

立足商标

服务企业

面向社会

2021年
第02期

▶ 总第282期

中华商标®

CHINA TRADEMARK

中华商标



二〇二一年第二期

诚信代理 自律执业

百一知识产权
FORIDOM IP LAW FIRM

法律服务·专利·商标·著作权



2004-2020



阿里巴巴集团



上海美术电影制片厂有限公司
SHANGHAI ANIMATION FILM STUDIO CO., LTD.



JUNYAO AIR
吉祥航空



东方明珠



DAZZLE



bilibili

上海市徐汇区桂平路410号
漕河泾国际孵化中心B区一层
(021) 64878081
www.foridom.com foridom@foridom.com

为了您 保护您 成就您

专业 负责 简单 阳光 奋进



上海 武汉 西安 长沙 休斯敦

团队近200人 专注知识产权20年
知识产权生命周期及法律服务提供商

连续五年获得“中国杰出知识产权服务团队”
《商法》卓越律所大奖—知识产权（专利）
《商法》卓越律所大奖—工业制造
《亚洲法律概况》知识产权领域值得关注事务所



总部：上海市外经大厦21楼、26楼
总机：021-51797188 61258088
邮箱：law@beshininglaw.com
网址：www.beshininglaw.com

DINGHONG
鼎宏集团

守护知产创新·拓展品牌价值



商标·专利·地理标志·法律服务

☎: 400-6811-508
🌐: www.dhipr.com

北京玺泽律师事务所
TISIZE & PARTNERS

专业 不止于 细节

知识产权 / 资本市场 / 合规管理 / 争议解决

- 2020中国知识产权十大新锐商标诉讼代理机构
- 2017-2020中华商标协会优秀商标代理机构
- 2018中国知识产权十大新锐诉讼代理机构
- 2017-2019中华商标协会优秀商标代理案例
- 2016全国律师协会十大知识产权案例



电话：010-64796189 邮箱：mail@tysize.com
地址：北京市朝阳区保利国际广场T1-1701 网址：www.tysize.com

为您的知识产权保驾护航
国内国外的法律专家
多方位、多层次、一站式服务

Securing Your Rights in a Changing China

- 知识产权的确权及维权业务
- 知识产权商业化业务
- 争议解决及诉讼业务
- 反不正当竞争诉讼业务
- 公知业务
- 企业综合法律业务

Chang Tsi & Partners
铸成律师事务所
Beijing Changsi (Guangdong) Shenzhen IP, USA



总部：北京市西城区北展北街华远企业号A座6/7/8层
电话：010-8836 9999
邮箱：marketing@changtsi.com
网址：www.changtsi.com

IP TALENT[®]

集 慧 智 佳



电话：010 52188612
地址：北京市海淀区海淀南路甲21号
中关村知识产权大厦A座8层

北京集慧智佳知识产权管理咨询股份有限公司
Iptalent Consulting Co., Ltd.

咨询电话：010-68036092

2021

《中华商标》 征订



《中华商标》是中华商标协会主管、主办的我国商标领域代表性的权威专业期刊。杂志始终本着“立足商标，服务企业，面向社会”的办刊宗旨，以最新锐的视角，洞悉商标领域的发展和走势，动态、高品质地为读者传递国家知识产权局、法院、知识产权学院等专家学者以及知名企业商标品牌管理人士撰写的专业文章，是企业品牌运营管理人员、商标法务人员，律师事务所、商标代理机构从业人员，大专院校科研院所商标品牌理论研究人员，各级市场监管和知识产权部门行政执法人员，各级人民法院司法人员的必读刊物，被誉为商标品牌领域的导向媒体，深受业内好评。2021年，本刊将以更加专业化的水准，为读者奉献高水平、高质量的知识产权文章。

《中华商标》国内外公开发行，全年12期、每月25日出版、国际标准大16开，80页。主要栏目设置包括：**商标执法与保护、精读异议、评审案例、法官说案、审查之窗、地理标志、理论研讨、实务交流、他山之石、基层传真**等。

2021年杂志征订工作正在进行中，欢迎各有关单位和广大读者订阅，将订阅回执传真或邮件发送我们。我们将竭诚为您做好各项服务工作。



联系人：李晓娟
电话：010-68036092
邮箱：zhshb68036092@cta.org.cn
传真：010-68036092

| | | | |
|--------------------------|--------|-----------------------|--|
| 2021年 《中华商标》 订阅回执单 | 单位全称 | 收件人 | |
| | 单位详细地址 | 邮编 | |
| | 联系电话 | 手机 | |
| | 纳税人识别号 | 接收电子发票邮箱 | |
| | 订阅价格 | 192元/套/年（16元/本，全年12期） | |
| | 订阅费用总计 | 万 仟 佰 拾 圆 | |

- 注：1. 订阅单位除自用外，也可向指定用户订阅赠阅；
2. 订户填写字迹要清楚，以避免邮寄差错；
3. 需要开具增值税普通发票的单位，填写接收电子发票邮箱地址；
开具增值税专用发票的单位，请在邮件中另附相关信息；
4. 户名：《中华商标》杂志社
开户行：工行北京复外支行
帐号：0200048509200529372
5. 邮寄地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003《中华商标》杂志社。

中华商标

中华商标协会业务指导单位：国家知识产权局

主管单位：中华商标协会

主办单位：中华商标协会

编辑出版：《中华商标》杂志社

编辑委员会主任：马夫

社长：南平

副主编：李崇

编辑：马君

广告发行部：李晓娟

编辑部：(010) 68983165 68032987

记者部：(010) 68014395 68048211

广告发行部：(010) 68036092

活动部：(010) 68036092

新媒体部：(010) 68983165

《中国商标年鉴》编辑部：(010) 68037835

战略合作伙伴： 贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司

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

智库支持：中国人民大学中国商标品牌研究院

中华商标协会法律顾问：吴新华

杂志社地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003

邮编：100048

传真：(010) 68036092

投稿邮箱：China.trademark@263.net.cn

订阅邮箱：zhsh68036092@cta.org.cn

 官方微信：中华商标杂志

 官方微博：中华商标杂志

广告经营许可证：京西工商广字0113号

中国标准连续出版物号：ISSN 1006-7531 CN 11-3655/D

国外总发行：中国国际图书贸易总公司

国外发行代号：6447BM

国内总发行：北京市报刊发行局

订阅：本社或全国各地邮局

邮发代号：82-49

定价：16.00元

户名：《中华商标》杂志社

开户银行：工行北京复外支行

银行帐号：0200048509200529372

设计印刷：中煤(北京)印务有限公司

声明：

凡本刊支付稿酬的稿件，均视为稿件作者同意以下条款：

1. 文责自负，作者保证其拥有文章的著作权(版权)。
2. 本刊有权以任何形式(包括但不限于纸媒体、网络、光盘等介质)使用、编辑、修改及许可其他媒介使用。无需另征得作者同意，无需另行支付稿酬。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。
3. 作者不得一稿多投。

