

馳名商標、著名商標、中國名牌？

在許多場合中，經常會有參與的台商提出這樣的問題？我在台灣使用很久的老牌子，在大陸是否可能被認定為著名？台灣的著名商標在大陸是否也稱著名商標？馳名商標的內涵是什麼？在大陸有些產品打印上「中國名牌產品」那又是什麼？…等等有趣又嚴肅的問題。兩岸交往多年，有些名詞是前所未見，有些名詞雖是共同但各有不同的意義，因此，就上述三個名詞：馳名商標、著名商標及中國名牌有必要加以解釋。

## 壹、馳名商標

要解釋「馳名商標」的內涵，就必須對大陸歷次認定馳名商標的背景及發展沿革有所認知，其發展可分為三個階段：

### 一、非商標主管機關認定的「全國著名商標」

按《巴黎公約》第6條之2規定給予保護的必須為巴黎公約成員國。換言之，對於外國商標是否馳名，可以要求申請人自己舉證在原屬國已屬馳名商標的有效文件。但是大陸對於自己本身的商標是否為馳名商標；在1989年之前尚未進行認定工作，在此之前大陸確實有一段時間使用「全國著名商標」的稱號。其稱號的由來可溯自1980年商標局參與了原「國家經濟委員會」主辦的全國產品質量評優工作，並決定凡被評為全國金獎、

銀獎的商品，均授予該商品使用的註冊商標為「全國著名商標」。但是由於有下列原因，儘管大陸每年一度的評優工作仍照常進行，但商標局不再同時授予「全國著名商標」稱號。大陸商標局認為「全國著名商標」在表彰其商品質量是優質的，但不能稱作是法律意義上的「馳名商標」，因為判定「馳名商標」的重要標準是商標的知名度，同時也要考慮到商品的質量、銷售量及覆蓋面以及廣告宣傳度等因素。所以，依質量標準命名的「全國著名商標」只能說是優質產品的榮譽稱號，而非法律上的「馳名商標」。

## 二、社會運動評選的「馳名商標」

1989年發生北京「同仁堂」商標在日本被一家廠商搶先註冊事件後，大陸商標局才開始進行首次的「馳名商標」認定工作。日本則要求大陸必須提供「同仁堂」屬於「馳名商標」的證明文件，大陸為了保護「同仁堂」商標在國外的權益，於是大陸商標局就「同仁堂」商標進行了廣泛的社會調查，認為該商標應屬於馳名商標。於是在1989年11月18日正式宣佈認定「同仁堂」商標為中國馳名商標，這也是中國大陸第一個由商標主管機關經調查認定的具有法律上意義的第一個「馳名商標」。

中國大陸為了走出一條適合中國國情的評選馳名商標的方法，在

徵得國家工商行政管理局同意下，於1990年12月28日，由法制日報社、中央電視臺和中國消費者報社三家新聞為主辦單位決定發起主辦“首屆中國馳名商標（部份商品）消費者評選活動”，商標局則作為顧問單位積極參與並協助主辦單位，這是中國大陸商標史上首次馳名商標選評活動。由於這次由消費者為評選活動作為試驗性質，因此所有參選商品主要與消費者較有關係之日常生活用品，包括家電、服裝、食品、煙、酒、化妝品等二十餘種商品，均可自由向主辦單位報名參選，共有三二七個商標報名參選，所有參選商標統一在報紙上刊登廣告，由消費者依其主觀之認知，選出心目中的馳名商標，最後統計選票依次選出十大馳名商標：貴州茅臺（酒）、鳳凰（自行車）、青島（啤酒）、琴島—利勃海爾（電冰箱）、中華（香煙）、北極星（鐘錶）、永久（自行車）、霞飛（化妝品）、五糧液（酒）、瀘州（老窖酒）。

