子商务形式，亦能够更加自由的流通和买卖。缘于电子商务的特性，线上溯源及有效查处假冒商品的难度也将增大。这需要RCEP各缔约方加强在电子商务领域知识产权协调保护的交流与合作，携手制订线上知识产权执法策略，在技术性工作层面确保能够解决随时出现的疑难问题。从而寻求在RCEP合作框架下构建起一个统一、有效、平衡的知识产权电子商务执法机制。

#### 五、结语

知识产权作为国家发展的战略性资源和国际竞争力的核心要素，在区域乃至世界贸易格局中扮演着越来越重要的作用。RCEP很好地坚持了求同存异、合作共赢的理念，平衡了促进多边贸易往来和知识产权协调保护发展的需求。RCEP各缔约方应继续致力于不断完善和深化这一体制，在维护经济一体化和塑造知识产权国际秩序方面发挥自身积极作用。通过进一步深化务实合作，分享发展机遇，共同打造更富活力、更有效力的知识产权生态系统，为后疫情时代区域乃至全球经济复苏，促进域内外国家和地区的共同可持续发展带来新的希望和动能。■

# 简析元宇宙商标申请实践

文 / 李洁

元宇宙 (metaverse)，一个从2021年火到2022年的概念。2021年10月，社交媒体Facebook更名为Meta，将元宇宙从科技领域带到大众眼前。为了在元宇宙领域抢占先机，各大巨头企业争相布局。市场未动商标先行，越来越多的全球知名品牌正在掀起一股元宇宙商标注册热潮。

## 一、元宇宙是什么？

根据清华大学新媒体研究中心发布的报告《2020年-2021年元宇宙发展研究报告》，元宇宙Metaverse = Meta (超越) + Universe (宇宙)。元宇宙是整合多种新技术而产生的新型虚实相融的互联网应用和社会形态，它基于扩展现实技术提供沉浸式体验，基于数字孪生技术生成现实世界的镜像，基于区块链技术搭建经济体系，将虚拟世界与现实世界在经济系统、社交系统、身份系统上密切融合，并允许每个用户进行内容生产和世界编辑。<sup>①</sup>

Facebook创始人扎克伯格在《为什么我们要改名为Meta》的公开信中对元宇宙进行了更为具体的描绘：在元宇宙中，你几乎可以做任何你能想象到的事情——与朋友和家人聚在一起、工作、学习、玩耍、购物、创造——以及全新的体验，这些体验与我们今天对电脑或手机的看法不符。在这个未来，你将能够以全息图的形式瞬间传送到办公

室，无需通勤，在与朋友的音乐会上，或在父母的客厅里追赶嬉闹。无论你身在何处，这都会开辟更多的机会。<sup>②</sup>

## 二、麦当劳、耐克等全球知名品牌在元宇宙领域的商标申请情况

经检索美国专利商标局网站<sup>③</sup>、欧盟知识产权局网站<sup>④</sup>以及中国商标网<sup>⑤</sup>，笔者发现越来越多的全球知名品牌正在掀起一股元宇宙商标注册潮。笔者现列举麦当劳、耐克两大品牌的元宇宙商标申请情况供参考。

### 1. 麦当劳 (McDonald)

2022年2月，快餐巨头麦当劳向美国专利商标局提交了多件与元宇宙相关的商标申请，涉及其核心商标“McDonald's”“McCafe”“M”“McDelivery”，指定使用商品和服务项目具体如下：

类别	商品/服务
9	虚拟食品和饮料。可下载的多媒体文件，包含艺术品、文本、音频和视频文件以及非同质化代币
35	以虚拟商品为特色的在线零售服务
41	娱乐服务，即提供在线真实和虚拟音乐会以及其他虚拟活动
43	一家以实物和虚拟商品为特色的虚拟餐厅，一家以送货上门为特色的网上虚拟餐厅

当月，麦当劳又向欧盟知识产权局就其核心商标“McDonald's”“McCafe”“M”提交了商标申请，指定使用商品和服务项目具体如下：

类别	商品/服务
9	虚拟食品和饮料。可下载的多媒体文件，包含艺术品、文本、音频和视频文件以及非同质化代币
35	提供虚拟商品的在线零售服务，即食品、饮料、玩具、服装和配饰、手提袋
41	娱乐服务，即提供在线真实和虚拟音乐会以及其他虚拟活动；一家提供虚拟食品、饮料和商品的虚拟餐厅，一家以虚拟送货上门为特色的虚拟餐厅
43	一家提供真实食品和饮料的虚拟餐厅，一家以送货上门为特色的虚拟餐厅

通过以上信息可以得出麦当劳布局元宇宙商标的基本策略：一方面扩大其核心类别第43类，申报了基于元宇宙的虚拟餐厅，另一方面将元宇宙概念与企业主营业务相融合，选择了与元宇宙概念密切相关的第9、35、41类的虚拟商品、基于虚拟商品的在线零售服务、娱乐服务，即提供在线真实和虚拟音乐会以及其他虚拟活动等。

### 2. 耐克 (NIKE)

2021年10月，美国运动品牌巨头耐克向美国专利商标局提交了多件与元宇宙相关的商标申请，涉及其核心商标



“NIKE”“NIKE”“NIKE”“JUST DO IT”“JORDAN”“JORDAN”，指定使用商品和服务项目具体如下：

类别	商品/服务
9	可下载的虚拟商品，即以鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动器材、艺术品、玩具和配件为特色的计算机程序，供在线和在线虚拟世界使用
35	以虚拟商品为特色的零售店服务，即鞋、服装、帽、眼镜、运动包、背包、运动器材、艺术品、玩具和配件，供在线使用；以虚拟商品为特色的在线零售店服务，即鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动设备、艺术品、玩具和配件
41	娱乐服务，即提供在线、不可下载的虚拟鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动设备、艺术品、玩具和配件，供虚拟环境使用

当月，耐克又向欧盟知识产权

局就以上核心商标“NIKE”“NIKE”“NIKE”“JUST DO IT”“JORDAN”“JORDAN”提交了商标申请，指定使用商品和服务项目具体如下：

类别	商品/服务
9	可下载的虚拟商品，即以鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动设备、艺术品、玩具和配件为特色的计算机程序，供在线和在线虚拟世界使用
35	与虚拟商品相关的零售店服务，即鞋、服装、帽、眼镜、运动包、背包、运动器材、艺术品、玩具和配件，供在线使用；与虚拟商品相关的在线零售店服务，即鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动设备、艺术品、玩具和配件
41	娱乐服务，即提供在线、不可下载的虚拟鞋、服装、帽、眼镜、包、运动包、背包、运动设备、艺术品、玩具和配件，供虚拟环境使用

经查询中国商标网，笔者发现耐克公司于2021年12月向中国国家知识产权局提交了多件商标申请，以完善其在全球的元宇宙商标布局。涉及商标



“NIKE” “” “NIKE”  
 “JUST DO IT” “”  
 “JORDAN” “”，指定使用  
 商品和服务项目具体如下：

类别	商品/服务
9	可下载的计算机程序；虚拟现实游戏软件；可下载的计算机应用软件；可下载的计算机游戏软件；已录制的计算机游戏软件；计算机软件（已录制）；可下载的电子游戏程序；可下载的视频游戏程序；可下载的手机应用软件；电子出版物（可下载）；动画片；可下载的影像文件；移动电话用可下载图像；可下载手机图像；可下载的电子钱包；处理数字图像用计算机软件；声音和图像载体用录制装置；头戴式虚拟现实装置；虚拟现实眼镜；虚拟现实游戏用耳机
35	为零售目的在通信媒体上展示商品；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；市场营销；广告；替他人推销；计算机网络和网站的在线推广；在互联网上提供在线商业信息目录
41	娱乐服务；通过网站提供娱乐信息；提供娱乐信息；在计算机网络上提供在线虚拟现实游戏；通过计算机网络上提供在线游戏服务；在计算机网络上提供在线游戏；通过互联网方式提供的电子游戏服务；提供不可下载的在线电子出版物；动画片制作服务；除广告以外的版面设计；在线电子书籍和杂志的出版；除广告片外的影片制作
42	服装设计；动画设计（替他人）；计算机软件的设计和开发；计算机游戏软件的设计和开发；软件设计和开发；多媒体产品的设计和开发；计算机程序的设计、制作或维护；计算机视频游戏编程；计算机游戏编程；计算机图像设计；视频游戏开发服务；数字内容形式跨平台转换；在线数据存储服务；电子数据存储；电子信息的数据转换；虚拟现实软件的设计和开发；手机应用软件的设计和开发；软件即服务（SaaS）

笔者注意到，耐克公司向中国国家知识产权局申报的商品和服务项目与其向美国专利局和欧盟知识产权局申报的商品和服务项目有所不同，商品和服务项目的描述更为宽泛，还增加了第42类虚拟现实软件的设计和开发等与计算机编程相关的服务。这与中国现行相对特殊的商品和服务申报和审查标准密切相关。

### 三、中国现行可接受的与元宇宙概念相关的商品和服务项目

中国是尼斯联盟成员国，采用《商标注册用商品和服务国际分类》（即尼斯分类）。中国国家知识产权局将尼斯分类的商品和服务项目划分类群，并结合实际情况增加我国常用商品和服务项目名称，制定《类似商品和服务区分表》（以下简称《区分表》）<sup>⑥</sup>，为申请人申报商标注册时使用。

通常情况下，中国国家知识产权局仅接受《区分表》中已列出的标准名称以及商标局公布的《区分表》以外可接受商品和服务项目名称。这与美国、欧盟等其他国家和地区的标准有所不同。在申请元宇宙商标时如何申报最为贴合的商品和服务项目且能被中国国家知识产权局顺利接受，无疑变成了各大企业和知识产权业内人士需要共同探讨的话题。

尽管“元宇宙”是一个抽象概念，但围绕元宇宙衍生的“虚拟”“数字”“多媒体”“智能”“区块链”“加密”等一系列相关术语已经出现在了我们身边。笔者以这些术语为关键词在中

国商标网上进行了搜索，总结了中国现行可接受的与之相关的商品和服务项目。具体如下：

#### 1. 关键词一“虚拟”

类别	商品/服务项目
9	虚拟现实游戏软件 医学教学用虚拟现实软件 虚拟现实游戏用耳机 虚拟现实眼镜 视频游戏用头戴式虚拟现实装置 头戴式虚拟现实装置
38	基于文字信息传送建立的虚拟聊天室服务 提供虚拟专用网（VPN）服务
41	在计算机网络上提供在线虚拟现实游戏 虚拟现实游戏厅服务 虚拟体能训练服务
42	虚拟现实软件的设计和开发 虚拟专用网络（VPN）操作软件的设计与开发 通过云计算提供虚拟计算机系统