目录

CONTENTS

本期聚焦

- 4 构建企业名称与商标冲突解决新机制
——从新修订的《企业名称登记管理规定》给商标监管带来的风险挑战谈起
马涛
- 6 新修订《企业名称登记管理规定》的意义与挑战
韩进文 焦梦航
- 10 如何统筹考虑企业名称与商标
刘云佳
- 14 小议企业名称与商标权冲突
——以《企业名称登记管理规定》修订为视角
张琰
- 15 关于企业名称与注册商标冲突解决机制的梳理
孙红晓

专栏

判例辨析

- 16 连续三年不使用撤销制度中“商标使用”的认定
黄涛

法官说商标

- 22 商标撤销复审行政案件伪证行为防治探析
杜文婷

审查之窗

- 26 撤销连续三年不使用商标业务中如何提供第35类商标使用证据
丁然

观察与思考

- 29 中学生品牌消费影响及应对思考
高艺菲
- 42 《商标法》视角下的网名保护
——以“PAPI酱”商标案为例
张佳鑫

报道

- 31 “红牛”系列商标案尘埃落定：最高人民法院终审明确天丝集团商标所有权

商标观察

- 33 商标侵权诉讼中“陷阱取证”的效力
——《知识产权证据规则》第七条评述
马强 戴越

评案说法

- 37 违反诚实信用原则注册的商标不予保护
叶菊芬
- 46 商场、超市服务在类别认定上的法律问题辨析
——评康成投资(中国)有限公司诉松溪县润发商贸有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案
蔡伟 陈颖

56 《商标法》第十九条第四款的理解与适用

——评第16676428号“一只酸奶牛”商标无效宣告案

张新

他山之石

50 欧盟知识产权局关于商标恶意注册的认定标准探析

——以“YILI伊利”商标无效宣告案为例(上)

龚秋剑 张晏清

企业“新”声

53 损害他人姓名权的认定及法律规制

刘建英

理论研讨

58 《民法典》与《商标法》对商标惩罚性赔偿规定之比较

谭慧

63 商品包装类立体商标的显著性判断

田龙

69 假冒注册商标罪中商标使用的认定

凌宗亮

实务交流

61 中欧商标连续不使用撤销制度的相同近似与差异

李萌萌

76 大型企业如何科学使用和管理防御性商标以避免“撤三”风险

邓振明

环球资讯 79



4. Constructing a New Mechanism for Resolving Conflicts between Enterprise Name and Trademark
10. How to Make Overall Consideration of Enterprise Name and Trademark
14. Discussing the Conflict between Enterprise Name and Trademark Right
16. Recognition of "Trademark Use" in the Non-use Cancellation System for Three Consecutive Years
22. On the Prevention of Perjury in Administrative Cases of Re-examination of Trademark Revocation
29. The Influence of Brand Consumption of Middle School Students and its Countermeasures
33. The Effect of "Trap Evidence" in Trademark Infringement Litigation
37. Trademarks Registered in Violation of the Principle of Good Faith Will not be Protected
42. Net Name Protection from the Perspective of "Trademark Law"
46. Analysis of Legal Issues in the Type Identification of Department Store and Supermarket Services
53. Cognizance and Legal Regulation of Damage to the Name Right
69. Determination of the Use of Trademarks in the Crime of Counterfeiting Registered Trademarks

编者按：《企业名称登记管理规定》（中华人民共和国国务院令 第734号）于2020年12月28日公布。修订后的《规定》，自2021年3月1日起施行。本期本刊以“商标与企业名称”为主题，从理论、实务及案例解析的角度就新修订的《规定》的现实意义，商标与企业名称的概念、冲突的表现形式、产生原因、现有的保护机制与解决路径等就商标与企业名称相关问题进行探讨，以飨读者。

构建企业名称与商标冲突解决新机制

——从新修订的《企业名称登记管理规定》给商标监管带来的风险挑战谈起

马涛

新修订的《企业名称登记管理规定》（下称新规）将于3月1日起施行，新规建立了企业名称自主申报制度和争议处理机制，并完善了企业名称的基本规范，对于优化营商环境具有积极意义；新规中也进一步强化事中事后监管，对不合规企业名称的纠正、利用企业名称实施不正当竞争的行为予以了规定。企业名称与商标专用权之间的冲突矛盾一直是基层市场监管执法中的难点，新规的施行会为基层执法人员解决这一问题带来怎样的契机呢？笔者将围绕以下三个方面的问题进行探讨。

一、新规下企业名称与商标权利冲突解决的有利之处

一是明确了使用企业名称不得损害他人合法权益。新规第二十三条第一款明确规定“使用企业名称应当遵守法律法规，诚实守信，不得损害他人合法权益”。商标专用权是他人的合法权益之一，使用企业名称不得损害他人先在商标权。实践中，企业名称登记时将在先商标权予以保护并非没有先例，北京市很早就将中国驰名商标、北京市著名商标纳入了企业名称登记系统，在企业名称登记注册时予以保护。但是这种保护机制是存在问题的，一

方面随着“驰名商标”的正本清源以及“著名商标”评选取消，现有企业名称登记系统里的“驰名商标”及“著名商标”已经不能完全涵盖近几年发展起来的知名度较高的商标；另一方面，仅仅将这些原有的“驰名商标”及“著名商标”纳入保护范围，对于其他同样获得商标专用权保护的普通商标并不公平，尤其是在同行业中具有较高知名度的商标，并不能得到相应的保护。因此，在新规明确使用企业名称不得损害他人合法权益的法律框架下，探索企业名称自主申报与商标注册之间如何实现有效衔接，互为检索前提，才是从根本上解决两者之间冲突的有效手段。

二是明确了企业名称与在先商标权冲突时的解决机制。新规第二十三条第二款则规定“人民法院或者企业登记机关依法认定企业名称应当停止使用的，企业应当自收到人民法院生效的法律文书或者企业登记机关的处理决定之日起30日内办理企业名称变更登记。名称变更前，由企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称。企业逾期未办理变更登记的，企业登记机关将其列入经营异常名录；完成变更登记后，企业登记机关将其移出经营异常名录”，很显然，这条规定对于人民法院或者企业登记机关依法认定企业名称应当停止使用的情形



