编者按：商标作为企业重要的无形资产，承载着企业的知名度、美誉度，维系着消费者对企业的认可度、忠诚度，在企业的日常经营中起着至关重要的作用。然而，商标抢注、傍名牌、伪造商标标识等现象像“幽灵”一样游荡在各国之间。

市场未动 商标先行

■ 本报记者 钱颜

随着经济全球化进一步加快，我国企业到海外投资的意愿日趋强烈。同时，存在的风险也不容忽视，尤其是商标品牌风险，常令企业在海外屡屡遭遇“商标门”狙击。

商标布局滞后于投资布局

据相关资料显示，我国与“一带一路”沿线国家贸易投资增速高于全球平均水平，仅2014年至2016年，贸易总额就达20万亿元，但是我国企业在“一带一路”相关国家商标品牌布局仍显滞后，存在起步晚、风险大、维权成本高等问题。

当前，我国已成为货物贸易第一大国，对外投资额居世界第二位，商标申请量也已连续16年居世界第一。但我国企业海外申请商标量却偏低，截至2015年底累计海外商标申请量30.06万件，仅占国内商标申请量的1.63%。“我国对外贸易投资额与商标海外注册量明显不匹配。”国家工商总局商标审查协作中心一名工作人员告诉记者，这些海外商标申请大多集中在美国、欧盟、日本、韩国及中国香港等传统贸易国家和地区，而在新兴市场，如土库曼斯坦等国家几乎是空白。

针对这一现象，北京市铭泰律师事务所高级合伙人、知识产权部主任徐新明在接受《中国贸易报》记者采访时指出，目前，“一带一路”建设正处于新阶段，确实存在部分企业甚至行业商标布局滞后于经贸投资布局的情况。

据徐新明介绍，我国的一些传统行业，如食品、餐饮、文化等，尤其是老字号以及部分新兴的知名品牌，由于自身经营模式及市场较为单一、眼界不够开阔等原因，容易形成较为保守甚至落后的意识，因而在商标布局方面相对薄弱。但这是发现问题、解决问题的必经之路，也是亡羊补牢的绝好机会。

海外营商环境复杂 商标保护难度大

在经济全球化进程加快的今天，我国与亚欧非地区的经贸合作不断增强，但基于各个国家或地区的特殊情况，商标布局难度也随之增大。

“中国企业‘走出去’目的地广泛，包括发达国家和发展中国家。它们经过不同的历史沿革，形成了不同的社会制度、历史文化、宗教信仰。过大的社会文化差异会造成部分商标注册在当地受到各种局限，过于紧密的物质文化趋同又会造成部分商标在被抢注后迅速被当地市场接受和传播，使得商标被抢注的风险增大，维权困难重重。”徐新明介绍道。

徐新明表示，商标注册时机的把握和注册地域的选择不是一件轻而易举的事。普遍撒网、大量注册的方式，会造成企业商标注册、维护成本过大。但稍有迟疑，又将面临被他人抢注的风险。

商标先行 抢占市场先机

近年来，我国企业的商标品牌意识有所提高。2017年，全国商标注册申请量为590.16万件，同比增长54.96%。然而，我国企业海外商标申请的意识还不强。据世界知识产权组织统计，2017年，中国有约15%的知名商标在国外被抢注，其中有超过80个商标在印尼被抢注，近100个商标在日本被抢注，涉及食品、服装、文化等多个产业。

我国企业该如何进行商标海外布局，扩大品牌影响力？徐新明建议，中国企业尤其是知名品牌，首先要秉承“市场未动，商标先行”的理念，提前吸纳和整合企业知识产权专业人才，组建知识产权部门或队伍，对目标市场进行全面、深入的摸底调查，规划出符合目标市场特殊性的品牌推广和发展方案。

其次，在商标注册和维权过程中，企业应当充分利用目标市场的商标法律规则，坚定对自主品牌的维权意志，将品牌推广与商标注册、品牌维护相结合，总体规划，统筹考虑，实现商标权益的最大化。

最后，光有企业的努力还不够，还应当实现配套的政府间信息互通，以及相关国家和地区在商标法律制度上的认同与合作。

抢注商标=饮鸩止渴

■ 本报记者 姜牧之

商标抢注，对于多数中国企业来说，已经不再陌生。这种通过抢在原商标所有者之前在某国（地区）注册该商标以牟利的行为，不仅违反诚实信用原则、侵犯他人在先权利，更占有和浪费了宝贵的公共资源。