#### 2. 关键词二“数字”

类别	商品/服务项目
9	数字信号处理器 数字钱包（可下载计算机软件） 处理数字图像用计算机软件 处理数字音乐文件用计算机软件 数字语音信号处理器
35	数字广告服务 关于数字化转型的商业咨询服务
38	通过数字网络进行信息传输 无线数字信息传送服务 数字网络通信服务 数字文件传送
39	以电子方式存储的数字图像的物理存储 以电子方式存储的数字音乐的物理存储
42	在互联网上托管数字内容 数字内容形式跨平台转换 添加数字水印 关于数字化转型的技术咨询服务

#### 3. 关键词三“多媒体”

类别	商品/服务项目
9	交互式多媒体计算机游戏程序 便携式多媒体播放器 数字多媒体广播电视台 多媒体投影仪
41	多媒体图书馆服务
42	多媒体产品的设计和开发 多媒体应用程序编程 多媒体设备编程

#### 4. 关键词四“智能”

类别	商品/服务项目
9	智能眼镜（数据处理） 科学研究用具有人工智能的人形机器人
42	人工智能领域的研究 人工智能领域的技术咨询 人工智能技术咨询 人工智能技术领域的研究 智能手机数据恢复

#### 5. 关键词五“区块链”

类别	商品/服务项目
36	通过区块链技术提供电子资金转账
42	使用区块链技术的用户认证服务

#### 6. 关键词六“加密”

类别	商品/服务项目
9	加密用计算机软件 安全令牌（加密装置）
42	数据加密和解码服务 数据加密服务

上述检索结果显示，与元宇宙概念相关的热门衍生术语大都被划分在《区分表》第9、35、38、39、41、42类。这与前面列举的麦当劳、耐克在世界范围内进行元宇宙商标申请所选择的第9、35、41、42类商品和服务项目是基本一致的。

#### 四、策略建议

目前，总体来看中国国家知识产权局可接受的与元宇宙概念相关的商品和服务项目还比较有限，这是由《区分表》固有的滞后性所导致的。为了顺应元宇宙的发展，企业不应受此局限，宜未雨绸缪，针对其核心品牌尽快完善元宇宙全球商标布局。**企业在中国布局元宇宙商标时，笔者有如下建议：**

1. 目前，元宇宙商标注册主要有两种策略。一种是直接申请含“元宇宙”“METaverse”相关词汇的商标注册。据中国国家知识产权局的统计数据，截至2022年2月21日，在商标数据库中约有1.6万余件“元宇宙”“METaverse”相关商标申请<sup>①</sup>。另一种则是聚焦企业现有核心品牌，扩展与元宇宙相关的商品和服务项目。

笔者查询中国商标网发现，近期提交的含“元宇宙”“METaverse”相

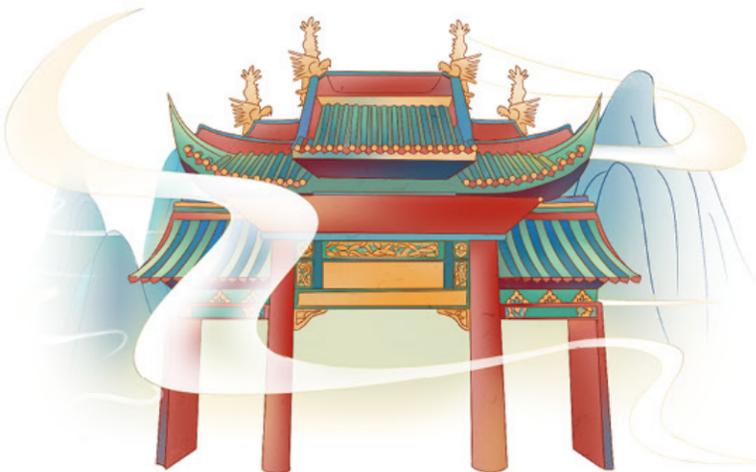
关词汇的商标申请均被驳回。笔者认为随着“元宇宙”“METaverse”概念的大火，其已成为新兴技术的代名词，固有显著性逐渐被淡化，因此“元宇宙”“METaverse”相关商标正逐渐丧失其可注册性。另外，由于“元宇宙”“METaverse”相关商标与企业核心品牌无直接关联，将其注册为商标并不能有效地提升企业的商业价值。鉴于此，笔者认为企业更应优先考虑布局第二种策略，即将元宇宙概念与企业主营业务相融合。一方面基于企业制定的元宇宙计划，扩大核心类别商品和服务的保护，另一方面涵盖与元宇宙概念密切相关的第9、35、38、39、41、42等类别的虚拟商品、基于虚拟商品的在线零售服务、基于文字信息传送建立的虚拟聊天室服务、以电子方式存储的数字图像的物理存储、供虚拟环境使用的娱乐服务、使用区块链技术的用户认证服务等商品和服务项目。

2. 通常情况下，中国国家知识产权

局仅接受《区分表》中已列出的标准名称以及商标局公布的《区分表》以外可接受商品和服务项目名称。因此，在中国进行元宇宙商标布局时，可参考耐克公司的做法，顺应中国商标和商品的审查实践，申报与元宇宙相关的规范商品和服务项目。

3. 对于与企业主营业务密切相关的非规范商品和服务项目，企业仍应积极尝试，必要时向中国国家知识产权局提交商品和服务项目的详细说明以辅助审查员准确定位该商品和服务项目。

元宇宙时代的到来，不是未来时，而是现在进行时。在企业的核心品牌上完善元宇宙相关的产品和服务项目的申请和注册，这无疑是企业保护自身商标权益的一种重要手段。以上是笔者关于元宇宙环境下企业如何在中国申请元宇宙商标的一些思考，希望能对企业和知识产权业内人士探索元宇宙商标注册有所启迪。■



## 由“REPUBLIC”一词引发的关于“其他不良影响”的一些思考

文/王川

近日，北京市高级人民法院针对第9类第37677076号“REPUBLIC OF GAMERS”商标驳回复审做出终审判决，认为“REPUBLIC”作为诉争商标的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，构成《商标法》第十条第一款第（八）项规定之情形。<sup>①</sup>

无独有偶，笔者自己办理的国际注册第1492448号“PACIFIC REPUBLIC”商标也被北京知识产权法院裁定认为属于《商标法》第十条第一款第（八）项所指的具有“其他不良影响”的情形。北知院在判决中明确指出“REPUBLIC”的中文译文“共和国”系具有一定政治色彩的词汇。目前，该案在二审程序中。<sup>②</sup>

上述两件案例引起笔者一系列的思考：  
1. 是否所有含有“REPUBLIC”一词的标志都具有“其他不良影响”？  
2. 个案审查原则和审查标准一致性原则在认定“其他不良影

响”时该如何适用？  
3. 什么情况下，标志的实际使用可以纳为“其他不良影响”的参考因素？

### 一、是否所有含有“REPUBLIC”一词的标志都具有“其他不良影响”？

经检索中国商标网，笔者发现大量含有“REPUBLIC”或者仅由“REPUBLIC”构成的商标已经获得注册，早的有1992年在第18类获准注册的第603665号“BANANA REPUBLIC”商标，近的有2021年在第3类获准注册的第49227017号“ECOREPUBLIC”商标。笔者现列举部分商标注册情况供参考。

1. 就文章开头提到的“REPUBLIC OF GAMERS”商标，实际上其商标申请人已经拥有多枚含有“REPUBLIC OF GAMERS”的注册商标，具体如下：

商标	类别	申请号	申请人	申请日期	注册日期
REPUBLIC OF GAMERS	09	31903028	华硕电脑股份有限公司	2018-06-28	2019-03-28
	18	28553207		2018-01-08	2020-06-07
	09	24953982		2017-06-23	2018-06-28
	09	7331969		2009-04-17	2010-11-28

#### 注释：

① 清华大学新媒体研究中心发布的《2020年-2021年元宇宙发展研究报告》。  
② Founder's Letter, 2021, Mark Zuckerberg, 2021-10-28。  
③ <https://www.uspto.gov/trademarks/search>。  
④ <https://euipo.europa.eu/eSearch/#basic>。  
⑤ <http://wcjs.sbj.cnipa.gov.cn/txnT01.do>。  
⑥ 国家知识产权局商标局编著《类似商品和服务区分表》（2022文本）。  
⑦ [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_16787253](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_16787253)。

2. 其他许多含有“REPUBLIC”的商标已经获准注册。下表是部分近年获准注册的含有“REPUBLIC”的商标信息：

商标	类别	申请号	申请人	申请日期	注册日期
JUNIOR REPUBLIC	25	40597632	南京万威国际贸易有限公司	2019-08-26	2020-06-07
 CANVAS REPUBLIC	18	35066518	广州黑田手袋箱包有限公司	2018-12-03	2020-07-07
 REPUBLIC	35	34962967	深圳市立仕文进出口有限公司	2018-11-28	2019-10-07
CODE REPUBLIC	09	34887558	寇尔里克有限公司	2018-11-23	2019-07-28
JING REPUBLIC	24	34169982	泉满国际有限公司	2018-10-22	2019-06-21
 JR REPUBLIC	35	34170001	泉满国际有限公司	2018-10-22	2019-06-28
 BASKETBALL REPUBLIC	28	33992318	玛林国际有限公司	2018-10-12	2019-06-21
SHARK REPUBLIC	03	33688724	吴斯麟	2018-09-22	2019-07-07
SUIT REPUBLIC	25	32837835	上海砾成服饰有限公司	2018-08-13	2019-04-28
ESSENTIAL REPUBLIC	32	32565966	林永茂	2018-07-30	2019-04-14
 Biome Republic	35	32267851	保睿（上海）生物科技有限公司	2018-07-16	2019-06-07
优美共和国 Beautiful Republic	35	32046812	高振贤	2018-07-04	2019-07-21

