|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.080 |
| CCS | A12 |

中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX



知识产权鉴定规范第3部分：商标

Intellectual property appraisement specification  
——Part 3：Trademark

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

（本草案完成时间：2023年5月19日）

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

`

1. 前言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由国家知识产权局提出。

本文件由全国知识管理标准化技术委员会归口。

本文件的主要起草单位：国家知识产权局、中国知识产权研究会、中国标准化研究院等。

本文件的主要起草人：

知识产权鉴定规范

第3部分：商标

* 1. 范围

本文件规定了商标鉴定的基本要求和商标鉴定实施等知识产权鉴定要求。

本文件适用于商标鉴定的实施、管理与评价。

* 1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T XXXXX-XXXX 知识产权鉴定 第1部分 总则

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

商标 trademark

任何能够将自然人、法人或非法人组织的商品或服务与他人的商品或服务区别开的标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合和声音以及上述要素的组合。

注册商标 registered trademark

经国家商标注册和管理部门依法核准注册从而获得法律保护的商标。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.3.2]

商品商标 goods mark

商品的生产者或经营者为了将其商品与其他经营者提供的商品加以区别而使用的标志。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.3.3]

服务商标 service mark

提供服务的经营者为了将其提供的服务与他人提供的服务加以区别而使用的标志。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.3.4]

商品或服务类别 list of goods and/or services

为了便于商标注册和管理，国家商标注册和管理部门依照《商标注册用商品和服务国际分类》（尼斯分类）为商标注册用商品和服务确定的类别。

* 1. 基本要求

商标鉴定的基本原则、鉴定机构、人员要求、沟通管理、资源管理以及鉴定程序见GB/T XXXX 《知识产权鉴定规范 第1部分：总则》。

* 1. 商标鉴定实施
     1. 概述

按照GB/T XXXX 《知识产权鉴定规范 第1部分：总则》第8章实施准备形成商标鉴定项目实施方案，用于指导商标鉴定实施过程各环节。

商标鉴定分为商品/服务同一性比对和商标的同一性比对。

* + 1. 商品/服务同一性比对
       1. 输入

输入材料包括：

1. 注册商标核定使用的商品/服务；
2. 争议商标的商品/服务。
   * + 1. 过程控制

过程控制包括：

a)对于同一种商品或同一种服务的比对：从相关公众的角度，判断：

争议商标使用的商品名称与注册商标核定使用的商品名称是否相同；在二者商品名称不同的情形下，判断二者在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面是否相同；

判断争议商标使用的服务名称与注册商标核定使用的服务名称是否相同，在二者服务名称不同的情形下，判断二者在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面是否相同。

b)对于类似商品和/或类似服务的比对：从相关公众的角度，判断争议商标使用的商品名称与注册商标核定使用的商品名称在功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等方面是否具有较大的关联性的商品；判断争议商标使用的服务名称与注册商标核定使用的服务名称在服务的目的、内容、方式、提供者、对象、场所等方面是否具有较大的关联性的服务；判断争议商标使用的商品与注册商标核定使用服务，或者争议商标使用的服务与注册商标核定使用的商品之间是否具有特定联系，容易使相关公众认为商品和服务由同一市场主体提供。

在比对过程中，遵照现行《类似商品和服务区分表》。

* + - 1. 输出

输出材料包括：

1. 商品/服务同一性比对意见。
   * 1. 商标同一性比对
        1. 输入

输入材料包括：

1. 当事人主张的注册商标；
2. 涉案争议商标。
   * + 1. 过程控制

以相关公众的一般注意力为标准

1. 将商标的各个构成要素提取出来，分别从注册商标和争议商标中确定组成商标标志的文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合和声音以及上述要素的组合；
2. 确定商标构成要素的显著识别部分；
3. 在比对对象隔离的状态下，对商标的各个构成要素分别进行比对；
4. 在比对对象隔离的状态下，对商标的各个构成要素的结构进行整体比对；
5. 在比对对象隔离的状态下，对商标构成要素的显著识别部分进行重点比对；
6. 判断争议商标与注册商标是否相同或近似：判断争议商标与注册商标是否完全相同，以及虽有不同但视觉效果等基本无差别、使用在同一种或者类似商品或者服务上易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆；判断争议商标与注册商标相比较，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等，使用在同一种或者类似商品或者服务上易使相关公众对商品或者服务的来源产生混淆。
   * + 1. 输出

输出材料包括：

1. 商标同一性比对意见。

