

他普通员工)；

因存在上述关系以外的其他关系而知晓在先商标的，属于本款规定的其他关系。

下列证据可以证明合同、业务往来及其他关系的存在：

(1) 合同；

(2) 可以证明合同、业务往来的来往信函、交易凭证、采购资料等；

(3) 企业的工资表、劳动合同、社会保险、医疗保险材料、户口登记证明等；

(4) 其他证明特定关系存在的证据。

4. “在先使用”的判定

在先使用应当是在系争商标提出注册申请前，已经在中国市场使用的商标。在先使用既包括在实际销售的商品、提供的服务上使用商标，也包括对商标进行的推广宣传。

本条所指在先使用还包括为标有系争商标的商品/服务投入中国市场而进行的实际准备活动。

在先使用人只需证明商标已经使用，无需证明商标通过使用具有了一定影响。

5. 虽非以特定关系人名义申请注册,但有证据证明,注册申请人与特定关系人具有串通合谋行为的,属于《商标法》第十五条第二款所指特定关系人的抢注行为。对于串通合谋抢注行为,可以视情况根据商标注册申请人与上述特定关系人之间的亲属、投资等关系进行推定。

6. 特定关系人不得申请注册的商标,不限于与他人在先使用商标相同的商标,也包括与他人在先使用商标近似的商标。

7. 对他人在先使用商标的保护范围不限于与该商标所使用的商品/服务相同的商品/服务,也及于类似的商品/服务。

四、损害他人先在权利审理标准

《商标法》第三十二条 申请商标注册不得损害他人现有的在先权利……。

1. 引言

本条规定的在先权利是指在系争商标申请注册日之前已经取得的，除商标权以外的其他权利，包括字号权、著作权、外观设计专利权、姓名权、肖像权以及应予保护的其他合法在先权益。

在商标异议、不予注册复审及无效宣告案件审理中，涉及在先权利保护问题的，以本标准为原则进行个案判定。

本条所指的“现有”一般应当以系争商标申请注册日为时间点，确定在先权利是否形成，是否仍处于合法状态，但如果在先权利在案件审理时已不存在的，则一般不影响系争商标的注册。

2. 在先权利

2.1 字号权

2.1.1 将与他人先在登记、使用并具有一定知名度的字号相同或者近似的文字申请注册为商标，容易导致中国相关公众混淆，致使在先字号权人的利益可能受到损害的，应当认定为对他人先在字号权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。

2.1.2 适用要件

- (1) 在系争商标申请注册之前他人已在先登记或使用其字号；
- (2) 该字号在中国相关公众中具有一定的知名度；
- (3) 系争商标的注册与使用容易导致相关公众产生混淆，致使在先字号权人的利益可能受到损害。

2.1.3 关于在先字号权的界定

以字号权对抗系争商标的，字号的登记、使用日应当早于系争商标的申请注册日。

在先享有字号权的事实可以用企业登记资料、使用该字号的商品交易文书、广告宣传材料等加以证明。

2.1.4 关于混淆可能性的判定

混淆的可能性是指，系争商标的注册与使用将会导致相关公众误以为该商标所标识的商品/服务来自于字号权人，或者与字号权人有某种特定联系。

认定系争商标容易与在先字号发生混淆，可能损害在先字号权人的利益，应当综合考虑下列各项因素：

(1) 系争商标与字号的近似程度

原则上系争商标与在先字号相同或基本相同时可能容易产生混淆，但在个案中应根据在先字号的独创性、知名度对系争商标与字号是否构成近似进行判断。

(2) 系争商标指定使用的商品/服务与字号权人实际经营的商品/服务的关联程度

对在先字号权的保护原则上应当以与字号权人实际经营的商品/服务相同或者类似的商品/服务为限，但在个案中应根据在先字号的

独创性、知名度，以及双方商品/服务的关联程度，具体确定该在先字号的保护范围。

2.1.5 对于企业名称的简称、事业单位及其他组织的名称及简称、个人合伙及个体工商户的字号及简称均参照适用本标准。

2.2 著作权

2.2.1 未经著作权人的许可，将他人享有著作权的作品申请注册商标，应认定为对他人在先著作权的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。