3. 个别含有“REPUBLIC”或者仅由“REPUBLIC”构成的商标经驳回复审后获准注册：

商标	类别	申请号	申请人	申请日期	注册日期
REPUBLIC	3, 9, 14, 25	G1153769	REPUBLIC IP LIMITED	国际注册日：2012-11-15 驳回复审裁定日：2019-7-22	
REPUBLIC		G1153767		国际注册日：2012-11-15 驳回复审裁定日：2019-3-25	
BANANA REPUBLIC	24	37708192	本雅（国际商标）公司	2019-04-23	2020-09-14
彩色共和国 Color Republic	30	20502564	昆山月甫食品有限公司	2016-07-01	2018-03-20



其中，仅由“REPUBLIC”构成的指定使用在第3、9、14、18、25、35类商品和服务上的国际注册第1153769号以及第1153767号“REPUBLIC”商标均未被原商标局依据《商标法》第十条第一款第（八）项驳回，仅被原商标局依据《商标法》第二十二条、第二十八条、第三十条驳回了第18、25和35类商品和服务。经驳回复审，这两件商标在第25类商品上在中国的领土延伸保护申请予以核准。同时，这两件商标在未被驳回第3、9、14类商品上也已经获得领土延伸保护。<sup>③</sup>

其次，国知局在关于第37708192号“BANANA REPUBLIC”商标驳回复审决定书中认为：申请商标构成要素对我国政治、经济、文化、宗教、民族等社会公共利益和公共秩序并未产生消极的、负面的影响。且其本身并无有害于社会主义道德风尚或具有其他不良影响的情形，故申请商标未构成《中华人民共和国商标法》第十条第一款第（八）项规定之情形。<sup>④</sup>

同样，原商标评审委员会在关于第20502564号“彩色共和国Color Republic”商标驳回复审决定书中认为：申请商标用在指定商品上不易产生不良的社会影响，未构成《商标法》第十条第一款第（八）项所指情形。<sup>⑤</sup>

综上，笔者列举的上述注册商标均包含“REPUBLIC”，部分商标还包括对应的中文“共和国”，其获准注册的

事实说明并非所有含有“REPUBLIC”一词的标志都被认为具有“其他不良影响”。

## 二、个案审查原则和审查标准一致性原则在认定“其他不良影响”时该如何适用？

回答了第一问题后，笔者就想问为什么在先的“REPUBLIC OF GAMERS”以及其他大量含有“REPUBLIC”或者仅由“REPUBLIC”构成的商标可以成功获准注册，而文章开头两件案例中的“REPUBLIC OF GAMERS”和“PACIFIC REPUBLIC”却被认定“具有不良影响”？

在第37677076号“REPUBLIC OF GAMERS”商标驳回复审中，北京高院认为：商标审查遵循个案原则，华硕公司诉称的案外商标审查情况不构成本案诉争商标应予核准注册的当然依据，且其提交的在先判决与本案具体案情不同，不能作为本案审理的参考依据。<sup>⑥</sup>

在国际注册第1492448号“PACIFIC REPUBLIC”商标驳回复审中，北知院认为：商标授权审查因各案事实情况不同可能结论各异，含有“REPUBLIC”或者仅由“REPUBLIC”构成的商标获准注册的情况，并非本案诉争商标获准注册的当然依据。<sup>⑦</sup>

那个案审查原则和审查标准一致性

原则在认定“其他不良影响”时到底该如何适用？

在盖璞（国际商标）公司与商标评审委员会商标申请驳回复审行政纠纷案中，最高人民法院再认为，商标评审及司法审查程序虽然要考虑个案情况，但审查的基本依据均为商标法及其相关法律规定，亦不能以个案审查为由而忽视执法标准的统一性问题。申请商标与第7547927号“盖璞内衣”商标在指定使用商品及商标构成要素上高度近似，商标评审委员会并未在本案中向本院举证证明申请商标相较于第7547927号“盖璞内衣”商标具有必须予以特殊考量的个案因素。其次，商标评审委员会在本案中系适用商标法第十条第一款第（八）项规定对申请商标予以驳回，该条款是对申请商标是否有碍社会公序良俗的价值判断。相对于损害特定民事主体利益的禁止商标注册的相对理由条款而言，绝对理由条款的个案衡量空间应当受到严格限制，对是否有害于社会公共利益和公共秩序进行判断的裁量尺度更不应变动不居。据此，商标评审委员会对申请商标是否违反商标法第十条第一款第（八）项规定的审查结论有违审查标准一致性及同案同判的公平原则，损害了盖璞公司作为行政相对人合理的期待利益。<sup>⑧</sup>

可见，虽然商标审查具有个案性，但个案审查原则并非绝对化，在审查依据相同、申请商标相似、申请时间相近

等因素下，亦应保持审查标准的一致性，确保审查标准的统一和稳定。遵循商标审查标准一致性原则，可以使《商标法》的适用具有统一性、可预期性，避免出现同案不同判的现象。并且，在商标绝对理由条款与相对理由条款的适用中，商标审查标准一致性亦可能会具有适用尺度上的差异。绝对理由审查中更应秉持商标审查标准一致性，以确保社会公众对司法预期结论的稳定性。

因此，笔者认为在认定标志是否具有“其他不良影响”时，应当采取审查标准一致性原则。

### 三、什么情况下，标志的实际使用可以纳为“其他不良影响”的参考因素？

北京高院2019年4月24日发布的《商标授权确权行政案件审理指南》第8.6条规定：当事人的主观意图、使用方式、损害结果等可以作为认定是否具有“其他不良影响”的参考因素。<sup>⑤</sup>

国知局2021年11月16日发布的《商标审查审理指南》也做出类似的规定：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。<sup>⑥</sup>

可见，北京高院和国知局都已经将商标使用情况纳为“其他不良影响”的参考因素之列。

那是否意味着任何标志的实际使用都可以纳为“其他不良影响”的参考因

素？笔者认为首先应该厘清“其他不良影响”的含义。

《商标审查审理指南》对“其他不良影响”的含义进行了明确的规定：

“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。<sup>⑦</sup>

根据“其他不良影响”的含义，判断标志的实际使用是否纳入参考因素，需要进行两方面的考察：

#### 1. 需要考察标志本身是否具有贬损含义。

北知院在第27792495号“食族人”商标驳回复审一案中认为：对于本身存在不良影响的商标标志，一般不能通过使用行为消除其不良影响的因素。<sup>⑧</sup>

因此，对于“标志本身具有贬损含义”的，不需要将商标使用情况纳入参考因素。

#### 2. 标志本身不具有贬损含义，需要考察标志的使用是否易造成不良影响。

在第23359986号“狐妖小红娘”商标驳回复审一案中，北知院认为：“狐妖小红娘”在整体上作为商标的含义并未超过公众的接受和容忍标准。结合腾讯公司运营的包含“狐妖小红娘”文字的相关漫画书及网络游戏已经国家

文化管理部门审批通过的事实以及腾讯公司对“狐妖小红娘”相关产品的商业宣传和市场表现，“狐妖小红娘”漫画、动画、游戏作品在市场上的连载受到公众的喜爱，也未造成任何不良影响。因此，可以认定诉争商标使用在“电子出版物（可下载）、计算机外围设备”等商品上，不会对于公众产生不良的社会影响。<sup>⑨</sup>

在上述案件中，北京高院同样认为“狐妖小红娘”作为商标使用在“电子出版物（可下载）、计算机外围设备”等商品上未超出社会公众普遍的接受程度，也未对中国的政治、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，未违反商标法第十条第一款第（八）项的规定，维持一审判决。<sup>⑩</sup>

因此，对于“标志本身不具有贬损含义”的，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。

再回到文章开头的两件案例，两件商标的所有人均提交了使用证据：

在第37677076号“REPUBLIC OF GAMERS”商标驳回复审中，北京高院认为：商标法第十条第一款第（八）项属绝对禁用条款，华硕公司对诉争商标的使用与推广情况并非审查诉争商标的申请注册是否违反该条款之规定的考量因素。<sup>⑪</sup>

在国际注册第1492448号“PACIFIC REPUBLIC”商标驳回复审中，北知院对于申请商标的使用情况没有评述。

笔者认为“REPUBLIC OF GAMERS”和“PACIFIC REPUBLIC”都属于“标志本身不具有贬损含义”，因此在认定是否具有“其他不良影响”时，应当将申请人的主观意图、使用方式、社会影响等纳为参考因素。

### 四、结语

通过上述分析可见，许多含有

“REPUBLIC”或者仅由“REPUBLIC”构成的商标获准注册的事实说明并非所有含有“REPUBLIC”一词的标志都被认为具有“其他不良影响”。标志具有“其他不良影响”涉及绝对理由的审查，变动不居的认定原则会使社会公众无所适从。因此，在认定标志是否具有“其他不良影响”时，应当采取审查标准一致性原则。对于“标志本身具有贬损含义”的，不需要将商标使用情况纳

入参考因素。对于“标志本身不具有贬损含义”的，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。

以上是笔者由“REPUBLIC”一词产生的一些关于“其他不良影响”的思考，希望能够起到抛砖引玉的作用，引起大家的深入探讨。■

### 注释

- ① 参见北京市高级人民法院（2021）京行终6135号行政判决书。
- ② 参见北京知识产权法院（2020）京73行初17294号行政判决书。
- ③ 参见国家知识产权局商评字[2019]第0000168628号驳回复审决定书和国家工商行政管理总局商标评审委员会商评字[2019]第0000058244号驳回复审决定书。
- ④ 参见国家知识产权局商评字[2020]第0000122170号驳回复审决定书。
- ⑤ 参见国家工商行政管理总局商标评审委员会商评字[2017]第0000140721号驳回复审决定书。
- ⑥ 参见北京市高级人民法院（2021）京行终6135号行政判决书。
- ⑦ 参见北京知识产权法院（2020）京73行初17294号行政判决书。
- ⑧ 参见最高人民法院（2016）最高法行再7号行政判决书。
- ⑨ 参见《商标授权确权行政案件审理指南》，北京市高级人民法院，2019年4月24日。
- ⑩ 参见《商标审查审理指南》，国家知识产权局，2021年11月16日。
- ⑪ 参见《商标审查审理指南》，国家知识产权局，2021年11月16日。
- ⑫ 参见北京知识产权法院（2019）京73行初5296号行政判决书。
- ⑬ 参见北京知识产权法院（2018）京73行初9157号行政判决书。
- ⑭ 参见北京市高级人民法院（2019）京行终3780号行政判决书。
- ⑮ 参见北京市高级人民法院（2021）京行终6135号行政判决书。