处理作了规定，但关于企业名称停止使用的法定情形，以及企业名称变更的程序、期限等方面的规定，还应当进一步细化处理。相较于原来执法实践中认定企业名称侵犯他人商标专用权，但却没有处理的法律依据的情况相比，这一条可以说是立法的很大进步。

二、新规下企业名称与商标权利冲突解决的不利之处

实践中，企业名称与商标专用权之间的冲突，主要集中表现在以下两个方面：一是企业名称与在先商标专用权或者在先企业名称与商标专用权之间的冲突；二是企业牌匾（店招）与商标专用权的冲突。尤其以第二种冲突较难解决。笔者认为新规的施行进一步增加了基层执法难度。

一是更加淡化了企业牌匾（店招）的性质。企业牌匾上所使用的文字的性质一直难以界定。企业牌匾到底应该标明的是企业的名称、商品的名称或者是商标品牌呢？新规没有任何有关“牌匾”的规定，旧规第二十条曾明确“企业的印章、银行账户、牌匾、信笺所使用的名称应当与登记注册的企业名称相同。从事商业、公共饮食、服务等行业的企业名称牌匾可适当简化，但应当报登记主管机关备案”。这条规定似乎可以理解为企业的牌匾应该标示企业的名称，但实践中我们经常看到的企业牌匾多与企业名称无关。以北京市东城区市场监督管理局曾查处过的系列侵犯“稻香村”商标专用权的案件为例，多名当事人在实际经营过程中悬挂了“稻香村”牌匾或者店招，但其企业名称都不包含“稻香村”三个字。当事人均认为“稻香村”是该店所售商品的牌子，在牌匾上标注是起广告作用，或者“稻香村”是某企业授权该店使用的企业名称或商标。很显然，实践中的牌匾并没有起到标注企业名称，区别不同商品来源的作用。而新规对牌匾完全没有规定，对于如何规范企业牌匾不规范使用造成商标侵权或不正当竞争的问题，将会更加难以明确界定。

二是企业名称可授权使用带来更大的侵权风险。新规第十九条规定“企业名称转让或者授权他人使用的，相关企业应当依法通过国家企业信用信息公示系统向社会公示”，这意味着企业可以将自己唯一的企业名称授权他人使用，对于授权使用的具体情况新规并没有详细规定，也没有规定企业名称授权后授权方是否可以继续使用自己的企业名称。相较旧规限制企业名称只能随企业转让且要经过登记机关核准的规定，新规的规定是较为宽松的。“宽进”必然增加“严管”风险，以企业名称授权使用导致的商标侵权行为势必增加，非法经营者会以此为手段达到“傍名牌”的效果。如上所述，一些市场主体通过授权他人使用含有“稻香村”三个字的企业名称，被授权者又将企业名称进行简化或者突出使用，容易造成消费者的混淆或误认，也侵害了其他企业的合法权益。而这类行为在定性上通常又极具争议，很难从根本上杜绝。

三、新规框架下的问题解决新机制

为了有效解决企业名称与商标权之间的冲突，结合新规，笔者认为要以新规实施为契机，找到企业名称登记与商标权利保护之间的平衡点，构建企业名称与商标权利冲突解决的新机制。

一是充分认识企业名称与商标权在功能上的相通性。商标是用于经营活动中区分不同商品或服务来源的标志；企业名称即公司或法人的名称，是一个企业区别于其他企业的文字符号；注册商标和企业名称均是按照相应的法律程序获得的标志权利，虽然商标与企业名称的定义不同、构成要素不同、审批登记机关不同、取得的法律依据、效力范围与存续实践也不同，但是毋庸置疑，商标和企业名称都是消费者选择不同商品或服务时最为在意、关注的，两者都承载着企业的商誉价值。因此，不能将企业名称与商标完全割裂，应该在两者之间、两个不同的管理部门或者管理系统之间构建一个数据交流的通道。



二是企业名称与商标权互为在先权利时的判断标准。首先，企业名称登记时将商标权作为在先权利保护，商标权要获得在先保护的前提是该商标已经投入实际使用，并且建立了作为商标应有的商业信誉及较强的识别功能和显著特征，并非所有的商标都应该作为在先权利进行保护；其次，企业名称中的字号作为在先权利保护，该字号同样要投入使用并具有一定知名度且容易导致相关公众混淆，并非所有的企业名称字号都应该作为在先权利进行保护；最后，将企业名称作为商标申请的问题，通常情况下在商标所含企业名称与申请人存在关联关系且符合商业惯例，不会使消费者产生混淆误认，也不会对社会经济发展产生消极负面影响的，可以将企业名称作为商标注册使用。

三是合理把握不规范使用企业名称、商标侵权、不正当竞争的界限。在原有法律框架下，并没有具体规定企业名称侵犯商标权或构成不正当竞争时，如何处理该“企业名称”，新规第二十三条给出了解决办法。但是在行政执法中如何具体判断企业名称的使用属于正当使用还是违规使用，是否构成商标侵权或不正当竞争行为时，仍然要把握好三种行为之间的界限。《最高人民法院关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》曾指出：“企业名称因突出使用而侵犯在先注册商标专用权的，依法按照商标侵权行为处理；企业名称未突出使用但足以产生市场混淆，违反公平竞争的，依照不正当竞争处理”。很显然，不同情况下企业名称的不规范使用可能违反的是不同的法律规范。

综上所述，笔者认为新规的出台进一步放宽了企业名称准入，要彻底解决企业名称与商标权之间的冲突，就必须在企业名称管理系统和商标注册管理系统之间打开一条数据交流通道，形成信息的互通共享，执法人员也必须秉持具体案件具体分析审慎监管原则，对不规范使用企业名称、商标侵权以及不正当竞争行为作出界定和处理。

作者单位：北京市东城区市场监督管理局

新修订《企业名称登记管理规定》的意义与挑战

韩进文 焦梦航

2020年12月14日，国务院第118次常务会议修订通过《企业名称登记管理规定》（以下简称“《规定》”），自2021年3月1日起正式施行。《规定》是对1991年《企业名称登记管理规定》的第二次修订（2012年第一次修订），也是一次全面且重大的修订。本次修订对企业名称注册程序、争议解决机制做出了重要变革，是落实党中央、国务院深化“放管服”改革和优化营商环境的重要步骤。