首屆中國十大「馳名商標」之選拔為一種社會運動，是屬於消費者所認知商標的知名度，並非商標法上所稱由商標主管機關所認定法律意義之馳名商標。尤其透過票選方式產生許多弊病，因此，辦了一屆就停辦了。然而，有許多省、市、自治區迄今仍繼續在省、市、自治區內辦理各種不同名目的評選活動。

三、具有法律意義的「馳名商標」

1993年發生大陸著名商標在國外頻遭搶注或發生糾紛，如上海“蝴蝶”縫紉機、“大白兔”奶糖、“張裕”葡萄酒，商標局則採個案予以認定為「馳名商標」以便解決搶注糾紛。至此，大陸商標局堅持依巴黎公約第6條之2之精神，認為各公約國認定馳名商標，應由商標註冊國或商標使用國主管機關認定在該國為馳名商標者，才受到各成員國間之保護，而不是其他組織或個人認定馳名就受到保護的。1994年大陸國務院批准國家工商管理局“三定”方案，認為只有商標局有權認定孰為馳名商標，其他組織或個人均無權認定，不採取整批評選或消費者評選，必須通過各省、自治區、直轄市工商局之申請，再轉由商標局依職權加以個案認定。另組織馳名商標認定委員會，該委員會除商標局負責官員外，並容納專家、學者為委員。在認定過程中要參考當地工商行政管理局以及商品或服務主管機關的意見，再以多數表決投票產生馳名商標。

#### 四、《馳名商標認定和管理暫行規定》之發布

1994年新修改的「商標審查基準」雖然對於認定之原則有較具體的規定，但對於認定後之法律效果仍不明確，且「商標審查準則」僅為商標局之內規，不具有法律的效力，因此，從1994年下半年即積極著手制定馳名商標認定和管理的法律規

範。在經過無數次的討論及廣泛徵求社會意見後，於1996年8月10日以國家工商行政管理局第56號令，發佈《馳名商標認定和管理暫行規定》，全文共十五條，並自發佈之日起施行。截至2000年共認定有197件馳名商標，至此，馳名商標是指在全國領域內具有高度知名或馳名的商標，非僅限一省一市。換言之，商標僅在一省一市具有知名度的，則不能稱為馳名商標。

《馳名商標認定和管理暫行規定》之發布雖有助於對馳名商標的保護，但因立法不當也產生下列問題：

- 1．馳名商標之認定機構僅限於商標局，不符合實際狀況，因為有些爭議案繫屬於法院及商標評審委員會亟須解決。
- 2．馳名商標認定以來僅限於中國大陸企業的商標，對外商企業或外國的商標置之不理，違反TRIPS所揭示的「國民待遇原則」。
- 3．馳名商標之認定是因為法律上有爭議時，才給予個案認定。但當事人在獲得認定後，即對「馳名商標」之稱號大加廣告，形成另一種的名優標誌，無形中又是一種行政干預，及不公平競爭。
- 4．馳名商標之認定牽涉人民權利義務，不宜以部門規章形態加以規範。

綜合上述原因，在 2001 年商標法修改時，將馳名商標之保護明文印入商標法，並頒布新的《馳名商標認定和保護規定》

## 五、新商標法對馳名商標之保護

2001 年 10 月 27 日在大陸對商標法第二次修正，修正後新商標法第十三條對馳名商標明文給予保護：「就相同或者類似商品申請註冊的商標是複製、摹仿或者翻譯他人未在中國註冊的馳名商標，容易導致混淆的，不予註冊並禁止使用。就不相同或者不相類似商品申請註冊的商標是複製、摹仿或者翻譯他人已經在中國註冊的馳名商標，誤導公眾，致使該馳名商標註冊人的利益可能受到損害的，不予註冊並禁止使用。」，換言之，擴大馳名商標保護之範圍。至於馳名商標之認定機構，則擴及商標評審委員會，而不再只限於商標局。商標法實施條例第五條：「依照商標法和本條例的規定，在商標註冊、商標評審過程中產生爭議時，有關當事人認為其商標構成馳名商標的，可以相應向商標局或者商標評審委員會請求認定馳名商標，駁回違反商標法第十三條規定的商標註冊申請或者撤銷違反商標法第十三條規定的商標註冊。有關當事人提出時，應當提交其商標構成馳名商標的證據材料。商標局、商標評審委員會根據當事人的請求，在查明事實的基礎上，依照商標法第十四條的規定，認定其商標是否構成