# 德国“Black Friday”商标撤销案与我国“双十一”商标无效案的比较及启示

文 / 侯继芸

## 德国“Black Friday”案

众所周知，每年11月的第四个星期四是美国的感恩节。感恩节的第二天是星期五，美国的商场大都会推出大量的打折和优惠活动，以便在年底进行最后一次大规模的促销。因为美国的商场一般以红笔记录赤字，以黑笔记录盈利，而感恩节后的这个星期五，人们疯狂的抢购往往使得商场赢得满钵，利润大增，被商家们称作“Black Friday”（黑色星期五）。所以在美国，人们就用“Black Friday”来指代“感恩节大促销活动”。

进入21世纪，随着互联网巨头亚马逊的崛起，“Black Friday”感恩节大促销活动已不限于美国，在亚欧等发达国家和地区也开始盛行，大有席卷全球、覆盖全世界的趋势。不过，严格来说，“Black Friday”目前主要还是在美、英、日、德、法等发达国家或地区比较流行。

在德国，“Black Friday”早在几年前就已被申请注册为商标，为此多年来它一直备受德国公众的嘲讽和吐槽，也是广受关注的话题之一。事实上，早在“Black Friday”成为代表“感恩节大促销活动”的专用名词之前，一家名为Super Union Holdings Limited的香港公司于2013年10月30日向德国专利商标局提交了“Black Friday”商标申请，指定

第9、35和41类的众多商品和服务项目，该商标顺利通过审查，并获得注册，注册号为302013057574，有效期至2023年10月31日。当时，几乎没有人注意到“Black Friday”已被申请注册为商标。直到2016年，这家香港控股公司给很多企业发了关于“Black Friday”已获得注册商标保护的警告函，大家这才意识到原来“Black Friday”已被注册为商标，以后再也不能随心所欲地使用“Black Friday”了。

德国有一家名为black-friday.de的网站，是一家零售商门户网站，专门为客户提供各种特殊折扣活动，且汇总整理“Black Friday”期间各种折扣活动的概述。对于“Black Friday”作为商标获得注册之事，这家网站的德国运营商一直持反对意见。于是，该运营商积极采取法律行动：向德国联邦法院提交了撤销注册商标“Black Friday”的申请。

撤销案件的申请人与被申请人在德国联邦专利法院的首轮对决，以申请人black-friday.de门户网站的运营商获得重大胜利而告终。2019年9月德国联邦专利法院判定“撤销Black Friday在广告等服务项上的注册。”（德国联邦专利法院BPatG, 30 W (pat) 26/18）

香港公司不服，向德国联邦最高法院提起上诉。德国联邦最高法院维持了德国

联邦专利法院的上述判定，宣布撤销商标“Black Friday”在“市场营销”“广告活动的组织和实施”“广告策划”“广告材料的分发”“替他人互联网上刊登广告”以及其他众多与广告相关的服务项上的注册。（德国联邦最高法院BGH, I ZB 21/20）

在判决书中，德国联邦最高法院阐明，经审理查明，争议商标“Black Friday”在2013年10月提交商标申请时，该词确实没有描述性含义；用在指定的服务上，也不构成描述性使用。毕竟在2013年时，感恩节大促销活动在德国还不像今天这么受欢迎，影响度也没有这么广。但德国联邦最高法院同时强调，一个商标标识如果在申请时并没有以描述性方式使用，但有可能在未来某一时刻演变成描述性使用，那么人们有必要遵循该标识的自由发展。本案就属于这种情况。最高法院在判决中表示，有充分的迹象表明，在争议商标申请日之后，一种捆绑和传播某些折扣活动的“新型”广告形式出现并发展起来。此外，也有迹象表明，在德国的电气和电子产品贸易中，“Black Friday”逐渐发展为折扣广告的流行语。

联邦最高法院同时阐明，组织折扣广告活动并不局限于产品销售，还包括交易商是如何实施和运作活动的。联邦最高法院认为，如果一个名称是以类似关键字的方式、用在某些特定服务的折扣促销活动中，那么这个名称是不能作为这些服务项上的商标加以保护的。“Black Friday”作为折扣活动的流行语，体现了上述零售服务的特点，因此，将“Black Friday”用在广告领域相关服务上时，应允许其自由发展，

且受限于商标法第2条第8（2）款的规定。

当然，德国联邦最高院的这一纸判决并不意味着要撤销所有的“Black Friday”注册商标。只不过，对于反对“Black Friday”注册为商标的人来说，这是一个阶段性的胜利、一个重要的里程碑，并且它为今后出现的类似案件，提供了法律依据。现在，商标“Black Friday”在广告和营销等相关服务项上的注册已被撤销掉，再也不受保护了。

## 中国“双十一”商标案

看到德国最高院的判决，笔者联想到了最近两年在国内备受关注的“双十一”商标大战。2021年，阿里巴巴公司的注册商标“双十一”被宣告无效，在中国知识产权行业引起了广泛的注意，后续引出了一系列的关联案件。

“双十一购物狂欢节”是早在2009年11月11日开始举办的网络促销活动，当时虽然参与活动的商家数量和促销力度有限，但却达到了营业额远超预期的效果，于是，从2009年开始，每年11月11日成为各大电商大规模促销活动的固定日期。每年参与“双十一”促销活动的平台也越来越多：淘宝、天猫、京东、网易（严选）、苏宁、拼多多、抖音、快手等众多电商平台，甚至连日常火爆的直播行业也加入了双十一大战。自2009年“双十一”购物节以来，每年的这一天已成为名副其实的全民购物盛宴。以2017年为例，全球有225个国家和地区加入了2017年天猫双十一全球狂欢节，最终成交额1682亿元，线上成交额占90%。到了2021年，“双十一”购物狂欢节的总成交额为天猫5403亿元，京东3491亿元，达到了历史新高度。“双十一”促销活动已成为中国电子商务行业的年度盛事，并且逐渐影响到国



际电子商务行业。

2020年，就在各大电商平台为当年的双11年度大促销忙得不亦乐乎的同时，阿里巴巴和京东两大平台的法务部门也没闲着。北京知识产权法院围绕“双十一”商标的两起商标行政案件宣告开庭。2018年，京东公司为了回应阿里巴巴对其“京东双十一”商标率先发起的对抗行动，针对阿里巴巴公司2012年注册的第10136470号商标“双十一”，先后提交了无效宣告申请和撤三、撤通申请，后来陆续进入了行政诉讼阶段。本文涉及的主要是无效宣告和撤通案件。2020年国家知识产权局以诉争商标“双十一”的注册没有违反2001年商标法的第10条第1款第8项和第11条第1款第1、2、3项的规定，裁定诉争商标予以维持。（商评字[2020]第0000044418号）

北京知识产权法院在“双十一”无效案件中认为，“诉争商标由文字‘双十一’组成，使用在‘广告、替他人推销’等服务上，容易使相关公众认为其系对服务促销特点的描述或宣传性用语，难以起到商标的识别性作用，缺乏商标应有的显著特征。因此，诉争商标的注册违反了2001年商标法第十一条第一款第二项和第三项的规定。”该观点得到了北京高院的支持。北京高院认为，“诉争商标为‘双十一’，在案证据可以证明在诉争商标申请注册时其使用在‘广告、替他人推销’等服务上，容易使相关公众认为其系对服务促销特点的描述或宣传性用语，难以起到商标的识别性作用，缺乏商标应

有的显著特征。因此，原审判决认定诉争商标的注册违反了2001年商标法第十一条第一款第二项、第三项的规定并无不当。”

### 判决比较及启示

比较德国联邦最高法院对商标“Black Friday”的判决和北京高院对商标“双十一”判决，我们可以看到，虽然法院最终都判决撤销诉争商标，但具体理由还是略有区别：

在“Black Friday”案中，德国联邦最高法院认为，某些词汇虽然在提交申请之时并不是做描述性使用，但随着时间的推移，其作为描述性词汇使用的情况随时都可能发生，那么我们便要遵循词汇的这种自由发展趋势。就像“Black Friday”，其在申请时并不是做描述性词汇使用的，但是慢慢地，人们越来越多地用“Black Friday”去描述或指代一些折扣活动，作为关键词也好、用作流行语也罢，体现了折扣广告服务的特点，在这种情况下，“Black Friday”用在跟广告相关的服务项上就是一种描述性使用，缺乏显著性。所以对于类似“Black Friday”这种词汇，我们不能限制其“自由发展”，要允许并接受其逐渐丧失显著性的这一过程。

而在“双十一”案中，北京高院认为，在案证据可以证明在诉争商标“双十一”在申请注册时，其使用在“广告、替他人推销”等服务上，容易使相关公众认为其系对服务促销特点的描述

或宣传性用语，难以起到商标的识别性作用，缺乏商标应有的显著特征，违反了2001年商标法第十一条第一款第二项（因描述而缺显）和第三项（其他缺显性）的规定。简单说，北京高院认为“双十一”是自始就缺乏显著性，而不是在使用过程中逐渐丧失了显著性。这是本案与德国判决不同的地方。二者撤销理由虽不同，但结果相同，可谓殊途同归。

### 案件后续发展

虽然“Black Friday”在35类的与“广告”相关的服务项上的注册被撤销，但在其他诸多商品和服务项上仍是有效注册。www.black-friday.de网站的运营商在德国采取了进一步的法律行动：对于前述判决未涉及到的其他商品和服务项上的“Black Friday”注册商标，基于商标不使用提交了撤销申请，并且在一审中大获全胜：2021年4月15日，柏林地区法院做出判决（LG Berlin, 52 O 320/19），撤销“Black Friday”商标在900多件商品和服务上的注册，原因是注册人没有合法有效地实际使用注册商标。目前，该案正在上诉中。

在中国，“双十一”系列商标已经终结，其在已经获准注册的所有类别均被无效宣告，双十一也随之落下帷幕。■

## 越南商标注册及马德里国际注册的审查实践

文 / 李云成 庄辉

越南于1949年加入《马德里协定》，2006年加入《马德里议定书》，是最早加入马德里体系的东南亚国家。通过国际注册指定越南与在越南进行单一国家注册有何区别？越南在对商标申请进行审查时又有何特点？这是中国企业在申请越南商标前需要了解的问题。

