

第三部分 商標相同、近似的審查

一、法律依據

《商標法》第二十八條 申請註冊的商標，凡不符合本法有關規定或者同他人在同一種商品或者類似商品上已經註冊的或者初步審定的商標相同或者近似的，由商標局駁回申請，不予公告。

《商標法》第二十九條 兩個或者兩個以上的商標註冊申請人，在同一種商品或者類似商品上，以相同或者近似的商標申請註冊的，初步審定并公告申請在先的商標；同一天申請的，初步審定并公告使用在先的商標，駁回其他人的申請，不予公告。

二、相關解釋

商標相同是指兩商標在視覺上基本無差別，使用在同一種或者類似商品或者服務上易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認。

商標近似是指商標文字的字形、讀音、含義近似，商標圖形的構圖、着色、外觀近似，或者文字和圖形組合的整體排列組合方式和外觀近似，立體商標的三維標志的形狀和外觀近似，顏色商標的顏色或者顏色組合近似，使用在同一種或者類似商品或者服務上易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認。

同一種商品或者服務包括名稱相同和名稱不同但指同一事物或者內容的商品或者服務。

類似商品是指在功能、用途、生產部門、銷售渠道、消費對象等方面相同或基本相同的商品。

類似服務，是指在服務的目的、內容、方式、對象等方面相同或基本相同的服務。

同一種或者類似商品或者服務的認定，以《商標注冊用商品和服務國際分類表》、《類似商品和服務區分表》作為參考。

商標相同和近似的判定，首先應認定指定使用的商品或者服務是否屬於同一種或者類似商品或者服務；其次應從商標本身的形、音、義和整體表現形式等方面，以相關公眾的一般注意力為標準，並採取整體觀察與比對主要部分的方法，判斷商標標志本身是否相同或者近似。

三、商標相同的審查

（一）文字商標相同

文字商標相同，是指商標使用的語種相同，且文字構成、排列順序完全相同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認。因字體、字母大小寫或者文字排列方式有橫排與豎排之分使兩商標存在細微差別的，仍判定為相同商標。

例如：

五斗米

五斗米

Susanna

SUSANNA



（二）圖形商標相同

圖形商標相同，是指商標圖形在視覺上基本無差別，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認。

例如：



（三）組合商標相同

組合商標相同，是指商標的文字構成、圖形外觀及其排列組合方式相同，使商標在呼叫和整體視覺上基本無差別，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認。

例如：



四、商標近似的審查

（一）文字商標的審查

1. 中文商標的漢字構成相同，僅字體或設計、注音、排列順序不同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

迪
安

安
迪

新
康
得

新
得
康

匯
博
HUIBO

博
匯
Bohui

波
斯
·
卡
帝

斯
波
帝
卡

2. 商標由相同外文、字母或數字構成，僅字體或設計不同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



(譯為“他”)



(譯為“他”)

BIG
REY

BIG
REY

f4

F₄



但有下列情形之一的除外：

(1) 商標由一個或兩個非普通字體的外文字母構成，無含義且字形明顯不同，使商標整體區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的。

例如：



(2) 商標由三個或者三個以上外文字母構成，順序不同，讀音或者字形明顯不同，無含義或者含義不同，使商標整體區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的。

例如：



ARNEGI

(無含義)

AIGNER

(無含義)

ANCIB

(無含義)



(譯為“出租馬車”)

3. 商標由兩個外文單詞構成，僅單詞順序不同，含義無明顯區別，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

HAWKWOLF

WOLFHAWK

(HAWK 譯為“鷹”，WOLF 譯為“狼”)

Wintech

Techwin

(Win 譯為“贏”，tech 譯為“技術學院”)

4. 中文商標由三個或者三個以上漢字構成，僅個別漢字不同，整體無含義或者含義無明顯區別，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

蒙爾斯特

蒙爾斯吉

帕爾斯

帕洛爾斯

萊克斯頓

萊克斯蔓

但首字讀音或者字形明顯不同，或者整體含義不同，使商標整體區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：

東方雪

東方雪狼

迷爾派斯

舒爾派斯

電老虎

電飛虎

5. 外文商標由四個或者四個以上字母構成，僅個別字母不同，整體無含義或者含義無明顯區別，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

