

超凡CHOFN[®]

一站式知识产权解决方案专业提供商

商标行业

热点动态及焦点案例解读

第 16 期

2025 年 3-4 月



超凡商标专业委员会

目录

热点资讯	1
1. 《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》公布，2025 年 5 月 1 日起施行	1
2. 撤三申请案件正在发生新变化	2
3. 国家知识产权局商标局公布 2025 年一季度全国省市县商标主要统计数据	3
4. 国家知识产权局关于印发《2025 年知识产权行政保护工作方案》的通知	4
5. 韩国知识产权法重大变更	5
焦点案例	6
1. 蜜雪冰城店面特有服务装潢受反不正当竞争法保护获赔 500 万元——餐饮行业店面装潢如何进行知识产权保护	6
2. 首例涉生成式人工智能平台输出端侵害信息网络传播权案，认定平台方构成帮助侵权——生成式 AI 平台是否适用“避风港原则”	9
3. “赤水左岸”商标异议案——企业广告标语中蕴藏的商标价值	11
4. 瑞幸咖啡商标在泰国被侵权案件——中国企业海外商标布局及保护策略	13
审查审理趋势	18
从超凡 2025 年 2 月-2025 年 3 月商标局裁定看商标审查审理动态趋势	18
超凡动态	29
1. 商标法律前沿问题研究专题组 2024 年度获奖名单公布，超凡专家荣获多个奖项	29
2. 一汽奔腾发来感谢信，高度赞扬超凡提供的知识产权服务	35
3. 超成律所代理案件入选“2024 年度广东省重点商标保护名录纳入商标十大典型案例”	36
4. 超凡成功协办中华商标协会“商标行政保护及案例解读培训班”，超成律所专家受邀进行授课	36

1. 《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》公布，2025年5月1日起施行

近年来，随着中国企业加速“走出去”和全球贸易形势越发紧张的大背景，部分国家以知识产权为工具实施贸易壁垒，企业维权成本高、应对经验不足等问题凸显。在此背景下，国务院于2025年3月13日签署第801号令，发布《国务院关于涉外知识产权纠纷处理的规定》（以下简称《规定》），自5月1日起施行，这是我国首部专门针对涉外知识产权纠纷处理的综合性行政法规。

《规定》包含四大核心内容：

1. 强化服务支撑，构建“全链条”保护网。《规定》从多个维度为企业知识产权出海提供保障，包括规定有关部门应动态跟踪国外知识产权法律变化，及时发布风险提示，为公众提供涉外知识产权预警；鼓励通过调解、仲裁等非诉讼方式解决纠纷，降低企业时间和经济成本；支持律所、服务机构在海外设立分支机构，提供“一站式”法律服务；鼓励商会、行业协会、跨境电商平台等组织搭建维权援助平台，开通热线，提供咨询和培训等公益服务。

2. 提升企业“硬实力”，从源头防范风险。《规定》强调企业应当完善知识产权管理制度，储备知识产权人才，强化知识产权保护和运用，进入海外市场前，应当主动深入研究当地法律和知识产权保护环境，依法开展生产经营活动，积极维护自身合法权益。

3. 规范境外调查取证，严守国家安全底线。《规定》明确要求境外机构在我国境内送达文书、调查取证须遵守国际条约及我国国内法；同时我国境内组织、个人向境外提供证据时，应当严格遵守保守国家秘密、数据安全等法律、行政法规规定。

4. 反制歧视性措施，捍卫国家与企业利益。《规定》赋予国务院商务主管部门在其他国家或者地区未给予我国公民、组织国民待遇或不能对我国货物、技术、服务提供有效的知识产权保护时，可依法调查并采取必要措施；针对外国借知识产权之名打压我国企业的行为，国务院可直接将相关组织或个人列入“反制清单”，采取相应反制和限制措施。

超凡解读

《规定》的出台，不仅为中国企业应对国际知识产权纠纷提供了系统性支持，更从战略层

面重构了全球知识产权的竞争格局。从企业层面，为企业降低了维权门槛，提升了应对国际纠纷的信心与能力，为“中国智造”保驾护航；从国家层面，通过完善法律框架和国际规则对接，推动高水平对外开放，维护经济安全与发展利益；从全球治理层面，展现了我国参与国际知识产权治理的决心，为构建公平合理的国际贸易秩序提供“中国方案”。

从企业角度出发，我们建议企业：

在短期内，按照自身实际情况和需求加入行业协会维权平台，获取政府发布的预警信息和典型案例库，并与具有涉外能力的律所、知识产权服务机构签订战略合作协议，构建快速响应通道；

中期规划，完善内部制度，设立专职知识产权部门，统筹海外布局、诉讼应对和合规审查，同时可以考虑投保知识产权侵权责任险、诉讼费用险，对冲潜在风险。

长期战略，融入全球创新生态，通过商会、国际标准组织发声，推动中国知识产权规则与国际接轨，减少制度摩擦。

同时应做到合规与反制双轨并行，在境外诉讼中，所有证据提交需经严格审核，确保符合《数据安全法》《个人信息保护法》要求，如果遭遇歧视性调查时，及时向商务部门申请启动反制程序，联合行业力量形成威慑效应。（高薇）

2. 撤三申请案件正在发生新变化

今年以来，国家知识产权局针对申请人依据《商标法》第四十九条申请撤三的案件，不断完善申请要求、严格申请条件：

1. 要求申请人就被申请商标连续三年未使用的事实，提供初步调查证据，包括经营场所的实地调查报告或者不少于三个平台、每个平台不少于 5 页的搜索结果；

2. 要求就撤三申请的关联案件事项予以说明，比如与撤三案件相关联的新申请商标注册、驳回复审、异议申请、无效宣告、民事诉讼等事项；

3. 要求提供诚信承诺函，如果无法提供上述事项 2，则需要申请人及代理机构做出诚信承诺，承诺内容为“本人(及代理机构)承诺未向国家知识产权局隐瞒真实撤销申请人及其他重要事实，所申报的事项和所提供的材料真实、准确、完整。”

4. 要求提供被申请商标注册人基本信息，包括经营范围或业务范围、经营状态或存续状态、商标注册情况等。

《商标法》第四十九条规定，注册商标成为其核定使用的商品的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向商标局申请撤销该注册商标。该条的立法目的是为了清理长期搁置不用的商标，使有限的商标资源能够发挥其应有的功能和作用，因此在立法时对其申请主体、申请条件均无限制。但实践中，有部分主体利用该条款行“敲诈勒索”或“报复”之实，比如两主体间曾经发生过商标或民事纠纷，因此结下了梁子，于是便借撤三手段对对方名下的大量商标进行循环撤三申请，使得对方疲于应对，最终不得不屈服。此时撤三显然已经与其立法目的完全无关，而成为了申请人用于威逼商标权利人的手段，同时对于这种案件的审查也大量浪费了司法和行政资源，不具有正当性和必要性。

但不可否认的是，新的撤三要求亦加重了企业合理的撤三案件成本，企业不仅需要对被申请商标的权利人展开一些基本的背调，同时应当实名申请，并对申请撤三的理由予以释明。如果存在隐瞒幕后的真实撤三申请人，或者未就关联案件事项予以说明，或者提交材料不真实、准确、完整的，甚至有可能承担信用管理失信惩戒等不利后果。（高薇）

3. 国家知识产权局商标局公布 2025 年一季度全国省市县商标主要统计数据

2025 年 4 月 8 日，国家知识产权局商标局对外发布了 2025 年一季度全国省市县商标主要统计数据。其中 2025 年一季度各省、自治区、直辖市商标注册申请量为 1521397 件，注册量为 1069916 件。截至 2025 年 3 月 15 日，有效注册量为 48290742 件。

超凡解读

从数据上看，2025 年一季度全国省市县商标申请量同比增长 0.46%，但注册量却同比下降 14.7%，由此说明商标注册的难度越来越大，主要原因可能包括以下几个方面：一是**商标资源的稀缺性**，我国作为商标大国，商标有效注册量已连续多年位居世界第一，且每年仍以数百万件的数量持续增长，大量的商标注册申请使得原本丰富的商标资源逐渐变得稀缺。二是**商标审查标准日益严苛**，为维护市场秩序和公共秩序，商标局对商标近似以及绝对条款的审查力度都在不断加大。三是**恶意抢注现象猖獗**，部分申请人受利益驱使，大量囤积商标，将商标作为一种牟利工具，高价转让给有需求的企业，这种恶意囤积行为严重加剧了商标资源的紧张程度，扰乱了正常的商标注册秩序。随着商标注册难度的加大，企业更需要提前进行商标布局，避免

