

超凡CHOFN®
一站式知识产权解决方案专业提供商

海外商标月刊

总第 34 期 / 2025 年 1 月



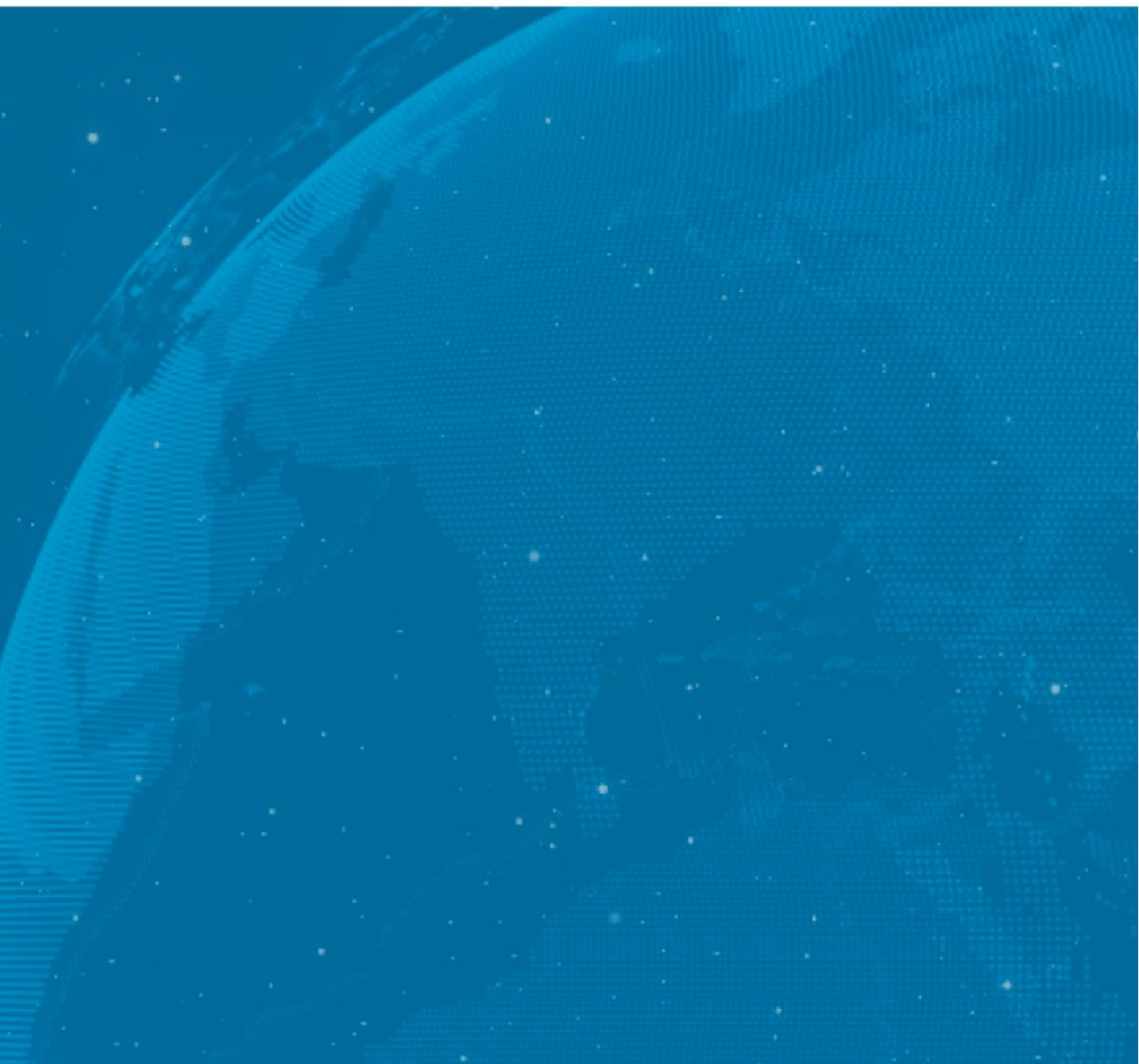
环球资讯	1
热点案例	6
重点企业海外商标布局解析	8
超凡代理成功案例	13
知识问答	17

目录

CATALOGUE



环球资讯



1. 加拿大启动商标法第 45 条撤销程序的试点项目

根据加拿大《商标法》第 45 条的授权，自 2025 年起，加拿大商标异议委员会（Trademarks Opposition Board, “TMOB”）正在启动一项试点项目，根据该项目，商标注册处（以下称“注册处”）将主动针对注册商标发出数量有限的第 45 条通知。

“加拿大商标法第 45 条主要内容：商标自注册日起满三年的，经第三方书面请求或官方依职权，要求商标权利人在通知之日起三个月内，以宣誓书或法定声明的形式，提交注册商标在加拿大近三年的使用证据。逾期不能提交或提交不符合要求的，商标将被撤销。”

