

# 团 体 标 准

T/CIPS 006-2022

## 商标鉴定规范

Trademark appraisal specification

（征求意见稿）

（本稿完成日期：2022年3月30日）

2022-XX-XX 发布

2022-XX-XX 实施

中国知识产权研究会 发布

## 目 次

前 言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 基本要求 .....	2
5 商标鉴定实施 .....	2
5.1 概述 .....	2
5.2 商品/服务同一性比对 .....	2
5.3 商标同一性比对 .....	3

## 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。

本文件由中国知识产权研究会提出并归口。

本文件的主要起草单位：中国知识产权研究会等。

本文件的主要起草人：等。

# 商标鉴定规范

## 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管理、实施与评价。

## 2 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 21374-2008 知识产权文献与信息 基本词汇  
T/CIPS 004-2022 知识产权鉴定管理规范  
类似商品和服务区分表——基于尼斯分类第十一版（2021文本）

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 商标 trademark

任何能够将个人、单位或者其他组织的商品或服务与他人的商品或服务区别开的可视性标志，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。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.3.1]

### 3.2

#### 注册商标 registered trademark

经商标管理机构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, 有修改]

### 3.3

#### 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]

### 3.4

#### 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]

### 3.5 商品或服务类别 list of goods and/or services

为了便于商标注册和管理，商标行政管理机构根据一定的标准将所有商品或服务划分的若干类别。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.3.11, 有修改]

## 4 基本要求

商标鉴定的基本原则、鉴定机构、人员要求、资源管理以及鉴定程序见T/CIPS 004-2022 知识产权鉴定管理规范。

## 5 商标鉴定实施

### 5.1 概述

按照T/CIPS 004-2022 知识产权鉴定管理规范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。

### 5.2 商品/服务同一性比对

对使用争议商标的商品/服务与注册商标核定使用的商品/服务进行比对，判断二者是否属于同一种商品或者类似商品。

#### 5.2.1 输入

输入材料包括：

- 注册商标核定使用的商品/服务；
- 争议商标的商品/服务。

#### 5.2.2 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：
  - 1) 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，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、销售渠道等方面是否相同或者基本相同；
  - 2) 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，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、场所等方面是否相同或者基本相同。
- b) 对于类似商品和/或类似服务的比对：
  - 1) 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；
  - 2) 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；
  - 3) 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，可以参照现行《类似商品和服务区分表》。

### 5.2.3 输出

输出材料为使用争议商标的商品/服务与注册商标核定使用的商品/服务是否属于相同或类似的判断。

## 5.3 商标同一性比对

通过对争议商标与注册商标进行比对，判断二者是否相同或者近似。

### 5.3.1 输入

输入材料包括：

- 注册商标；
- 争议商标。

### 5.3.2 过程控制

以相关公众的一般注意力为标准确定过程控制：

a) 对于“与其注册商标相同的商标”比对

- 1) 改变注册商标的字体、字母大小写或者文字横竖排列，与注册商标之间基本无差别的；
- 2) 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；
- 3) 改变注册商标颜色，不影响体现注册商标显著特征的；

4) 在注册商标上仅增加商品通用名称、型号等缺乏显著特征要素，不影响体现注册商标显著特征的；

5) 与立体注册商标的三维标志及平面要素基本无差别的；

6) 其他与注册商标基本无差别、足以对公众产生误导的商标。

b) 对于“与其注册商标近似的商标”比对

- 1) 商标近似判定时，应考虑注册商标的显著性和知名度；
- 2) 在比对对象隔离的状态下，既要对商标整体进行比对，也要对商标主要部分比对。

3) 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。

### 5.3.3 输出

输出材料为争议商标与注册商标是否属于相同或近似的判断意见。