其使用的商标未获权而得不到有效保护，也避免侵犯他人注册商标专用权。同时，企业在申请和注册商标时，需要更加注重商标的创新性和独特性，必要时可寻求专业代理机构的帮助，以提高商标注册的成功率。（周艳平）

4. 国家知识产权局关于印发《2025 年知识产权行政保护工作方案》的通知

2025 年 3 月 17 日，国家知识产权局向各省、自治区、直辖市和新疆生产建设兵团知识产权局印发了《2025 年知识产权行政保护工作方案》（以下简称《工作方案》）。《工作方案》共包括十七个要点，其中涉及商标的内容主要是以下两个方面：**一、规范专利商标的申请和使用。**通过完善管理制度、开展专项行动、引导行业自律、加强代理机构监管等方式，持续严厉打击非正常专利申请和商标恶意注册、囤积行为。加强对查处使用带有欺骗性、不良影响等禁用商标违法行为的专业指导，对已经取得注册的，及时按程序报请国家知识产权局依职权无效，加大无效决定生效后的跟踪处置。**二、加强商标保护。加强对驰名商标的及时保护、重点保护、援引保护。**鼓励各地通过开展专项治理行动、建立企业信用评价体系等方式，加强对中华老字号商标、涉文化遗产传承和发展等知名商标的保护，严厉打击“傍名牌”等侵权行为。加强对互联网领域利用关键词实施侵权、组合使用注册商标实施侵权、利用外观设计专利对他人在先注册商标实施侵权等隐蔽性侵权行为的监管和专业指导。

超凡解读

从上述《工作方案》来看，国家知识产权局持续严厉打击恶意注册、囤积行为，同时加大对知名品牌的保护，严厉打击“傍名牌”等侵权行为。一方面，企业在对自身品牌进行监测时若发现恶意摹仿行为，应积极采取法律手段维权。另一方面，**对于已经具有一定知名度的商标，企业可以通过驰名商标、AAA 知名商标品牌、地方知名品牌认定及重点商标保护名录纳入等途径进一步提升商标的市场影响力**，这不仅有利于增强企业商标品牌宣传推广，也能在确权维权案件中获得更强的保护，还能有效提升企业商标品牌的市场价值和竞争力，一举三得。因此，符合条件的企业可以积极进行驰名商标、AAA 知名商标品牌、地方知名品牌认定以及重点商标保护名录的纳入。（周艳平）

5. 韩国知识产权法重大变更

包括缩短异议期以及增加惩罚性赔偿（自 2025 年 7 月 22 日起生效）

1. 商标异议期缩短至 30 天

韩国的商标公告期和异议期限将从目前的两个月大幅缩短至 30 天。这一新规定将适用于 2025 年 7 月 22 日及之后公告的所有申请中商标。

2. 对于故意的商标侵权和外观设计侵权行为，处以五倍的惩罚性赔偿

从 2025 年 7 月 22 日起，韩国对于商标和外观设计专利侵权的最高惩罚性赔偿将从损害赔偿的三倍提高至最高五倍。

超凡解读

1. 商标异议期限将大幅缩短，因此一旦有与之相关的商标申请公告，需要迅速采取行动。另外，商标异议期限不可延长。

2. 惩罚性赔偿金额的提高将对执法产生重大影响，这会鼓励更多的权利人参与诉讼，而潜在的侵权者则需要更加谨慎行事。（杨洋）

1. 蜜雪冰城店面特有服务装潢受反不正当竞争法保护获赔 500 万元——餐饮行业店面装潢如何进行知识产权保护

原告蜜雪冰城股份有限公司（以下简称“蜜雪冰城”）是国内知名连锁饮品品牌，品牌以独特的“雪王”形象及红白色调装潢著称，具有极高的市场辨识度。被告淄博冰语时间商贸有限公司（以下简称“淄博冰语时间”）虽注册有“冰语时间”商标，但其 LOGO 设计、门店装潢、产品宣传甚至店员工装等方面均摹仿蜜雪冰城，且从 2017 年就开展加盟业务。2023 年蜜雪冰城将淄博冰语时间及其加盟商广州顺意小吃店（以下简称“顺意小吃店”）诉至法院，一审法院判决被告构成商标侵权及不正当竞争，淄博冰语时间判赔 500 万元，该判决已生效。

一、案件简介

本案原告蜜雪冰城股份有限公司（以下简称“蜜雪冰城”）创立于 1997 年，经过多年发展，已在全球拥有超四万家门店，并积极拓展海外市场。其以“”形象及红白色调为主的独特装潢风格具有极高的品牌知名度和市场辨识度。

被告一淄博冰语时间商贸有限公司（以下简称“淄博冰语时间”）自 2017 年起开展“冰语时间”饮品加盟业务，根据其官方线上程序显示全国营业门店超 400 家，被告二广州顺意小吃店（以下简称“顺意小吃店”）曾作为淄博冰语时间的加盟商。蜜雪冰城发现，淄博冰语时间在经营过程中使用与“”高度近似的“”标识，该标识在元素构成、表现形式和

视觉效果上与蜜雪冰城拥有的第 33299216 号等 5 项“”系列注册商标极为相似。此外，“冰语时间”在门店装修装潢、产品宣传以及周边物料等方面也大量摹仿蜜雪冰城，包括店招设计、点餐单布局、员工工装样式以及宣传海报等。

自 2022 年起，蜜雪冰城针对“冰语时间”稳步推进商标维权战役，全面加强证据保全工作，奔赴多地对“冰语时间”线下门店共进行 70 余次证据保全，线上方面做到实时监控和定期取证保全。2023 年 10 月，蜜雪冰城发起对“冰语时间”主体公司的民事诉讼。

二、判决结果



法院经审理认为，被诉侵权标识“”在实际经营活动中起到了区分商品来源的作用，属于商标性使用。经比对，该标识与蜜雪冰城的涉案注册商标构成近似，容易造成消费者的混淆误认。淄博冰语时间授权加盟商使用该标识的行为，以及广州顺意小吃店在经营过程中使用该标识的行为，均侵害了蜜雪冰城的商标专用权。同时，蜜雪冰城的门店装修装潢具有独特性和较高的市场辨识度，属于反不正当竞争法规定的“有一定影响的装潢”。淄博冰语时间和广州顺意小吃店在相同服务上使用与蜜雪冰城近似的装潢，构成不正当竞争。

最终法院于 2024 年 10 月作出一审判决，现判决已生效：

1. 判令淄博冰语时间停止对蜜雪冰城商标的侵权行为；
2. 判令淄博冰语时间立即停止涉案不正当竞争行为，不得在相同服务、商品上使用与蜜雪冰城近似的装潢；
3. 判令淄博冰语时间在微博平台连续七日刊登声明以消除对蜜雪冰城的影响；
4. 判令淄博冰语时间向蜜雪冰城赔偿经济损失 500 万元；
5. 判令广州顺意小吃店向蜜雪冰城赔偿经济损失 5000 元。

三、典型意义

本案是典型的知识产权侵权及不正当竞争纠纷，也是餐饮连锁加盟行业大规模装潢类不正当竞争的胜诉案件。法院通过细致比对商标、装潢元素，结合品牌知名度、侵权规模及主观恶意，明确了“搭便车”行为的违法性，判决结果不仅为餐饮行业的竞争秩序划定清晰边界，也为连锁品牌在商标、装潢等多维度知识产权保护上提供了实践范本。

同时，本案的胜诉判决，也彰显出蜜雪冰城对侵权行为“零容忍”的态度和坚决维护企业品牌的决心。此外，从业者要明白，无论侵权方式多么隐蔽，主观恶意就是原罪，唯有尊重知识产权、坚持创新发展，才能在市场竞争中赢得长远未来。





超凡解读

针对前述“冰语时间”的案例，本案在诉讼策略、侵权认定以及赔偿方面存在如下值得关注之处：

一、商标确权与民事侵权诉讼同步推进的维权策略

本案被告注册了多个“冰语时间”商标。若按常规流程，需先解决商标权属问题再提起诉讼，耗时可能长达数年。但鉴于被告已发展四百余家加盟店且持续扩张，对蜜雪冰城经营造成实质影响，亟需制止侵权行为。因此，蜜雪冰城采取“商标确权与侵权诉讼双轨并行”策略：一方面对“冰语时间”商标提起无效宣告；另一方面，绕开对仍然存续“冰语时间”商标的侵权主张，针对被告使用“”标识及店铺装潢同步提起商标侵权及不正当竞争诉讼，快速施压以遏制侵权行为。此策略对存在类似侵权困境的品牌具有借鉴意义。

二、恶意注册商标无效后不产生合法信赖利益

被告淄博冰语公司以被诉“”标识曾为注册商标为由抗辩不侵权。法院依据《商标法》第四十七条指出，无效注册商标的专用权视为自始不存在，故其抗辩不成立。实践中，“先注册近似商标后实施侵权”是常见侵权模式，部分企业误以为注册商标即可完全规避风险。本案明确：即便在商标无效前使用，恶意注册行为亦不享有信赖保护，再次警示经营者须恪守诚信原则，杜绝攀附商誉。