一、试点项目的目的

该试点项目将有助于了解有多少注册商标不再使用，确保商标注册簿准确反映正在使用的商标，并与注册中列出的商品和服务相关联。启动该项目的原因如下：

1. 有效利用资源：对于寻求注册新商标的企业来说，在审查期间可能会因为这些未使用的商标而被驳回；
2. 促进公平竞争：已注册但未使用的商标可能会被认定为障碍，阻碍他人商标注册；
3. 维护商标体系的完整性：注册簿应准确反映正在使用的商标，以及与这些商标相关的商品和服务的准确范围。

二、试点项目第一阶段

1. 选择注册商标

从 2025 年 1 月开始，注册处将每月针对随机选择的注册商标发出一批第 45 条通知（预计每个月 100 件），要求已在注册簿上登记超过三年的注册商标的权利人提交商标使用证据，或在适用的情况下，根据特殊情况提交不使用的合理理由和证明。注册商标将从以下类型中随机选择：

- （1）基于使用的注册商标；
- （2）基于已提交使用声明的意向使用的注册商标；
- （3）基于使用和海外注册基础的注册商标；
- （4）具有多个基础的注册商标；
- （5）注册超过三年的其余注册商标。

2. 标准程序的变更

加拿大注册处已开发出新工具，并对标准第 45 条程序进行了修改，以确保流程更加高效且更具成本效益：

（1）提供了宣誓书或法定声明的准备指南以及样本，以协助收到第 45 条通知的权利人准备相应文书；

（2）权利人将被要求将证据与每一个商品和服务相关联，以方便审查员高效处理；

（3）在简单的情况下，审查员可根据权利人的意向提出中止第 45 条程序（例如，证据清楚地表明商标仍在使用中）。

（4）根据商标权利人的选择，可以在审查员和商标权利人双方方便的时间安排听证会。

4. 试点项目数据

随着注册处发起的第 45 条程序的进展，试点项目的相关数据将在加拿大知识产权局官网上发布。

三、试点项目第二阶段

待收集大量试点数据后，加拿大商标异议委员会将组织协商，收集以下方面的反馈：

1. 该试点项目是否应继续；如果是，是否有特定类型的注册应作为目标；

2. 第 45 条通知是否应针对所有或部分注册商标和服务发出；

3. 注册处是否应对选定的注册商标进行调查，并且仅在调查未显示该商标在加拿大有任何使用时才发出第 45 条通知。

来源：<https://ised-isde.canada.ca/site/canadian-intellectual-property-office/en/trademarks-opposition-board/pilot-project-registrar-initiated-section-45-expungement-proceeding>

超凡解读：

近年来，商标囤积和商标恶意注册已成为各国主管机关重点打击的对象。加拿大此次试点该项目，目的是为了加强商标管理、维护市场秩序、保护商标系统的正常运作，促使商标申请人更加重视商标的实际使用，有助于清理市场上的“僵尸商标”或无效商标，避免占用宝贵的商标资源。通过官方抽查，未实际使用的恶意注册商标可能被撤销，这可以减少商标权利人因他人恶意囤积商标而产生的障碍，为合法经营的商标申请人创造更公平的市场环境。

根据上述随机选择的注册类型，注册满三年的商标都有可能被抽中，要求提供使用证据。商标权利人需要更多地关注商标的使用情况，并保存商标使用证据。如果商标未能实际使用或使用的证据不足，可能面临商标被撤销的风险，导致失去商标的所有权。

官方主动抽查商标是否使用，对商标权利人既是一种监督，也是一种促进。它能够净化市场环境，保护真正用心经营的申请人的权益，但也对商标管理能力和品牌发展规划提出了更高的要求。商标权利人应主动适应这一变化，加强商标的实际使用和管理，以应对可能的风险并抓住其中的机遇。

2. 伊拉克正式实施第 11 版尼斯分类

自 2024 年 10 月 22 日起，伊拉克商标局宣布将于 2025 年 1 月正式采用第 11 版尼斯商品和服务分类。

在最新政策进展中，伊拉克商标局已于 2025 年 1 月 14 日正式启用第 11 版尼斯分类，并推出了商标在线申请平台，旨在简化搜索和完成所有注册程序的流程。因此，自 2025 年 1 月 14 日起，任何希望在伊拉克申请商标的申请人需通过该在线平台进行申请。在新制度下，伊拉克商标局已取消了过去商标群组系统，采用第 11 版尼斯分类。因此，申请人需注意，所申请的商品必须从最新的第 11 版尼斯分类表中进行更新和选择。任何不符合标准的商品和服务将无法通过系统进行提交。

值得一提的是，此程序仅适用于后续的新申请，2025 年 1 月 14 日之前提交的旧商标查询申请（尚未出具查询结果）及已提交的商标申请，将继续适用旧版的尼斯分类及其相关费用，即沿用旧的制度。