2.2.2 适用要件

- (1) 在系争商标申请注册之前他人已在先享有著作权；
- (2) 系争商标与他人在先享有著作权的作品相同或者实质性相似；
- (3) 系争商标注册申请人接触过或者有可能接触到他人享有著作权的作品；
- (4) 系争商标注册申请人未经著作权人的许可。

2.2.3 关于在先著作权的界定

在先享有著作权是指，在系争商标申请注册日之前，他人已经通过创作完成作品或者继承、转让等方式取得著作权。

在先享有著作权的事实可以下列证据材料加以证明：著作权登记证书，在先公开发表该作品的证据材料，在先创作完成该作品的证据材料，在先通过继承、转让等方式取得著作权的证据材料等。商标注册证或晚于系争商标申请注册日进行登记的著作权登记证书不能单

独作为认定著作权成立的定案证据。

对生效裁判文书中确认的当事人在先享有著作权的事实，在没有充分相反证据的情况下，可以予以认可。

2.2.4 “作品”是指受到《中华人民共和国著作权法》保护的客体。

2.2.5 如果系争商标注册申请人能够证明系争商标是独立创作完成的，则不构成对他人在先著作权的损害。

2.2.6 系争商标注册申请人应就其主张的取得著作权人许可的事实承担举证责任。

根据《中华人民共和国著作权法》及其《实施条例》的有关规定，系争商标注册申请人应当就著作权人做出过直接的、明确的许可其使用作品申请注册商标的意思表示举证证明。

2.3 外观设计专利权

2.3.1 未经授权，将他人享有专利权的外观设计申请注册商标，致使在先外观设计专利权人的利益可能受到损害的，可以适用商标法第三十二条前半段对系争商标不予核准注册或者予以无效宣告。

2.3.2 适用要件

(1) 在系争商标申请注册及使用之前他人已在先享有外观设计专利权；

(2) 系争商标与外观设计相同或者近似。

2.3.3 关于他人在先外观设计专利权的界定

外观设计专利的授权公告日应当早于系争商标注册申请日及使

用日。

当事人主张在先享有外观设计专利权的，应当提交外观设计专利证书、年费缴纳凭据等证据材料加以证明。

2.3.4 对系争商标与外观设计相同或者近似的判断

关于系争商标与外观设计相同或者近似的判断，既可以就系争商标与外观设计的整体进行比对，也可以就系争商标的主体显著部分与外观设计的要部进行比对。

有关系争商标与外观设计相同或者近似的认定，原则上适用商标相同、近似的审查标准。外观设计专利中的文字仅保护其特殊表现形式，含义并不在专利权保护范围内。

2.3.5 系争商标注册申请人应当就其主张的取得外观设计专利权人授权的事实承担举证责任。

2.4 姓名权

2.4.1 未经许可，将他人的姓名申请注册商标，给他人姓名权可能造成损害的，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。

2.4.2 适用要件

- (1) 在相关公众的认知中，系争商标文字指向该姓名权人；
- (2) 系争商标的注册给他人姓名权可能造成损害。

2.4.3 他人的姓名包括本名、笔名、艺名、别名等。

“他人”是指提出异议、不予注册复审或者无效宣告申请时在世的自然人。

2.4.4 认定系争商标是否损害他人姓名权，应当以相关公众容易

将系争商标在其注册使用的商品上指向姓名权人或者与姓名权人建立对应联系为前提，既包括系争商标与他人姓名完全相同，也包括虽然系争商标与他人姓名在文字构成上有所不同，但反映了他人的主要姓名特征，在相关公众的认知中指向该姓名权人。

未经许可使用公众人物的姓名申请注册商标的，或者明知为他人的姓名，却基于损害他人利益的目的申请注册商标的，应当认定为对他人姓名权的损害。

2.4.5 系争商标注册申请人应当就其主张的取得姓名权人许可的事实承担举证责任。

在系争商标申请注册日之前姓名权人撤回许可的，超出姓名权人许可使用的商品/服务之外申请注册商标的，在姓名权人未明确许可的使用商品/服务上申请注册商标的，视为未经许可。

2.4.6 使用姓名申请注册商标，误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》第十条第一款第（七）项、第（八）项的规定进行审查。

2.5 肖像权

2.5.1 未经许可，将他人的肖像申请注册商标，给他人肖像权可能造成损害的，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。