三、积极举证与证据规则协同促成高额判赔

知识产权案件“赔偿低”是普遍难题，但本案最终获赔 500 万元。关键突破在于：蜜雪冰

城对案件进行精心筹备，跨省对“冰语时间”门店进行 70 余次证据保全，线上实施实时监控与定期取证保全，形成完整证据链。在原告充分举证基础上，法院依据《商标法》第六十三条，将被告拒不提交财务资料的行为纳入证据妨碍规则，加重其赔偿责任。可见，尽管赔偿标准存在客观因素，但个案中举证策略与司法规则的协同运用仍是破局关键。（冯建坤）

2. 首例涉生成式人工智能平台输出端侵害信息网络传播权案，认定平台方构成帮助侵权——生成式 AI 平台是否适用“避风港原则”

近两年来，人工智能领域的迅猛发展使得知识产权维权面临着很多新的场景和问题，今年“4.26”主题也定为“知识产权与人工智能”。借此契机，“上海新创华文化发展有限公司与杭州某智能科技有限公司著作权侵权及不正当竞争纠纷案”作为首例涉生成式人工智能平台输出端侵害信息网络传播权案，同时入选了“2024 年度浙江法院知识产权保护典型案例”和上海知识产权研究所 2024 年“中国十大最具研究价值知识产权裁判案例”榜单，该案件对于 AIGC 平台在合理注意义务、过错认定规则等方面均具有较强的启发性。

案件经过：

原告系奥特曼系列形象的知识产权权利人。被告运营某 AI 平台，该平台提供 Checkpoint 基础模型和 LoRA 模型，支持图生图、模型在线训练等诸多功能。在该平台首页及“推荐”“IP 作品”项下存在有关奥特曼的智能生成图片以及 LoRA 模型，可应用、下载、发布或分享链接。奥特曼 LoRA 模型系由用户上传奥特曼图片，选择平台基础模型，调整参数进行训练后生成。其后，其他用户可通过输入提示词，选择基础模型、叠加奥特曼 LoRA 模型进行训练后生成与奥特曼形象实质性相似的图片等。原告认为被告行为侵害其信息网络传播权，同时构成不正当竞争，遂诉至杭州互联网法院。

法院经审理认为，被告平台上所存在的有关奥特曼的智能生成图片以及奥特曼 LoRA 模型（封面图或示例图）与权利作品在奥特曼人物形象、色彩搭配、服饰细节等方面具有较高相似度，整体构成实质性相似。被告通过提供生成式人工智能服务直接参与商业实践并基于定向生成的内容获益，从服务类型、商业逻辑和防范成本角度看，应当对具体应用场景下的内容保持足够的了解，并承担相应的注意义务。涉案奥特曼作品在全球范围内具有相当高的知名度和影响力，将其置于平台中较为明显的位置，被告应当对其具有较大侵权可能性知悉。结合平台用

户服务协议和收到诉讼通知后被告的行动来看，能够证明被告有能力采取却怠于采取符合侵权损害发生时技术水平的必要措施来预防侵权。因此认定被告行为构成侵害信息网络传播权的帮助侵权行为。

关于原告主张被告向用户提供的可针对奥特曼进行定向训练的生成以及发布活动构成是否构成不正当竞争，法院认为，被告行为未构成对奥特曼作品的“定向训练”，而是向用户提供可针对奥特曼进行训练、生成及发布的人工智能服务，被告主观上没有违反诚实信用原则和商业道德的故意，客观上未实施获取不当的竞争优势或损害其他经营者合法权益的行为，同时采取了正向的管控措施，并未扰乱市场竞争秩序，故未支持原告的不正当竞争请求。

超凡解读

该案判决之后，杭州互联网法院向涉案企业发出司法建议书，提出四项整改方向：完善投诉机制与侵权响应流程；强化 LoRA 模型审核及技术防控；优化内容推荐算法，减少侵权内容曝光；推动企业合规与行业自律。无独有偶，广州互联网法院亦在此后不久针对另一件涉 AIGC “奥特曼”案件作出一审判决，与杭州互联网法院相比，两案虽保护的著作权权利种类不同，但无一例外的均是认定 AIGC 平台构成著作权侵权。

可见，在我国人工智能产业迅猛发展之际，司法系统坚持发展和安全并重、促进创新和依法治理相结合的原则，对生成式人工智能服务实行包容审慎，兼顾权利保障和服务产业健康高效发展，推动形成公平合理、开放包容的人工智能治理体系。从促进生成式人工智能技术发展的角度来看，对于大模型的数据输入、数据训练行为的侵权认定，宜采取相对宽松包容的认定标准，对大模型的生成内容输出、生成内容使用行为的侵权认定，则宜采取相对从严的认定标准，通过分类施策实现发展与保护的平衡。

对 AIGC 平台来说，“避风港规则”的适用将有所限制，传统网络服务提供者的免责逻辑在生成式 AI 场景中被突破。在输入端，平台无需审查所有用户上传数据，但需对明显侵权内容比如知名度较高的 IP 形象保持警觉；在输出端，平台必须通过技术手段防止侵权内容扩散，如删除已发布的侵权模型和图片。如果平台是通过技术优化和商业模式直接获利，则需承担更高注意义务，尤其在输出端需识别并拦截侵权内容。因此平台应当建立版权过滤系统，重点监控知名度较高的 IP 形象，同时一方面完善用户协议，明确禁止侵权行为，一方面探索与版权方合作，通过授权机制合法使用内容。（高薇）

3. “赤水左岸”商标异议案——企业广告标语中蕴藏的商标价值

2021年3月22日，江西全粮实业集团有限公司（以下称“被异议人”）在第33类酒类商品上申请注册了第54513830号“赤水左岸”商标，该商标于2023年12月27日初审。

2024年2月28日，古蔺县久盛投资有限公司（以下称“郎酒集团”）以“该标识与在先权利‘赤水郎’‘赤水明珠’构成近似商标”“该标识构成以其他不正当手段取得注册”“该标识使用在酒类商品上易使相关公众误认”“该标识仅直接表示了商品的质量或者产地”等为由在期限内提起异议。

2024年11月6日，在《第54513830号“赤水左岸”商标不予注册的决定》，国知局认为“双方商标均含有‘赤水’……并存使用易使相关公众误认为二者系来自同一市场主体的系列商标或存在其他特定联系，从而对商品的来源产生混淆，故双方商标已构成使用于类似商品上的近似商标”。

超凡解读

实际上，“赤水”并非郎酒集团在先独创并具有显著性的词汇，“赤水”即为“赤水河”，“赤水左岸”即指向的“赤水河畔左岸”这一地理位置。目前在第33类上，申请注册含有“赤水”二字的商标有近千枚，足见这一词汇的普遍性及弱显著性。并且，赤水河畔附近的酒品牌较多，大家熟知的便有“茅台”“习酒”“金沙”等，但将“赤水左岸”用于广告标语的仅有郎酒集团。通过郎酒集团的在先使用，相关公众的认知里形成了“赤水左岸·郎”“赤水郎”这样的联想和指代关系，使得“赤水左岸”在一定程度上成为了“郎”酒品牌的代名词，对“郎”酒商品的品质起到了必要的宣传作用。

被异议人在酒类商品上拟将“赤水左岸”注册为商标明显是基于攀附和搭蹭的目的，国知局在认定“赤水左岸”与“赤水郎”“赤水明珠”构成近似商标的同时，必然考虑了郎酒集团在先使用“赤水左岸”这一事实以及“赤水左岸≈郎”这一对应关系。

本案成功的要点和背景：

1. 郎酒集团对其广告标语的使用和宣传到位，能够对外形成在先使用的印象。
2. 郎酒集团围绕其主要的广告标语申请有结合核心品牌的标识，如“赤水郎”（赤水左岸+郎），有主张在先权利的前提。
3. 郎酒集团开展了专项品牌清理项目，周期长、打击力度大，这种环境肃清为其维权事宜

提供了有利条件。

对企业的借鉴意义：

按照商标布局的一般规律，企业通常围绕核心品牌进行设计，对于广告标语容易忽略，加之这类内容本身无法轻易以商标的形式加以保护，因此企业在商标体系建立的时候，对于这一板块的投入和关注较少，但实际上广告标语的知名度最终要以商标为依托，商标是其知名度最终的归宿，也即使用频率高且适用范围广的广告标语中蕴藏着极大的商标价值，其产生的知名度和识别性可能与核心品牌标识不相上下。因此，企业在进行商标体系建立时，可以关注以下几点：