### 一、通过国际注册指定越南与越南单一国家注册的区别

	通过国际注册指定越南	越南单一国家注册
国外费用	一标一类官费：越南单独规费100瑞士法郎（约合730元人民币），另有每件国际注册的基础注册费653瑞士法郎（约合4800元人民币，如果指定多个国家，基础注册费按国家数均摊）	一标一类官费（6项商品以内）：约500元人民币 另外还需支付越南律师代理费等，总费用可能高于国际注册
文件公证	不需要	不需要
审查周期	12个月	20个月
驳回复审的审查周期	长达3年以上	12个月
商标修改	审查中因商标中的部分元素与在先商标近似而被驳回，申请人不能通过修改商标来克服驳回决定，该商标将被全部驳回	审查中因商标中的部分元素与在先商标近似而被驳回，申请人可以通过修改商标（即删除这部分元素）来克服驳回决定
部分商品驳回	申请人如果同意部分驳回，可以不做任何答复，待期限经过后，官方自动对初步审定的部分予以授权	即使申请人同意部分驳回，也必须做出答复，否则商标申请将失效
强制放弃专用权	官方不能对国际注册直接强制要求申请人放弃专用权	官方可以主动对商标中的非显著部分强制加入放弃专用权的声明

从整个注册流程的速度上来看，虽然通过国际注册指定越南在审查阶段能够较快完成，但是一旦出现驳回，国际注册的驳回复审进展非常缓慢，将严重影响获得注册的速度。从注册流程的灵活程度来看，国际注册中无法通过修改商标的方式来克服驳回，官方也无法强制要求放弃专用权，可见国际注册审查中的灵活性相对较低。但对于部分商品驳回的情形，国际注册的程序对申请人更为便利。总体来看，两种方式各有利弊，申请人可以根据自身需求进行选择，例如对于申请前检索中发现存在一定的驳回风险的商标，如果申请人希望避免国际注册驳回复审的拖延，可以采取单一国家注册。

## 二、越南商标驳回原因的特别之处

越南商标的驳回原因大致与中国商标法下的驳回原因类似（例如与在先商标近似、具有欺骗性、缺乏显著性等），但也有如下两点值得中国企业注意的特别之处。

### 1. 中文商标

中国企业在进行海外商标布局时，除了最优先布局的英文商标外，也会有对中文商标进行注册的需求。但《越南知识产权法》规定的商标缺乏显著性的情形包括“简单的形状和几何图形、数字、字母或不常见语言的文字”，中文在越南被认为是“不常见语言的文字”，因此纯中文商标在越南会因为缺乏显著性而被驳回。因此，如果企业确有在越南使用中文商标的需求，建议注册中英文组合商标，或者“中文+具有显著性的图形”的组合商标，例如以

下两种形式。企业在海外实际使用商标时，为了方便不了解中文的当地消费者识别和呼叫，通常也不会仅以中文作为商标，而是会和其他要素组合使用，因此这两种注册方式也基本可以满足实际使用的需求。



### 2. 引证已失效的商标驳回

在越南商标驳回中，申请人有时会遇到引证商标已经失效的情况，这是因为《越南知识产权法》针对相同或近似商标的规定中包含了“已在相同或类似的商品或服务上注册，且其注册证书已失效不超过五年”的相同或近似商标（但如果该在先近似商标失效的原因是不使用撤销，该商标不会被引证）。这就要求我们在商标申请前的检索中扩大检索范围，注意检索失效不满五年的越

南商标。

另外，由于以上规定的存在，实践中还会出现一种特殊情况：如果一个企业的越南商标因为未及时续展而失效，该企业又在五年内重新申请注册相同或近似的商标，但重新申请时该企业的地址已经发生了变更、因此使用了新的地址，就会出现引证该企业自己已经失效的在先商标而被驳回的特殊情况。出现此类驳回时，申请人需要进行复审，委托越南律师提交一份声明书向官方进行解释。

综上所述，越南的马德里国际注册制度已施行多年，国际注册审查可以在12个月内完成（比单一国家注册的审查更快），但是对国际注册驳回复审的审查极其缓慢。如果申请人希望避免这种风险，可以采取单一国家注册，单一国家注册在某些方面也具有更高的灵活性。在商标标识的选择和设计方面也需要特别关注，避免申请纯中文商标，可以改为组合商标进行申请。■



# 俄乌冲突期间俄罗斯的商标保护问题

文 / 王亦非

随着俄罗斯法院“小猪佩奇案”判决书的下发，结合俄罗斯新近取消向不友好国家支付专利费等反制措施，一时间，俄乌冲突期间俄罗斯的知识产权保护问题引起热议，甚至出现了“俄罗斯不再打击对不友好国家的商标侵权行为”、“企业或可以在俄罗斯随意生产和售卖侵权商品”等片面论调。本文将就俄乌冲突期间国内申请人较为关心的俄罗斯商标问题进行简要探讨。

## 1. 俄罗斯商标申请、续展是否仍可正常办理？

目前，俄罗斯联邦知识产权局（Rospatent）运转正常，商标申请、续展及其他各类商标申请皆可正常提交，俄罗斯联邦知识产权局也尚未因俄乌冲突下发商标法定期限顺延的通知。国内市场主体若欲在俄罗斯开展商业活动，应当尽快通过代理机构直接向俄罗斯联邦知识产权局递交商标申请，或通过马德里国际注册的方式寻求在俄罗斯的商标保护。考虑到时局动荡及疫情可能带来的迟延，若权利人在俄罗斯的商标保护期限临近，应当在有效期届满前一年内提前指示代理机构尽快提交续展申请。

## 2. 俄罗斯是否不再保护“不友好国家”的商标权？

2022年3月初，俄罗斯基洛夫州仲裁法院驳回了娱乐壹英国有限公司关于维护“小猪佩奇”在先商标和角色形象相关权利的诉讼请求，并在判决书中提及英国为“不友好国家”。该判决书被视为俄罗斯

对英国经济制裁的知识产权反制。

当前，俄罗斯政府已批准的“不友好国家和地区”名单包括美国、欧盟、乌克兰、英国、澳大利亚、新西兰、加拿大、日本、韩国、新加坡等二十余个国家和地区。笔者认为，该判决书的下发并不意味着俄罗斯将对上述“不友好国家”的所有商标一律采取类似的消极保护态度。由于俄罗斯并非判例法国家，在先法院判决对在后案件的法律约束力较小，法官在法律授权范围内拥有自由裁量权。上述判决仅代表个别法院、个别法官的观点，并不意味着俄罗斯对于“不友好国家”的知识产权将采取全盘否定的态度。部分俄罗斯当地律师认为上诉法院将在后续诉讼中撤销原审判决。事实上，在上述判决下发之后，2022年3月11日，俄罗斯圣彼得堡法院在类似案件中，就以第A56-582/2022号判决书支持了娱乐壹英国有限公司的维权和赔偿请求。

上述判决也并不意味着中国的未授权市场主体可以任意生产并向俄罗斯出口“小猪佩奇”侵权商品。即便个案中俄罗斯对于部分西方国家知识产权的保护力度被削弱，若权利人在中国拥有在先商标或未在中国注册的驰名商标，仍然可以针对未授权市场主体在中国的侵权行为提出诉讼。

## 3. 与“不友好国家”在先商标近似的商标是否会无条件通过？商标抢注“正当其时”？

自2022年2月24日冲突开始后，俄罗斯并未就商标维权及商标审查中对于商标近

似、商品及服务类似的判断标准颁布新的法律或实施细则。当前尚无证据表明俄罗斯联邦知识产权局对于商标近似的判断尺度较冲突之前发生了变化，也无证据表明俄罗斯联邦知识产权局会无条件通过与“不友好国家”在先商标近似的商标之申请。

比如，若麦当劳公司以外的申请人在第43类申请“MacDonald”商标，依然极有可能引证麦当劳公司在先注册的第274204号第43类“MCDONALDS及图”、第445703号第43类“МАКДОНАЛЬДС”等商标下发驳回通知。

由此，笔者认为，俄罗斯关于商标保护的法律法规和方法论皆较为成熟，没有必要在冲突期间跟风抢注知名商标。此类抢注面临较高的驳回风险，即便通过商标拼接、改换部分字母等方式侥幸公告，后续（包括冲突期间及冲突结束后）也有被异议或无效的可能，甚至面临侵权诉讼及高额赔偿。且商标申请一经提出便由电子系统登记在册，使得申请人的恶意永远“有迹可循”。由于恶意申请而被他人异议或无效的记录对于申请人其他商标的正当维权也会带来不必要的困扰。

整体而言，笔者认为俄罗斯当地法院在“小猪佩奇”案中采取的知识产权反制措施仅为个案，不具有普遍法律效力，俄罗斯政府也并未从国家层面采取广泛措施停止对部分国家商标权的保护。跟风抢注的结果只会得不偿失，还面临侵权和赔偿的可能。国内市场主体若欲在俄罗斯开展商业活动，应当在合理、合法的前提下，尽快委托代理机构提交俄罗斯商标注册申请。■

# 1

## 美国专利商标局将开始颁发电子注册证书

根据美国专利商标局 (USPTO) 网站显示, USPTO 将于2022年6月7日开始颁发电子商标注册证书, 作为正式的注册证明文件。

据USPTO反映, 多年来, 许多申请人表示他们更愿意收到电子版本的商标注册证书, 而不是纸质证书。根据这些反馈, USPTO 将开始向获得商标注册的任何申请人颁发电子商标注册证。此举将使证书更加容易获得并将缩短注册人获得证书的时间, 同时进一步推动USPTO在整个商标申请过程中的电子化处理。

商标注册证书不再通过将注册证书打印在纸上并将证书邮寄到备案的通信地址的方式颁发。取而代之的是, USPTO将附上局长的电子签名和用于验证注册的数字印章以电子方式签发注册证书。USPTO会将正式注册证书上传到商标状态和文件检索 (TSDR) 系统, 并通

过电子邮件向商标注册人和所有记录在案的电子邮件地址发送一个链接, 以便在证书颁发后访问该证书。也可以随时免费查看、下载和打印完整的注册证书副本。

虽然USPTO将不再发送纸质注册证书, 但可以订购打印副本。

展示用注册副本适合展示和装帧。它们是一页印在厚纸上的已注册商标的压缩信息副本, 带有金箔印章, 能识别注册人, 显示书目数据, 并注明商标、商品或服务的名称和类别。展示用副本不是商标注册证书经认证的副本。在2022年6月7日或之后提交商标申请的商标注册人, 可以以25美元的价格从商标电子申请系统 (TEAS) 购买一件展示用注册证书副本。在2022年6月7日之前提交申请的注册人则可以免费订购一件。

