|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **국가지식산권국의**  **<상표권 침해 판단기준>**  **인쇄발송에 관한 통지**  국지발보자 [2020] 23호  각 성, 자치구, 직할시 및 신장생산건설병단 지식산권국(지식재산권 관리 부서):  당 중앙 및 국무원의 지식재산권 보호 강화에 관한 정책결정 계획을 깊이 있게 관철하고, 상표 법집행의 지도 업무를 강화하며, 법집행 기준을 통일하고, 법집행 수준을 향상하며, 상표전용권 보호를 강화하기 위하여, <상표법>, <상표법 실시조례"의 관련 규정에 근거하여, <상표권 침해 판단기준>을 제정한다. 지금 인쇄발송하니, 그대로 집행해 주기 바란다. 각 지역은 집행 중에 부닥치는 새로운 상황, 새로운 문제를 적시에 보고해 주기 바란다.  국가지식산권국  2020년 6월 15일  **<상표권 침해 판단기준>**  **제1조** 상표 법집행의 지도 업무를 강화하고, 법집행 기준을 통일하며, 법집행 수준을 향상시키고, 상표전용권 보호를 강화하기 위하여, <중화인민공화국 상표법>(이하 상표법), <중화인민공화국 상표법 실시조례>(이하 상표법 실시조례) 및 관련 법률법규, 부서규정에 근거하여, 본 기준을 제정한다.  **제2조** 상표 법집행 관련 부서가 상표권 침해사건을 처리, 조사 할 때 본 기준을 적용한다.  **제3조** 상표권 침해에 해당하는지 여부의 판단은, 일반적으로 침해 혐의행위가 상표법 의의 상의 상표 사용에 해당하는지 여부를 판단할 필요가 있다.  상표 사용이란, 상표를 상품, 상품 포장, 용기, 서비스 장소 및 거래문서 상에서 사용하거나, 상표를 광고 홍보, 전시 및 기타 상업 활동에서 사용하는 것으로, 상품 또는 서비스의 출처를 구별하는데 사용하는 행위이다.  **제4조** 상표가 상품, 상품 포장, 용기 및 상품 거래문서 상에서 사용되는 구체적인 표현 형식은 다음을 포함하나, 이에 제한되는 것은 아니다:  (1) 접착·각인·낙인 또는 편직 등의 방식으로 상표가 상품, 상품 포장, 용기, 라벨 등에 직접 부착되거나, 상품에 부가된 태그, 제품 설명서, 카탈로그, 가격표 등에 사용되는 경우;  (2) 상표가 상품 판매와 관련된 거래문서 상에서 사용되는 것은, 상품 판매 계약서, 인보이스, 인수증, 영수증, 상품 수출입 검사 검역 증명서, 통관 서류 등에 사용되는 것을 포함한다.  **제5조** 상표가 서비스 장소 및 서비스 거래문서 상에서 사용되는 구체적인 표현 형식은 다음을 포함하나, 이에 제한되는 것은 아니다:  (1) 상표가 서비스 장소에서 직접 사용되는 것은, 카탈로그, 종업원 복장, 포스터, 메뉴, 가격표, 명함, 경품권, 사무용품, 편지지 및 기타 서비스를 제공하는데 사용되는 관련 물품 상에 사용되는 것을 포함한다;  (2) 상표가 서비스와 관련된 문서자료 상에서 사용되는 것은, 인보이스, 인수증, 영수증, 송금 전표, 서비스 협의서, 유지보수 증명서 등에 사용되는 것을 예로 들 수 있다.  **제6조** 상표가 광고 홍보, 전시, 및 기타 상업 활동에서 사용되는 구체적인 표현 형식은 다음을 포함하나, 이에 제한되는 것은 아니다:  (1) 상표가 라디오, TV, 영화, 인터넷 등 등 매체에서 사용되거나, 혹은 공개 발행되는 출판물에서 사용되거나, 혹은 광고판, 우편 광고물 또는 기타 광고 매체에서 사용되는 경우:  (2) 상표가 전시회, 박람회에서 사용되는 것은, 전시회, 박람회에서 제공되는 상표를 사용한 인쇄물, 전시부스 사진, 전시회 참가 증명서 및 기타 자료를 포함한다;  (3) 상표가 인터넷 사이트, 즉시 통신되는 수단, 소셜 네트워크 플랫폼, 애플리케이션 등의 매체에서 사용되는 경우;  (4) 상표가 QR코드 등의 정보매체에서 사용되는 경우;  (5) 상표가 상점 간판, 매장 인테리어 장식에서 사용되는 경우.  **제7조** 상표 사용 여부의 판단은 사용자의 주관적 의도, 사용 방식, 홍보 방식, 업계 관행, 소비자 인식 등의 요소를 종합적으로 고려해야 한다.  **제8조** 상표등록자의 허가를 받지 않은 상황은 허가를 획득하지 않은 경우 혹은 허가를 초과하는 상품 또는 서비스의 카테고리, 기간, 수량 등을 포함한다.  **제9조** 동일한 상품이란 침해 혐의자가 실제 생산판매한 상품의 명칭과 타인의 등록상표가 사용되도록 결정된 상품의 명칭이 동일한 상품이거나, 혹은 양자 상품의 명칭은 다르지만, 기능, 용도, 주요원료, 생산부서, 소비대상, 판매경로 등 방면에서 동일하거나 기본적으로 동일하여, 관련 공중이 일반적으로 동일한 사물이라고 인식하는 상품을 말한다.  동일한 서비스란 침해 혐의자가 실제 제공하는 서비스의 명칭과 타인의 등록상표가 사용되도록 결정된 서비스의 명칭이 동일한 서비스이거나, 혹은 양자 서비스의 명칭은 다르지만, 서비스의 목적, 내용, 방식, 제공자, 대상, 장소 등 방면에서 동일하거나 기본적으로 동일하여, 관련 공중이 일반적으로 동일하게 공급되는 것으로 인식하는 서비스를 말한다.  사용되도록 결정된 상품 또는 서비스 명칭이란 국가지식산권국이 상표 등록 업무에서 상품 또는 서비스에 대해 사용하는 명칭을 말하고, <유사상품 및 서비스 구분표>(이하 구분표)에 열거된 상품 또는 서비스 명칭과 구분표에 열거되지 않았으나 상표 등록에서 접수된 상품 또는 서비스 명칭을 포함한다.  **제10조** 유사 상품이란 기능, 용도, 주요 원료, 생산부서, 소비대상, 판매경로 등 방면에서 일정한 공통성을 갖고 있는 상품을 말한다.  유사 서비스란 서비스의 목적, 내용, 방식, 제공자, 대상, 장소 등 방면에서 일정한 공통성을 갖고 있는 서비스를 말한다.  **제11조** 동일한 상품 또는 동일한 서비스, 유사 상품 또는 유사 서비스 여부의 판단은, 권리자의 등록상표가 사용되도록 결정된 상품 또는 서비스와 침해 혐의 상품 또는 서비스 간에 대비해야 한다.  **제12조** 침해 혐의 상품 또는 서비스와 타인의 등록상표가 사용되도록 결정된 상품 또는 서비스가 동일 상품 또는 동일 서비스, 유사 상품 또는 유사 서비스에 해당하는지 여부의 판단은, 현행 구분표를 참조하여 인정한다.  구분표에 포함되지 않은 상품에 대해서는, 관련 공중의 일반적 인식에 기초하고, 상품의 기능, 용도, 주요 원료, 생산부서, 소비대상, 판매경로 등 요소를 종합적으로 고려하여 동일 또는 유사 상품에 해당하는지 여부를 인정해야 한다.  구분표에 포함되지 않은 서비스에 대해서는, 관련 공중의 일반적 인식에 기초하고, 서비스의 목적, 내용, 방식, 제공자, 대상, 장소 등 요소를 종합적으로 고려하여 동일 또는 유사 서비스에 해당하는지 여부를 인정해야 한다.  **제13조** 등록상표와 동일한 상표란 침해 혐의 상표가 타인의 등록상표와 완전히 동일한 경우 및 비록 다르더라도 시각적 효과 또는 상표 발음의 청각적 느낌이 기본적 차이가 없어, 관련 공중이 분별하기 어려운 상표를 말한다.  **제14조** 침해 혐의 상표가 타인의 등록상표와 대비에서, 등록상표와 동일하다고 인정될 수 있는 상황은 다음을 포함한다:  (1) 문자 상표가 아래의 상황 중 하나에 해당하는 경우:  1. 문자구성, 배열순서가 모두 동일한 경우;  2. 등록상표의 글자체, 알파벳 대·소문자, 문자의 가로·세로 배열을 변경하였으나, 등록상표와 기본적 차이가 없는 경우;  3. 등록상표의 문자, 알파벳, 숫자 등의 간격을 변경하였으나, 등록상표와 기본적 차이가 없는 경우;  4. 