1. 围绕广告标语布局商标。

包括但不限于将广告标语整体、重新组合、摘取部分文字等方式设计商标。当然，除了可以将之注册商标，也可以采取相对便捷的方式——进行登记版权。若主要考虑防止他人在商业活动中模仿和混淆，以注册商标为宜；若更注重对广告标语文字本身的原创性保护，登记版权也是一种可选方式。两者可同时进行，不冲突。例如，鄂尔多斯的广告标语“温暖全世界”和阿里巴巴的广告标语“让天下没有难做的生意”既注册了商标，也进行了版权登记。

2. 关注并及时清理与自己广告标语相似的商标。

郎酒集团有另一广告标语为“神采飞扬 中国郎”，目前市场上已有多个主体申请有“神采郎”标识，而郎酒集团因自身没有围绕该标语形成商标体系，维权十分困难。因此，企业在梳理商标布局情况时，不要遗漏有使用需求的广告标语，围绕广告标语、宣传文案、经典 TAG 等，要定期进行注册和使用方面的风险评估。

3. 有市场需求的广告标语使用要全面。

一方面，将广告标语结合品牌商标使用及注册容易被认定为“缺乏显著性”，但是通过大量使用产生知名度及识别性则能提高获准注册的可能性，最简单方法是“反复”，最有效的方法是“结合产品/服务”。另一方面，结合目前商标撤销的审查审理可知，对符合要求（指定期间+指定商品/服务）的广告标语的使用亦可以作为证据被予以认可。

4. 合法合规。

广告标语的创作和使用时应注意避免侵犯他人的合法权益及违反广告法等，遵守法律法规和商业道德，杜绝借由注册商标攀附品牌声誉的行为及虚假宣传或误导公众。（段希）

4. 瑞幸咖啡商标在泰国被侵权案件——中国企业海外商标布局及保护策略

近日，瑞幸咖啡的商标在泰国被侵权的事件迎来了最新进展，根据泰国某当地律师事务所的网站介绍，其代理中国瑞幸咖啡的案件在泰国中央知识产权和国际贸易法院的判决中胜诉。本文将结合该案件，谈谈对中国企业出海的借鉴意义。

瑞幸咖啡商标泰国被侵权案情简介

时间回到 2022 年初，有网友到泰国旅游时，在泰国曼谷发现瑞幸咖啡门店，在异国他乡遇到中国品牌，一种亲切感油然而生，随即在小红书发帖种草。但是，有眼尖的网友发现，这家店铺有点不对劲，它的门店招牌和产品包装方面都和国内瑞幸咖啡的差不多，但是鹿头的方向有差异，国内瑞幸咖啡的鹿头是向右，而泰国瑞幸咖啡却是向左。2022 年 8 月，中国瑞幸咖啡发布声明，称其未在泰国开设门店，泰国的瑞幸咖啡门店均为仿冒，并已采取法律手段维权。2022 年 11 月，泰国中央知识产权和国际贸易法院判决支持中国瑞幸咖啡的诉讼请求，但是泰国 50R 集团不服，提起上诉。2023 年 12 月，泰国专门案件上诉法院推翻中央知识产权和国际贸易法院对中国瑞幸咖啡起诉泰国 50R 集团侵犯其商标权一案的一审判决，认为中国瑞幸咖啡不具有诉讼的主体资格，判定中国瑞幸咖啡败诉。接着，泰国 50R 集团反诉中国瑞幸咖啡，认为其早在 2020 年就已经在泰国注册相关商标，合法拥有商标权，中国瑞幸咖啡的诉讼行为对其造成经济损失，要求其赔偿 100 亿泰铢（约合人民币 21 亿元）。2024 年 3 月，中国瑞幸咖啡再次向泰国中央知识产权与国际贸易法院提起诉讼。2025 年 2 月 6 日，泰国中央知识产权和国际贸易法院作出最新判决，中国瑞幸咖啡胜诉，法院确认中国瑞幸咖啡对“Luckin Coffee”商标及鹿头标识享有在先且更优的权利，判令撤销泰国 50R 集团已注册的相关商标，并禁止其继续使用。此外，泰国 50R 集团需向中国瑞幸咖啡支付赔偿，包括一次性赔偿 1000 万泰铢，以及从 2024 年 3 月 4 日起按日计算的每日 10 万泰铢的持续性赔偿，累计赔偿金额已超 4600 万泰铢（约合人民币 1000 万元）。

超凡解读

一、泰国抢注商标维权法律体系

根据泰国商标法律，对抢注商标采取反对措施的主要方式如下：

1. 提出异议申请

泰国商标法第 35 条规定，“在根据第 29 条对商标申请进行公告之后，任何人如认为自己

对商标拥有比申请人更优先的权利，或者认为该商标不符合第 6 条规定的注册条件，或者认为该申请不符合本法其他条款规定，可以在公告之日起 60 日内，向注册官提出异议及其理由”。泰国商标法第 6 条和维权相关的主要是“为了能够注册，商标必须：（3）不得与他人已注册的商标相同或者近似”。需要注意的是，泰国商标的公告期是 60 天，而中国的商标公告期是 3 个月。

2. 提出无效申请

在泰国，根据维权理由和时间的不同，可以向商标委员会或者法院提出无效申请，采用双轨制的维权模式，这是泰国无效案件的特殊之处。另外，泰国实际上没有“无效”的表述，而是将“无效”和“撤销”统称为撤销程序，这里为了便于理解表述为无效。

（1）行政途径

泰国商标法第 61 条规定，“利害关系人或注册官可以向委员会申请撤销任何商标，如果在注册时该商标：（3）与他人相同类别或不同类别但相同性质的商品上注册的商标相同；或者（4）与他人相同类别或不同类别但相同性质的商品上注册的商标近似，从而可能使公众对商品的来源或归属产生混淆或误导”，根据这条提出无效申请的主体需要是利害关系人。另外，第 62 条规定，“任何人如认为某商标违反公共秩序或良好道德，或不符合公共政策，均可向商标委员会申请撤销该商标的注册”，恶意注册可以被解释为违反这些原则，对提出无效申请的主体没有利害关系的限制。

（2）司法途径

泰国商标法第 67 条规定，“自注册官根据第 40 条发出商标注册命令之日起五年内，任何利害关系人可以向法院申请撤销该商标注册，条件是其能够证明其对该商标的权利优于注册商标的名义所有人”，所以这样就可以理解为什么中国瑞幸咖啡可以直接向泰国法院申请撤销抢注商标了，但是要注意，向法院提出无效有五年的时间限制。

3. 提出撤销申请

泰国商标法第 63 条规定，“任何利害关系人或注册官均可向委员会申请撤销商标注册，如果能够证明在商标注册时，商标所有人对其注册的商品并无真实使用意图，且事实上在这些商品从未有过真实使用；或者在申请撤销前的三年内，商标所有人并未在注册的商品上进行真实使用，除非商标所有人能够证明这种未使用是由于贸易中的特殊情况，而非出于不使用或放弃在注册商品上使用该商标的意图”。实践中，泰国的商标不使用撤销机制面临诸多挑战，主要体现在申请人需要承担较高的举证责任以及商标委员会对“特殊情况”辩护的广泛解释，导致不使用撤销的成功率较低。

二、商标海外被侵权的两种情形

目前，我国企业的商标在海外被侵权的情形主要包括两种：

一种是企业的商标在海外被抢注，这种现象由来已久，从早些年的“英雄”钢笔商标在日本被抢注、“王致和”商标在德国被抢注，到2015年“YILI 伊利”商标在欧盟被抢注，2025年“DeepSeek”商标在美国被抢注。海外商标抢注还常常是批量发生的情况，比如泰国50R集团还抢注了“TIKTOK”“奈雪的茶”“乌江”“农夫山泉”“京东超市”等知名商标。

第二种情形是企业的商标在海外被仿冒，包括使用相同或模仿的商标，销售山寨产品，开设假冒店铺，以及将中国企业的商标名称登记为企业字号进行运营。比如，2023年12月，“鲍师傅”糕点发布声明称，在海外发现了山寨的店铺，伦敦出现的“鲍师傅”糕点店，其门头、商标、店员服装与中国市场的鲍师傅门店高度相似。

上面这两种情形既可能单独发生，也可能同时出现。比如，2019年，茶颜悦色的商标在韩国被一名留学生抢先注册，并在首尔开设了多家分店。瑞幸咖啡泰国商标纠纷案件也是如此，泰国50R集团不仅抢注瑞幸咖啡相关商标，还在泰国开设了山寨的店铺，并且注册了对应的公司名称。

