

## 商标是什么？

商标是商品生产者、经营者在其生产或者销售的商品上，或者服务提供者在其提供的服务上使用的，用于区别商品或服务来源的标志。经商标局核准注册的商标为注册商标，包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标；商标注册人享有商标专用权，受法律保护。

对于普通经营商品或服务的实体企业而言，其申请商标主要用于商品销售及提供服务，则可以参照商标注册用商品和服务国际分类（尼斯分类）在第 1-34 类（商品类）或第 35-45 类（服务类）选择类别并指定有关商品或服务项目申请商标。例如，苹果公司生产销售手机，则将“苹果”商标注册在第 9 类“手机”等商品项目上；百度公司提供搜索引擎服务，则将“百度”商标注册在第 42 类“提供互联网搜索引擎”服务项目上。

## 企业名称是什么？

企业名称就是企业的名片，是企业最直接、最具有代表性的象征。根据《企业名称登记管理规定》第七条第一款规定，企业名称应当由以下部分依次组成：字号（或者商号）、行业或者经营特点、组织形式。其核心是“字号”。

## 字号是什么？

“字号”，用以彰显企业的独特性，作为一般的消费者只会记住企业的字号，而很少会记住企业完整的名称，简称、缩写等也符合商业市场经营中的一般使用规则，例如我们通常所说的“华为”、“华为公司”，全称是华为技术有限公司。

根据《最高人民法院关于审理不正当竞争民事案件应用法律若干问题的解释》第六条规定：“……具有一定的市场知名度、为相关公众所知悉的企业名称中的字号，可以认定为反不正当竞争法第五条第（三）项规定的‘企业名称’。”该解释确立了企业字号也可以受到法律保护，但是法律仅对具有知名度的企业字号给予保

护。最高院司法解释中的“字号”是对“企业名称”的扩大化解释，即原本法律仅保护“企业名称”，不保护“字号”，但是当“字号”具有一定知名度时，视为《反不正当竞争法》第五条第（三）项规定的“企业名称”，也给予“企业名称”保护待遇。

## 您知道商标与企业名称的区别吗？

### 1.构成要素不同

企业名称一般由行政区划名称、字号、行业或经营特点、组织形式组成。商标只能由与他人提供的服务区别开来的显著部分构成。

### 2.功能不同

企业名称可以识别不同企业的经营，包括服务和商品。一个企业可以有多个服务或商品的商标，但企业名称一般只有一个。

### 3.适用的法律程序不同

企业名称必须经国家指定主管机关核准登记、注册，才能使用。商标只要不违反《商标法》所禁用的条款，不侵犯他人商标专用权，不经注册就可使用，只是没有专用权。

### 4.专用权范围不同

企业名称登记由各级工商机关在其区域范围内负责核准，仅在规定的区域内有专用权，商标则由国家知识产权局统一审查、注册，可以形成全国范围内具有排他性的标识性权利。

### 5.表现形式不同

企业名称只能用文字表示，而商标的表现形式是文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合。

### 6.适用法律不同

企业名称应当参照《企业名称登记管理规定》予以核准，商标则适用《商标法》和《反不正当竞争法》予以规范。

## 7.授权范围不同

企业名称只能自行使用，而商标则可转让或许可他人使用。

## 您知道商标与企业名称的联系吗？

商标和企业名称都是企业的标志，发挥着近似又不完全相同的功能。对企业来说，企业名称是唯一的，但商标可以根据产品或服务的类型、特点和目标市场进行多样化设计和使用。因此，有的企业将商标与企业名称中的关键词（即字号）保持高度一致，而有的企业旗下则有发展不同的商标满足不同的营销需求。对同一企业而言，企业将自己的字号注册成商标使用，或者将自己已注册的商标另行登记为企业的字号，都是被法律所允许的。

## 实务中，商标与字号有什么“恩怨”？

案例：基于二者之间的区别和联系，出现了很多商标与字号的纠纷，比如苏州稻香村与北京稻香村长达十年之久的商标之争，苏稻指出，北稻在糕点类商品包装上使用“稻香村”标识以及在上述包装所标注的企业名称中突出使用“稻香村”文字，侵犯了自身的商标专用权。北稻公司则强调，苏稻持有的第 352997 号商标是 1989 年注册的，但北稻公司在糕点类商品上使用“稻香村”字样在苏稻之前。北稻公司是北京稻香村老字号的传承者，其使用‘稻香村’的商标标识是对老字号的使用，使用‘稻香村’有合法的使用来源。2018 年 9 月 10 日北京知识产权法院作出的判决与 10 月 12 日苏州工业园区人民法院下达的判决截然相反，目前，苏稻已经提起上诉，该案仍无定论。

如果企业在发展之初就能将企业名称注册成商标，后续一旦发成权利冲突，就能利用在先注册商标权有效地保护自己的企业品牌，避免出现企业苦心经营却为他人作嫁衣的痛心局面。

## 不同企业的商标和字号相撞，一般如何认定？

以他人注册商标登记为企业名称为例：

内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司拥有注册商标“特仑苏”，另一家天津市特仑苏乳制品销售有限公司依法成立后，天津特仑苏公司未经许可在其生产、销售的商品上突出使用“特仑苏”，仿冒蒙牛公司的特仑苏，后被北京市高级人民法院判定为“侵害蒙牛公司的商标权并构成不正当竞争”（（2014）高民终字第2403号）。

在判断不同企业之间商标与企业名称一样时，是否构成侵权应从以下因素进行考量：

- 1、企业名称登记时间与已注册商标获准注册时间的先后关系；
- 2、已注册商标或企业名称是否具有较高知名度；
- 3、在后权利人的主观意图；
- 4、企业经营的商品或服务类别与已注册商标核定使用商品或服务的关联程度；
- 5、在市场实际经营中是否造成相关公众的混淆。

**实务建议：**

- 1、注册公司与注册商标同步进行，尽量做到企业名称与商标保持一致性。

例如，海尔集团在公司成立之初即申请注册了“海尔”商标，现在，海尔品牌的品牌价值远远高于企业本身的固定资产，是企业永久性的精神财富同时也是物质财富。

2、市场未动、商标先行。企业在自己所要开发的新商品进入市场之前，确保所用商标已经取得权利。

例如，在苹果 IPAD 和唯冠的商标之争中，苹果公司在没有掌握商标权的情况，进军中国市场，并以 iPad 的名义销售平板产品。苹果公司为此付出 6000 万美元代价。因此，企业在其产品未上市之前一定要确保拥有商标权或使用权。

3、防御性商标注册：根据“一类商品一件商标一份申请”原则，在与原商标类似或非类似商品类别上分别注册，或者以与原商标相近似的文字进行注册。

例如，格力电器在 45 个类别注册了“董明珠”商标，为今后可能涉足的其他行业做好准备，并借此保护商标权。又如，小米公司注册“黑米”、“紫米”、“大米”，大白兔注册“大白兔”、“大灰兔”、“小白兔”，阿里巴巴注册“阿里妈妈”、“阿里爸爸”、“阿里奶奶”等。

4、加强商标监测：企业如有需求和能力，建议委托专门机构定期关注国家知识产权局发布的《商标公告》，如发现与其相同或近似的商标，三个月内可提出异议，若超过法定异议期限，救济成本将会大大增加。

5、规范使用商标：注册以后的商标三年不使用或者不被规范使用，都有可能面临被撤销的风险