2.5.2 适用要件

- （1）在相关公众的认知中，系争商标图像指向该肖像权人；
- （2）系争商标的注册给他人肖像权可能造成损害。

2.5.3 “他人”是指提出异议、不予注册复审或者无效宣告申请

时在世的自然人。

肖像是指通过摄影、绘画等艺术手段将他人的形象进行再现，包括照片、肖像画、视频等表现形式。

2.5.4 认定系争商标是否损害他人肖像权，应当以相关公众容易将系争商标在其注册使用的商品上指向肖像权人或者与肖像权人建立对应联系为前提。

将他人的肖像照片作为系争商标申请注册的，不以他人是否具有公众知名度为保护前提；将他人的肖像画作为系争商标申请注册的，一般应考虑他人知名度情况在个案中确定保护范围

未经许可使用公众人物的肖像申请注册商标的，或者明知为他人的肖像，却基于损害他人利益的目的申请注册商标的，应当认定为对他人肖像权的损害。

2.5.5 系争商标注册申请人应当就其主张的取得肖像权人许可的事实承担举证责任。

在系争商标申请注册日之前肖像权人撤回许可的，超出肖像权人许可使用的商品/服务之外申请注册商标的，在肖像权人未明确许可的使用商品/服务上申请注册商标的，视为未经许可。

2.5.6 使用他人的肖像申请注册商标，误导公众、妨害公序良俗或者有其他不良影响的，依据《商标法》第十条第一款第（七）、第十条第一款第（八）项的规定进行审查。

3. 在先权益

3.1 知名商品/服务特有名称、包装、装潢

3.1.1 将与他人知名商品/服务特有名称、包装、装潢相同或者近似的文字、图形等申请注册为商标，容易导致中国相关公众混淆，致使该合法权益人的利益可能受到损害的，应当认定为对他人知名商品/服务特有名称、包装、装潢的损害，系争商标应当不予核准注册或者予以无效宣告。

3.1.2 适用要件

(1) 在系争商标申请注册之前他人已在先使用知名商品/服务特有名称、包装、装潢；

(2) 他人知名商品/服务特有名称、包装、装潢未获准注册为商标；

(3) 系争商标与他人知名商品/服务特有名称、包装、装潢相同或者近似；

(4) 系争商标的注册与使用容易导致相关公众产生混淆或误认，致使在先知名商品/服务特有名称、包装、装潢权益人的利益可能受到损害。

3.1.3 知名商品/服务特有名称、包装、装潢的认定

具有区别商品来源的显著特征的商品的名称、包装、装潢应当认定为“特有的名称、包装、装潢”。有下列情形之一的，不能被认定为知名商品特有的名称、包装、装潢：

(一) 商品的通用名称、图形、符号；

(二) 仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的商品名称；

(三) 仅由商品自身的性质产生的形状，为获得技术效果而需

有的商品形状以及使商品具有实质性价值的形状；

(四) 其他缺乏显著特征的商品名称、包装、装潢。

前款第(一)、(二)、(四)项规定的情形经过使用取得显著特征的,可以认定为特有的名称、包装、装潢。

3.1.4 关于混淆可能性的判定

认定系争商标容易与在先该知名商品/服务特有名称、包装、装潢发生混淆,可能损害在先权益人的利益,应当综合考虑系争商标与该知名商品/服务特有名称、包装、装潢的近似程度以及系争商标指定使用的商品/服务与知名商品/服务的关联程度。

3.2 其他应予保护的合法在先权益

五、抢注他人已经使用并有一定影响商标审理标准

《商标法》第三十二条 申请商标注册……，也不得以不正当手段抢先注册他人已经使用并有一定影响的商标。

1. 引言

上述规定是基于诚实信用原则，对已经使用并有一定影响商标予以保护，制止以不正当手段抢注行为，弥补严格实行注册原则可能造成不公平后果的不足。

在商标异议、不予注册复审及无效宣告案件审理中，涉及抢注他人已经使用并有一定影响商标问题的，以本标准为原则进行个案判定。

2. 适用要件

- (1) 他人商标在系争商标申请日之前已经在先使用并有一定影响；
- (2) 系争商标与他人商标相同或者近似；
- (3) 系争商标所指定的商品/服务与他人商标所使用的商品/服务原则上相同或者类似；
- (4) 系争商标申请人采取了不正当手段。