商标注册人仍然可以以15美元的价格订购其商标注册的认证副本。此打印副本证明商标的状态和名称, 并包括授权证明人的签名。可以将此副本用于法律诉讼和一些国外申请。有关订购商标注册认证副本的更多信息, 可以访问USPTO认证副

本中心。(作者: 冯璞)

# 2

## 欧盟各机构就《数字服务法案》达成协议

欧盟共同立法者就《数字服务法案》(DSA) 达成了一项协议, 这项旗舰性立法将在数字领域占据主导地位, 并加大打击非法内容和虚假信息的力度。

DSA是建立在2001年《电子商务指令》基础上的横向立法, 为欧洲的数字单一市场确立了法律框架。该综合性法案为内容审核、平台责任、非法产品和系统性风险提供了明确的规则。

### 风险管理

考虑到对社会的影响, DSA对欧盟超过4500万用户使用的在线平台引入了更严格的规则。

DSA将要求大型在线平台定期评估系统性风险, 如虚假信息、欺骗性内容和色情报复 (revenge porn) 等, 并在独立审查的基础上实施适当的缓解措施。未能

通过审查将导致违反规定, 相应的惩罚包括高达全球营业额6%的罚款。

为了应对战争等紧急情况, 谈判中途还增加了危机应对机制。这将使欧盟委员会能够授权大型在线平台在危机中采取具体行动, 比如撤销战争宣传。

### 在线内容

DSA还针对非法内容删除制定了严格要求, 而平台应根据相关条款和条件对有害但合法的内容进行审核。

对于非法内容, DSA建立了受信任的举报者类别——这是由国家官方提名的专家组, 平台应及时对其意见做出反应。

新规则还包括一系列针对推广内容的透明度要求, 相关内容必须清楚地标明。禁止基于未成年人个人数据的定向广告和基于政治观点和宗教信仰等敏感数据的分析。

所有平台都必须解释其如何通过推荐系统为用户定制个性化内容。大型在线平台还必须提供一个非基于研究分析的替代推荐系统。

### 用户保护

该法案规定, 平台必须

确保未成年人的隐私和安全得到高度保护, 不需要进行额外的个人数据处理以确定用户是否是未成年人。委员会将发布关于这些规定在实践中如何适用的指南。

欧盟立法者敦促对在线市场实施更严格的信息和监管要求。特别是, 交易者只有在提供一些基本信息后才能获得平台的服务, 平台应尽最大努力验证这些信息。在线市场还必须根据官方数据库随机检验产品的合法性。

### 执法变化

虽然成员国国家主管机构将监督那些较小的平台, 但欧盟委员会将对大型的在线平台拥有专属权限。为了获得资金, 欧盟执行机构将向平台收取与服务规模成比例的监管费, 费用不超过其全球年度净收入的0.05%。

微型和小型企业将被免除一系列义务, 例如贸易商追溯、刑事犯罪通知、透明度要求、投诉处理系统以及庭外争端解决等。

对于已成长为中型企业的公司, 该豁免政策适用期限延长1年。委员会将在3年后评估DSA对中小企业的影

响, 并在财务上支持它们的合规工作。

DSA在生效15个月或2024年1月1日 (以较晚者为准) 适用。然而, 它将在4个月内适用于大型的在线平台。(来源: 中国保护知识产权网, 有删节)

# 3

## 俄罗斯政府取消向不友好国家和地区的专利权人支付专利费

3月7日, 俄罗斯政府修改了法律中关于专利赔偿金的规定。

根据新的规定, 如果专利持有人来自不友好国家和地区, 其发明、实用新型或工业设计在未经授权的情况下被使用, 则所需支付的赔偿金额为生产和销售商品、完成工作和提供服务的实际收益的0%, 即无需为非授权使用专利做出任何赔偿。

根据上述规定, 来自不友好国家和地区的专利权持有人将无法获得赔偿, 值得注意的是, 上述专利权人仍

然可以在俄罗斯境内要求停止侵权行为。

截至目前, 俄罗斯政府已经批准的不友好国家和地区名单包括美国、欧盟成员国、英国、乌克兰、日本和其他一些国家及地区。(作者: 金晓)

# 4

## 韩国多个知识产权法修正案4月20日生效

韩国《专利法》《商标法》和《外观设计保护法》的修正案于2022年4月20日生效。这些完善知识产权法律的举措旨在对申请人更加友好, 积极纠正申请人的错误, 最大限度地提高申请人获得权利的机会。

以前, 一旦不可延长的期限届满, 程序或权利很难恢复, 除非存在“不可抗力”, 例如“战争”或“地震”之类的事件, 但这类事件发生的概率很小。如果涉及的“错误”归咎于申请人或代理人, 他们无法恢复程序或权利。

韩国知识产权法最显著

的变化是专利法采用了所谓的“分离申请 (Separation Application)”。

韩国专利法将一件专利申请视为一个整体, 这意味着即使审查员判定一项或多项权利要求可授予专利, 该专利申请也将被整体驳回, 除非这些被认可的权利要求成为新的申请。但是, 根据新的法律, 申请人在收到不成功的申诉决定后可提出一种被称为“分离申请”的新申请, 仅适用于最终驳回意见中列出的被认可的权利要求。这对于希望先采取申诉途径的专利申请人非常合理和友好。一旦申诉被证明没有实际意义, 申请人可改变主意, 只追求被认可的权利要求。

专利法修正案对申请人, 尤其是国际申请人更加友好和有利。此外, 如果对母案申请提出优先权要求, 优先权要求将自动附加到分案申请中。专利权的共同所有人可继续在使用专利发明的业务上使用发明, 即使为了解决债务问题的其他所有者通过破产拍卖将专利转让给了第三方。(来源: 中国保护知识产权网)

# 5

## 英国知识产权局公布最新企业战略与优先事项

2022年英国知识产权局(UKIPO)发布了更新后的企业战略,概述了到2026年的目标。UKIPO还发布了2022年至2023年的企业优先事项,为实现远景目标迈出了第一步。

UKIPO将与合作伙伴密切合作,以实施企业战略并完成企业优先事项。协作对于成功实现这些目标至关重要。

合作伙伴包括致力于创新和创造的研究人员、发明家、创造者、企业和组织。这是对政府合作伙伴的进一步补充。所有这些利益相关方都依赖于强大的知识产权框架,他们通过解决知识产权问题来跟上技术、环境、文化和经济的变化。

UKIPO希望塑造未来的政策框架,以确保其服务和知识产权框架仍然适合未来的挑战和机遇。UKIPO的2022年至2023年企业优先事项制定了明年的3大支柱服务计划:提供卓越的知识

产权服务、创造世界领先的知识产权环境以及使UKIPO成为一个出色的工作场所。(来源:中国保护知识产权网,有删节)

# 6

## 错过期限不用急,印度商标异议期限重新计算

受新冠疫情影响,印度最高法院(Supreme Court)在2022年1月10日颁布了关于放宽各类期限的法令,将2020年3月15日至2022年2月28日排除在期限计算以外,对于截止日期落在前述期间的程序,新的截止日期将以2022年3月1日为起算日,顺延90日。

根据最高法院的法令,印度德里高等法院(Delhi High Court)于2022年3月21日发布指令,指示印度专利、外观设计和商标局(Controller General of Patents Designs and Trademarks)暂缓颁发在新冠疫情期间取得的商标注册证,并延长提起商标异议的期限。具体如下:

1. 对于初审公告截止日

期在2020年3月15日以后的商标,任何人有权在2022年5月30日前提起商标异议申请;提交商标异议申请后,印度商标网站应当在48小时内更新商标状态。

2. 对于初审公告截止日期在2020年3月15日以后的商标,将暂缓颁发商标注册证。如果商标已经核准注册,但是在2022年5月30日前被异议,不论是否已颁发商标注册证,商标注册视为撤销,商标状态改为“异议中”,直至异议审理结束;对于初审公告截止日期在2020年3月15日以后的商标,如果已经核准注册,且截至2022年5月30日未被异议,商标将维持注册。

印度专利、外观设计和商标局随后于2022年3月28日发布了公告通知,“根据印度最高法院、德里最高法院发布的指令,对于所有在2019年11月18日(公告期号为1928号)至2022年1月24日(公告期号为2036号)期间初审公告的商标,不论目前商标是否已注册、被异议、初审公告中或初审公告结束,任何人有权在2022年5月30日前,以电子或者纸质方式向商标注册处(Registry Office)提起商

标异议申请。”

事实上,本次并不是印度首次因疫情原因放宽案件期限。在2020年和2021年,印度最高法院就曾发布过类似的延期法令。从印度最高法院发布的通知看,2020-2022年,大约有6000-7000件商标异议申请是在初审公告期结束后提交的。此外,受疫情影响,印度专利、外观设计和商标局案件积压严重,大量的商标异议案件迟迟未安排听证,导致被异议的商标一直处于悬而未决的状态。本次延长异议期限,势必会增加商标异议的申请量,加重印度专利、外观设计和商标局的审查压力。但据悉,印度当局已恢复正常工作,将按异议申请提交日期的先后顺序进行审理。(作者:张媛,有删节)

# 7

## 日本政府制定《标准必要专利许可诚信谈判指南》

日本经济产业省(METI)已制定《标准必要专利(SEP)许可诚信谈

判指南》。该指南是日本政府制定的诚信谈判规范,参与SEP许可谈判的SEP持有者与实施者应遵守该规范。

METI的下属机构竞争促进局和知识产权政策局成立了“SEP许可环境研究小组”。该研究小组由知识产权与竞争法行业代表和专家组成,他们探讨了对日本有利的措施。考虑到SEP持有者和实施者面临的问题——缺乏清晰的SEP许可谈判规则以及国际趋势分析导致谈判可预测性差、透明度低,METI在2021年7月发表的研究小组中期报告中表示,“日本政府将及时考虑并对外发布SEP持有者和实施者应遵守的善意谈判规则”,各方进行善意谈判有助于早日解决和避免不必要的纠纷,从而促进日本工业的发展。

该指南是日本政府制定的善意谈判规范,参与SEP许可谈判(包括日本专利)的SEP持有者和实施者都应遵循,以便通过提高谈判的透明度和可预测性创造良好的许可环境。该指南不具有法律约束力,并且不保证即使遵循,谈判就是善意的。但是,METI期望SEP许可谈判相关方,例如谈判中的