三、商标海外被侵权的后果

根据最新瑞幸咖啡泰国商标纠纷案件的结果，中国瑞幸咖啡将获得超过1000万人民币的赔偿，从案件本身来看，中国瑞幸咖啡确实赢了，但是从商业的角度来看，未必真的赢了。在这两三年的诉讼过程中，想必中国瑞幸咖啡公司也花了大量时间精力来应对。出海是现阶段企业实现增长的重要路径，东南亚是企业出海的跳板，泰国是其中的重中之重，商标在泰国被抢注，将直接阻碍中国瑞幸咖啡在泰国开店，导致企业贻误战机。等真正拿到商标权的那一天，不知道当国市场是蓝海还是红海。

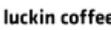
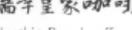
此外，商标海外被仿冒也可能给企业带来严重的后果，包括贬损企业声誉、蚕食市场份额等。例如，新界泵业曾在海外市场发现仿冒商标的产品，价格比原装产品便宜很多，极大地扰乱了新界在当地的业务，也影响到新界品牌在当地的口碑。再如，2020年5月，杭州某公司发现在国外市场上大批量地涌现仿冒公司商标的杀虫剂产品，估算近五分之三的年市场份额被假冒产品占有，对该公司经营带来巨大损失。

针对目前海外陆续出现的商标抢注和仿冒行为，企业有必要系统地进行海外商标监测预警，及时发现被侵权行为以便采取措施。

四、加强海外商标布局迫在眉睫

商标权的一个重要特征就是地域性保护，在哪个国家注册就在哪个国家获得保护。虽然部

分国家采用使用原则，比如美国，但是并不是说就不需要进行注册了，美国也有全面的商标注册制度。商标注册是企业拥有商标权的初步证据，如果企业自己没有注册而被他人抢注，即便有可能通过提供大量证据举证证明权属维权成功，但是如果每次都需要这样去处理，各方面的成本必然太高。面对当前海外商标抢注层出不穷的形势，不是企业想不想注册的问题，而是不得不加强海外商标的防御性保护。

在泰国 50R 集团抢注的瑞幸咖啡相关商标中，除了常规的中文“瑞幸咖啡”、英文“luckin coffee”以及鹿子图形元素外，还包括鹿子图形的英文描述“Deer looking back”、瑞幸咖啡的泰语翻译“**ลัคอิน คอฟฟี่**”、具有指向性的俗称“小蓝杯”，可见泰国 50R 集团申请的商标元素多样化，商标“保护”意识很强。这也给国内企业一个启示，在海外商标保护的过程中，除了涵盖常规的中文、英文、图形要素外，针对重点市场国家，还可以选择保护更多具有商标来源识别功能的要素。

从瑞幸咖啡被抢注商标的类别来看，包括第 11 类（咖啡机）、第 21 类（玻璃杯）、第 29 类（现成燕窝饮品）、第 30 类（咖啡饮品）、第 32 类（饮用水）、第 35 类（管理餐饮特许经营业务）、第 36 类（数字货币买卖服务）、第 43 类（餐饮门店），可见泰国 50R 集团也注册得比较全面，覆盖了核心、重要和关联类别。

从瑞幸咖啡被抢注商标的申请时间来看，第一件商标的申请时间是 2018 年 12 月 26 日，而中国瑞幸咖啡的第一家门店 2017 年 10 月在北京银河 SOHO 开始试运营。2018 年 12 月 25

日，瑞幸咖啡第 2000 家门店在上海正式营业。2023 年 3 月底，瑞幸咖啡宣布拓展国际市场，在新加坡开设首批海外分店。也就是说，在瑞幸咖啡正式开始运营后的一年左右，商标就已经在泰国被抢注，抢注商标的申请时间也远远早于企业在海外首次开店的时间。现在由于网络非常发达，信息传递的速度很快，中国品牌一旦具有一定知名度以后，很容易被一些别有用心主体盯上，抢注中国企业的商标，比如前面提到的“DeepSeek”，在产品火爆了几天后就在海外出现了商标被抢注的情况。虽然我们经常都在说“产品未动，商标先行”，商标注册布局要有一定的前瞻性，但是就目前的现状来看，仅仅具有一定的前瞻性还不太够，而是要有相当程度的前瞻性，才能保证企业在未来想拓展海外市场时，不会因为商标被抢注的问题受阻。毕竟，不是每个企业都能像瑞幸咖啡那样幸运。但是，这也给企业提出了难题，在成立初期可能面临资金短缺、商业计划不清晰的问题，即便企业要进行海外商标布局，也要考虑如何用有限的资源实现最大化的保护，从而起到提前占位的防御性保护目的。

随着中国企业出海步伐的加快，海外商标保护需求也在不断升级迭代，从过去单一、粗放式的海外商标注册申请，转变为全方位、精细化的商标保护策略，主要体现在三个方面：一是在全球范围内建立完善的商标布局体系，根据自身业务布局和市场拓展计划，对企业核心商标、重要商标进行科学合理的注册保护；二是在全球范围内建立完善的监控预警体系，及时发现商标海外被抢注、被模仿的行为，并采取有效的维权应对措施；三是在全球范围内建立完善的风险防控体系，提前识别企业出海过程中的商标风险来源，有效管控海外商标使用风险。而这些变化，对企业商标管理人员和商标代理机构来说，都是新的挑战。（薛友飞）

从超凡 2025 年 2 月-2025 年 3 月商标局裁定看商标审查审理动态趋势

自《商标审查审理指南》实施以来，商标实践方面取得了重大的进步，在商标案件的审查审理中，审查审理趋势呈现动态变化，尤其较之以前更为严格细致。洞察审查审理趋势有利于更加准确地判断商标申请的风险以及核准注册前景。以下我们将从 2025 年 2 月-2025 年 3 月超凡收到的商标局裁定文书，分析近期的审查动态趋势。

1. 超凡代理案件情况

2025 年 2 月-2025 年 3 月（即 2025 年第 5 周至 2025 年第 12 周），超凡收到的裁定具体情况如下（仅列举部分官文类型）：

官文类型	数量	成功（含部分成功）	成功率（%）
不予注册复审及答辩	13	10	77%
撤三年答辩	105	73	70%
撤销复审及答辩	74	40	57%
撤销三年不使用	687	631	92%
商标驳回复审	465	323	69%
商标异议答辩	38	27	71%
商标异议申请	874	586	67%
无效宣告答辩	22	17	77%
无效宣告申请	346	279	77%
总计	2624	1986	76%

-表 1-

由表 1 数据可知，超凡代理的案件整体成功率在 76%。其中作为非诉案件主要类型的驳回复审、异议申请及无效申请案件的成功率较高，平均成功率高达 71%，各单一案件类型的成功率也高于 74%。

2. 近期审查趋势

随着知识产权强国战略的深入推进，我国知识产权保护环境持续优化，商标注册申请量快速增长。在此背景下，商标同日申请现象日益凸显，尤其部分主体为给申请商标排除在先权利障碍（撤三、异议、无效）争取时间，利用商标注册同日申请程序环节多、流程长的特点，恶意制造同日申请。为规范审查标准、强化知识产权保护，国家知识产权局（国知局）专门制定发布了《关于商标注册同日申请程序的指引》（下称《指引》），相较于以往，**审查机关对同日申请案件更加规范和严格**。此外，**商标局在 2024 年下半年调整了撤三申请的审查要求后，近日又进一步对撤三申请的审查进行了规范和调整**。准确把握上述审查趋势，对于预判商标注册风险、优化申请策略具有重要意义。这就要求申请人在商标布局时更加注重合规性和前瞻性。

（1）审查机关对同日申请案件更加规范和严格

以下是在飚局以“恶意制造同日商标”或“故意制造同日”的裁定内容为检索条件，得出数据：

节点	日期		总数	成功	部分成功	失败
《指引》发布前	不限制-2023. 09. 25		0	0	0	0
《指引》发布后	第一阶段 2023. 09. 26- 2024. 12. 31	2023. 09. 26- 2024. 06. 30 (故意制造同日)	3	0	0	0
		2024. 07. 01- 2024. 12. 31 (恶意制造同日商 标)	63	0	0	63
	第二阶段 2025. 01. 01-2025. 04. 22 (恶意制造同日商标)		26	0	1	25

-表 2-

根据表 2 数据分析，审查机关认定的恶意制造同日申请案件呈现以下变化趋势：

在《指引》实施前，未检索到恶意制造同日申请相关案例，表明此前可能缺乏明确的审查标准。

在《指引》实施后，第一阶段共 66 例，月均约 4.4 例；前期（2023. 09. 26-2024. 06. 30），3 个案例使用“故意制造同日**”表述，驳回决定部分截图如下：

经复审我局认为，申请人及其关联主体北京... 存在故意制造同日申请商标的行为。申请商标的申请注册属于不以使用为目的的恶意商标注册申请，已构成《中华人民共和国商标法》第四条第一款所指的情形。申请人提交的证据不足以证明申请商标经过使用已具有可注册性。