关于新制度下的官方费用问题，伊拉克商标局目前正在最终确定商标申请的官方费用和程序，其他费用（包括申请费、公告费和注册费）尚待商标局确定。

综上所述，伊拉克商标制度的更新无疑将为知识产权保护提供更加现代化和国际化的支持，有助于促进国内外企业在伊拉克的商标注册与管理。

来源：<https://cwvip.com/insights/news/2024/iraq-adopt-11th-edition-nice-classification>

www.obwb.com/iraq-tmo-adopts

超凡解读：

近年来，伊拉克商标申请中的群组申请概念给部分申请人带来了诸多困扰，特别是在商品选择方面。如何恰当地选择群组并控制费用，成为了一个普遍的挑战。

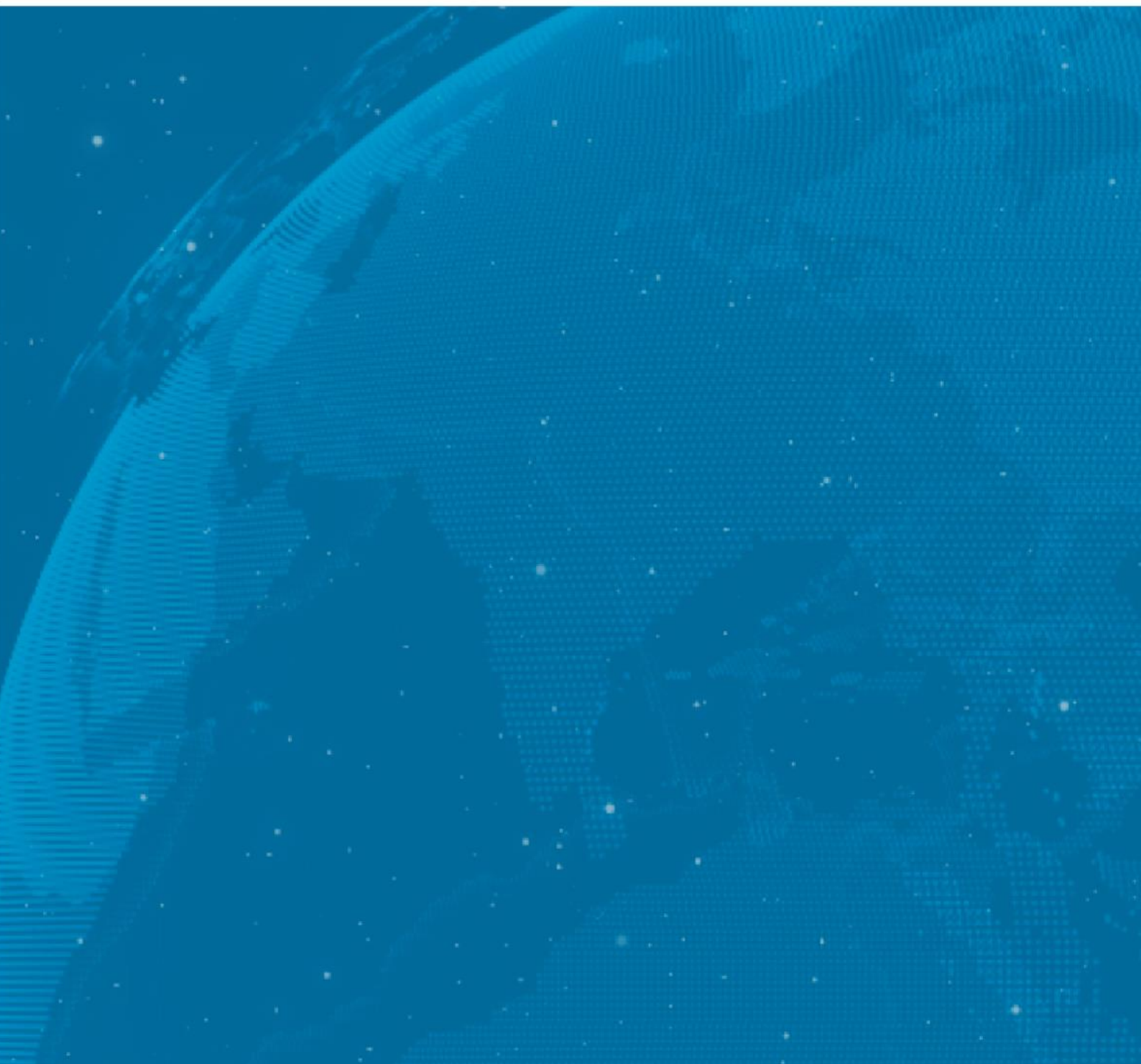
新制度下，商品分类与国际商标通用制度的接轨，为计划在伊拉克申请商标的申请人提供了极大的便利。

