# 商标国际注册若干问题探析(1)论文

来源：网络 作者：岁月静好 更新时间：2024-06-18

*[摘 要] 随着我国企业跨国经营战略的日益突出，对知识产权的跨国保护也日益重要。在企业获得国际竞争力的今天，利用商标开拓国际市场已成为一个不争的事实。如何遵循相关的国际条约并结合企业的现状和国际环境进行商标的国际注册，将是本文探讨的重点。 ...*

[摘 要] 随着我国企业跨国经营战略的日益突出，对知识产权的跨国保护也日益重要。在企业获得国际竞争力的今天，利用商标开拓国际市场已成为一个不争的事实。

如何遵循相关的国际条约并结合企业的现状和国际环境进行商标的国际注册，将是本文探讨的重点。 【论文关键词】 商标 国际注册 策略

一、我国商标国际注册现状分析 商标国际注册，指的是马德里商标国际注册，即按照《商标国际注册马德里协定》和《商标国际注册马德里协定有关议定书》的规定在马德里联盟成员国之间进行的商标注册。我国已经在1989年10月加入《商标国际注册马德里协定》，1995年12月加入《商标国际注册马德里协定有关议定书》，我国企业完全可以充分利用该协定和议定书的规定申请商标的国际注册。

根据该协定和议定书的规定，任何一个缔约国的国民都可以通过本国的商标主管当局向世界知识产权组织（以下简称为WIPO组织）国际局提出注册申请要求。申请人可就在本国已经获得商标注册的商标或已在本国申请注册的商标通过本国注册当局向国际局申请，从而达到在一国注册，多国保护的目的。

该协定的优点如下： 1.手续简单：成员国可直接向WIPO组织申请，而无须向每一个单一国家申请，且只使用法语或英语填写《商标注册申请书》。 2.一举多得：填写一份申请书，可以取得在一个或多个商品类别和在一个或多个国家的商标注册。

申请人在提交商标申请时，必须根据《商标注册用商品与服务国际分类尼斯协定》的国际分类制度指明商标将用于的商品或服务。 3.费用低：仅以一种货币(瑞士法郎)结算，只向WIPO组织交纳而无须面向每一个指定保护的国家，且数额大大低于逐一国家注册费用（指定保护的国家越多、则越节省费用）。

如商标申请人在马德里所有成员国就一个类别申请商标注册所需的费用是逐一国家申请注册所需费用的1/12～1/11。2024年，申请人平均为每件国际注册支付3，433瑞士法郎(瑞郎)的费用。

2024年登记的注册中，80%支付的费用低于5，000瑞郎。 4.时间短：通常可以在自申请之日起12个月到18个月内完成全部注册工作。

如果是协定书成员国则为12个月，如果是议定书成员国则为18个月。 随着经济全球化的发展，有越来越多的中国企业将进行商标国际注册作为企业重要的经营策略，如2024年，发展中国家排名在前的国际注册申请人有：中国网络通信集团公司(中国)、上海轮胎橡胶(集团)股份有限公司(中国)、厦门市兴亚泰塑料工业有限公司(中国)，这前三名企业均为中国企业。

而我国也连续几年成为商标国际注册中被指定最多的国家。2024年共有15，801件指定，指定数量比2024年增加16.4%。

这说明有越来越多的外国企业将中国视为其目标市场。

二、我国企业应树立商标国际注册的超前理念 随着中国外贸业务量的增加，有越来越多的中国商品销往国际市场。我国企业在外贸活动中应树立商标国际注册的超前观念，即商品未销出之前，先将相关商标加以跨国注册，以抢得跨国竞争的先机。

反之，就会遭受商标抢先注册的风险。如在我国闻名遐迩的“同仁堂”药品，虽深受日本消费者欢迎，可就是不能打入日本市场。

因为该商标已被日本商人抢先注册。天津“鹦鹉牌”手风琴是中国一大名牌，可谁曾料到自己未注册商标，该产品进入日本后被日商抢先注册。

若再销往日本，就要被日商提取15%的销售费，以致厂家最后只得忍痛将“鹦鹉牌”改为“蜻蜓牌”……类似这样的教训并不鲜见。 我国外贸企业如果拥有自己的知名品牌并且该商品要销往国外市场的，应首先了解当地的法律和相关的国际条约，作好相应的商标权保护工作： 1.如果我国外贸企业的商品要销往英国、美国、菲律宾等市场的，应积极地开拓海外市场，提高市场占有率，同时保全好商标在先使用的证据，如商品生产时间、首次投入市场销售时间还有首次投放广告的时间。