등록상표의 색채를 변경하였으나, 등록상표의 현저한 특징을 표현하는데 영향을 미치지 않는 경우;  5. 등록상표에 단지 상품의 보통명칭, 도형, 모델 번호 등 현저한 특징이 결여된 내용을 증가시켜, 등록상표의 현저한 특징을 표현하는데 영향을 미치지 않는 경우;  (2) 도형 상표가 구도 요소, 표현 형식 등에서 시각적으로 기본적 차이가 없는 경우;  (3) 문자와 도형이 결합된 상표의 문자 구성, 도형 디자인 및 그 배열의 결합 방식이 동일하고, 상표가 전체 시각적으로 기본적 차이가 없는 경우;  (4) 입체 상표에서의 현저한 3차원 표지와 현저한 평면 요소가 모두 동일한 경우;  (5) 색채 결합 상표에서의 결합된 색채와 배열된 방식이 동일하거나, 기본적 차이가 없는 경우;  (6) 소리 상표의 청각적 느낌과 전체 음악적 형상이 동일하거나, 기본적 차이가 없는 경우;  (7) 기타 등록상표와 시각적 효과 또는 청각적 느낌에서 기본적 차이가 없는 경우.  **제15조** 등록상표와 유사한 상표란 침해 혐의 상표가 타인의 등록상표와 비교하여, 문자 상표의 글자 형태, 발음, 포함된 의미가 유사하거나, 도형 상표의 구도, 착색, 외형이 유사하거나, 문자와 도형이 결합된 상표의 전체 배열 결합 방식과 외형이 유사하거나, 입체 상표의 3차원 표지의 형상과 외형이 유사하거나, 색채 결합 상표의 색채 또는 결합이 유사하거나, 소리 상표의 청각적 느낌 또는 전체 음악적 형상이 유사한 경우 등을 말한다.  **제16조** 침해 혐의 상표가 타인의 등록상표와 유사함에 해당하는지 여부의 판단은, 현행 <상표심사 및 심리기준>의 상표 유사에 관한 규정을 참조하여 판단한다.  **제17조** 상표의 동일 또는 유사 여부 판단은, 권리자의 등록상표와 침해 혐의 상표 간에 대비해야 한다.  **제18조** 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 판단할 때에는, 관련 공중의 일반적 주의력과 인지력을 기준으로 하고, 원거리 관찰, 전체 대비와 주요 부분 대비의 방법으로 인정해야 한다.  **제19조** 상표권 침해 판단에서, 동일 상품 또는 동일 서비스에서 유사 상표를 사용하거나, 유사 상품 또는 유사 서비스에서 동일, 유사 상표를 사용한 경우, 쉽게 혼동을 야기하는지 여부에 대해 판단해야 한다.  **제20조** 상표법 규정의 쉽게 혼동을 야기하는 것은 아래 경우를 포함한다:  (1) 관련 공중으로 하여금 사건 관련 상품 또는 서비스가 등록상표 권리자가 생산 또는 제공하는 것으로 충분히 인식시킬 수 있는 경우;  (2) 관련 공중으로 하여금 사건 관련 상품 또는 서비스의 제공자가 등록상표 권리자와 투자, 허가, 가맹점, 또는 협력 등의 관계가 존재하는 것으로 충분히 인식시킬 수 있는 경우.  **제21조** 상표 법집행 관련 부서가 쉽게 혼동을 야기하는지 여부를 판단하는 경우, 아래 요소 및 요소 간의 상호 영향을 종합적으로 고려해야 한다:  (1) 상표의 유사 상황;  (2) 상품 또는 서비스의 유사 상황;  (3) 등록상표의 현저성과 인지도;  (4) 상품 또는 서비스의 특징 및 상표 사용의 방식;  (5) 관련 공중의 주의 및 인지 정도;  (5) 기타 관련 요소.  **제22조** 스스로 등록상표를 변경하거나 여러 건의 등록상표를 결합하여 사용하고, 타인의 동일한 상품 또는 서비스 상에서의 등록상표와 동일한 경우, 상표법 제57조 (1)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  스스로 등록상표를 변경하거나 여러 건의 등록상표를 결합하여 사용하고, 타인의 동일한 또는 유사한 상품 또는 서비스 상에서의 등록상표와 유사하며, 쉽게 혼동을 야기하는 경우, 상표법 제57조 (2)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제23조** 동일한 상품 또는 서비스 상에서, 기업 명칭 중의 상호를 두드러지게 사용하고, 타인의 등록상표와 동일한 경우, 상표법 제57조 (1)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  동일한 또는 유사한 상품 또는 서비스 상에서, 기업 명칭 중의 상호를 두드러지게 사용하고, 타인의 등록상표와 유사하며, 쉽게 혼동을 야기하는 경우, 상표법 제57조 (2)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제24조** 색채가 지정되지 않은 등록상표의 경우, 자유롭게 색채를 추가할 수 있으나, 타인의 권리에 편승하려는 목적으로 색채를 추가하고, 타인의 동일한 또는 유사한 상품 또는 서비스 상에서의 등록상표와 유사하며, 쉽게 혼동을 야기하는 경우, 상표법 제57조 (2)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  등록상표의 인지도가 비교적 높고, 침해 혐의자가 등록상표 권리자와 동일한 업계 또는 비교적 큰 관련성이 있는 업계에 있으며, 정당한 이유 없이 등록상표와 동일하거나 유사한 상표를 사용하는 경우, 침해 혐의자에게 타인의 권리에 편승하려는 의도가 있는 것으로 인정해야 한다.  **제25조** 공사·자재의 가공 도급 경영활동에서, 수급자가 등록상표전용권을 침해하는 상품을 사용한 경우, 상표법 제57조 (3)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제26조** 경영자가 상품 판매 시에, 등록상표전용권을 침해하는 상품을 경품으로 제공하는 경우, 상표법 제57조 (3)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제27조** 아래에 열거된 상황 중 하나에 해당하는 경우, 상표법 제60조 제2항에 규정된‘등록상표전용권을 침해하는 상품임을 모르고 판매’에 해당하지 않는다.  (1) 입고 경로가 상업 관행에 부합하지 않고, 가격도 시장가격보다 현저히 낮은 경우;  (2) 장부, 판매기록 등 회계 증빙서류의 제공을 거부하거나, 회계 증빙서류를 허위 기재한 경우;  (3) 사건 발생 이후 물증을 이전, 폐기하거나, 허위 증명, 허위 상황을 제공한 경우;  (4) 유사한 위법 상황으로 처벌받은 이후 재범한 경우;  (5) 기타 당사자가 명확히 알거나 알았어야 한다고 인정할 수 있는 경우.  **제28조** 상표법 제60조 제2항에 규정된 "제공자 설명"이란 침해 혐의자가 주동적으로 상품공급상의 명칭, 경영주소, 연락방식 등의 정확한 정보나 단서를 제공하는 것을 말한다.  침해 혐의자가 허위 또는 사실을 확인할 수 없는 정보를 제공하여 제공자를 찾을 수 없게 된 경우에 대해서, "제공자 설명"으로 보지 않는다.  **제29조** 침해 혐의자가 상표법 제60조 제2항에 규정된 등록상표전용권을 침해하는 상품임을 모르고 판매한 것에 해당하는 경우, 그 침해 상품에 대해 판매금지를 명하고, 상품공급상에 대해 입건하여 조사처리하거나 사건 단서를 관할권이 있는 상표 법집행 관련 부서로 이송하여 조사처리 한다.  판매중지가 명령된 침해 상품에 대해, 침해자가 다시 판매한 경우, 법에 따라 조사처리해야 한다.  **제30조** 시장 운영주체, 전시회 주최자, 카운터 임대인, 전자상거래 플랫폼 등의 운영자가 관리 직무 이행을 게을리 하여, 시장 내 경영자, 전시회 참가자, 카운터 임차인, 플랫폼 내 전자상거래 경영자의 상표권 침해 행위 실시를 명확히 알고 있거나 알았어야 함에도 제지하지 않은 경우; 또는 알지 못하였으나, 상표 법집행 관련 부서의 통지 또는 상표권자가 주장하는 효력이 발생된 행정·사법문서의 고지 후에도, 여전히 상표권 침해 행위를 제지하는데 필요한 조치를 취하지 않는 경우, 상표법 제57조 (6)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제31조** 타인의 등록상표와 동일하거나 유사한 문자를 도메인으로 등록하고, 해당 도메인을 통해 관련 상품 또는 서비스를 거래하는 전자상거래를 운영하며, 쉽게 대중으로 하여금 오인하도록 하는 경우, 상표법 제57조 (7)에 규정된 상표권 침해 행위에 해당한다.  **제32조** 상표권 침해 사건을 조사처리 할 때, 합법적인 우선적 권리를 보호해야 한다.  디자인권, 저작물 저작권으로 타인의 등록상표전용권에 대해 항변하는 경우, 등록상표의 출원일이 디자인권 출원일 또는 증거가 있는 해당 저작권 저작물의 창작완성일 보다 앞선다면, 상표 법집행 관련 부서는 상표권 침해 사건에 대해 조사처리를 진행할 수 있다.  **제33조** 상표법 제59조 제3항에 규정된 "일정한 영향력이 있는 상표"란 중국에서 이미 앞서 사용되고 있고, 일정 범위 내의 관련 공중에게 알려진 미등록상표를 말한다.  일정한 영향력이 있는 상표의 인정은, 해당 상표의 지속 사용 시간, 판매량, 경영액, 광고 홍보 등 요소를 고려하여 종합적으로 판단해야 한다.  사용자가 아래 열거된 상황에 해당하는 경우, 원래 사용한 범위 내에서 계속하여 사용하는 것으로 보지 않는다:  (1) 해당 상표가 사용되는 구체적 상품 또는 서비스를 증가시키는 경우;  (2) 해당 상표의 도형, 문자, 색채, 구성, 필기 방식 등의 내용을 변경하는 경우, 다만, 타인의 등록상표와의 구별을 목적으로 진행된 변경은 제외한다;  (3) 원래 사용한 범위를 초과하는 기타 상황.  **제34조** 상표법 제60조 제2항에 규정된 "5년 이내에 2회 이상 상표권 침해행위 실시"란 동일 당사자가 상표 법집행 관련 부서, 인민법원에 의해 타인의 등록상표전용권을 침해한 것으로 인정된 행정처벌 또는 판결의 효력 발생일로부터, 5년 이내에 다시 상표권 침해 행위를 실시한 것을 말한다.  **제35조** 국가지식산권국에서 심리 중이거나 인민법원에서 소송 중인 아래 열거된 사건은, 상표법 제62조 제3항의 "중지"에 관한 규정을 적용할 수 있다:  (1) 등록상표가 무효선고 중에 있는 사건;  (2) 등록상표가 갱신등록신청기간에 있는 사건;  (3) 등록상표가 기타 쟁의 상황이 존재하는 것에 해당하는 사건.  **제36조** 상표권 침해 사건의 조사처리 과정에서, 상표 법집행 관련 부서는 권리자에게 사건 관련 상품이 권리자가 생산한 것인지 또는 생산을 허가한 상품인지 여부에 대해 서면으로 식별 의견을 제출하도록 요구할 수 있다. 권리자는 그 식별 의견에 대해 상응하는 법적 책임을 져야한다.  상표 법집행 관련 부서는 식별인이 제출한 식별 의견의 주체 자격 및 식별 의견의 진실성을 심사해야 한다. 침해 혐의자에게 해당 식별 의견을 뒤집을 수 있는 상반된 증거가 없는 경우, 상표 법집행 관련 부서는 해당 식별 의견을 증거로 받아들인다.  **제37조** 본 기준은 국가지식산권국이 책임지고 해석한다.  **제38조** 본 기준은 공포일부터 시행한다. |  | **国家知识产权局**  **关于印发《商标侵权判断标准》的通知**  国知发保字〔2020〕23号  各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团知识产权局（知识产权管理部门）：  为深入贯彻落实党中央、国务院关于强化知识产权保护的决策部署，加强商标执法指导工作，统一执法标准，提升执法水平，强化商标专用权保护，根据《商标法》、《商标法实施条例》的有关规定，制定《商标侵权判断标准》。现予印发，请遵照执行。