近年来，恶意攀附他人商标声誉、抢注知名度较高商标、反复抢注等恶意抢注商标的行为更是愈加规模化、专业化。

我国打击商标侵权成效显著

日前，国家工商总局商标局在官方网站发布了2017年遏制恶意注册、打击商标侵权的工作成果，公布了若干从严从快审理的大规模恶意抢注商标的典型案件——

威海地素贸易有限公司申请注册300余件商标，均完整包含他人在先注册、知名度较高的商标；自然人林浩申请注册的200多件商标，与微信、华为、西门子等较高知名度的商标高度近似，并涵盖相同及类似商品和服务；英国亚瑟品牌管理有限公司申请了400多件商标，基本是在非类似商品服务上完整抄袭他人独创性较强、知名度较高的商标。以上情形违反诚实信用原则，具有攀附他人商誉的不正当意图，易造成社会不良影响，商标局都依法予以驳回。

上海隽畅信息技术有限公司及相关利益共同体共申请注册县级以下行政区划名称商标近5000件因其具有不正当占用公共资源意图，扰乱了正常的商标注册秩序，易造成社会不良影响，商标局依法予以驳回。

自然人王树本申请注册商标后被无锡小天鹅股份有限公司提起无效宣告申请。因王树本还在多个类别商品上申请注册了美的公主、HAILEER、容声家宝、新飞舞、PANSOPHIC、美菱先锋等众多与知名品牌相近的商标，具有明显复制、抄袭他人高知名度商标的故意，属于具有主观恶意大量注册、囤积商标的行为，不具备注册商标应有的正当性，该商标被商评委依法宣告无效。此后，该申请人又再次申请注册完全相同的商标。商标局在审查时认定其属于针对同一企业的反复恶意商标抢注行为，参考在先无效宣告理由，认为该申请行为扰乱了商标注册秩序，违反公序良俗，商标局予以驳回。

商标局 把好审查第一道关

商标作为企业倾注大量时间、精力着力打造的核心资源之一，是企业竞争力的重要载体。面对商标恶意注册行为日趋规模化、专业化的新形势，我国工商管理部门坚持关口前移，把好商标审查第一道关，对典型恶意抢注行为坚决驳回，形成了强力威慑。

据国家工商总局商标局相关负责人介绍，商标局在审查环节认定为“具有明显主观恶意的商标申请”有四种突出表现：一是恶意攀附他人商誉、抢注较高知名度的商标。二是大量抢注通用名称、行业术语等具有不正当占用公共资源的意图。例如，上海隽畅信息技术有限公司及相关利益共同体共申请注册县级以下行政区划名称商标近5000件，就明显具有不正当占用公共资源的意图。三是申请注册名人姓名商标等他人在先权利。四是同一企业恶意反复抢注、连续抢注。

“尤其对于上述第三、四两种恶意抢注行为，商标局的态度是从严审查，主动驳回。”上述负责人表示，此外，面对商标恶意注册行为日趋规模化、专业化的形势，商标局还通过优化审查分文流程，对典型恶意申请类型及相关案例进行梳理、汇总。

为了充分发挥异议程序在打击恶意抢注中的作用，商标局采取并案处理等措施集中处理了一批恶意囤积、恶意攀附他人商誉的商标案件，坚决遏制违反诚实信用原则的恶意注册行为。例如，广州天一坊皮具有限公司申请注册TOM FORD等大量与时尚界知名公司商标文字或图形相同的商标，涉及多个类别商品；广州四三九九信息科技有限公司申请9000余件商标，其中被不同权利人提出异议210件，商标局对其被异议的39件商标一并处理；上海梧樾信息科技有限公司申请500余件商标，其中被不同权利人提出异议77件，商标局对其被异议的13件商标一并处理。商标局认为，“上述公司的申请行为有悖诚实信用原则，扰乱了正常的商标注册管理秩序。故将上述公司作为被异议人的商标异议案件并案处理，依据《商标法》有关规定，作出被异议人多件商标不予注册的决定。”

跨界搭车 小心赔得倾家荡产

■ 本报记者 江南

提及“美孚”（Mobil）品牌，你最先想到的是润滑油，还是化学产品？

2014年4月，作为世界最大的非政府石油天然气生产商，埃克森美孚公司（下称美孚公司）在第十五届中国（寿光）国际蔬菜科技博览会上发现北京北农国信科技发展有限公司（下称北农公司）、潍坊中科农业技术开发有限公司（下称中科公司）所生产的“Mobil fertilizer”（Mobil肥料）和“Mobil pesticide”（Mobil杀虫剂），和包含《后来居上的好产品，令人信服的效果！美孚3000》《美孚3号（二代）》等内容的宣传手册。