然而，需要特别提醒的是，目前的新制度仅接受完全符合第 11 版尼斯规范的商品，部分中国特有或非规范商品可能无法在新系统中提交。因此，商标申请人应考虑选择最为合适的规范商品进行替代。

此外，由于官方申请费用尚未明确，目前尚不清楚后续收费是否会依据商品数量而变动。考虑到伊拉克实行先查询后申请的程序，建议商标申请人在查询阶段控制商品数量，以避免因选择过多商品而产生高额的官方费用。申请人也可以考虑等待官方费用政策的明朗化后，再进行申请，以便更好地规划和控制成本。



热点案例



英国：连锁餐厅因垄断越南名字引发轩然大波后放弃商标专用权

媒体报道，英国连锁餐厅 Pho 在广泛网络谴责声中放弃了其在英国注册的商标 PHO。

Pho 是一种典型的越南鸡肉或牛肉汤配米粉。一对英国夫妇在游历越南后创立了 Pho 餐厅，并将这个名称用于连锁餐厅，以体现他们对越南美食的热爱。

这家连锁餐厅已经大幅扩张，据报道已在英国 45 个地点开设分店。1997 年，它在第 39 类和 43 类的服务上获得了 PHO、Pho 和 pho 的英国注册商标（系列商标）。

有报道称此连锁餐厅曾试图在 2013 年针对至少一家越南企业使用这个词时强制执行其商标权，但这一指控遭到了餐厅的否认。

这引发了一场较大规模的争议，主要集中在网上，许多人表达了他们对餐厅对一个广泛使用的越南词汇（代表一道深受喜爱、重要国菜）拥有专用权的担忧。

账号为 iamyenlikethemoney 的越南 TikTok 博主引领了这场抗议行动，她的一则视频突显了这一问题，已获得了 270 万次观看和许多支持性评论。据报道，她已经联系了 Pho 餐厅，要求其放弃其在英国的注册商标。也有其他的报道称 Pho 餐厅是自愿放弃其文字标记的。英国知识产权局的网站现在显示该注册商标已被放弃。

值得注意的是，Pho 餐厅目前仍保留其 PHO（图形）商标注册：



来源：<https://www.inta.org/perspectives/law-practice/united-kingdom-restaurant-chain-surrenders-trademark-amid-uproar-over-monopoly-on-beloved-vietnamese-name/>