依照《中华人民共和国商标法》第四条第一款、第三十条和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:李娇娜
张会
李焱
2023年11月08日

-图 1-

申请商标注册申请行为涉嫌与河... 申请注册的第... 号“博航 BOHANG”商标故意制造同日商标注册申请，申请人与河... 为关联主体，双方法定代表人相同，商标注册申请的联系人相同，商标注册人地址相近，商标代理机构相同，故认定该商标注册申请属于故意制造同日商标注册申请，违反诚实信用原则，予以驳回。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、第三十条和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标在复审服务上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:邵燕波
王懿伟
付泽宇
2024年04月23日

-图 2-

后期（2024. 07. 01-2024. 12. 31），63 个案例使用“恶意制造同日商标”表述，驳回决定部分截图如下：

本案申请商标与... 申请的... 号商标构成商标注册同日申请，而本案申请人... 与... 存在关联关系，前述商标构成的同日申请情形难谓巧合，故认定该商标注册申请属于恶意制造同日商标注册申请，违反诚实信用原则，予以驳回。本案申请人提交的证据不足以证明其前述行为不属于恶意制造同日商标注册申请。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、第三十条和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:李雅楠
李佳洁
张世莉
2024年07月10日

-图 3-

经复审认为，申请人申请的申请商标与该文壹知识产权咨询有限公司申请的第5-916739号商标构成商标注册同日申请，该组同日商标申请人地址、代理机构及指定的商品均相同；且同日双方申请人共同对在先商标权利障碍提出异议，前述商标构成的同日申请情形难谓巧合，明显超出正常范围，故认定该组同日商标属于“**恶意制造同日商标注册申请**”，违反诚实信用原则，予以驳回。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、**第三十条**和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:王凡

陈思

孙昕

2024年12月31日

-图 4-

第二阶段共 26 例，月均约 7.03 例。审查表述全部统一为“**恶意制造同日商标**”，驳回决定部分截图如下：

经复审认为，根据我局查明事实可知，本案申请商标与北京创益立科技有限公司申请的35类第**81128348**号“**CHOFN**”商标构成商标注册同日申请情形，明显超出正常范围，上述同日申请商标构成“**恶意制造商标注册同日申请**”情形，违反了诚实信用原则，违反了《中华人民共和国商标法》第七十七条的规定。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、**第三十条**和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:张潇文

白媛

高丽丹

2025年03月18日

-图 5-

可见，《指引》实施后的审查工作呈现以下两个显著特征：一是审查机关认定构成恶意制造同日申请的案件数量呈现明显增长态势，具体表现为第二阶段月均案例数较第一阶段增长 59%；二是审查标准日趋规范，审查机关对“申请人主观上知晓或应当知晓同日申请，仍进行同日申请（主要表现为关联企业之间）”情形，其认定表述经历了从“故意制造同日**”到“恶意制造同日商标”的转变。自 2024 年后半年，已完全统一采用“恶意制造同日商标”的规范表述，这一表述的转变，既反映了审查标准的细化完善，也体现了审查机关对此类行为规制力度的持续强化，目前整体驳回率维持在 99% 的高位。

上述数据中的唯一部分成功案例的驳回决定部分截图如下：

根据查明事实，本案申请商标由沈阳中裕商贸有限公司提出注册申请，目前尚无证据显示沈阳中裕商贸有限公司与大连寰宇田科技有限公司为关联企业，也无证据显示大连寰宇田农业科技集团有限公司系恶意受让本案申请商标，且本案审理之时，大连寰宇田科技有限公司名下已无其他“天地福人”商标，因此尚无证据显示本案申请商标注册申请属于恶意制造同日商标注册申请，本案申请商标注册申请未违反《商标法》第七条“申请注册和使用商标，应当遵循诚实信用原则”的规定。

依照《中华人民共和国商标法》第二十八条、**第二十条、第三十一条**、第三十四条及《中华人民共和国商标法实施条例》第二十一条的规定，我局决定如下：

申请商标指定使用在“拉面；面条”商品上的注册申请予以初步审定，申请商标指定使用在其余复审商品上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员：李雅楠
李佳洁
高丽丹
2025年01月02日

-图 6-

可见，当商标被审查机关认定为关联企业之间恶意制造同日申请时，需有充分证据证明同日申请主体之间无关联，才有机会取得商标注册。

下面进一步对恶意制造同日商标的具体案例进行分析（以是否经过申请权归属确认程序进行分类）：

第一类：跳过申请权归属确认程序，直接进行实质审查。

经复审认为，申请人与周翠翠为关联企业，双方围绕“艾草香”“艾草香”提出的商标注册申请构成同日商标申请，虽周翠翠已申请将第2024000104263号艾草香类商标主动撤回，因该注册申请已被驳回故该申请不予受理，申请商标的注册申请仍属于恶意制造同日商标注册申请，违反诚实信用原则。申请人所述其他理由非申请商标获准注册的充分依据。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、**第三十条**和第三十四条的规定，我局决定如下：

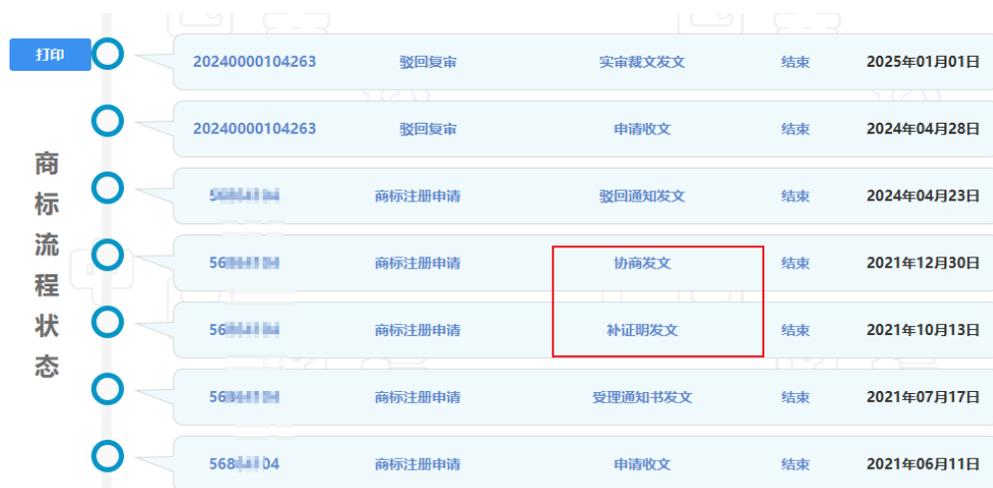
申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员：杨丰璟
洪强
刘阳
2024年12月26日

-图 7-

对应商标流程状态



-图 8-

经复审查明：1、引证商标在撤销案件中被决定撤销，不构成申请商标获准注册的在先权利障碍。

2、申请商标由申请人北京创盈众理科技有限公司于2021年12月03日申请注册，指定使用在第35类广告；竞争情报服务；商业询价；市场情报服务；经济预测；成本价格分析；替他人推销；职业介绍；将信息输入计算机数据库；会计服务上。

3、经查，北京创盈众理科技有限公司申请的35类第63122839号“CHOFFN”商标为同日（2021年12月03日）申请。

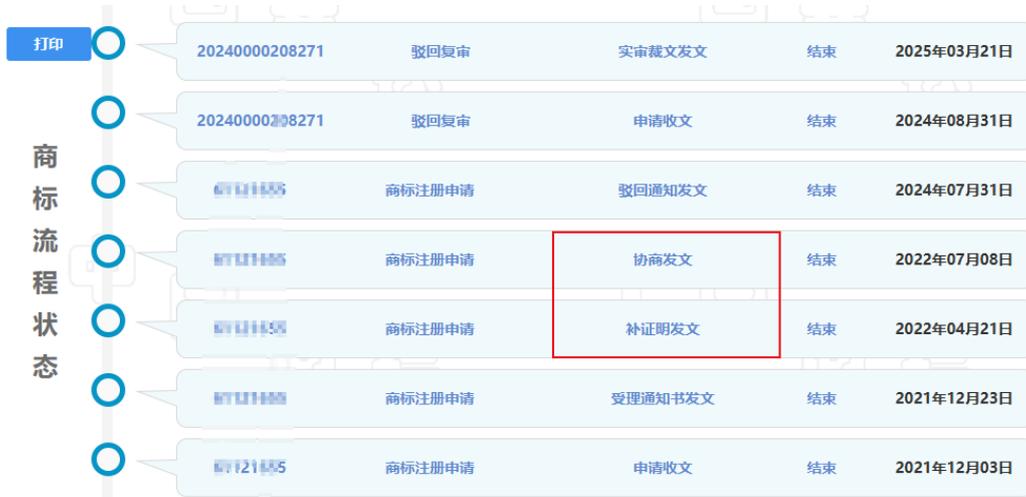
4、另经国家企业信用信息公示系统查询，申请人与北京创盈众理科技有限公司法定代表人均为：韩文国。北京创盈众理科技有限公司是申请人的股东。经复审认为，根据我局查明事实可知，本案申请商标与北京创盈众理科技有限公司申请的35类第63122839号“CHOFFN”商标构成商标注册同日申请情形，明显超出正常范围，上述同日申请商标构成恶意制造商标注册同日申请情形，违反了诚实信用原则，违反了《中华人民共和国商标法》第七条的规定。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、第三十条和第三十四条的规定，我局决定如下：
 申请商标的注册申请予以驳回。
 申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:张潇文