SOMI

(無含義)

SOMIS

(無含義)

BILLDAN

(無含義)

BILLDANY

(無含義)

SUNMIGHT

(譯為“太陽力量”)

SUNLIGHT

(譯為“陽光”)

CAROLFLEX

(無含義)

CARPOFLEX

(無含義)

但首字母發音及字形明顯不同，或者整體含義不同，使商標整體區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：

DESIRE

(譯為“願望”)

DESIRÉ

(無含義)

RELGAN

(無含義)

SELGAN

(無含義)



(譯為“馬”)



(譯為“房子”)

6. 商標文字字形近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

酷几

酷儿

花中王

花中玉

CTI

GTI

dunhill

dunhill

YSL

YSL

BOSS

BOSS

7. 商標文字讀音相同或者近似，且字形或者整體外觀近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



洛淇

惠特曼

蕙特曼

CATANA

KATANA

Marc O'Polo

MACAO POLO

但含義、字形或者整體外觀區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：

好哥

好歌

高太丝

高泰斯

幸运树

幸运数

福达

FUDA

8. 商標文字含義相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

玫瑰花

玫瑰

精卫

精卫鸟

CROWN

(譯為“皇冠”)

皇冠

紅 & 黑

ROUGE ET NOIR

(法文譯為“紅與黑”)

3506

三五零六

Onetwothree

123

譯為“123”

B³

B三

SK-TWO

SK-Π

9. 商標文字由字、詞重疊而成，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

星

星星

哈罗

哈罗哈罗

Vicki

VICKI·VICKI

10. 外文商標僅在形式上發生單復數、動名詞、縮寫、添加冠詞、比較級或最高級、詞性等變化，但表述的含義基本相同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

BIG FOOT

(單數形式)

BIG FEET

(復數形式)

SAIL

(動詞普通形式)

SAILING

(動名詞形式)

Saint angelo

(全部拼寫形式)

St angelo

(縮寫形式)

BEGONIA

(名詞普通形式)

La Bégonia

(名詞加冠詞形式)

Beautiful

(形容詞原級)

More Beautiful

(形容詞比較級)

Brave

(形容詞形式)

Bravery

(名詞形式)

PROSPER

(動詞形式)

Prosperity

(名詞形式)

11. 商標是在他人在先商標中加上本商品的通用名稱、型號，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

蒙 原

(指定使用商品：加工過的肉)

蒙原肥乎

(指定使用商品：肉)

綠 安

(指定使用商品：工作服)

綠安服飾

(指定使用商品：襯衫)

12. 商標是在他人在先商標中加上某些表示商品生產、銷售或使用場所的文字，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



(指定使用服務：美容院)



(指定使用項目：美容院)



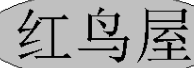
(指定使用商品：家具)



(指定使用商品：家具)



(指定使用商品：服裝)



(指定使用商品：服裝)



(指定使用商品：食用蜂膠)



(指定使用商品：非醫用營養液)



(指定使用商品：陶制器皿)



(指定使用商品：陶器)



(指定使用服務：餐館)



(指定使用服務：餐館)

13. 商標是在他人先商標中加上直接表示商品的質量、主要原料、功能、用途、重量、數量及其他特點的文字，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

(指定使用商品：植物生長調節劑)

(指定使用商品：消滅有害動物制劑)

(指定使用商品：酸奶)

(指定使用商品：凍酸奶)

(指定使用商品：豆制品)

(指定使用商品：食物蛋白)

(指定使用商品：含酒精的飲料)

(指定使用商品：酒)

(指定使用商品：礦泉水)

(指定使用商品：礦泉水)

富力

(指定使用商品：可視電話)

富力通

(指定使用商品：可視電話)

首信

(指定使用商品：影碟機)

首信高科

(指定使用商品：影碟機)

ADAM

(指定使用商品：運動鞋)

adamSport

(指定使用商品：鞋)

14. 商標是在他人在先商標中加上起修飾作用的形容詞或者副詞以及其他在商標中顯著性較弱的文字，所表述的含義基本相同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

吉澳

新吉澳

長裕

衣長裕

依丝

真依絲

美人娇

好美人娇

吉祥鳥

东方吉祥鸟

百盛

百盛世家

超力

超力一族

活 力

活力派

绅士

绅士风

(指定使用商品：服装)

(指定使用商品：服装)

OSTRICH

GOLD OSTRICH

(譯為“駝鳥”)

(譯為“金駝鳥”)

DRAGON

(譯為“龍”)

BIGDRAGON

(譯為“大龍”)

Bench.