因为上述国家在商标注册方面采用的是使用在先原则，即商标谁先使用，谁就有商标专用权，即使该商标已被他人注册，商标使用人只要举证自己是在先使用人，就可以撤销他人已经取得的注册商标归自己所有。 2.如果我国外贸企业的商品要销往德国、法国、日本等市场的，应尽快进行商标注册，否则很可能被其他企业捷足先登。

因为世界上绝大多数国家包括我国实施的是注册在先原则，即谁先注册，就可以获得该商标的专用权。 3.如果我国外贸企业的商品要销往非洲国家的，应向非洲知识产权组织成员统一注册。

非洲知识产权组织成员国并无自己的商标制度，所以并不存在逐一国家注册的可能性，只能通过该组织注册。 4.如果该外贸企业的商品主要销往欧盟国家的，最好选择进行共同体注册，既省时省钱还节省精力。

因为一旦注册成功，该商标在共同体成员国保持整体效力，申请人通过提交一件共同体商标申请即可在欧共体15个国家得到对该商标的保护。共同体商标在任一成员国的使用将被视为在所有共同体成员国的使用，共同体商标的转让、变更或续展将在整个共同体成员国范围内发生效力，而且商标注册和续展费用较低。

三、我国企业应采取相应的商标国际注册策略 1.积极开展驰名商标的申请和认定工作。驰名商标是企业重要的无形财产，它的含金量远远高于普通商标，因此世界各国在对驰名商标进行保护时都适度地突破了商标的地域性原则。

我国企业的商标一旦被认定为中国驰名商标，可以在更大程度和更广范围内获得保护，并且可以对抗一些恶意的商标抢先注册行为。如上海协昌缝纫机厂生产的“蝴蝶”牌缝纫机品质优良，畅销海内外。

但在1971年“蝴蝶”牌缝纫机品牌在印度尼西亚被当地企业抢先注册，后来该上海企业向我国行政主管机关申请驰名商标认定，获得成功，才于1993年胜诉。这个案例给我们企业敲响了警钟，面对日益开放的国际市场，我国企业积极地开展驰名商标的认定工作是大有裨益的。

我国目前对驰名商标的认定有行政认定和司法认定两种途径，企业可根据实际情况分别选择。 2.企业应有的放矢、循序渐进、突出重点、有针对性地进行商标国际注册。

由于商标国际注册以国内注册或申请为基础，因此申请人在本国进行国内注册时就应注意有针对性地注册商标，而不要贪多求全。在国际注册时，我们可以注册联合商标和防御商标。

前者是指同一商标所有人在同种或同类商品上注册若干个近似的商标，首先注册或使用的为正商标，其余主要对正商标起保护作用的为联合商标。如上海冠生园食品有限公司在奶糖上除了注册“大白兔”正商标外，还注册了“小白兔”、“大花兔”、“大灰兔”等联合商标以防范商标侵权。

而防御商标是指驰名商标或知名商标的所有人将其注册商标在不同类别的商品或服务上再行注册的若干个相同的商标，主要防止被他人注册于非类似商品或服务上而遭恶意“淡化”。如“全聚德”商标不仅在主产品“烤鸭”(属国际分类第二十九类)上办理了注册，还及时地在“餐饮业杂项服务”(属国际分类第四十二类)上办理了服务商标注册，使韩国某饮食公司在服务类注册“全聚德”商标的努力付诸东流，有效地保护了该商标在海外的合法权利。

3.针对“中心打击原则”企业应强化对商标的使用。商标的价值在于使用，企业应积极加强对注册商标的使用。

特别是基于商标国际注册马德里体系而获得的国际注册商标，它和本国注册商标存在着“一荣俱荣，一损俱损”的关系。 根据《商标国际注册马德里协定》规定，商标的国际注册应以国内注册或申请为基础，5年后才能与国内注册脱钩。

商标所有人从获准国际注册之日起5年内，如果国内注册商标被依法撤销的，则WIPO组织对其国际注册的商标也予以撤销。但超过5年，则不受国内法律的影响。

这一原则被称为“中心打击原则”。根据我国商标法规定，商标权人连续3年停止使用注册商标的，任何人都可以向商标局申请撤销该商标。

如果我国企业在国内注册后连续3年停止使用该商标的，不仅国内注册商标被撤销，国际注册的商标也会面临撤销。因此企业应积极地使用注册商标或许可给他人使用，同时还要妥善保管相应的使用证据。

参考文献: 郑成思:知识产权论[M]．法律出版社，2024年版 吴宜均:商标国际申请量再创新高[J].中华商标，2024，（04） 王 静:商标国际注册. [J]. 对外经贸实务，2024，（07） 张翔飞 张炳生 蒋万来:知识产权新论[M]，人民法院出版社，2024年版

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找