-图 9-

对应商标流程状态



-图 10-

第二类：经申请权归属确认程序（使用在先、协商、抽签）获得申请权，再进入实质审查阶段。

另，因申请人与维德门窗（北京）有限公司为关联企业，双方围绕“维德门窗”提出的商标注册申请构成同日商标申请，故认定该商标注册申请属于恶意制造同日商标注册申请，违反诚实信用原则，已构成《中华人民共和国商标法》第七条所指之情形。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、第三十条、第三十一条和第三十四条的规定，我局决定如下：
 申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。
 申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:赵玉红
戴艳

-图 11-

对应商标流程状态

打印

商标流程状态

2024000144002	驳回复审	实审裁文发文	结束	2025年01月03日
2024000144002	驳回复审	申请收文	结束	2024年06月16日
2024000144002	商标注册申请	驳回通知发文	结束	2024年05月17日
2024000144002	商标注册申请	补证明发文	结束	2023年04月22日
2024000144002	商标注册申请	受理通知书发文	结束	2023年02月07日
2024000144002	商标注册申请	申请收文	结束	2023年01月16日

-图 12-

经复审认为，本案申请商标与河北大德种植八号食用菌种植有限公司申请的第202311524号“种植八号”商标构成商标注册同日申请，而本案原申请人魏红均¹为河北大德种植八号食用菌种植有限公司的法定代表人²，前述商标构成的同日申请情形难谓巧合，故认定申请商标的注册申请属于恶意制造同日商标注册申请，违反诚实信用原则，予以驳回。申请人提交的证据不足以证明其前述行为不属于恶意制造同日商标注册申请。

依照《中华人民共和国商标法》第七条、**第二十条**和第三十四条的规定，我局决定如下：

申请商标的注册申请予以驳回。

申请人对本决定不服，可以自收到本决定书之日起三十日内向北京知识产权法院起诉，并在向法院递交起诉状的同时或者至迟十五日内将该起诉状副本抄送或者另行书面告知我局。

合议组成员:韦萍
白媛

-图 13-

对应商标流程状态

打印

商标流程状态

2024000170049	驳回复审	实审裁文发文	结束	2025年03月04日
2024000488898	商标转让	核准证明打印发送	结束	2024年11月16日
2024000170049	驳回复审	申请收文	结束	2024年07月18日
2024000488898	商标转让	申请收文	结束	2024年07月11日
2024000170049	商标注册申请	驳回通知发文	结束	2024年07月11日
2024000170049	商标注册申请	受理通知书发文	结束	2024年03月13日
2024000170049	商标注册申请	申请收文	结束	2024年02月27日

-图 14-

此外，《指引》中列举了两种典型恶意制造同日申请直接予以驳回的情形

案例名称	案情简介
3. 恶意制造“摩飞”相关同日商标案	<p>申请人提出商标注册申请时应避免人为地制造同日申请商标，对于此类故意制造商标注册同日申请的，除商标申请会被驳回外，……</p> <p>山东某公司与北京某公司申请注册了“摩飞”“MORPHYRICHARDS”和“摩飞电器”等86件同日申请商标。商标注册同日申请的一方申请人为另一方申请人股东，申请双方存在关联关系。……又提出大量与之相同的商标注册同日申请，其申请均构成恶意制造商标注册同日申请情形，依照商标法第七条、第三十条予以驳回。</p>
4. 代理机构恶意制造同日商标案	<p>商标代理机构在从业中不得与其主要从业人员或者控制的其他实体人为制造同日申请商标。如发现存在故意制造商标注册同日申请可能的，应主动告知申请人存在的驳回风险，引导申请人通过提交暂缓审查申请或者其他合规方式申请注册……</p> <p>张某作为长沙某商标代理机构法定代表人，同日又以自然人身份累计申请了多件商标，与多个不同的申请人构成了45组商标注册同日申请。在全部45组同日申请中，有33组同日申请的另一方申请人委托了张某所在的代理机构代理。……张某与其所在代理机构代理的申请人共同提出大量同日申请，构成恶意制造商标注册同日申请情形，依照商标法第七条、第三十条予以驳回。</p>

上述案例的共同特征：

- (1) 均为关联企业间的同日申请；
- (2) 均被认定为恶意制造同日申请；
- (3) 均以《商标法》第七条予以驳回；区别在于是否经过经申请权归属确认程序。

分析可知：①恶意同日申请的，有可能跳过申请权归属确认程序，直接进行实质审查，以第七条予以驳回，例如图 11、图 13；

②即便经申请权归属确认程序获得申请权，再进入实质审查阶段，仍会依据第七条诚实信用原则予以驳回。例如图 7、图 9；

③恶意越明显，跳过申请权归属确认程序，被直接驳回的概率越大。

④只要涉及“关联企业+同日申请”无论是否经过申请权归属确认程序，驳回复审成功率

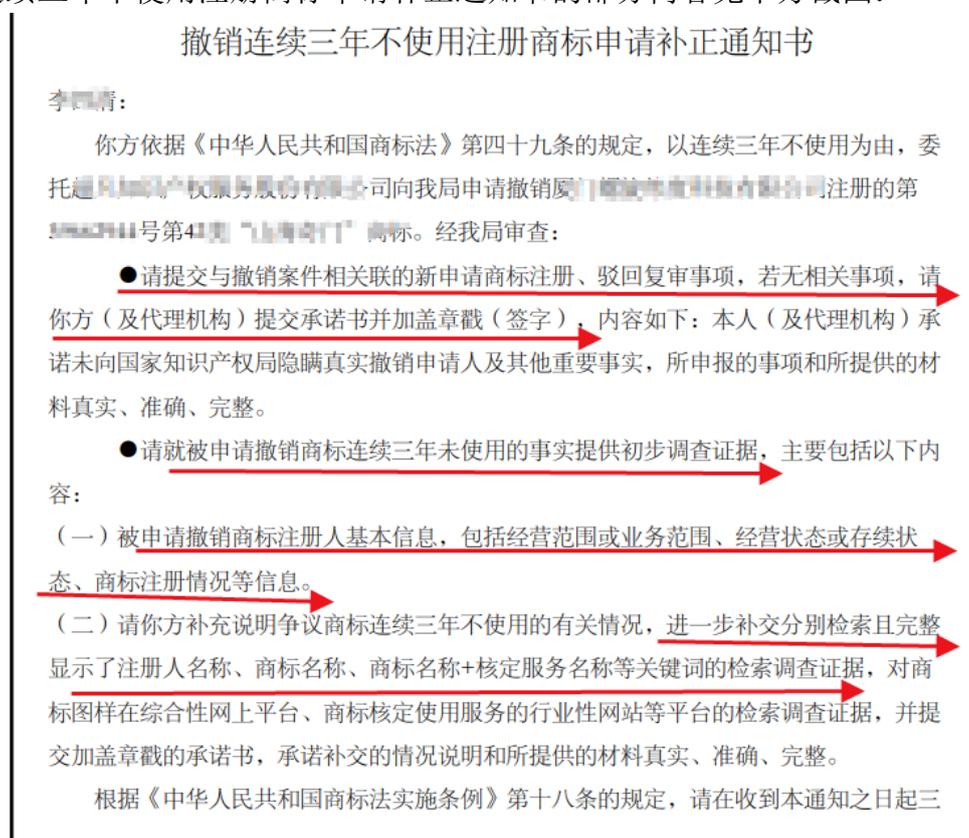
都极低。

上述现象充分反映出审查机关对关联企业恶意制造同日申请行为采取严格规制的立场，通过程序选择与实体审查相结合的方式，实现对商标注册秩序的维护。

(2) 审查机关对撤三申请案件更加规范和严格

本次关于撤三申请审查的变化主要集中在如下几方面：①要求撤三申请有合理事由即提供撤三申请的关联案件事项予以证明（如新申请商标注册、驳回复审、无效宣告、异议或侵权诉讼等）。②要求提供诚信承诺函（声明未隐瞒真实申请信息）。③要求提供争议商标注册人基本信息。④要求提高了对争议商标未使用事实的证明义务（提交行业销售平台检索、实地调查等初步证据，并说明商标标识的实际使用情况）。