在先使用并有一定影响商标的所有人或者利害关系人依据《商标法》第三十二条的规定对系争商标提出无效宣告的，应自系争商标核准注册之日起五年内提出。

3. 已经使用并有一定影响商标的判定

3.1 已经使用并有一定影响商标是指在中国已经在先使用并为一定范围内相关公众所知晓的未注册商标。

相关公众的判定适用《复制、摹仿或者翻译他人驰名商标审理标准》的相关规定。

3.2 证明商标具有一定影响，可以提供下列证据材料：

(1) 该商标最早使用时间和持续使用情况等相关资料；

(2) 该商标所标示的商品/服务的合同、发票、提货单、银行进帐单、进出口凭据等；

(3) 该商标所标示的商品/服务的销售区域范围、销售量、销售渠道、方式、市场份额等相关资料；

(4) 该商标所有人在广播、电影、电视、报纸、期刊、网络、户外等媒体发布的商业广告、宣传资料及上述媒体中所有涉及到该商标的评论、报道、宣传等资料；

(5) 该商标所标示的商品/服务参加展览会、博览会、拍卖等商业活动的相关资料；

(6) 该商标的获奖等商誉资料；

(7) 其他可以证明该商标有一定影响的资料。

当事人提交的域外证据材料，能够证明该商标为中国相关公众所知晓的，应当予以采信。

3.3 用以证明商标使用情况的证据材料，应当能够显示所使用的商标标识、商品/服务、使用日期和使用人。

3.4 商标是否具有**一定影响**原则上以系争商标申请日为准予以判定。

在系争商标申请日前虽曾使用并具有一定影响，但未持续使用的，还应对该商标的影响力是否持续至系争商标申请注册日予以判定。

4. “不正当手段”的判定

判定系争商标申请是否采取不正当手段，可综合考虑下列因素：

- (1) 系争商标申请人与在先使用人曾有贸易往来或合作关系；
- (2) 系争商标申请人与在先商标使用人共处相同地域或者双方商品/服务有相同的销售渠道和地域范围；
- (3) 系争商标申请人与在先使用人曾发生过其他纠纷，可知晓在先使用人商标；
- (4) 系争商标申请人与在先使用人曾有内部人员往来关系；
- (5) 系争商标申请人具有以牟取不正当利益为目的，利用在先使用人有一定影响商标的声誉和影响力进行误导宣传，胁迫在先使用人与其进行贸易合作，向在先使用人或者他人索要高额转让费、许可使用费或者侵权赔偿金等行为；
- (6) 他人商标具有较强独创性，系争商标与之高度近似；
- (7) 其他可以认定为不正当手段的情形。

5. 是否构成本条款所指情形应对“一定影响”的程度和“不正当手段”的情形予以综合考虑。

六、以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册审理标准

《商标法》第四十四条第一款 已经注册的商标，……是以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的，由商标局宣告该注册商标无效；其他单位或者个人可以请求商标评审委员会宣告该注册商标无效。

1. 引言

申请商标注册应当遵守诚实信用原则，不得以弄虚作假的手段欺骗商标行政主管部门取得注册，也不得以扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者其他不正当方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册。

涉及以欺骗手段或者其他不正当手段取得商标注册问题的，以本标准为原则进行个案判定。

2. 适用要件

2.1 以欺骗手段取得商标注册的行为。

此种情形是指系争商标注册人在申请注册商标的时候，采取了向商标行政主管部门虚构或者隐瞒事实真相、提交伪造的申请书件或者其他证明文件，以骗取商标注册的行为。包括但不限于下列情形：

(1) 伪造申请书件签章的行为；

(2) 伪造、涂改申请人的身份证明文件的行为，包括使用虚假的身份证、营业执照等身份证明文件，或者涂改身份证、营业执照等身份证明文件上重要登记事项等行为；

(3) 伪造其他证明文件的行为。

2.2 以其他不正当手段取得商标注册的行为。

此种情形是指确有充分证据证明系争商标注册人采用欺骗手段以外的扰乱商标注册秩序、损害公共利益、不正当占用公共资源或者以其他方式谋取不正当利益等其他不正当手段取得注册，其行为违反了诚实信用原则，损害了公共利益。对于只是损害特定民事权益的情形，则应适用商标法第四十五条及商标法的其他相应规定进行审查判断。