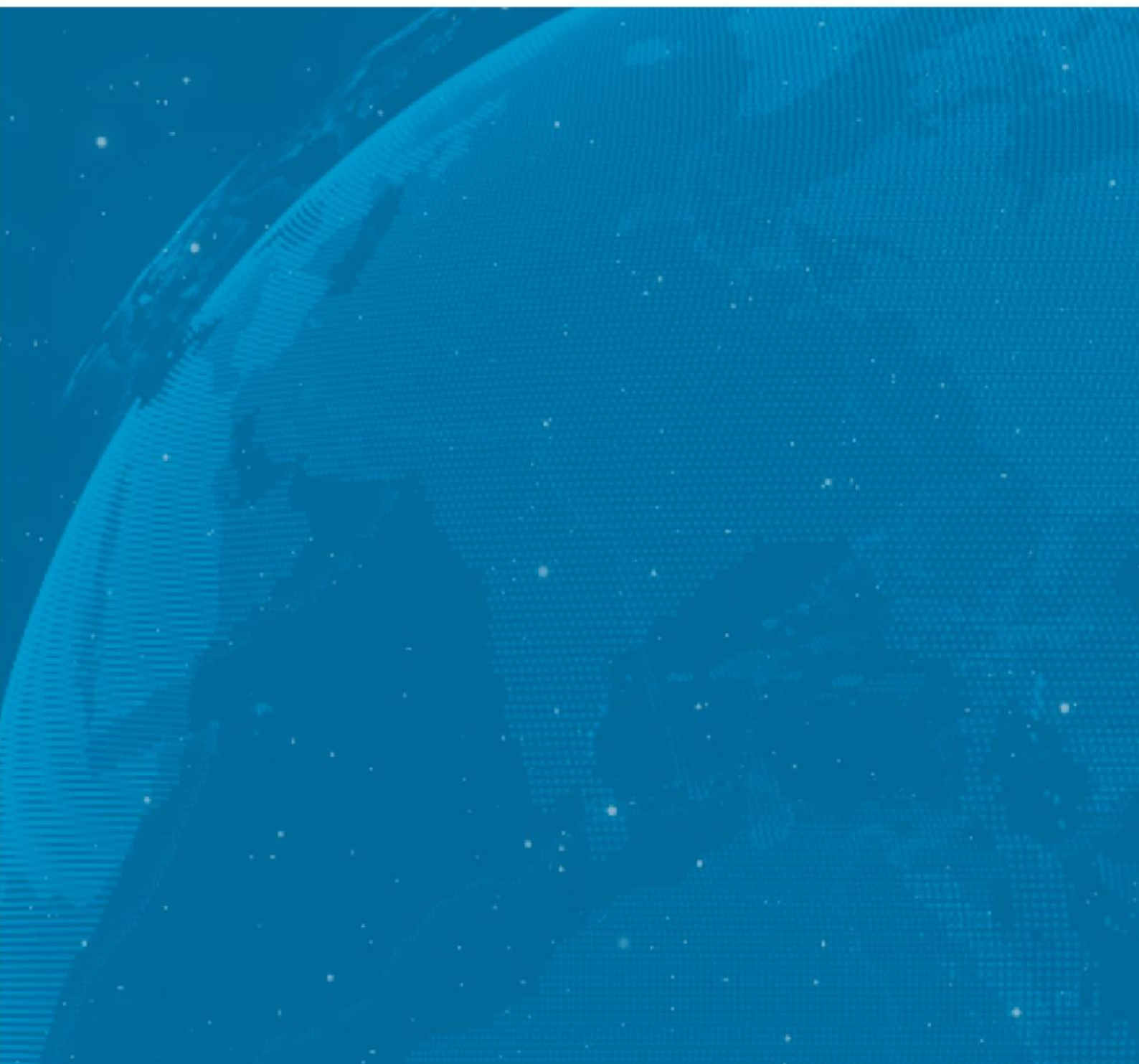
超凡解读：

上述案例给国内企业带有以下启示：

1. 在选择商标时，企业应避免使用普遍用于描述特定产品或服务的词汇，以免造成类似的争议。最好选择独特、与品牌相关并且不易混淆的商标。
2. 若涉及外文单词或涉及其他文化元素的商标，企业须深入了解该文化对这些词汇的看法，避免潜在的文化敏感问题。
3. 一旦商标引发争议，应及时回应并尝试解决争议。沟通明确、调整策略，可以降低负面影响并维护企业声誉。



重点企业 海外商标布局解析



小南国海外商标布局分析

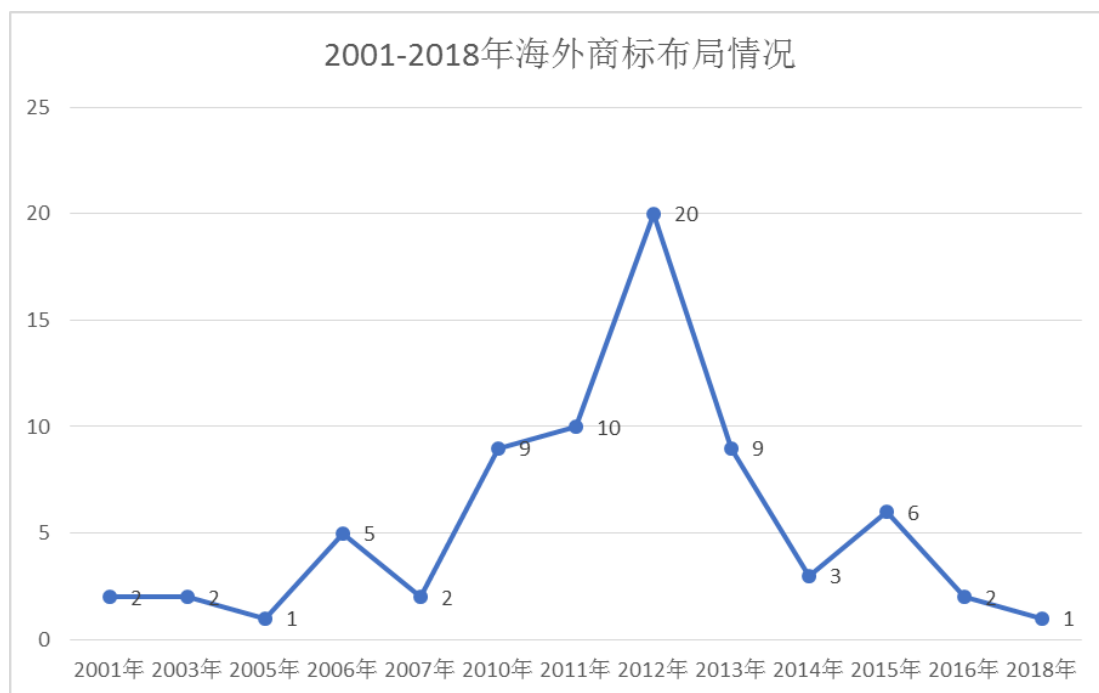
小南国（集团）有限公司（下称“小南国集团”）创立于 1987 年，总部位于上海，从四张桌子到如今，小南国已成为中国连锁餐饮、生活休闲行业中最有影响力的企业之一。小南国集团投资业务涉及中餐、烧烤、SPA、甜品、酒店等多业务板块。持有集团旗下中餐业务的小南国餐饮控股有限公司已于 2012 年 7 月 4 日在香港成功上市。小南国集团荣获 2013 年度中国餐饮百强企业排名第十六位、金鼎奖中国连锁餐饮十佳品牌、第三届“中国食品健康七星奖”年度餐饮服务企业、「2013 财富品质榜」中国最具价值餐饮品牌、中国最佳时尚餐厅等多项美誉。