(譯為“長椅”)

RED BENCH

(譯為“紅長椅”)

但含義或者整體區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：

球

球王

太陽

藍太陽

飞云

飞 云 岭

王子

聪明小王子

15. 兩商標或其中之一由兩個或者兩個以上相對獨立的部分構成，其中顯著部分近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



但整體含義區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：



16. 商標完整地包含他人先具有一定知名度或者顯著性較強的文字商標，易使相關公眾認為屬於系列商標而對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：

月圓三千里

(指定使用服務：飯店)

三千里

(指定使用服務：飯店)

星星夢特嬌

(指定使用商品：服裝)

夢特嬌

(指定使用商品：服裝)

欧萊雅海皙

(指定使用商品：化妝品)

欧萊雅

(指定使用商品：化妝品)

紅獅三龍

(指定使用商品：油漆)

紅獅

(指定使用商品：漆)

凱悅長城
KAIYUECHANGCHENG

(指定使用商品：葡萄酒)

長城

(指定使用商品：葡萄酒)

(二) 圖形商標的審查

1. 商標圖形的構圖和整體外觀近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



2. 商標完整地包含他人先具有一定知名度或者顯著性較強的圖形商標，易使相關公眾認為屬於系列商標而對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



(指定使用商品：服裝)



(指定使用商品：服裝)

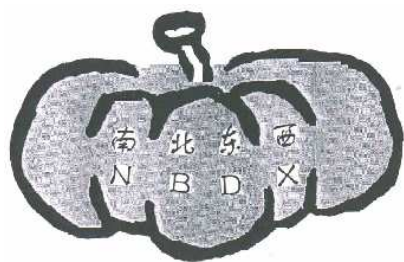


(三) 組合商標的審查

1. 商標漢字部分相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：





東南西北



(指定使用商品：醫療器械和儀器)

(指定使用商品：醫用診斷設備)

2. 商標外文、字母、數字部分相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：





FISHER SCIENTIFIC

“FISHER”譯為“漁夫”，“SCIENTIFIC”譯為“科學的”



HERITAGE
CASHMERE

HERITAGE

HERITAGE 譯為“遺產”，CASHMERE 譯為“羊絨”



KIKO KIKO

KIKO



3520

但整體呼叫、含義或者外觀區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：





3. 商標中不同語種文字的主要含義相同或基本相同，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：



BOOM

(譯為“繁榮”)

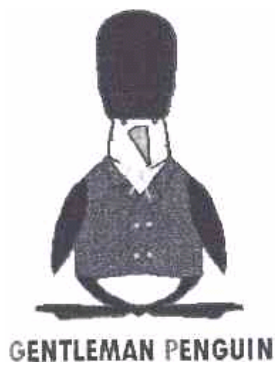


(HOPE 譯為“希望”)



BOSS

(譯為“老板”)



GENTLEMAN PENGUIN

(譯為“紳士企鵝”)

企鵝紳士



太陽紅

太陽RED



5star

但整體構成、呼叫或者外觀區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：



(WELL & WELL 譯為“好和好”)



HAPPYTREE
開心樹

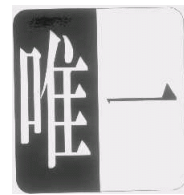


(HAPPYTREE 可譯為“快樂樹、開心樹、幸福樹”等)

miss me
蜜思蜜



(miss me 譯為“思念我”)



(UNIQUE 譯為“唯一的、獨特的”，與“不二”有一定對應關係)

4. 商標圖形部分近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：





但因圖形為本商品常用圖案，或者主要起裝飾、背景作用而在商標中顯著性較弱，商標整體含義、呼叫或者外觀區別明顯，不易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：



5. 商標文字、圖形不同，但排列組合方式或者整體描述的事物基本相同，使商標整體外觀或者含義近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為近似商標。

例如：





指定使用商品：龍頭防濺噴嘴

指定使用商品：水管龍頭