发现北农公司、中科公司的商标侵权行为之后，美孚公司于2014年12月依据其在先“美孚”“美孚MEI FOO”“Mobil”“MOBIL”等注册商标，向北京知识产权法院提起商标侵权诉讼。美孚公司诉称中科公司、北农公司等被告制造、宣传、销售标识有“美孚”或“MEIFU美孚”商标的各类杀虫剂、肥料等产品，侵犯了其在相同或类似商品项目上的近似商标“MOBIL”在先商标注册权，同时淡化了其在“润滑油”商品项目上的驰名商标“MOBIL”。据此，美孚公司请求法院判令被告停止侵犯原告注册商标专用权的行为，连带赔偿经济损失人民币450万元及合理支出等。

北农公司、中科公司辩称其对系争商标“MEI FU美孚”的使用具有合法来源，是有本案的第三被告张智敏于2004年申请获得注册，并许可给北农公司、中科公司使用。对此，美孚公司举证表明北京市第一中级人民法院早于2012年和2013年就已经认定张智敏注册的“美孚”商标与美孚公司在先注册商标“美孚”、“美孚MEI FOO”和“MOBIL”构成使用在类似商品上的近似商标，不予核准注册。

经过开庭质证及审理，北京知识产权法院作出一审判决认定：原告在先商标“美孚”“MOBIL”构成在“润滑油”商品项目上的驰名商标；被告使用的“美孚”或“MEIFU美孚”等与美孚公司注册的“MOBIL”构成近似商标，侵犯了美孚公司的商标专用权，淡化了美孚公司的驰名商标；对美孚公司提出的450万元经济损失诉讼请求予以全额支持。

该案由中国贸促会专利商标事务所代理，并入选了北京知识产权法院建院二周年所发布的《加大知识产权司法保护力度类》典型案例。北京知识产权法院认为该案的典型意义在于：“本案明确了对驰名商标实施按需保护的原则，释明了驰名商标淡化保护的原则及淡化认定的三个层次。此外，本案在进行充分论证的前提下，对原告的诉求予以全额支持，体现了加大支持知识产权保护力度的要求。本案对类似情况案件的处理具有典型指导意义。”

被告不服一审判决，提起了上诉。日前，北京市高级人民法院（下称北京高院）经审理维持了北京知识产权法院对于各被告侵犯美孚公司注册商标专用权的认定。北京高院认为美孚公司的“MOBIL”“美孚”商标自2004年起确已构成驰名商标。经过综合考虑被控侵权人的获利、驰名商标的显著性、知名度等能够体现商标市场价值的因素，以及侵权时间、范围等能够影响损害大小的因素，对被控侵权行为给驰名商标所有人带来的损失进行合理评估，北京高院作出终审判决，酌情确定中科公司、北农公司、张智敏（第三被告，第一、二被告的法定代表人）、张丹丹（第四被告，第三被告之女）共同赔偿美孚公司300万元，张丹丹在30万元的范围内承担连带赔偿责任。四被告为自己的商标侵权行为付出了沉重的代价！

随着现实生活中商标淡化现象屡有出现，完善对商标的反淡化保护显得尤为必要。本案法官在判决中对商标的反淡化保护理论进行了详细的三段论的论述和分析，说理性强，分析透彻，作为驰名商标反淡化保护的典型案例很有借鉴意义。

此外，本案终审判决确定，侵权人的法定代表人、侵权网站的登记备案人与侵权人对共同侵权行为承担连带责任。有限公司不应是实施侵权行为的挡箭牌，法定代表人应当对其为了实施侵权而设立并实际操控的公司所进行的商标侵权行为承担责任。上述判决对于今后类案的审理具有重要的参考意义。

近年来，中国政府加大知识产权保护力度，并在司法实践中真正作到了对国内、国外知识产权权利人予以一视同仁的保护。2017年12月29日，最高人民法院下发（2018）1号文《关于充分发挥审判职能作用为企业家创新创业营造良好法治环境的通知》，在充分肯定企业家的重要性的基础上，从刑事、民事到行政审判多方面保障企业家的合法权益。

对于中国企业来说，应该深刻领会时代的变化，抓住机遇，更加重视知识产权保护。通过发展自身品牌，而不是抄袭他人商标傍名牌、搭便车，最终做大做强，从而走上健康可持续的发展之路。

涉外贴牌加工 谨防商标侵权

■ 本报记者 穆青风

随着我国对外开放逐渐深入，融入经济全球化程度不断提高，越来越多的国际经济合作方式被运用到我国对外经济贸易中。得益于我国丰富的劳动力、优惠的出口退税条件等优势，各种涉外贴牌加工企业几十年中如雨后春笋般涌现出来，涉及到服装业、家电业、通信业等各个行业。