一、在企业名称注册程序方面，《规定》以“企业自主申报”制度取代了多年来的“预先核准”制度，并细化了不予核准企业名称的类型，对于企业在选择、注册企业名称时具有积极的指导意义

（一）《规定》取消了“预先核准”制度，代之以“企业自主申报”制度，赋予企业自主选择名称的权利，提高企业名称注册效率

《规定》第十六条规定：企业名称由申请人自主申报。申请人可以通过企业名称申报系统或者在企业登记机关服务窗口提交有关信息和材料，对拟定的企业名称进行查询、比对和筛选，选取符合本规定要求的企业名称。申请人提交的信息和材料应当真实、准确、完整，并承诺因其企业名称与他人企业名称近似侵犯他人合法权益的，依法承担法律



责任。

这是《规定》中最大的亮点之一。1991年《企业名称登记管理规定》实施以来，我国长期采用企业名称“预先核准”制度。企业在办理设立登记、领取营业执照之前，先要到登记机关提交企业名称预先核准的申请，登记机关对受理的名称进行审查、判断，对符合规定的企业名称核发《企业名称预先核准通知书》，这实际上属于行政许可的性质。

《规定》实施后，企业可以通过各省、自治区、直辖市的申报系统对拟申报企业名称进行查询，有效避开重复名称、绝对禁用名称，在此基础上根据自己意愿选择倾向的企业名称。这不仅为企业提供了更大的选择空间，也将大大提高企业名称获得注册的效率。同时，自主申报的企业名称存在侵犯其它企业合法权益或利用企业名称实施不正当竞争等行为时，企业也需要事先承诺为自身的申报和使用行为承担相应的法律责任，意味着企业需要为自己的选择负起责任。

(二)《规定》细化了不得用作企业名称的文字和内容，为企业正确选择企业名称提供更加明确的指导

1991年实施的《企业名称登记管理规定》中包含了六项不得用作企业名称的文字和内容，2012年第一次修订保留了原文，本次修订则进行了系统性的修改，删除了“汉语拼音字母（外文名称中使用的除外）、数字”这一多余条款^[1]，将禁止使用的文字和内容增加至九种作为第十一条，即：

1. 损害国家尊严或者利益；
2. 损害社会公共利益或者妨碍社会公共秩序；
3. 使用或者变相使用政党、党政军机关、群团组织名称及其简称、特定称谓和部队番号；
4. 使用外国国家（地区）、国际组织名称及其通用简称、特定称谓；
5. 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；
6. 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；

7. 违背公序良俗或者可能有其他不良影响；
8. 可能使公众受骗或者产生误解；
9. 法律、行政法规以及国家规定禁止的其他情形。

修订后的上述规定与我国《商标法》对于禁用标志的规定基本保持一致。这将在企业选择名称时提供更加明确的指导。但考虑到企业名称将使用互联网申报系统，且企业名称申请人的认知水平有差异，笔者认为国家市场监督管理总局可不断完善禁用文字和内容的数据库，并在申报系统中予以应用。当申请人试图使用这些禁用文字或内容时，申报系统可自动拒绝。

二、在争议解决方面，《规定》强化了企业名称登记事中事后的监管，明确了企业名称争议的行政裁决机制。但行政裁决机制的实施同时也会面临很大的挑战

《规定》第二十一条规定：企业认为其他企业名称侵犯本企业名称合法权益的，可以向人民法院起诉或者请求为涉嫌侵权企业办理登记的企业登记机关处理。企业登记机关受理申请后，可以进行调解；调解不成的，企业登记机关应当自受理之日起3个月内作出行政裁决。

同时，《规定》第二十三条第二款规定：人民法院或者企业登记机关依法认定企业名称应当停止使用的，企业应当自收到人民法院生效的法律文书或者企业登记机关的处理决定之日起30日内办理企业名称变更登记。名称变更前，由企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称。企业逾期未办理变更登记的，企业登记机关将其列入经营异常名录；完成变更登记后，企业登记机关将其移出经营异常名录。

笔者认为，上述两条款彰显了市场监督管理部门打击企业名称侵权的决心。行政裁决制度为企业名称之间的冲突、企业名称与在先商标权、姓名权等其他在先权利的冲突提供了快速解决机制。第



二十三条第二款的“强制执行”制度则为行政裁决的有效执行提供了保障。两个制度解决争议的速度显然要快于民事诉讼，后者通常需要半年甚至一年的时间才能收到民事判决。

但同时需要看到的是，行政裁决机制的实施因为以下原因也会面临很大的挑战。

首先，作出行政裁决的机关通常是各地基层企业登记机关。根据《行政诉讼法》的规定，此类行政裁决并非不得向法院起诉的行政行为，而此类涉及行政裁决的行政诉讼又应由基层人民法院管辖，且基层法院在审理过程中需要厘清企业名称和在先权利的冲突内容并做出判断。因此，在企业名称争议的解决过程中，基层企业登记机关与基层人民法院是主要力量。

其次，企业名称与在先权利的冲突经常涉及较

营的情形，在先企业名称在不同行政区域的知名度如何认定，应给与何种程度的保护也会是双方当事人的争执核心。再如，企业名称与在先驰名商标的近似判定标准、企业经营范围与商品或服务的核定使用范围之间的类似关系的确定，同样是具有挑战性的问题。

尽管我国行政机关和人民法院的知识产权保护实践经验在近年来积累了丰富的经验，但不可否认的是依然存在不同地区存在实践经验参差不齐的情况。因此，一些基层地区的企业登记机关和人民法院将面临新型案件的挑战，这也反过来对行政裁决制度的有效实施带来了挑战。

三、对《规定》具体实施的相关建议

尽管存在一些挑战，但毋庸置疑的是《规定》的出台对于解决企业名称和商标权、姓名权等在先权利的纠纷会产生重大且积极的意义。一方面，“自主申报”制度将大大提升企业名称的注册效率，释放市场活力；另一方面，“行政裁决”机制为保护企业字号、打击恶意搭便车行为提供了高效解决机制，有利于维护市场主体的合法利益和健康的市场秩序。

为保障《规定》具体实施的效果，笔者认为可考虑加强以下几个方面的工作：

（一）尽快修订《企业名称登记管理实施办法》，制定配套规范性文件

国家市场监督管理总局登记注册局杨红灿局长在国务院政策例行吹风会上答记者问时表示，为了保障《规定》顺利实施，市场监管部门将加快配套规则的制定，抓紧修订《企业名称登记管理实施办法》，制定加强企业名称登记管理的配套规范性文件，完善企业名称登记管理的法治保障。