撤销连续三年不使用注册商标申请补正通知书的部分内容见下方截图：



-图 15-

撤销连续三年不使用注册商标申请补正通知书

何本首：

你方依据《中华人民共和国商标法》第四十九条的规定，以连续三年不使用为由，委托北京超凡知识产权代理有限公司向我局申请撤销恒安科技股份有限公司注册的第2462644号图形“CHOFN”商标。经我局审查：

●请你方及代理机构提交承诺书并加盖公章（签字），内容如下：本人及代理机构承诺未向国家知识产权局隐瞒真实撤销申请人及其他重要事实，所申报的事项和所提供的材料真实、准确、完整。

●请你方补充说明争议商标连续三年不使用的有关情况，进一步补交分别检索且完整显示了注册人名称、商标名称、商标名称+核定商品名称等关键词的检索调查证据，对商标图样在综合性网上平台、商标核定使用商品的行业性网站等平台的检索调查证据，并提交加盖公章（签字）的承诺书，承诺补交的情况说明和所提供的材料真实、准确、完整。

●我局于2024年10月9日对争议商标提出撤三申请，经审查我局已依法受理，该案处于审查程序，尚未做出审查结论。2024年11月27日你方对争议商标提出撤三申请。为维护当事人合法权益，请你方依照承诺遵循诚实信用原则，向我局申请中止本案审查，等待在先案件审查结果，或依法向我局申请撤回该撤销连续三年不使用申请。

或你方如未履行承诺将承担信用管理失信惩戒等不利后果。

-图 16-

商标局通过上述改革举措，系统性地完善了撤三审查机制，旨在构建更加规范、透明的商标撤销程序。上述变化主要体现在三个方面：一是**强化程序规范性**，通过事由审查和诚信承诺双重要求，确保申请行为的正当性；二是**优化证据规则**，以更严格的举证标准客观反映商标使用实况；三是**完善主体审查**，防范程序滥用风险。

对申请人而言，新规实施后需要建立更完善的商标管理策略：**建议申请人进行全面的商标使用情况调查，优先采用实名申请方式**，并建立申请事由与在办案件的关联性证明体系。

特别需要强调的是**风险防控机制**：**当监测到争议商标存在实际使用迹象，或发现该商标已被其他主体申请撤销时，应当及时决定是否继续撤销申请。对于缺乏充分事实依据的申请，建议主动撤回**，以避免产生不必要的法律风险。

综上所述，当前商标注册环境日趋严格，企业需重点关注以下两方面问题：首先，**关联企业间的同日申请行为已成为审查重点**，当申请人与其他主体存在控股、子公司或同一法定代表人等关联关系，其同日申请行为可能直接被认定为恶意注册。恶意明显的案件可能跳过申请权归属确认程序，直接引用《商标法》第七条驳回。在此情况下，申请人主张“不知情”“善意保护”或“主动撤回”均难以改变驳回结果。商标局对明显恶意行为的审查周期缩短，通过简化流程提升效率。因此，经营主体应科学选择商标申请及发展策略，提前合理确定商标申请主

体, 尽量避免出现与其子公司、控股公司或者具有关联关系的其他主体提出商标注册同日申请。其次, 针对在先权利障碍商标, 尽管撤三申请曾是常见的清除手段, 但商标局近年来不断提高审查标准, 对证据材料的要求更加严格规范, 这一变化使得商标注册的整体难度显著提升, 企业需提前做好风险防范与策略调整。(任佳欣)

1. 商标法律前沿问题研究专题组 2024 年度获奖名单公布，超凡专家荣获多个奖项

2025 年 4 月 17 日，由中华商标协会主办的“商标法律前沿问题研究报告发布与交流会”在北京召开，会议发布了商标法律前沿问题研究专题组 2024 年度优秀研究成果及优秀联合主持人名单。超凡商标专家团队凭借深厚的理论功底和丰富的实践经验，在专题研究工作中表现突出，荣获其中多个奖项。

超凡商标事业部副总经理杨静安作为商标合法性要件专题组联合主持人，组织调研并负责撰稿的《关于商标法第十条在我国商标注册审查过程中的适用状况调研报告》获评一等奖。超凡张欢等商标代理人作为专题组参与者获评该奖项。



图 1：“商标合法性要件”研究专题成果荣获“一等奖”证书

超凡商标事业部副总经理杨静安作为商标共存制度研究专题组成员参与的《企业视角下商标共存的可行性分析与建议》获评一等奖。中华商标协会启动商标法律前沿问题研究项目两年以来，已累计评选了 5 个一等奖，杨静安获评了其中 4 个。在去年发布的 2023 年研究成果中，

杨静安联合主持并撰稿的“商标恶意注册”“商标恶意诉讼”两个专题均获评一等奖。



图 2：“商标共存制度”研究专题成果荣获“一等奖”证书

超凡商标事业部副总经理杨静安联合主持并参与撰稿的《商标恶意注册的民事责任课题报告》获评二等奖。



图 3：“商标恶意注册”研究专题成果荣获“二等奖”证书

超凡涉外商标事业部总经理冯浩雨、资深商标代理人郭兴宇参与撰稿的“商标显著性”研

究专题成果荣获“二等奖”。



图 4：“商标显著性”研究专题成果荣获“二等奖”证书

超凡国际商标代理部经理鲍荷花，资深商标代理人刘思吟、杨洋参与撰稿的“域外商标法律和实务”研究专题成果荣获“三等奖”。



图 5：“域外商标法律和实务”研究专题成果荣获“三等奖”证书

超凡商标事业部副总经理王合锋联合主持、商标专业经理薛友飞参与撰稿的“商标国际注

册”研究专题成果、超凡涉外商标事业部专业总监兼代理部经理李海玉联合主持的“定牌加工”研究专题成果以及参与撰稿的“《反不正当竞争法》与《商标法》的协同保护”研究专题成果、北京超成律师事务所刘莉莎律师参与撰稿的“企业商标侵权预警与应对”研究专题成果、超凡涉外资深商标代理人任娇参与撰稿的“平行进口”研究专题成果荣获“优秀奖”。此外，超凡贺淑敏、孙嘉美、冯小蕊等多位律师、商标代理人作为专题组成员也参加了相关商标法律前沿问题研究专题组的研究工作。



图 6：“商标国际注册”研究专题成果荣获“优秀奖”证书



图7：“定牌加工”研究专题成果荣获“优秀奖”证书



图8：“《反不正当竞争法》与《商标法》的协同保护”研究专题成果荣获“优秀奖”证书



图 9：“企业商标侵权预警与应对”研究专题成果荣获“优秀奖”证书



图 10：“平行进口”研究专题成果荣获“优秀奖”证书

此次活动还公布了优秀联合主持人名单，超凡商标事业部副总经理杨静安、副总经理王合锋均获评“优秀联合主持人”。



图 11: 杨静安获评“优秀联合主持人”证书



图 12: 王合锋获评“优秀联合主持人”证书

2. 一汽奔腾发来感谢信，高度赞扬超凡提供的知识产权服务

近日，一汽奔腾开发院项目管理部知识产权管理团队（以下简称“一汽奔腾”）发来感谢信，信中一汽奔腾对超凡服务团队精湛的专业能力以及认真负责的工作态度表示肯定与感谢。

3. 超成律所代理案件入选“2024 年度广东省重点商标保护名录纳入商标十大典型案例”

2025 年 3 月 3 日，广东省商标协会发布了“2024 年度广东省重点商标保护名录纳入商标十大典型案例”评选结果，北京超成律师事务所代理的“广州市钱大妈农产品有限公司与国家知识产权局、钱鲜生品牌管理（深圳）有限公司商标权无效宣告行政纠纷案”入选。

4. 超凡成功协办中华商标协会“商标行政保护及案例解读培训班”，超成律所专家受邀进行授课

2025 年 3 月 6 日至 7 日，由中华商标协会主办，超凡知识产权服务股份有限公司（以下简称“超凡”）、联合信任时间戳服务中心共同协办的“商标行政保护及案例解读培训班”在京顺利举办，来自中华商标协会会员单位的近 300 名学员参与了学习。中华商标协会副秘书长张豫宁出席培训班并作致辞，北京超成（成都）律师事务所主任冯建坤受邀作为讲师现场授课。

声明：本次内容由超凡商标专业委员会相关成员结合网络、新媒体信息汇编而成，供广大企业商标管理从业者参考，若有不当之处，敬请指正！



超凡知识产权



商标法务圈