涉外贴牌加工，又称涉外定牌加工、OEM，是指国外注册商标的权利人委托国内生产厂家生产使用该商标的产品，该产品全部销往国外而不在中国境内销售的一种加工生产方式。在渐趋强调细化分工的国际贸易中，贴牌加工的模式极为常见，我国也有相当数量的企业长期从事这一业务。

“我国制造业具有卓越技术优势、成熟的管理经验以及相对低廉的人力成本，许多国外权利人选择中国企业进行代工。生产加工中不可避免地涉及商标贴附行为，这种行为带来的利益与风险并存。中国代工企业需针对其中存在的法律风险采取相应的措施予以规避。”北京市京师律师事务所律师、北京交通大学中国文化产业研究院研究员钟兰安在接受《中国贸易报》记者采访时表示。

侵权行为产生的原因多种多样。“一些加工企业法律意识淡薄，没有考虑到侵权行为造成的后果。也有一些小企业明知可能会侵权，仍抱有侥幸心理，为了眼前利益，仅凭一张简单的订单就贸然加工。”北京市工商行政管理局朝阳分局一名工作人员告诉记者，实践中，有些企业与委托方只有口头协议，不签订合同。即使签订合同，合同条款也不严密，未就涉及双方重大利益的事项作出约定，导致这类企业被动独自承担侵权风险。

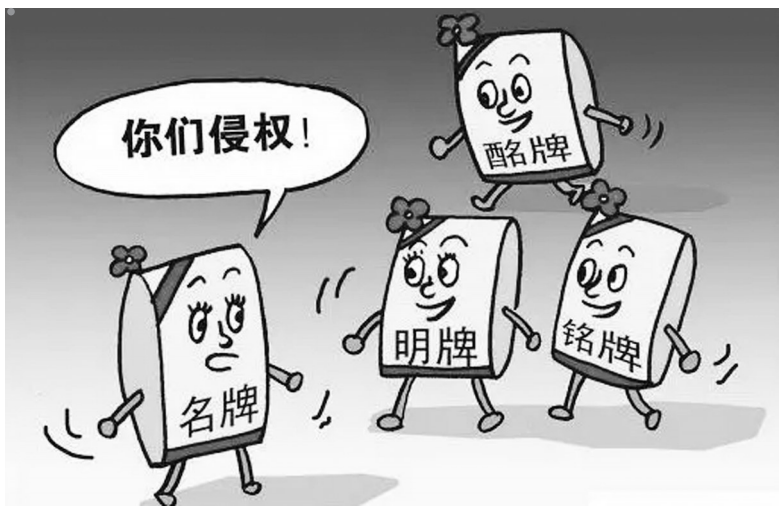
钟兰安还指出，涉外贴牌加工的产品多数会销往国外。很多国家的知识产权保护力度非常大，一旦涉及侵权，给代工企业带来的不仅是复杂和费用高昂的涉外诉讼，还有可能承担巨额的经济赔偿责任。在一些案件中，国外权利人还利用当地的法律规定，联合当地司法机关进行“钓鱼执法”，给代工企业负责人带来相应的刑事法律风险。

如何防范这种商标侵权风险？

“中国企业要明确贴牌加工货物的具体销售地点，并确认国外企业在相应销售地具有使用有关商标的资质。完成贴牌任务后，确保所有商品销往合同指定的国家或地区，并妥善留存相关单据和文书。只有建立周密的防范措施，才能将商标侵权风险消弭于无形。”中国社会科学院大学副教授刘晓春表示。

关于做好商标侵权风险防范，钟兰安为中国企业提出三点建议：

首先，严格审核国外权利人的相关资质，确认其是否具有代工产品涉及的商品权及其他知识产权。若自己核实存在困难，可以委托律师或者其他专业机构核实此事，也可以要求国外权利人将相关的法律文书、授权文书、权利证书等进行公证并在中国驻该国使领馆进行认证，从而确保国外权利人确实享有该商标权或者其他知识产权。

其次，中国企业应与国外权利人签署一份内容详尽的合同。“一份良好的合同对于代工企业的保护是不言而喻的。合同可以约定代工企业因商标等知识产权侵权带来的经济损失由国外权利人承担，并赔偿代工企业由此产生的其他一切经济损失。还可以在合同中约定其他较为严重的违约责任，使得国外权利人违约和欺诈成本大大增加。”

最后，对于“走出去”的企业，尤其是中小企业来说，应从根本上提高知识产权意识。代工企业不仅需要了解中国的法律，更要了解国外的法律。必要时，应借助“外脑”——聘请专业的法律机构人员，通过专业人士向代工企业员工宣讲法律，并结合代工企业自身的具体情况，指出可能存在的经营风险，提出规避和改进的建议。