2.2.1 下列情形属于本条所指的“以其他不正当手段取得注册”：

(1) 系争商标申请人申请注册多件商标，且与他人具有较强显著性的商标构成相同或者近似的；

(2) 系争商标申请人申请注册多件商标，且与他人字号、企业名称、社会组织及其他机构名称、知名商品的特有名称、包装、装潢等构成相同或者近似的；

(3) 系争商标申请人申请注册大量商标，且明显缺乏真实使用意图的；

(4) 其他可以认定为以不正当手段取得注册的情形。

2.2.2 系争商标获准注册后，系争商标申请人既无实际使用行为，也无准备使用行为，仅具有出于牟取不正当利益的目的，积极向他人兜售商标、胁迫他人与其进行贸易合作、或者向他人索要高额转让费、许可使用费、侵权赔偿金等行为的，可以判定其明显缺乏真实使用意图。

2.2.3 系争商标申请人以不正当手段取得注册的商标，不限于系

争商标申请人本人申请注册的商标，也包括与系争商标申请人具有串通合谋行为或者具有特定身份关系或者其他特定联系的人申请注册的商标。

七、撤销注册商标案件审理标准

《商标法》第四十九条 商标注册人在使用注册商标的过程中，自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项的，由地方工商行政管理部门责令限期改正；期满不改正的，由商标局撤销其注册商标。

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。商标局应当在收到申请之日起九个月内做出决定，有特殊情况需要延长的，经国务院工商行政管理部门批准，可以延长三个月。

《商标法》第五十四条 对商标局撤销或者不予撤销注册商标的决定，当事人不服的，可以自收到通知之日起十五日内向商标评审委员会申请复审。商标评审委员会应当自收到申请之日起九个月内做出决定，并书面通知申请人。有特殊情况需要延长的，经国务院工商行政管理部门批准，可以延长三个月。当事人对商标评审委员会的决定不服的，可以自收到通知之日起三十日内向人民法院起诉。

《商标法实施条例》第六十五条 有商标法第四十九条规定的注册商标成为其核定使用的商品通用名称情形的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标，提交申请时应当附送证据材料。商标局受理后应当通知商标注册人，限其自收到通知之日起2个月内答辩；期满未答辩的，不影响商标局做出决定。

《商标法实施条例》第六十六条 有商标法第四十九条规定的注册商标无正当理由连续3年不使用情形的，任何单位或者个人可以向

商标局申请撤销该注册商标，提交申请时应当说明有关情况。商标局受理后应当通知商标注册人，限其自收到通知之日起2个月内提交该商标在撤销申请提出前使用的证据材料或者说明不使用的正当理由；期满未提供使用的证据材料或者证据材料无效并没有正当理由的，由商标局撤销其注册商标。

前款所称使用的证据材料，包括商标注册人使用注册商标的证据材料和商标注册人许可他人使用注册商标的证据材料。

以无正当理由连续3年不使用为由申请撤销注册商标的，应当自该注册商标注册公告之日起满3年后提出申请。

《商标法实施条例》第六十七条 下列情形属于商标法第四十九条规定的正当理由：

- (一) 不可抗力；
- (二) 政府政策性限制；
- (三) 破产清算；
- (四) 其他不可归责于商标注册人的正当事由。

1. 引言

商标注册人负有规范使用和连续使用注册商标并积极维护注册商标显著性的法定义务。《商标法》禁止自行改变注册商标、自行改变注册商标的注册人名义、地址或者其他注册事项等行为。

2. 是否存在自行改变注册商标情形的判定

自行改变注册商标，是指商标注册人或者被许可使用人在实际使用注册商标时，擅自改变该商标的文字、图形、字母、数字、立体形状、颜色组合等，导致原注册商标的主要部分和显著特征发生变化。改变后的标志同原注册商标相比，易被认为不具有同一性。

存在上述行为，且经地方工商行政管理部门责令商标注册人限期改正，但拒不改正的，依法予以撤销。

3. 是否存在自行改变注册商标的注册人名义、地址或者其他注册事项情形的判定

3.1 自行改变注册商标的注册人名义，是指商标注册人名义（姓名或者名称）发生变化后，未依法向商标局提出变更申请，或者实际使用注册商标的注册人名义与《商标注册簿》上记载的注册人名义不一致。