小南国集团已在香港、东京、北京、上海、苏州、南京等 17 个城市拥有超过 80 家餐厅。同时集团还涉足 SPA 连锁、日式烧烤连锁、日式拉面连锁、港式甜品连锁及酒店管理等多种业态。成功涉足从吃到住、到美容等生活时尚的各个层面，真正成为生活时尚服务业内的一个全国知名品牌。

小南国集团的自创品牌包括：为中高端顾客提供富有上海特色的佳肴的“上海小南国”（Shanghai Min）；在格调高雅的公馆式环境中提供粤菜及沪菜佳肴的“慧公馆”（Maison De L’Hui）；以在时尚闲适空间中呈献海派点心美食理念的第三个品牌“南小馆”（the Dining Room）。

除了自创品牌，小南国集团还引进了许多优秀的国内外餐饮品牌，包括：与日本知名高人气餐饮连锁集团“俺の株式会社”合作开设的米其林名厨“俺の”系列餐厅、引进香港首间提供自家烘焙精品咖啡的连锁餐厅 Pokka Café、引进由享有“美国加州第一名厨”之称的奥斯卡主厨、美式餐饮传奇人物沃尔夫刚·帕克开创的 WOLFGANG PUCK 餐厅、与 Schussler Creative, Inc 合作引进开设在主题乐园的正餐餐厅 The BOATHOUSE、与 90 后年轻创业者合作开设为消费者提供经典港式饮品的米芝莲奶茶品牌等。

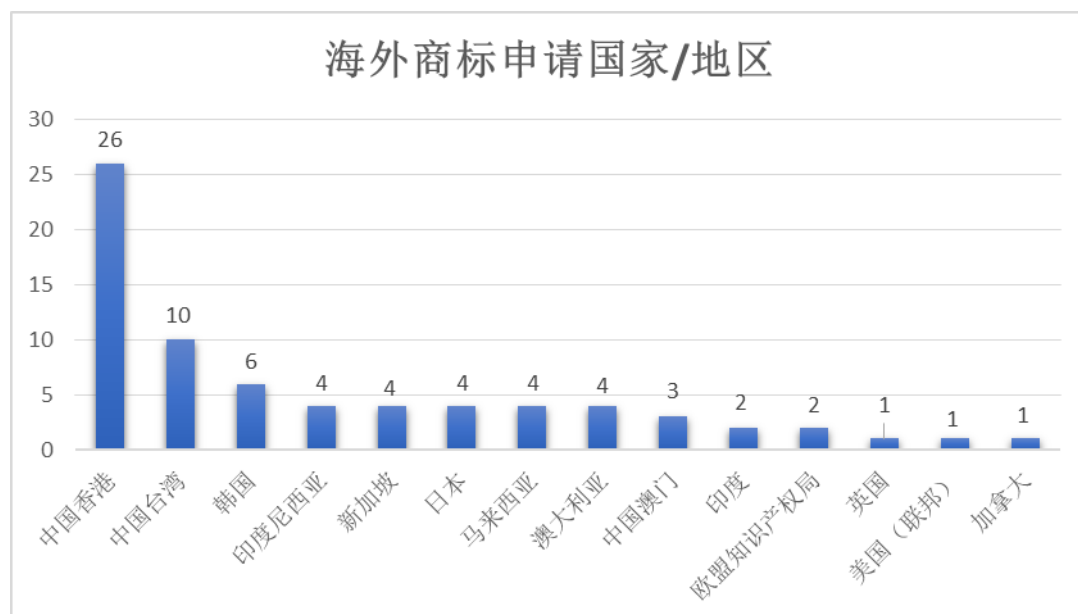
从下图中可以看出，小南国集团海外商标申请始于 2001 年，申请时间相对较早，具有前瞻性。随后每年申请量逐步递增，直至 2012 年申请量达到顶峰。该年度申请商标数量较多可能与其在香港上市有关。2012 年之后，申请数量逐年减少，直到 2018 年后停止了申请。



注：数据来源 IPSENSUS，以上数据仅供参考

其次，对于申请国家和地区，小南国集团总共申请的国家地区数为 14 个，其中申请数量最多的地区为中国香港、其次为中国台湾和韩国。中国香港作为小南国集团的上市地点，重点在该地区保护商标是可以理解的。

可以看出，申请国家/地区排名前 10 中有 9 个是在亚洲，符合我国餐饮企业出海的习惯，首先进军和国内饮食习惯相差不大的国家，其次是欧盟、英国、美国等华人华侨较多的发达国家/地区。