笔者建议，在修订《企业名称登记管理实施办



为复杂的事实和法律问题。例如，根据最高人民法院《关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第一条的规定，将他人先在注册商标作为企业字号在相同或类似商品上突出使用，属于商标侵权行为，未突出使用则属于不正当竞争行为。如何准确认定“突出使用”、正确适用不同法律十分重要。又如，企业名称之间发生冲突时，在先企业名称与在后企业名称尽管注册地并不位于同一行政区域，但在先企业名称的权利人存在跨行政区域经



法》过程中，应对实践中已经存在的企业名称与在先权利冲突的类型进行总结，纳入司法解释中的相关规定，借鉴司法审判中的相关经验，形成相对系统、详尽的规范性文件，以更好地指导各地市场监督管理部门的工作。例如国家知识产权局在2020年发布的《商标侵权判断标准》就涵盖了相对系统的内容，收获了良好的社会效果。

同时，在修订《企业名称登记管理实施办法》的过程中应考虑企业名称保护的的特殊性，针对大规模恶意注册企业名称的行为建立一站式投诉机制。实践中，存在一些侵权人将某一知名企业的企业名称、商标等在先权利在全国各地大规模注册成企业名称的情况。对权利人来讲，在全国各地通过个案进行投诉或诉讼，将耗费大量人力物力。针对这一情况，应设立跨地域、集中投诉机制，一站式帮助权利人维护其合法权益。

（二）加强对基层行政执法人员和法官的业务培训，进一步提高企业名称相关纠纷的处置能力

如前所述，行政裁决机制是新修订《规定》中的最大亮点之一，而行政裁决的有效实施和执行很大程度上要靠基层行政执法人员和法官完成。提高基层行政执法人员和法官（尤其是执法审判经验较少的地区）处置企业名称相关纠纷案件的能力，对于有效化解纠纷的重要性不言而喻。

（三）进一步加强行政机关与人民法院的沟通，保持执法标准和审判标准的一致性

根据《规定》，企业名称登记机关应当自受理企业名称争议之日起3个月内作出行政裁决。3个月的时间远远短于大部分地区民事诉讼所需时间。为快速维权，估计多数权利人会优先选择请求企业名称登记机关处理。但由于行政裁决并非终局裁决，当事人很可能会在收到行政裁决后向人民法院提起诉讼。在此情况下，加强行政机关与人民法院的沟通，保持执法标准和审判标准的相对一致，有助于充分发挥行政裁决时效短的制度优势。

（四）企业在注册名称前应履行调研义务，善意选择企业名称，避免侵权风险

尽管线上申报系统可以帮助企业在申请名称时查询本行政区域内已经存在的重名企业，但企业名称依然可能与其他行政区域内已经注册的跨区经营企业构成冲突，也可能与人在先商标权、姓名权构成冲突，或属于禁止性使用的文字和内容。为尽可能避免侵权风险，企业在申报公司名称前应至少进行以下几方面的调研：

1. 通过全国工商企业信息系统查询在其他行政区域是否存在相同或近似的已注册企业名称。如有，这些企业名称是否在己方所在行政区域内拥有商业经营及知名度；

2. 通过中国商标网查询在与己方经营范围相同、类似的类别上是否存在他人先注册的商标；

3. 是否存在与己方企业名称相同或近似的在先驰名商标；

4. 己方企业名称是否与知名人物的姓名相同或近似；

5. 己方企业名称是否存在其他含义，是否属于《规定》第十一条中的情形。

四、结语

本次修订是《企业名称登记管理规定》施行近30年来的第一次全面修订，是企业名称登记和管理制度历史上具有积极意义的一次重要变革，有助于加强竞争，激发企业经营者的主观能动性。同时，修订后《规定》的实施依然面对着许多挑战。笔者期待国家市场监督管理总局尽早出台配套规则，促进《规定》得到有效实施，助力我国市场经济行稳致远。■

作者单位：北京己任律师事务所

注释：

[1] 《规定》第五条已经明确“企业名称应当使用规范汉字”。



“红牛”系列商标案尘埃落定： 最高人民法院终审明确天丝集团商标所有权

（本刊讯）2020年12月21日，最高人民法院就“红牛系列商标”权属纠纷案做出终审判决：驳回上诉，维持北京市高级人民法院2019年11月25日做出的一审判决。即确认“红牛系列商标”归属泰国天丝医药保健有限公司。至此，“红牛”系列商标案尘埃落定。

“红牛”商标权属起纷争

2018年8月30日，红牛维他命饮料公司向北京市高级人民法院提出诉讼，请求法院确认“红牛”系列商标所有权为其单独享有，若不能对此予以确认，则确认由该公司和天丝医药公司共同所有，并判令天丝医药公司向其支付广告宣传费用37.53亿元。对此，天丝医药公司主张红牛维他命饮料公司提起该案诉讼属于滥用诉权和恶意诉讼，其诉讼目的在于企图通过诉讼不正当掠夺属于天丝医药公司所有的“红牛”系列商标所有权，同时人为制造诉讼，刻意阻碍其他法院正在审理的相关商标侵权案件，以便通过继续生产销售侵权产品获取巨额不法利益。2019年11月25日，北京市高级人民法院一审判决驳回了红牛维他命饮料公司的全部诉讼请求，认定涉案“红牛”系列商标明确归属于天丝医药公司，基于涉案合资合同的相关条款约定内容不能得出系对“红牛”系列商标所有权进行的约定、天丝医药公司负有转让“红牛”系列商标的合同义务，而在红牛维他命饮料公司出于自身商业利益的考虑且已经就相关广告宣传费用计入公司运营成本的情况下，其要求天丝医药公司承担相关费用缺乏事实及法律依据。

红牛维他命饮料公司不服一审判决，随后向最高人民法院提起上诉。

“红牛”商标案终审落锤

二审庭审中，红牛维他命饮料公司认为一审法院有关基础事实尤其是关于其与天丝医药公司之间属于商标许可使用关系的认定不清或认定错误，天丝医药公司则坚持主张其对“红牛”系列商标持有清晰、独立、完整的所有权。经审理，最高人民法院认为“红牛”系列商标权属关系明确，红牛维他命饮料公司的使用是基于天丝医药公司的授权许可，而许可合同对双方权利义务已经作出了明确约定，红牛维他命饮料公司使用并宣传“红牛”系列商标并不能取得商标权，而且红牛维他命饮料公司因商标使用及同时伴随的技术许可获得了足够的回报，其主张享有或与天丝医药公司共同享有“红牛”系列商标权的主张不能成立。