3.2 自行改变注册商标的注册人地址，是指商标注册人地址发生变化后，未依法向商标局提出变更申请，或者商标注册人实际地址与《商标注册簿》上记载的地址不一致。

3.3 自行改变注册商标的其他注册事项，是指除商标注册人名义、地址之外的其他注册事项发生变化后，注册人未依法向商标局提出变更申请，致使与《商标注册簿》上登记的有关事项不一致。

存在上述行为之一的，且经地方工商行政管理部门责令商标注册人限期改正，但拒不改正的，依法予以撤销。

4. 是否存在注册商标成为其核定使用商品的通用名称情形的判定

4.1 注册商标成为其核定使用商品的通用名称，是指原本具有商标显著特征的注册商标，在市场实际使用过程中，退化为其核定使用商品的通用名称。

4.2 判定系争商标是否属于商品的通用名称，适用《商标审查标准》第二部分“商标显著特征的审查”之三“仅有本商品的通用名称、图形、型号的”。

4.3 判断注册商标成为其核定使用商品的通用名称的时间点，一般应以提出撤销申请时的事实状态为准，案件审理时的事实状态可以作为参考。

4.4 适用要件

(1) 注册商标在其获准注册之时尚未成为其核定使用商品的通用名称；

(2) 注册商标在被提出撤销申请时已成为其核定使用商品的通用名称。

4.5 注册商标成为其核定使用商品的通用图形、型号，参照本条规定审理。

5. 连续三年不使用注册商标情形的判定

5.1 连续三年不使用注册商标，是指一个注册商标在其有效期内不使用，且该状态不间断地持续三年以上。

5.2 连续三年不使用注册商标的时间起算，应当自申请人向商

标局申请撤销该注册商标之日起，向前推算三年。

5.3 商标使用的判定

5.3.1 商标的使用，是指商标的商业使用。包括将商标用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品来源的行为。

5.3.2 商标使用在指定商品上的具体表现形式有：

(1) 采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式将商标附着在商品、商品包装、容器、标签等上，或者使用在商品附加标牌、产品说明书、介绍手册、价目表等上；

(2) 商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括使用在商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据等上；

(3) 商标使用在广播、电视等媒体上，或者在公开发行的出版物中发布，以及以广告牌、邮寄广告或者其他广告方式为商标或者使用商标的商品进行的广告宣传；

(4) 商标在展览会、博览会上使用，包括在展览会、博览会上提供的使用该商标的印刷品以及其他资料；

(5) 其他符合法律规定的商标使用形式。

5.3.3 商标使用在指定服务上的具体表现形式有：

(1) 商标直接用于服务场所，包括使用于服务的介绍手册、服务场所招牌、店堂装饰、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、奖券、办公文具、信笺以及其他与指定服务相关的用品上；

(2) 商标使用于和服务有联系的文件资料上，如发票、汇款单

据、提供服务协议、维修维护证明等；

(3) 商标使用在广播、电视等媒体上，或者在公开发行的出版物中发布，以及以广告牌、邮寄广告或者其他广告方式为商标或者使用商标的服务进行的广告宣传；

(4) 商标在展览会、博览会上使用，包括在展览会、博览会上提供的使用该商标的印刷品及其他资料；

(5) 其他符合法律规定的商标使用形式。

5.3.4 系争商标不存在连续三年不使用情形的举证责任由系争商标注册人承担。

用以证明系争商标不存在连续三年不使用的情形的证据材料，应当符合以下要求：

(1) 能够显示出使用的系争商标标识；

(2) 能够显示出系争商标使用在指定使用的商品/服务上；

(3) 能够显示出系争商标的使用人，既包括商标注册人自己，也包括商标注册人许可的他人。如许可他人使用的，应当能够证明许可使用关系的存在；

(4) 能够显示出系争商标的使用日期，且应当在自撤销申请之日起向前推算三年内；

(5) 能够证明系争商标在《商标法》效力所及地域范围内的使用；

仅提交下列证据，不视为商标法意义上的商标使用：

(1) 商品销售合同或提供服务的协议、合同；

(2) 书面证言；

- (3) 难以识别是否经过修改的物证、视听资料、网站信息等;
- (4) 实物与复制品。

5.3.5 以下情形, 不被视为商标法意义上的商标使用:

(1) 商标注册信息的公布或者商标注册人关于对其注册商标享有专用权的声明;

(2) 未在公开的商业领域使用;