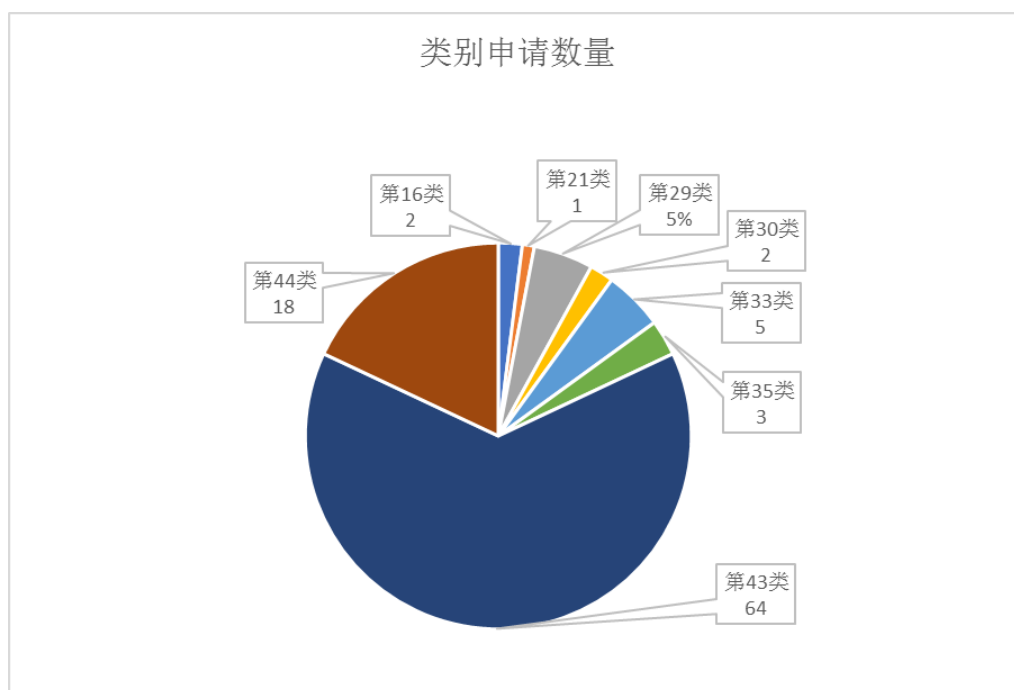
注：数据来源 IPSENSUS，以上数据仅供参考

小南国集团主要申请保护的商标如下所示。可以看出其商标主要采用中文+英文的形式，在保护中文商标的同时，又便于不会中文的消费者呼叫和识别。



此外，小南国集团海外商标均申请注册在其品牌的创始人，现任小南国（集团）有限公司董事长及小南国餐饮控股有限公司董事局主席王慧敏名下。统一申请人名义便于商标的管理和使用。

在申请保护类别上，小南国集团涉及类别较为广泛，覆盖了从吃到住、到美容等生活时尚的各个层面，申请类别较多。其中申请量最多的两个类别是第 43 类（餐饮）、第 44 类（医疗美容），占比超过 80%。此外还申请了关联类别第 21 类（化妆用品）、第 29、30 类（食品）、第 33 类（酒）、第 35 类（零售）。从类别分布可以看出第 43 类仍然是小南国集团核心产业，符合品牌发展的需要。



注：数据来源 IPSENSUS，以上数据仅供参考



此外，经查询，在新西兰发现疑似抢注商标“”，申请人为新西兰某自然人，申请时间为 2018 年 1 月。该商标已注册，但目前小南国集团似乎尚未对其采取措施。由此可见，

