

第四部分 立體商標的審查

一、法律依據

《商標法》第八條 任何能夠將自然人、法人或者其他組織的商品與他人的商品區別開的可視性標志，包括文字、圖形、字母、數字、三維標志和顏色組合，以及上述要素的組合，均可以作為商標申請注冊。

《商標法》第十二條 以三維標志申請注冊商標的，僅由商品自身的性質產生的形狀、為獲得技術效果而需有的商品形狀或者使商品具有實質性價值的形狀，不得注冊。

二、相關解釋

立體商標，是指由三維標志或者含有其他標志的三維標志構成的商標。立體商標可以是商品本身的形狀、商品的包裝物或者其他三維標志。

本部分規定立體商標注冊申請的形式審查和實質審查，其中實質審查包括立體商標不得違反《商標法》第十二條的審查、立體商標的顯著特征的審查和立體商標相同、近似的審查。

立體商標不得違反《商標法》第十條規定的審查適用本標準第一部分的規定。

三、立體商標的形式審查

(一) 申請注冊立體商標的，申請人應當在申請書中予以聲明。未聲明的，視為平面商標。

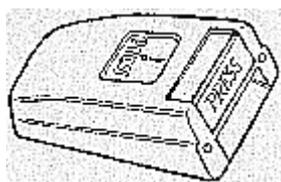
(二) 申請註冊立體商標的，申請人應當提交能夠確定三維形狀的商標圖樣。需要提交多視圖的，應當放在同一張商標圖樣中，且最多不得超過 6 幅。商標圖樣的長或者寬不得大于 10 厘米，不小于 5 厘米。

四、立體商標的實質審查

(一) 僅有由商品自身的性質產生的形狀

由商品自身的性質產生的形狀，是指為實現商品固有的功能和用途所必需採用的或者通常採用的形狀。

例如：



指定使用商品：安全扣

(二) 僅有為獲得技術效果而需有的商品形狀

為獲得技術效果而需有的商品形狀，是指為使商品具備特定的功能，或者使商品固有的功能更容易地實現所必需使用的形狀。

例如：



指定使用商品：電源插頭



指定使用商品：容器

(三) 僅有使商品具有實質性價值的形狀

使商品具有實質性價值的形狀，是指為使商品的外觀和造型影響商品價值所使用的形狀。

例如：



指定使用商品：瓷器裝飾品



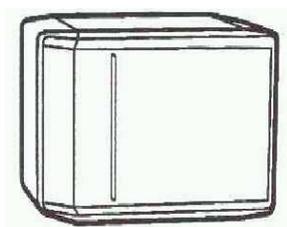
指定使用商品：胸針（珠寶）

(四) 立體商標的顯著特征的審查

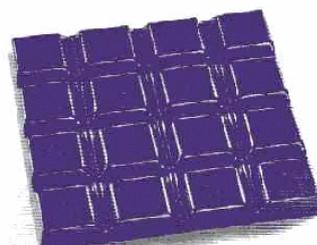
立體商標僅有指定使用商品通用或者常用的形狀、包裝物或者整體不能起到區分商品來源作用，以及申請人提交的商標圖樣難以確定其三維形狀的，判定為缺乏顯著特征。

1. 僅有指定使用商品的通用或者常用形狀的。

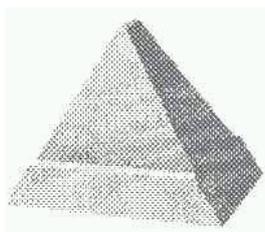
例如：



指定使用商品：擴音器



指定使用商品：巧克力



指定使用商品：巧克力、蛋糕制品

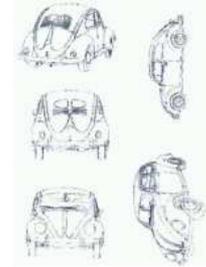
但非指定使用商品的通用或常用形狀或者含有其他具有顯著特

征的標志的除外。

例如：



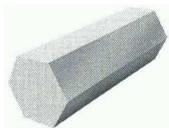
指定使用商品：營養品



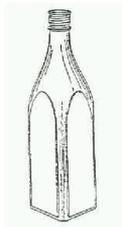
指定使用商品：車輛及部件

2. 僅有指定使用商品的通用或者常用包裝物的。

例如：



指定使用商品：巧克力、糖果



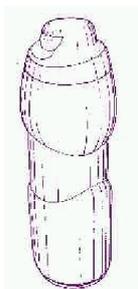
指定使用商品：烈性酒



指定使用商品：化妝品

但非指定使用商品的通用或常用包裝物或者含有其他具有顯著特征的標志的除外。

例如：



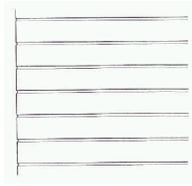
指定使用商品：水果飲料及果汁



指定使用商品：啤酒

3. 其他缺乏顯著特征的。

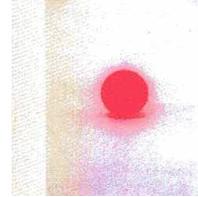
例如：



指定使用商品：眼鏡和眼鏡盒



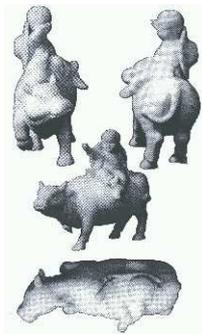
指定使用商品：車輛



指定使用商品：香水

但三維標志本身具有顯著特征的除外。

例如：



指定使用服務：餐館、飯店

（五）立體商標相同、近似的審查

立體商標相同、近似的審查包括立體商標之間和立體商標與平面商標相同、近似的審查。

1. 立體商標之間相同、近似的審查

（1）兩商標均由單一的三維標志構成，兩商標的三維標志的結構、形狀和整體視覺效果相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為相同或者近似商標。

(2) 兩商標均由具有顯著特征的三維標志和其他具有顯著特征的標志組合而成，兩商標的三維標志或者其他標志相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為相同或者近似商標。

(3) 兩商標均由具有顯著特征的其他標志和不具有顯著特征的三維標志組合而成，兩商標的其他標志相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判定為相同或者近似商標。

但其他標志區別明顯，不會使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的除外。

例如：



(文字：KURG)



(文字：LA GRANDE DAME)

2. 立體商標與平面商標相同、近似的審查

(1) 立體商標由具有顯著特征的其他標志與不具有顯著特征的三維標志組合而成，該其他標志與平面商標具有顯著特征的部分相同或者近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判為相同或者近似商標。

例如：

la bamba



(2) 立體商標中的三維標志具有顯著特征，但在視覺效果上與平面商標具有顯著特征的部分相同或近似，易使相關公眾對商品或者服務的來源產生誤認的，判為相同或者近似商標。

例如：



指定使用商品：服裝、鞋、帽 指定使用商品：服裝、鞋、帽