各地在执行中遇到的新情况、新问题，请及时报告。  　　国家知识产权局  　　2020年6月15日  **商标侵权判断标准**  **第一条** 为加强商标执法指导工作，统一执法标准，提升执法水平，强化商标专用权保护，根据《中华人民共和国商标法》（以下简称商标法）、《中华人民共和国商标法实施条例》（以下简称商标法实施条例）以及相关法律法规、部门规章，制定本标准。  **第二条** 商标执法相关部门在处理、查处商标侵权案件时适用本标准。  **第三条** 判断是否构成商标侵权，一般需要判断涉嫌侵权行为是否构成商标法意义上的商标的使用。  商标的使用，是指将商标用于商品、商品包装、容器、服务场所以及交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用以识别商品或者服务来源的行为。  **第四条** 商标用于商品、商品包装、容器以及商品交易文书上的具体表现形式包括但不限于：  　　（一）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；  （二）商标使用在与商品销售有联系的交易文书上，包括商品销售合同、发票、票据、收据、商品进出口检验检疫证明、报关单据等。  **第五条** 商标用于服务场所以及服务交易文书上的具体表现形式包括但不限于：  　　（一）商标直接使用于服务场所，包括介绍手册、工作人员服饰、招贴、菜单、价目表、名片、奖券、办公文具、信笺以及其他提供服务所使用的相关物品上；  （二）商标使用于和服务有联系的文件资料上，如发票、票据、收据、汇款单据、服务协议、维修维护证明等。  **第六条** 商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中的具体表现形式包括但不限于：  　　（一）商标使用在广播、电视、电影、互联网等媒体中，或者使用在公开发行的出版物上，或者使用在广告牌、邮寄广告或者其他广告载体上；  （二）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商标的印刷品、展台照片、参展证明及其他资料；  （三）商标使用在网站、即时通讯工具、社交网络平台、应用程序等载体上；  （四）商标使用在二维码等信息载体上；  （五）商标使用在店铺招牌、店堂装饰装潢上。  **第七条** 判断是否为商标的使用应当综合考虑使用人的主观意图、使用方式、宣传方式、行业惯例、消费者认知等因素。  **第八条** 未经商标注册人许可的情形包括未获得许可或者超出许可的商品或者服务的类别、期限、数量等。  **第九条** 同一种商品是指涉嫌侵权人实际生产销售的商品名称与他人注册商标核定使用的商品名称相同的商品，或者二者商品名称不同但在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同种商品。  同一种服务是指涉嫌侵权人实际提供的服务名称与他人注册商标核定使用的服务名称相同的服务，或者二者服务名称不同但在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面相同或者基本相同，相关公众一般认为是同种服务。  核定使用的商品或者服务名称是指国家知识产权局在商标注册工作中对商品或者服务使用的名称，包括《类似商品和服务区分表》（以下简称区分表）中列出的商品或者服务名称和未在区分表中列出但在商标注册中接受的商品或者服务名称。  **第十条** 类似商品是指在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面具有一定共同性的商品。  类似服务是指在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面具有一定共同性的服务。  **第十一条** 判断是否属于同一种商品或者同一种服务、类似商品或者类似服务，应当在权利人注册商标核定使用的商品或者服务与涉嫌侵权的商品或者服务之间进行比对。  **第十二条** 判断涉嫌侵权的商品或者服务与他人注册商标核定使用的商品或者服务是否构成同一种商品或者同一种服务、类似商品或者类似服务，参照现行区分表进行认定。  