各方和司法部门,遵守该指南,因为METI制定该指南时考虑了国内外公司、日本知识产权和竞争法领域的行业和专家的意见。(来源:中国保护知识产权网,有删节)

# 8

## 乌兹别克斯坦《地理标志法》已生效

乌兹别克斯坦第一部《地理标志法》于2021年12月21日通过,并已于2022年3月3日生效。该法律规定了地理标志注册和使用的规则和依据。

该法律对地理标志做出了定义,即如果商品的质量、声誉和其他特征基本上可以归因于其地理来源,则标识商品来源于某特定地理区域的名称为地理标志。地理标志应与原产地名称区别开来:原产地名称要求所有的产品阶段都发生在指定的地理位置,而地理标志接受至少一个对产品的质量、声誉或特性产生重大影响的阶段发生在特定地理位置。

虽然《商标、服务商标和原产地名称法》规定了

原产地名称的注册和使用原则,但新出台的《地理标志法》为新地理标志的注册和现有地理标志使用权的注册制定了规则。《地理标志法》还规定了外国地理标志的注册,其注册程序与乌兹别克斯坦本国程序相同。

申请人可以是位于某特定地理区域的自然人和/或法人,该地理区域名称用于指定申请人生产的产品。如果没有其他申请人或者其他申请人没有表达申请意愿,那么申请人可以是一个人。申请人还可以是该地区的非政府组织或当地行政机构。(来源:中国保护知识产权网,有删节)

# 9

## 美国专利商标局发布修订生物序列表的最终实施规则

2022年5月20日,美国专利商标局(USPTO)发布了一项最终规则,该规则对专利申请中与核苷酸和氨基酸序列披露相关的实践规则进行了修订。新的标准将适用于2022年7月1日当日或之后提交的所有

专利申请,并将使USPTO的实践规则与世界知识产权组织(WIPO)标准ST.26(“WIPO标准ST.26”)保持一致。WIPO标准ST.26允许申请人以中立语言的格式提交单一的、国际接受的序列列表(“序列XML”)。预计这将简化USPTO和WIPO各成员专利局之间的序列表程序要求,最终达到减轻申请人和专利局负担的目的。

### 新规则变化的亮点包括:

制定了参考WIPO标准ST.26的新规则(37 C.F.R. § 1.831-39);

使用新的国际协作核苷酸序列数据库(INSDC)标识符,替代了先前标准ST.25中使用的数字标识符;

取消了核苷酸或氨基酸序列的纸质或PDF副本的提交——根据新的标准,所有序列表必须以“XML”文件格式提交;

删除了在序列XML中包含少于4个氨基酸或10个核苷酸的序列的选项;

采用了用于生成和验证序列表的免费桌面应用程序WIPO序列(WIPO Sequence)。(来源:中国保护知识产权网,有删节)



## 海牙协定在我国生效首日 外观设计国际申请超百件

2022年5月5日,《工业品外观设计国际注册海牙协定》(下称海牙协定)在我国生效当日,共有49家中国企业提交外观设计国际申请108件,其中,国家知识产权局收到我国申请人提交的外观设计国际申请58件,截至日内瓦时间下午5:30,由中国申请人直接向世界知识产权组织(WIPO)提交的外观设计国际申请有50件。

在国家知识产权局收到的申请中,联想(北京)有限公司、世耳医疗科技(上海)有限公司、北京小米移动软件有限公司等申请量居前。WIPO数据显示,向国际局直接提交外观设计国际申请的中国申请人中,Shenzhen Smoore Technology(深圳麦克韦尔科技有限公司)、Dreame Innovation Technology(追觅创新科技有限公司)、Shenzhen TCL Digital Technology(深圳TCL数字技术有限公司)等申请量居前。

近年来,国家知识产权局持续关注海牙体系的发展情况,积极推动我国加入海牙协定进程,为国内创新主体“走出去”提供更好服务。为此,国家知识产权局按照“符合海牙要求、方便用户使用、减少业务调整、衔接国际流程”的工作原则,积极推进审查标准、申请及审查流程、通知书以及系统需求等业务筹备,并与WIPO国际局就中国加入海牙协定的业务问题展开多轮磋商,为外观设计国际申请的提交和审查提供有力保障和支撑。

海牙体系为创新主体提供了一种简洁高效的外观设计国际注册程序,仅需使用一种语言、提交一份国际申请、使用一种货币、缴纳一组费用,即可在多个缔约方寻求外观设计保护,显著降低了企业在产品全球化布局过程中的外观设计注册成本,大幅提升注册效率。申请人在日后如有权利变

更、续展等需求,也只需向WIPO国际局提交一份请求,即可在所有指定缔约国家/地区生效,极大方便了创新主体对外观设计权利的集中化管理。

通过海牙体系提交外观设计国际申请有两种途径,申请人可以向WIPO国际局直接提交国际申请;如果缔约方局允许,申请人还可以通过缔约方局间接提交国际申请。在海牙体系下,外观设计国际注册在5年的首期有效期内,可以5年为期进行两次续展。在每个受海牙协定1999年文本约束的被指定缔约方,国际注册获得保护的期限至少为15年。(来源:国家知识产权局政务微信)

## 2021年中国知识产权保护状况白皮书 正式发布

2022年4月,国务院新闻办公室举办2021年中国知识产权发展状况发布会,《二〇二一年中国知识产权保护状况》(以下简称“白皮书”)正式发布。白皮书显示,2021年,我国知识产权保护制度建设、审批登记、文化建设、国际合作等方面均取得积极进展。

保护成效方面,2021年中国知识产权保护成效得到各国创新主体和国际社会广泛认可。知识产权保护社会满意度持续提高,达到80.61分(百分制),较去年上升0.56分。世界知识产权组织发布的2021年全球创新指数报告显示,中国排名第12位,较上年上升2位,连续9年保持创新引领积极态势。

制度建设方面,各相关部门依法履行职责,不断健全完善知识产权法律法规体系,知识产权保护法治化工作水平进一步提高。2021年,我国修改出台知识产权相关法律法规2部;发布知识产权保护相关司法解释4个;出台实施知识产权保护相关政策文件20余个。

审批登记方面,各类知识产权审批登记数量持续增长,审查质量与效率显著提高。2021年,我国发明专利授权69.6万件,同比增长31.3%。商标注册量773.9万件,同比增长34.3%,国内申请人提交马德里商标国际注册申请5928件,在马德里联盟中排名第三。著作权登记总量为626.44万件,同比增长24.30%。农业植物新品种权申请9721件,同比增长22.85%。

文化建设方面,全力做好学习贯彻习近平总书记关于加强知识产权保护工作重要指示、论述和党中央国务院决策部署的宣传报道,把握新形势新任务,多角度讲好中国知识产权故事,展示文明大国、负责任大国形象。2021年,针对知识产权保护重大专题宣传报道总量超10万篇次,新媒体平台相关话题参与人次近40亿。

国际合作方面,继续深化与世界知识产权组织等国际组织以及各国各地区知识产权机构的交流合作,主动参与国际规则制定,推动全球知识产权治理体制向着更加公正合理方向发展。正式提出申请加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》等。

自1998年起,我国已连续20多年编制发布知识产权保护状况白皮书,向国内外各界介绍我国知识产权保护状况。(来源:国家知识产权局官网)

## 中国声明5G标准必要专利1.8万项,占比40%,全球排名第一

6月6日,我国发放5G商用牌照3周年之际,国家知识产权局知识产权发展研究中心在京发布相关报告显示,当前全球声明的5G标准必要专利共21万余件,涉及4.7万项专利族,其中中国声明1.8万项专利族,占比接近40%,排名世界第一。

申请人排名方面,华为公司声明5G标准必要专利族6500余项,占比14%,在全球居首。经历“1G空白、2G跟随、3G突破、4G同步”的数十年发展历程,中国在5G通信产业中已取得显著成绩。

据介绍,由于移动通信产业的国际化特点,争夺标准必要专利是移动通信产业全球竞争中的重要内容,而当前5G通信标准的R15、R16和R17标准都已完成“冻版”,对应的标准必要专利布局基本成为定局。在这样的形势下,我国的标准必要专利声明量位居全球前列将对5G时代形成竞争优势起到重要作用。

此次发布的报告显示,当前全球声明的5G标准必要专利共21.7749万件,这些专利共涉及4.6879万项专利族,其中中国声明1.8728万项,排名第一,占比39.9%,美国声明1.6206万项,排名第二,占比34.6%,其他排名前列的国家/地区包括韩国(4293项,占比9.2%)、日本(3736项,占比8%)和欧洲(1833项,占比3.9%)。中美两国的5G标准必要专利合计占比达到74.6%,中、美、韩、日、欧5个国家或地区声明的5G标准必要专利数量合计占全球总量的95.5%。

报告表明,美国、中国、欧洲是全球5G标准必要专利最重要的布局目标区域,布局数量依次为:美国4.6123万件、中国3.9224万件和欧洲3.0704万件,占比分别为21.2%、18.0%、14.1%。这意味着这3个国家或地区也是5G标准必要专利最重要的目标市场。

据统计,在5G标准必要专利的全球专利申请人中,华为公司声明6583项专利族,排名第一,占比14%。以专利申请人在美国、中国、欧洲这3个国家或地区布局的同族专利数量来看,华为同样排名第一,随后是高通、三星、LG和OPPO。值得提及的是,在全球排名前15的专利申请人中,除美国、日本、欧洲、韩国各有2家外,中国企业独占7席。(来源:中国知识产权资讯网)

## 康弘药业 强创新管理 拓海外市场

成都康弘药业集团股份有限公司（下称康弘药业）成立于1996年，是一家致力于生物药、中成药、化学药及医疗器械研发、生产、销售及售后服务的医药集团，拥有先进的研发中心和标准的产业化生产基地，营销网络遍布全国。通过对临床需求的深入调研，在眼科、脑科、内分泌以及儿科等领域形成了具有康弘药业特色的知识产权及相关产品布局。近年来，得益于积极创新和知识产权保护，康弘药业产品的创新之路越来越宽，企业的发展步伐越行越稳。尤其通过积极进行海外知识产权布局，相关产品已逐步向国际市场迈进。

### 升级管理体系 激发创新活力

2004年至2005年，康弘药业开始起步做原创生物药，但当时中国生物药领域研发并不活跃，而且企业缺乏研发和生产的经验。尤其眼科领域，国内视力表评价标准与国际标准差异较大，企业创新研发只能“摸着石头过河”。如何能够有效缩小与国际高质量研发水平的差距是康弘药业面临的难题之一。