(3) 仅作为赠品使用;

(4) 仅有转让或许可行为而没有实际使用;

(5) 仅以维持商标注册为目的的象征性使用。

5.3.6 商标注册人提交的使用证据如果改变了注册商标的主要部分和显著特征, 则不能认定为注册商标的使用。

5.3.7 商标注册人应当在核定使用的商品上使用注册商标。商标注册人在核定使用的商品上使用注册商标的, 在与该商品相类似的商品上的注册可予以维持。商标注册人在核定使用商品之外的类似商品上使用其注册商标, 不能视为对其注册商标的使用。

八、类似商品或者服务审理标准

1. 引言

商标按商品/服务类别进行注册、使用、管理和保护，商标法律中设置商品/服务类似关系用来确立商标权利及保护范围的大小。类似商品/服务的判定是商标确权案件审理的重要内容。

《类似商品和服务区分表》是我国商标主管部门以《商标注册用商品和服务国际分类表》为基础，总结多年的类似商品或者服务划分的实践经验制定并对外公布的。

为稳定商标注册秩序、提高审理效率、统一审理标准，商标局、商标评审委员会在审理案件时原则上应当参照《类似商品和服务区分表》。但由于商品和服务项目在不断更新、发展，市场交易的状况也不断变化以及商标案件的个案差异，类似商品或者服务的判定也会随之调整。

在商标驳回复审、异议、不予注册复审、无效宣告、无效宣告复审、撤销、撤销复审案件审理中，涉及商品或者服务类似与否判定问题的，以本标准为原则进行个案判定。

2. 类似商品的判定

2.1 类似商品是指在功能、用途、主要原料、生产部门、销售渠道、销售场所、消费群体等方面相同或者具有较大关联性的商品。

2.2 类似商品的判定应当综合考虑下列各项因素，不以单一因

素作为考量商品类似的唯一依据:

(1) 商品的功能、用途

商品的功能、用途直接体现消费者的购买目的,是判定商品类似的重要依据。两种商品的功能、用途相同或者相近,能够满足消费者同类需求的,则被判定为类似商品的可能性较大。

两种商品在功能、用途上具有互补性或者需要一并使用才能满足消费者的需求的,则被判定为类似商品的可能性较大。

(2) 商品的主要原材料、成分

商品的主要原材料或者成分,是决定商品功能、用途的重要因素之一。两种商品的主要原材料或者成分相同或者相近,或相互具有可替代性,易被判定为类似商品。

(3) 商品的销售渠道、销售场所

两种商品的销售渠道、销售场所相同或者相近,消费者同时接触的机会较大,容易使消费者将两者联系起来,可能被判定为类似商品。

(4) 商品的生产者、消费者

两种商品由相同行业或者领域的生产者生产、制造、加工的可能性越大,可能被判定为类似商品。

两种商品以从事同一行业的人为消费群体,或者其消费群体具有共同的特点,可能被判定为类似商品。

(5) 商品与零部件

许多商品是由各个零部件组成的,但不能当然认为该商品与各零部件或者各零部件之间都属于类似商品,仍应当根据消费者对两者之间联系的密切程度的通常认知进行判断。

如果特定零部件的用途是为了配合特定商品的使用功能，而该商品欠缺该特定零部件，就无法实现其功能或者严重减损其经济上的使用目的，则可能被判定为类似商品。

(6) 消费习惯

类似商品的判定，还应当考虑中国消费者在特定的社会文化背景下所形成的消费习惯。如果消费者在习惯上可将两种商品相互替代，则可能被判定为类似商品。

(7) 其他影响类似商品判定的相关因素。

3. 类似服务的判定

3.1 类似服务是指在服务的目的、内容、方式、对象等方面相同或者具有较大关联性的服务。

3.2 类似服务的判定应当综合考虑下列各项因素，不以单一因素作为考量服务类似的唯一依据：

(1) 服务的目的

服务的目的直接体现了服务接受者的消费需求，是判定服务类似的重要依据。两项服务具有相同或者相近的目的，可满足一般服务接受者的相同或者相近的需求的，被判定为类似服务的可能性较大。

(2) 服务内容与方式

服务的内容与方式是服务提供者为满足消费者需求而采取的具体行为、措施及手段。两项服务的内容、方式越相近，被判定为类似服务的可能性越大。

(3) 服务场所