对于区分表未涵盖的商品，应当基于相关公众的一般认识，综合考虑商品的功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等因素认定是否构成同一种或者类似商品；  对于区分表未涵盖的服务，应当基于相关公众的一般认识，综合考虑服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等因素认定是否构成同一种或者类似服务。  **第十三条** 与注册商标相同的商标是指涉嫌侵权的商标与他人注册商标完全相同，以及虽有不同但视觉效果或者声音商标的听觉感知基本无差别、相关公众难以分辨的商标。  **第十四条** 涉嫌侵权的商标与他人注册商标相比较，可以认定与注册商标相同的情形包括：  　　（一）文字商标有下列情形之一的：  　　1.文字构成、排列顺序均相同的；  2.改变注册商标的字体、字母大小写、文字横竖排列，与注册商标之间基本无差别的；  3.改变注册商标的文字、字母、数字等之间的间距，与注册商标之间基本无差别的；  4.改变注册商标颜色，不影响体现注册商标显著特征的；  5.在注册商标上仅增加商品通用名称、图形、型号等缺乏显著特征内容，不影响体现注册商标显著特征的；  （二）图形商标在构图要素、表现形式等视觉上基本无差别的；  （三）文字图形组合商标的文字构成、图形外观及其排列组合方式相同，商标在整体视觉上基本无差别的；  （四）立体商标中的显著三维标志和显著平面要素相同，或者基本无差别的；  （五）颜色组合商标中组合的颜色和排列的方式相同，或者基本无差别的；  （六）声音商标的听觉感知和整体音乐形象相同，或者基本无差别的；  （七）其他与注册商标在视觉效果或者听觉感知上基本无差别的。  **第十五条** 与注册商标近似的商标是指涉嫌侵权的商标与他人注册商标相比较，文字商标的字形、读音、含义近似，或者图形商标的构图、着色、外形近似，或者文字图形组合商标的整体排列组合方式和外形近似，或者立体商标的三维标志的形状和外形近似，或者颜色组合商标的颜色或者组合近似，或者声音商标的听觉感知或者整体音乐形象近似等。  **第十六条** 涉嫌侵权的商标与他人注册商标是否构成近似，参照现行《商标审查及审理标准》关于商标近似的规定进行判断。  **第十七条** 判断商标是否相同或者近似，应当在权利人的注册商标与涉嫌侵权商标之间进行比对。  **第十八条** 判断与注册商标相同或者近似的商标时，应当以相关公众的一般注意力和认知力为标准，采用隔离观察、整体比对和主要部分比对的方法进行认定。  **第十九条** 在商标侵权判断中，在同一种商品或者同一种服务上使用近似商标，或者在类似商品或者类似服务上使用相同、近似商标的情形下，还应当对是否容易导致混淆进行判断。  **第二十条** 商标法规定的容易导致混淆包括以下情形：  　　（一）足以使相关公众认为涉案商品或者服务是由注册商标权利人生产或者提供；  （二）足以使相关公众认为涉案商品或者服务的提供者与注册商标权利人存在投资、许可、加盟或者合作等关系。  **第二十一条** 商标执法相关部门判断是否容易导致混淆，应当综合考量以下因素以及各因素之间的相互影响：  　　（一）商标的近似情况；  （二）商品或者服务的类似情况；  （三）注册商标的显著性和知名度；  （四）商品或者服务的特点及商标使用的方式；  （五）相关公众的注意和认知程度；  （六）其他相关因素。  **第二十二条** 自行改变注册商标或者将多件注册商标组合使用，与他人在同一种商品或者服务上的注册商标相同的，属于商标法第五十七条第一项规定的商标侵权行为。  自行改变注册商标或者将多件注册商标组合使用，与他人在同一种或者类似商品或者服务上的注册商标近似、容易导致混淆的，属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。  **第二十三条** 在同一种商品或者服务上，将企业名称中的字号突出使用，与他人注册商标相同的，属于商标法第五十七条第一项规定的商标侵权行为。  在同一种或者类似商品或者服务上，将企业名称中的字号突出使用，与他人注册商标近似、容易导致混淆的，属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。  **第二十四条** 不指定颜色的注册商标，可以自由附着颜色，但以攀附为目的附着颜色，与他人在同一种或者类似商品或者服务上的注册商标近似、容易导致混淆的，属于商标法第五十七条第二项规定的商标侵权行为。  注册商标知名度较高，涉嫌侵权人与注册商标权利人处于同一行业或者具有较大关联性的行业，且无正当理由使用与注册商标相同或者近似标志的，应当认定涉嫌侵权人具有攀附意图。  **第二十五条** 在包工包料的加工承揽经营活动中，承揽人使用侵犯注册商标专用权商品的，属于商标法第五十七条第三项规定的商标侵权行为。  **第二十六条** 经营者在销售商品时，附赠侵犯注册商标专用权商品的，属于商标法第五十七条第三项规定的商标侵权行为。  **第二十七条** 有下列情形之一的，不属于商标法第六十条第二款规定的“销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品”：  　　（一）进货渠道不符合商业惯例，且价格明显低于市场价格的；  （二）拒不提供账目、销售记录等会计凭证，或者会计凭证弄虚作假的；  （三）案发后转移、销毁物证，或者提供虚假证明、虚假情况的；  （四）类似违法情形受到处理后再犯的；  （五）其他可以认定当事人明知或者应知的。  **第二十八条** 商标法第六十条第二款规定的“说明提供者”是指涉嫌侵权人主动提供供货商的名称、经营地址、联系方式等准确信息或者线索。  对于因涉嫌侵权人提供虚假或者无法核实的信息导致不能找到提供者的，不视为“说明提供者”。  **第二十九条** 涉嫌侵权人属于商标法第六十条第二款规定的销售不知道是侵犯注册商标专用权的商品的，对其侵权商品责令停止销售，对供货商立案查处或者将案件线索移送具有管辖权的商标执法相关部门查处。  对责令停止销售的侵权商品，侵权人再次销售的，应当依法查处。  **第三十条** 市场主办方、展会主办方、柜台出租人、电子商务平台等经营者怠于履行管理职责，明知或者应知市场内经营者、参展方、柜台承租人、平台内电子商务经营者实施商标侵权行为而不予制止的；或者虽然不知情，但经商标执法相关部门通知或者商标权利人持生效的行政、司法文书告知后，仍未采取必要措施制止商标侵权行为的，属于商标法第五十七条第六项规定的商标侵权行为。  **第三十一条** 将与他人注册商标相同或者相近似的文字注册为域名，并且通过该域名进行相关商品或者服务交易的电子商务，容易使相关公众产生误认的，属于商标法第五十七条第七项规定的商标侵权行为。  **第三十二条** 在查处商标侵权案件时，应当保护合法在先权利。  以外观设计专利权、作品著作权抗辩他人注册商标专用权的，若注册商标的申请日先于外观设计专利申请日或者有证据证明的该著作权作品创作完成日，商标执法相关部门可以对商标侵权案件进行查处。  **第三十三条** 商标法第五十九条第三款规定的“有一定影响的商标”是指在国内在先使用并为一定范围内相关公众所知晓的未注册商标。  有一定影响的商标的认定，应当考虑该商标的持续使用时间、销售量、经营额、广告宣传等因素进行综合判断。  使用人有下列情形的，不视为在原使用范围内继续使用：  　　（一）增加该商标使用的具体商品或者服务；  （二）改变该商标的图形、文字、色彩、结构、书写方式等内容，但以与他人注册商标相区别为目的而进行的改变除外；  （三）超出原使用范围的其他情形。  **第三十四条** 商标法第六十条第二款规定的“五年内实施两次以上商标侵权行为”指同一当事人被商标执法相关部门、人民法院认定侵犯他人注册商标专用权的行政处罚或者判决生效之日起，五年内又实施商标侵权行为的。  **第三十五条** 正在国家知识产权局审理或者人民法院诉讼中的下列案件，可以适用商标法第六十二条第三款关于“中止”的规定：  　　（一）注册商标处于无效宣告中的；  （二）注册商标处于续展宽展期的；  （三）注册商标权属存在其他争议情形的。  **第三十六条** 在查处商标侵权案件过程中，商标执法相关部门可以要求权利人对涉案商品是否为权利人生产或者其许可生产的商品出具书面辨认意见。权利人应当对其辨认意见承担相应法律责任。  商标执法相关部门应当审查辨认人出具辨认意见的主体资格及辨认意见的真实性。涉嫌侵权人无相反证据推翻该辨认意见的，商标执法相关部门将该辨认意见作为证据予以采纳。  **第三十七条** 本标准由国家知识产权局负责解释。  **第三十八条** 本标准自公布之日起施行。 |