为了鼓励和支持创新，康弘药业先后制定了《专利管理制度》《商标管理制度》《技术秘密管理制度》等相关制度，为保障知识产权管理的正常运行创造了条件。此外，康弘药业还进一步强化知识产权团队建设，与海外知识产权事务所建立有效的合作机制，实现了知识产权管理的相关硬件和软件资源的配备，并在此基础上自行开发了适合企业知识产权管理的数据库平台。

随着创新研发的不断深入，知识产权管理制度的全面升级显得尤为重要。2011年，康弘药业成立了知识产权部，并设为一级部门，全面负责专利、商标、商业秘密、著作权等知识产权的管理工作，规范研究与开发活动、原辅材料采

购、生产、销售、涉外贸易等环节的知识产权管理，建立和完善知识产权确权、运用和保护方面的管理体系。

设置健全的管理制度体系和行之有效的运营体系，让康弘药业的创新研发迸发出前所未有的活力。2012年，康弘药业被中华人民共和国科学技术部、国务院国有资产监督管理委员会、中华全国总工会列为国家第五批“创新型试点企业”。2016年，康弘药业被评为国家知识产权示范企业。

截至目前，康弘药业已获得授权专利300余件，拥有国家级企业技术中心、国家级博士后科研工作站、四川省重点实验室等一流创新平台，承担国家级课题16项。据统计，康弘药业2020年研发投入占营业收入比例近30%。

### 分析市场环境 开展海外布局

对于医药领域尤其是创新药而言，“专利悬崖”是每个创新药的噩梦，所以专利布局就是创新药的生命线。公司研发的眼科药康柏西普是打破国外垄断的创新产品。上市7年间，累计有超过150万次注射，未来也将走向国门，代表国产创新药参与全球竞争，填补国内相关领域的空白。在企业海外知识产权布局的赋能下，康柏西普成为中国自主研发的一类生物新药进入美国临床试验的优秀案例。

这其中，关于在海外知识产权布局，康弘药业通过实践总结出了经验。知识产权布局要想与研发同步，必须在不同阶段布局不同类型的专利，从而实现全方位立体保护和生命周期延长保护的特点。海外知识产权布局，尤其是药品专利布局，企业需重视针对当地的流行病学分析、患病率的统计以及药品申报注册、市场准入的门槛以及知识产权环境分析等。为此，康弘药业知识产权团队与国外律师合作分析不同国家的知识产权保护环境、布局成本以及竞争产品相关专利、商标在海外市场的布局情况等，为企业在海外开展知识产权布局提供全面、精确、有价值的决策参考。截至目前，康弘药业累计围绕5个产品在30多个国家进行了海外专利布局，累计获得授权发明专利94件。（来源：中国知识产权报，有删节）

## LESI会长中富一郎先生受邀参加庆祝中国国际贸易促进委员会建会70周年大会暨全球贸易投资促进峰会

2022年5月18日，庆祝中国国际贸易促进委员会建会70周年大会暨全球贸易投资促进峰会在北京举行。大会主题为“汇聚贸促力量、共促开放发展”。

国家主席习近平在庆祝中国国际贸易促进委员会建会70周年大会暨全球贸易投资促进峰会上发表视频致辞。中共中央政治局委员、国务院副总理胡春华出席并主持庆祝中国国际贸易促进委员会建会70周年大会暨全球贸易投资促进

峰会。大会开始前，胡春华参观了中国贸促会建会70周年主题展。

有关国家领导人、国际组织负责人、商协会和贸促机构代表、企业代表共1.1万余人线上线下出席活动。中国贸促会代表与会工商界发布了《全球贸易投资促进峰会北京倡议》。

印度尼西亚总统佐科、厄瓜多尔总统拉索、世界贸易组织总干事伊维拉、东盟秘书长林玉辉、英国48家集团俱乐

部主席佩里、日本国际贸易促进协会会长河野洋平、美中贸易全国委员会会长艾伦等视频致辞，驻华使团长、柬埔寨驻华大使西索达现场致辞。

受中国贸促会的邀请，经LESI中国分会协助，LESI会长中富一郎（Nakatomi Ichiro）先生通过线上方式出席本次会议，共同庆祝贸促会成立70周年。

## 获奖 | 专商所荣获《商法》杂志2022年度知识产权领域卓越律所大奖

近日，《商法》团队评选出了2022年“商法卓越律所大奖”。贸促会专商所在知识产权（专利）领域再次荣获中国地区卓越律所大奖。

基于对中国法律市场的持续关注和报道，商法历经数月的调研和评选，聆听来自市场的直接反馈，考察了数千项来自境内外企业法务、管理层决策者、

法律学者等的投票和推荐，同时参考事务所过去一年参与过的重要交易、案例或引人注目的其他成就，从中甄选出获奖律所。

此次入选，充分说明贸促会专商所在专利领域的杰出服务受到客户的广泛认可。新的一年，专商所将一如既往地为客户提供优质服务。



### 获奖 | 专商所获评亚洲知识产权杂志2022年度知识产权律所

2022年5月16日，亚洲知识产权杂志公布了2022年度中国知识产权大奖获奖名单。中国贸促会专利商标事务所荣获2022年度中国知识产权大奖中最具影响力的奖项——年度知识产权律所。事务所还同时在商标申请、商标诉讼、专利申请等领域位列前茅。亚洲知识产权杂志这样评价专商所：“该事务所是中国历史最悠久的事务所，也是规模最大

的综合性知识产权事务所之一，在知识产权申请和诉讼等方面持续提供专业的服务。”

今年的奖项角逐异常激烈，获奖者可谓名副其实的中国最佳知识产权律所。为评选出优胜者，参选的事务所需提交各自代理案件的情况，评选会同时参考亚洲知识产权杂志编辑团队的调研结果。随后，来自全球各

地的企业法务对候选名单进行投票表决，这足以表明获奖律所是企业法务在中国寻求知识产权服务的最佳选择之一。



### 获奖 | 专商所荣获Benchmark Litigation “2022亚太年度知识产权律所榜单” 推荐事务所

2022年5月10日，法律评级机构Benchmark Litigation公布了“2022亚太年度知识产权律所榜单”，贸促会专商所在中国区知识产权领域荣列推荐事务所。Benchmark Litigation这样描述：中国贸促会专利商标事务所有300多名业务精湛的专利商标代理人 and 律师，在专利、商标、版权、域名及不正

当竞争领域为客户提供诉讼、行政法和仲裁服务等，特别在制药、化工及高新技术产业领域尤其突出。该事务所代表科技巨头苹果公司就一项专利无效决定提起行政诉讼，成功为客户维持了专利；该公司还代理云充吧在一个专利侵权诉讼案件中进行辩护，并成功协助客户撤销了法院的一审判决。”



### 获奖 | 专商所获评WTR 2022年度中国区推荐事务所

2022年3月，《世界商标评论》（简称WTR）发布了“2022 WTR 1000”全球领先商标事务所名录。中国贸促会专利商标事务所以其在商标领域无可争议的的实力被推荐并再次入选中国区商标申请和策略领域“金牌”事务

所，同时在商标执法和诉讼领域也榜上有名。正如WTR 1000所述，“作为中国历史最悠久的事务所，中国贸促会专利商标事务所毫无疑问是商标申请一流事务所和值得信赖的知识产权管理者。该所有322名专利代理师和商标代理人，

在北京同类事务所中位居前列，能够高效、准确地提供全方位的商标服务。



## 明星服务团队之国内客户商标团队



守护智慧 创造价值  
ENRICHING YOUR IDEAS

专属于您的商标管家！  
管家热线：010-6604 6604，资深专家接听

平均执业年限>15年

国家知识产权  
战略实施工作先进个人

中华商标协会颁发的  
“商标代理服务金牌个人”

全球商标  
注册/保护经验

商标诉讼专家  
争议案件解决

信誉保证  
品质保证

安全、高效、  
高性价比

### 文章作者



### 《专·注》

承办单位：贸促会专商所业务发展处  
编辑人员：程泳 张琬  
电话：+86-10-66046126  
+86-10-66046779  
邮箱：chengy@ccpit-patent.com.cn  
zhangw@ccpit-patent.com.cn

免责声明：文章内容仅供参考，不构成对任何具体问题的法律意见或咨询建议。如针对具体问题寻求法律意见，敬请联系相关专业人士。



贸促专商微信公众号



# 守护智慧 创造价值

## 知识产权全领域服务

### 北京

地址：北京市复兴门内大街158号远洋大厦10层  
电话：+86-10-66412345 / +86-10-68516688  
传真：+86-10-66415678 / +86-10-66413211  
电子邮件：mail@ccpit-patent.com.cn

### 上海

地址：上海市静安区威海路567号晶采世纪大厦18层  
电话：+86-21-62888686 传真：+86-21-62883622  
电子邮件：Shanghai@ccpit-patent.com.cn

### 广州

地址：广州市天河北路233号中信大厦1112-13室  
电话：+86-20-38770278 传真：+86-20-38770297  
电子邮件：Guangzhou@ccpit-patent.com.cn

### 香港

地址：香港湾仔港湾道一号会展广场办公大楼34号09室  
电话：+852-25231833 传真：+852-25231338  
电子邮件：HongKong@ccpit-patent.com.cn

### 深圳

地址：深圳市福田区嘉里建设广场3座13层12单元  
电话：0755-33046671  
电子邮件：shenzhen@ccpit-patent.com.cn

### 纽约

地址：One Penn Plaza Suite 4425 New York, NY 10119 U.S.A.  
电话：+1-212-8682066 传真：+1-212-8682068  
电子邮件：NewYork@ccpit-patent.com.cn

### 硅谷

地址：3945 Freedom Circle, Suite 550, Santa Clara, CA 95054  
电话：+1-408-8558628 传真：+1-408-8558639  
电子邮件：siliconvalley@ccpit-patent.com.cn

### 东京

地址：3F, Sankaidou Building, 1-9-13 Akasaka, Minato-ku,  
Tokyo, 107-0052, Japan  
电话：+81-3-55726686 传真：+81-3-55726687  
电子邮件：Tokyo@ccpit-patent.com.cn

### 马德里

地址：Calle del Principe de vergara 13, 5ºD, 28001, Madrid, Spain  
电话：+0034-910-663553  
电子邮件：Madrid@ccpit-patent.com.cn