“红牛”商标案为市场法治而鸣

作为全球能量饮料的标志性品牌和产品，红牛由天丝集团（TCP Group）创始人——泰籍华人许书标先生于上世纪七十年代成功研发。红牛品牌以其高品质畅销全球170多个国家和地区，同时深受中国消费者喜爱。针对“红牛商标案”，光明网时评表示：“在改革开放的大江大河中，无数企业上演了争流强渡的一幕，或铩羽而归或力争上游，而一个个鲜活的教训，也警示着万千市场主体：眼下已是一个遵守契约精神、尊重知识产权的法治时代，没有谁逆潮而动还能成功。近年来，从‘王老吉案’到‘乔丹案’，引来万众瞩目的同时，也释放了法治讯号。此次‘红牛’商标案落槌，更重申了市场法治的重要性。”



超凡CHOFN[®]

品牌法律解决方案专业提供商



通过专业化，实现高质量发展

超凡商标代理团队由260余名律师、商标代理人、域名专家等组成，核心成员拥有10-20年的行业经验，连续获评“亚洲知识产权专家”“商标领军人物”“金牌商标代理人”等。团队拥有丰富的国内和海外商标咨询、代理经验，能够为各行业大中型客户成立项目组，提供定制化服务。

中华商标协会副会长单位
全国知识产权品牌培育机构
中华商标协会海外维权委员会主任委员
中国商标行政诉讼代理机构TOP10
中国杰出知识产权诉讼团队

扫码关注回复“商标”咨询问题或免费领取
热门商标实务课程（20个课时，近2万受众）

Tel: 400-676-2003
E-mail: lawyer@chofn.com



商标侵权诉讼中“陷阱取证”的效力

——《知识产权证据规则》第七条评述

马强 戴越

众所周知，诉讼活动中最重要的就是证据，常言说“打官司就是打证据”。知识产权侵权诉讼中，最关键也最不可缺少的取证环节就是侵权证据的固定与收集。在取证阶段，为避免打草惊蛇及取证现场不必要的冲突，权利人往往直接或通过委托的律师或调查公司等代理人以普通消费者的名义与侵权方进行接洽以取得侵权产品、宣传材料、场所照片等证据，并通常由公证处对相关取证过程以及取证结果进行公证，以确保取证的效力。因为在取证过程中，取证人以及公证人员均不会亮明自己的真实身份，因此该种取证方式也被称为“陷阱取证”。

在很长一段时间内，“陷阱取证”的效力常常引起争议，再加上公证程序规则对公证员有“亮明身份”的要求，有关知识产权侵权诉讼的相关规定又未明确对“商标侵权诉讼”中能否“匿名取证”做出特别规定，权利人在请求公证处配合对侵害商标权的行为进行公证取证时，总是需要对取证方式等问题进行特别沟通。

2020年11月16日，最高人民法院颁布《最高人民法院关于知识产权民事诉讼证据的若干规定》（以下简称“《知识产权证据规则》”），并于2020年11月18日施行。其中，第七条对“陷阱取证”的问题进行了规定。对于知识产权诉讼律师来说，该规定的具体适用，包括举证责任的负担、证据效力的采信等对于未来的取证、证据认定以及损害赔偿均具有深远的影响。

一、“陷阱取证”的立法与司法回顾

“陷阱取证”最大的争议在于取证时未表明真

实身份，以该种方式取得的证据效力如何认定。经过对规范性文件的梳理，在《知识产权证据规则》实施之前，关于“取证”有如下的内容：

| 规范性文件名称 | 具体规定 |
|---|---|
| 《关于未经对方当事人同意私自录制其谈话取得的资料不能作为证据使用的批复》（以下简称《批复》，1995年颁布，已于2019年7月20日被废止） | 证据的取得必须合法，只有经过合法途径取得的证据才能作为定案依据。未经对方当事人同意私自录制其谈话，系不合法行为，以这种手段取得的录音资料，不能作为证据使用。 |
| 《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》法释〔2001〕33号，已于2019年12月25日修订，以下简称《民事证据规定》 | 第六十八条：以侵害他人合法权益或者违反法律禁止性规定的方法取得的证据，不能作为认定案件事实的依据。 |
| 《关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》法释〔2002〕31号，2002年10月15日生效，2020年12月29日修订，以下简称《著作权司法解释》 | 第八条：当事人自行或者委托他人以定购、现场交易等方式购买侵权复制品而取得的实物、发票等，可以作为证据。 公证人员在未向涉嫌侵权的一方当事人表明身份的情况下，如实对另一方当事人按照前款规定的方式取得的证据和取证过程出具的公证书，应当作为证据使用，但有相反证据的除外。 |
| 如何理解和适用《关于审理著作权民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（2002年月20日发布） | （二）关于公证取证《若干解释》规定，当事人自行或者委托他人购买侵权复制品而取得的实物、发票等，可以作为证据。公证人员在未向涉嫌侵权的一方当事人表明身份的情况下，如实对另一方当事人按照前款规定的方式取得的证据和取证过程出具的公证书，应当作为证据，但有相反的证据除外。这样规定就解决了公证取证效力不明确的问题，对法院依法审查证据的合法性将产生积极的作用。对于欺诈、胁迫、利诱等不当方式取证无效问题，应当适用最高人民法院《关于民事诉讼证据的若干规定》第 |



| | |
|---|--|
| | 六十八条“以侵害他人合法权益或者违反法律禁止性规定的方法取得的证据，不能作为认定案件事实的依据”的规定，不予采信。 |
| 最高人民法院关于适用《中华人民共和国民事诉讼法》的解释，以下简称《民诉法解释》 | 第一百零六条：对以严重侵害他人合法权益、违反法律禁止性规定或者严重违背公序良俗的方法形成或者获取的证据，不得作为认定案件事实的根据。 |

《批复》中的相关规定会使得“未取得对方同意”而获得的录音证据效力存疑，也一度引发了公证员对于侵权取证公证过程中是否需要亮明身份的讨论与担忧，但是此后《民事证据规定》《民诉法解释》《著作权司法解释》等相关规定明确了相应侵权取证的效力。即侵权取证并无需亮明身份，某一证据能否被采信，判断标准在于相关证据的取得是否严重侵害他人合法权益、是否违反法律禁止性规定或者是否以严重违背公序良俗的方法形成或者获取。