馳名商標」。至於，人民法院是否有權加以認定，在商標法及實施條例均未明文規定。依最高人民法院 2002 年 10 月 12 日公告公佈法釋【2002】32 號〈關於審理商標民事糾紛案件適用法律若干問題的解釋〉第二十二條第一款「人民法院在審理商標糾紛案件中，根據當事人的請求和案件的具體狀況，可以對涉及的註冊商標是否馳名依法做出認定」。因此，就商標是否為馳名商標有權加以認定者，總共有三個單位：商標局、商標評審委員會、人民法院。另依大陸國家工商行政管理總局 2003 年 4 月 17 日所發布，自 2003 年 6 月 1 日起施行〈馳名商標認定和保護規定〉，所謂的馳名商標是指在中國為相關公眾廣為知曉並享有較高聲譽的商標。另在該保護規定第三條：以下材料可以作為證明商標馳名的證據材料：

- (一) 證明相關公眾對該商標知曉程度的有關材料；
- (二) 證明該商標使用持續時間的有關材料，包括該商標使用、註冊的歷史和範圍的有關材料；
- (三) 證明該商標的任何宣傳工作的持續時間、程度和地理範圍的有關材料，包括廣告宣傳和促銷活動的方式、地域範圍、宣傳媒體的種類以及廣告投放量等有關材料；
- (四) 證明該商標作為馳名商標受保護記錄的有關材料，包括

該商標曾在中國或者其他國家和地區作為馳名商標受保護的有關材料；

(五) 證明該商標馳名的其他證據材料，包括使用該商標的主要商品近三年的產量、銷售量、銷售收入、利稅、銷售區域等有關材料。

同時規定，未被認定為馳名商標的，自認定結果作出之日起一年內，當事人不得以同一商標就相同事實和理由再次提出認定之請求。由於所頒布的《馳名商標認定和保護規定》側重於保護而不是管理，所以，內容大都在規定當事人認為自己是馳名商標而有商標法第十三條所規定之情形發生，而請求工商管理部門給予保護時，工商管理部門應如何處理的相關流程。

## 貳、著名商標

由於廢止前《馳名商標認定及管理暫行規定》第3條「國家工商管理當局商標局負責馳名商標的認定與管理工作。任何組織和個人不得認定或者採取其他變相方式認定馳名商標。」雖然有關馳名商標之認定機關究竟是否僅限於商標局，曾引起不同的見解及討論，但是商標局仍多次宣示商標局是認定馳名商標的唯一機關，其他組織所評選的都不能以具有法律意涵的「馳名商標」來稱謂，只能用「名牌」或其他社會通俗的字眼。



由於獲得「馳名商標」的認定非常困難，因此，各省、市、縣各級政府及工商行政管理局紛紛制定本行政轄區的著名商標管理辦法，對著名商標加以特殊保護。如上海市1996年8月27日發佈《上海市著名商標認定與保護暫行辦法》，對全市範圍內開展著名商標的認定與保護，包括他人不得以與該著名商標相同或相近的名稱進行企業名稱的註冊。湖北省工商行政管理局亦發佈《北省著名商標認定和管理辦法》該《辦法》規定：凡被定為湖北省著名商標，將受到特殊保護（1）該商標所有人可在其產品包裝、服務場所、廣告宣傳、貿易活動中使用“湖北省著名商標”標誌；（2）該商標所系商品視同“知名商品”，其特有名稱、裝潢、專用權受《反不正當競爭法》保護，其他單位或個人不得在其商品上擅自使用或仿冒；（3）該商標可以作為企業名稱中的字號使用，未經商標所有人同意，其他任何單位和個人不得在相同行業或相關領域內以該商標文字作為企業名稱的組成部份使用，可能引起公眾誤解的，工商行政管理機關不予以核准登記。天津市工商局亦制定《天津市著名商標認定和保護暫行辦法》，規定天津市商標註冊人需要通過認定著名商標加強保護其權益時，可請求市工商局認定其商標為著名商標。經認定為著名商標者，著名商標所有人可以在其商標註冊核定使用的商品及其