在(2015)民提字第212号民事再审一案中，最高人民法院对民事诉讼的取证效力进行了论述。在该案中，最高人民法院基于2002年4月1日实施的《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第六十八条“以侵害他人合法权益或者违反法律禁止性规定的方法取得的证据，不能作为认定案件事实的依据”的规定，认定“法复[1995]2号批复所指的‘未经对方当事人同意私自录制其谈话，系不合法行为’应当理解为系对涉及对方当事人的隐私场所进行的偷录并侵犯对方当事人或其他人合法权益的行为”。《民诉法解释》第一百零六条关于‘对以严重侵害他人合法权益、违反法律禁止性规定或者严重违背公序良俗的方法形成或者获取的证据，不得作为认定案件事实的根据’的规定明确了该司法精神。本案中，张文武与陈志雄的谈话系在宾馆大厅的公共场所进行，录音系在该公共场所录制，除张文武的女儿外也未有其他人在场，并未侵犯任何人的合法权益，故对该录音证据应予采纳，并作为认定本案相关事实的依据。”^[1]即，未取得对方同意

的录音证据能否作为证据采信的关键在于是否违反法律禁止性规定，是否侵害他人合法权益，而非形式上“是否取得对方同意”。

在知识产权领域，最高人民法院在十五年前的公报案例^[2]已经对“陷阱取证”的证据效力进行了明确认定。在北大方正集团有限公司、北京红楼计算机科学技术研究所与北京高术天力科技有限公司等计算机软件著作权侵权纠纷一案中，历经一审、二审及再审程序。在一审程序中，北京市第一中级人民法院认可了原告以普通消费者购买侵权产品的取证效力。在二审程序中，北京市高级人民法院不认可取证效力。争议的焦点即在于取证方式是否具有合法性。再审程序中，最高人民法院一锤定音，认定“对于法律没有明文禁止的行为，主要根据该行为实质上的正当性进行判断。就本案而言，北大方正公司通过公证取证方式，不仅取得了高术天力公司现场安装盗版方正软件的证据，而且获取了其向其他客户销售盗版软件，实施同类侵权行为的证据和证据线索，其目的并无不正当性，其行为并未损害社会公共利益和他人合法权益。加之计算机软件著作权侵权行为具有隐蔽性较强、取证难度大等特点，采取该取证方式，有利于解决此类案件取证难问题，起到威慑和遏制侵权行为的作用，也符合依法加强知识产权保护的法律精神”。

可以说，在大量的侵害知识产权纠纷中，只要满足证据的基本要求，权利人自己或者委托他人以普通消费者购买的侵权产品的证据效力一般都会得到法院的采信。

二、从体系以及历史的角度理解“七条”

既然以往的司法实践已经对“陷阱取证”的效力达成了共识，那为什么《知识产权证据规则》还要专门对该种类型的证据专门进行规定呢？

笔者认为目的有二：一是该规定系对以往司法实践的总结，以往在知识产权三大领域中（著作权、商标权、专利权），只有著作权领域有过专门的规定。本次的新规定，可以在立法层面明确商标



权、专利权、著作权等知识产权取证的统一适用。第二个目的，其实在于区分不同的取证方式所形成的证据的效力问题。

从文义解释的角度来看，第七条规定了两款，第一款规定的是“权利人自行或者委托他人”进行的取证，第二款规定的是“被诉侵权人基于他人行为而实施侵害知识产权行为所形成的证据”。本条出现了三个名词“权利人”“他人”“被诉侵权人”。首先可以确定的是，在前后两款中，“他人”的具体含义是不同的，否则将会产生非常荒唐的结果。即人为区分权利人自己以及权利人委托的他人取证的效力，显然与逻辑、常识不符。另外可以确定的是，该两款所规范的内容是不同的，否则将会造成法律规范的冗余。基于以上两点的分析，第一款中的“他人”应被解释为权利人的委托人，与权利人一起可以共同理解为权利人。而第二款中的“他人”，是指被控侵权人以外的“他人”，既包括权利人及其委托人，也包括与权利人有关联或无关联的第三方。

从体系解释的角度来看，第七条规定了两种不同类型的取证。第一款所规定的侵权取证目的是“发现或者证明侵权行为”，即相关侵权行为一直存在，相关取证只是为了固定事实而已。第二款则规定的是例外情形，相比于第一条，该条有其他共同侵权主体的参与，即“他人”。按照学界的划分观点，第一条所针对的是“机会提供型”的侵权取证行为，即侵权人一直存在侵权行为，权利人取证只不过是给侵权方提供交易机会，符合正常商业逻辑。而第二种针对的是犯意形成型的侵权取证，即被控侵权人原本未从事相关侵权行为，而由于权利人或者第三人的诱导，导致被控侵权人实施了被控侵权行为。换言之，被控侵权人的“侵权行为”不仅偶发，甚至是直接由于“第三人”乃至“权利人”而发生。相比于前一种侵权行为，第二种侵权行为对权利人的损害要小很多。

为了验证上述理解，我们可以进一步对比《知识产权证据规则》征求意见稿与《知识产权证据规

则》的文本，明显可以看出在征求意见稿中规定的更为清晰，由此可以印证上述判断，

| 《知识产权证据规则》征求意见稿 | 《知识产权证据规则》 |
|--|---|
| <p>第八条 权利人为发现或者证明知识产权侵权行为事实，自己或者委托他人以普通购买者的名义向被诉侵权人购买侵权物品而取得的实物、票据等可以作为起诉被诉侵权人侵权的证据。</p> <p>被诉侵权人基于他人的行为产生侵权故意并实施侵害知识产权行为而形成的证据，可以作为权利人起诉其共同侵权人的证据，但被诉侵权人仅基于权利人的取证行为产生侵权故意的除外。</p> | <p>第七条 权利人为发现或者证明知识产权侵权行为，自行或者委托他人以普通购买者的名义向被诉侵权人购买侵权物品所取得的实物、票据等可以作为起诉被诉侵权人侵权的证据。</p> <p>被诉侵权人基于他人行为而实施侵害知识产权行为所形成的证据，可以作为权利人起诉其侵权的证据，但被诉侵权人仅基于权利人的取证行为而实施侵害知识产权行为的除外。</p> |