包裝、裝潢、說明書、廣告上，使用由市工商局監製的“天津市著名商標”字樣或標誌，其他任何單位和個人不得在其商品及其包裝、裝潢、說明書、廣告上使用“天津市著名商標”的字樣或標誌。著名商標的商品視為知名商品，假冒著名商標或仿冒著名商標的商品特有名稱、包裝和裝潢的，依法從重處罰。自著名商標認定之日起，在其有效期間，與著名商標相同或近似文字作為企業字號使用，並可能引起公眾誤認的，工商機關不予核准登記。

### 參、中國名牌

中國大陸對於商標除了有馳名商標及著名商標的區別外，還有另一套對產品質量的監督管理。大陸國家質量監督檢驗檢疫總局 2001 年 6 月 15 日所發布〈中國名牌產品評價管理辦法(試行)〉，對產品實物質量達到國際同類商品先進水平，在國內同類產品中處於領先地位的，市場占有率和知名度居行業前列、用戶滿意程度、具有較強市場競爭力的產品、經國家質檢總局授權的「中國名牌戰略推進委員會」統一進行評價後，認為達到評價要求的，則對該項產品授予「中國名牌產品」的榮譽稱號。2001 年 12 月 29 日發布〈中國名牌產品管理辦法〉上述的試行辦法則同時廢止，2002 年 3 月 20 日發布〈中國名牌產品標誌管理辦法〉

對獲得〈中國名牌產品〉評價的，統一進行對標誌的使用管理。依〈中國名牌產品管理辦法〉第十四條之規定，中國名牌產品評價工作每年進行一次。每年一季度由中國名牌戰略推進委員會公布開展中國名牌產品評價工作的產品錄及受理中國名牌產品申請的開始和截止日期，另依第九條之規定，申請中國名牌稱號，應具備下列條件：

- (一) 符合國家有關法律法規和產業政策的規定；
- (二) 實物質量在同類產品中處於國內領先地位，並達到國際先進水平；市場占有率、出口創匯率、品牌知名度居國內同類產品前列；
- (三) 年銷售額、實現利稅、工業成本費用利潤率、總資產貢獻率居本行業前列；
- (四) 企業具有先進可靠的生產技術條件和技術裝備，技術創新、產品開發能力居行業前列；
- (五) 產品按照採用國際標準或國外先進標準的我國標準組織生產；
- (六) 企業具有完善的計量檢測體系和計量保證能力；
- (七) 企業質量管理體系健全並有效運行，未出現重大質量責任事故；

(八) 企業具有完善的售後服務體系，顧客滿意程度高。

經評價後，符合規定的，頒發中國名牌產品證書及獎牌。中國名牌產品證書的有效期限為三年，在有效期內，企業可以在獲得中國名牌產品稱號的產品及其包裝、裝潢、說明書、廣告宣傳以及有關材料中使用統一規定的中國名牌產品標誌。並可免於各級政府部門的質量監督檢查，優先列入打擊假冒，保護名優的範圍。

### 結語

無論是馳名商標、著名商標或是中國名牌產品，雖然認定機關不同、法律保護不同、法律效果也不同，構成著名商標的不一定是中國名牌產品，中國名牌產品的也不一定是馳名商標，但是基本上都是一種名優的標記及象徵，除依法享有大陸各種法規所賦予的權利外，最主要的是透過此一認定，給產品鍍金，博取消費者的認可。台商在大陸行銷商品，如果能爭取到上述的稱號，對於商品的行銷當然是一大利器，只是要花費更多的財力及心血罷了。