《知识产权证据规则》之所以区分不同的取证行为，原因在于第二款所规定的情形中，存在“他人”，即权利人以及被控侵权人以外的“第三方”。如果是权利人以外的第三方诱导侵权人侵权，那么权利人起诉后，侵权方可以再向第三方追责或者要求将第三方作为共同侵权人应诉，要求第三方共同承担责任，有助于查清事实，公平分担责任。但是如果由于权利人自己诱导“侵权人”实施侵权行为，那么权利人不仅在“道义”上可责，侵权人亦难以再行“追责”，也会对“被控侵权人”造成不公平。这也因此是《知识产权证据规则》第七条第二款特别规定了“他人取证”与“权利人取证”证据效力差别的根本原因。

而《知识产权证据规则》之所以删除征求意见稿中“侵权故意”的表述，原因在于侵害知识产权的侵权行为成立并不需要“侵权故意”这一构成要件，如果保留相关表述可能引起歧义。

在近期的司法实践中，最高人民法院2019年度50件典型知识产权案例之一克诺尔·伯莱姆斯股份有限公司与衡水永信制动材料有限公司、衡水永泽制动材料有限公司、克诺尔制动系统有限公司、亚东实业（国际）有限公司、北京辉门进出口有限公司、赵树亮侵害商标权及不正当竞争纠纷一案【（2019）



冀知民终43号案】中即涉及商标侵权陷阱取证的效力问题。在该案一审诉讼中，一审法院认为原告代理人主动找到被告赵树亮，要求为其生产带有涉案商标标志的刹车片产品，甚至将原告产品及外包装的照片发给被告赵树亮，要求其提供与照片相同的产品。虽然被告永信公司生产了侵权产品及包装箱，但由于被告赵树亮是在原告代理人的诱导下要求被告永信公司生产的，既不能说明被告永信公司以前生产销售过案涉侵权产品，也不能说明被告赵树亮之前销售过案涉侵权产品，涉案被告不存在侵权故意，相关行为亦不构成侵权，各被告不承担责任。在二审诉讼程序中，二审法院基于原被告的磋商购买聊天记录，认定原告的代理人仅是询问被告赵树亮是否有涉案包装的产品，并不存在提供包装进行定制或者诱导其出售涉案被诉侵权产品的行为，被告关于涉案被诉侵权产品系“陷阱取证”行为的主张没有证据支持。尽管该案中二审法院并未对机会提供型以及犯意形成型进行详细的阐述，但是一二审迥异的判决结果已经可以看出法院在类似问题上的态度，即在不存在提供包装进行定制或者诱导被告出售涉案被诉侵权产品的行为的情况下，“陷阱取证”获得的证据合法有效。

三、法律适用

基于上述分析，尽管“七条”的规定表面上看起来是排除了部分取证的证据效力，但是对于绝大多数正当维权的权利人来说，侵权取证的目的就是为了固定事实，而不是为了侵权赔偿而故意诱使侵权人产生侵权故意而实施“侵权”行为，该条规定与法律的价值导向是一致的。

此外，即使是在司法实践中，即便被控侵权人以该条规定为由，主张被控侵权人仅基于他人的取证而实施了侵权行为，因此权利人取证的证据应排除，按照《民事诉讼法》谁主张谁举证的规则，由于侵权人所做的抗辩是一种“积极抗辩”，侵权人也应当对“仅基于他人的取证而实施了侵权行为”

这一事实进行举证，而不是将该举证责任转移给权利人。

笔者认为，在现行民事诉讼实践中，如果被控侵权人希望举证“仅基于他人的取证而实施了侵权行为”，那么其必须举证“仅”，意味着被控侵权人需要对一段时期以来的相关销售情况、进货单据、销售单据等进行举证以说明从事被诉侵权行为系偶发且仅因他人的购买等诱导行为而为之。因为相关销售情况是由被控侵权人掌握的，举证责任由侵权人承担也是当然的要求。如果其无法举证，即需要承担举证不能的后果。

在《知识产权证据规则》施行后，司法实践中，亦有被告在商标侵权诉讼中援引该条进行抗辩，主张并不侵害原告的商标权。在该案中原告关于侵权行为的举证即为现场购买侵权商品的公证书，在被告未提交“仅基于他人的取证而实施了侵权行为”证据的情况下，法院未对被告的抗辩予以采信，亦并未要求原告进一步举证。在该案中，法院基于原告的证据仍判令被告承担停止侵权、赔偿损失等侵权责任。^[3]

综上可知，《知识产权证据规则》的规定，对于商标侵权案件中的权利人来讲，首先是在立法层面对取证的方式及取证效力进行了规定，一改以往规定的模糊状态，使得商标权人的取证行为“有法可依”。从司法实践层面来看，相关规定并不会加大权利人的举证难度，并且能够通过制度设计建立诚信、公平的价值导向，符合市场环境正当权利人与市场参与主体的利益，有助于提升商标权人维护自身权利的可预期性，有利于对商标侵权行为的遏制与打击。

作者单位：北京市海问律师事务所

注 释：

[1] (2015)民提字第212号。

[2] (2006)民三提字第1号。

[3] (2020)豫09知民初175号。



2020 聚焦



02-03 合刊

抗击新冠
肺炎疫情



04 期

世界知识产权日(4.26)
商标、地理标志与
创造绿色未来



05 期

中国品牌日(5.10)
以品牌引领经济
高质量发展



06 期

地理标志助力
特色农业发展



07 期

《商标侵权
判断标准》



08 期

《中华人民共和国
民法典》

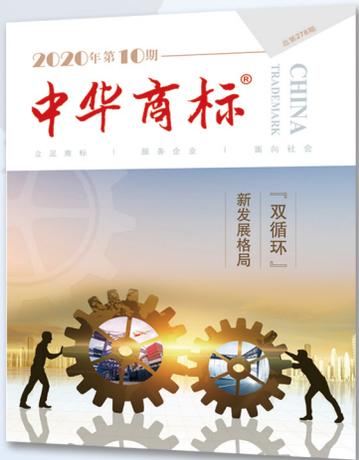


09 期

区域品牌发展

10 期

“双循环”
新发展格局下的
商标品牌发展



11-12 期

第十二届中国国际
商标品牌节





贵州习酒
— GUI ZHOU XI JIU —



君品习酒 高端酱香

全国建议零售价：1399元/瓶



贵州习酒官方网站

贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司
GUIZHOU MAOTAI DISTILLERY (GROUP) XI JIU CO.,LTD.

网址：

www.gzxijiu.com

咨询热线：

400-667-1988



ISSN 1006-7531



中国标准连续出版物号：ISSN1006-7531
CN 11-3655/D

邮发代号：82-49
定 价：16.00元