小南国集团商标已具有较高知名度，在其尚未申请的国家/地区，已存在恶意抢注行为。笔者建议小南国集团对抢注商标采取措施并适当对核心商标进行补充注册。

评析：

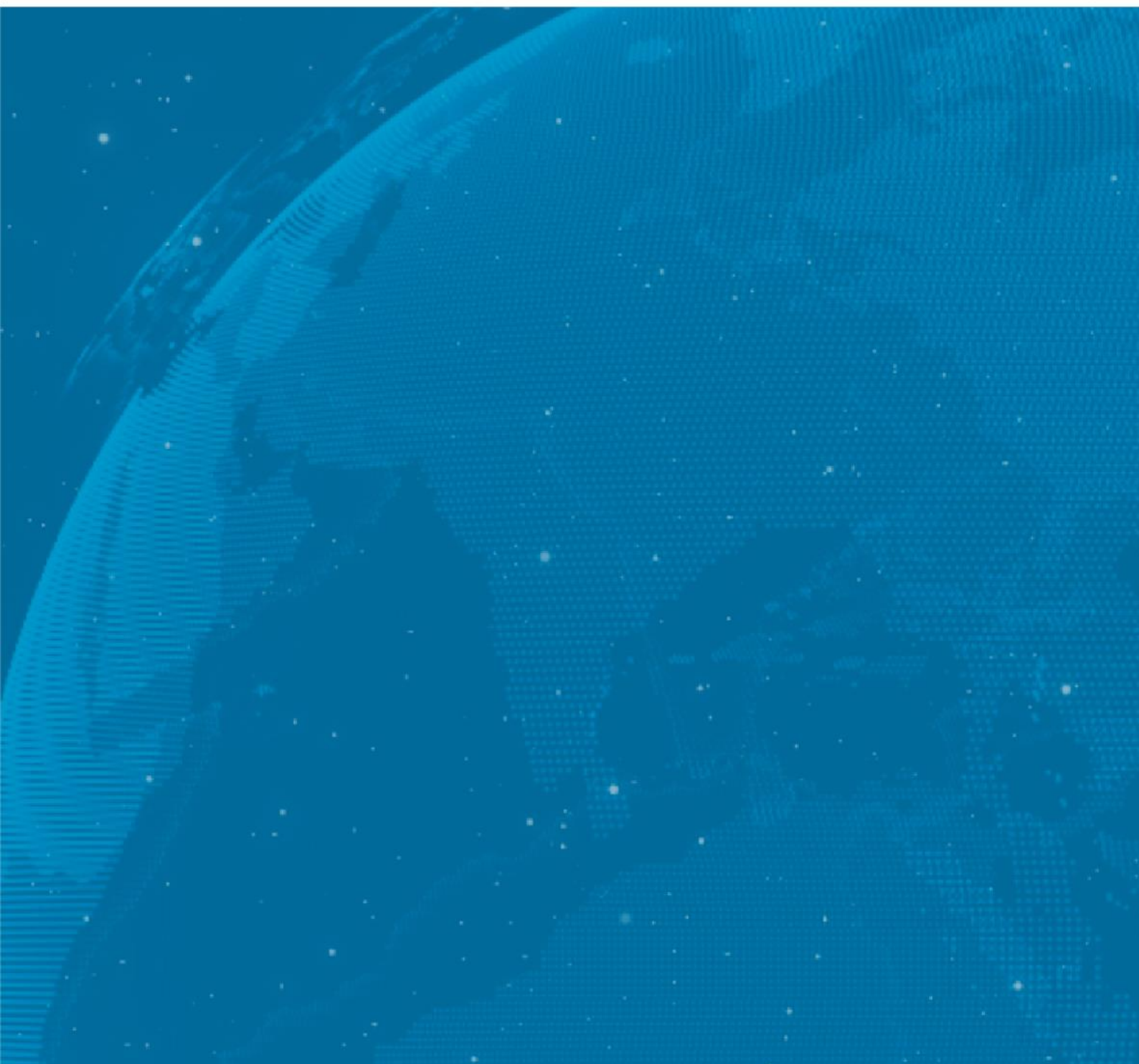
综上所述，通过小南国集团的海外商标布局我们可以看出：

1. 首次海外布局时间较早，具有较强的商标保护意识和前瞻性；
2. 申请人名义统一，方便管理；
3. 申请保护类别符合品牌发展的需要。

以上值得同行企业借鉴、学习。



超凡代理成功案例



排除多重阻碍，超凡助力钱大妈在中国台湾获取商标权

背景介绍

广州市钱大妈农产品有限公司(以下简称“钱大妈”)于 2021 年委托超凡办理一批“Qmama”商标在中国台湾的注册申请。“Qmama”商标是钱大妈在原英文商标“Qdama”基础上的升级改版，若该批次商标申请注册失败，将影响钱大妈在中国台湾的市场布局计划。

“Qmama”商标在中国台湾的申请过程中，先后遇到驳回。在先商标权利人涉及中国台湾多家企业及个人，且互相存在商业关系，案情较为复杂。超凡服务团队综合评估案情，仔细寻找突破口，灵活运用多种手段，克服在先障碍，帮助钱大妈成功获得该批次商标在核心商品上的注册权利，为“Qmama”商标在中国台湾的确权保驾护航。

钱大妈简介

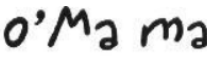
钱大妈成立于 2012 年。企业从创立之初就从“新鲜”角度重新梳理传统生鲜行业的标准，对肉菜市场进行了新的定义。通过尝试和验证“日清”模式，以及“定时打折”清货机制，坚定落实“不卖隔夜肉”的理念，钱大妈在生鲜行业异军突起，并迅速拓宽市场。截至 2023 年 7 月，钱大妈已布局全国 30 多座城市，门店总数 3000 余家，服务家庭超 1000 万。钱大妈曾获得“广东连锁企业 50 强”“CCFA 零售业十大创新业态”“2022 广东独角兽创新企业”等殊荣。经过十一年稳健运营、高速发展，钱大妈已成为社区生鲜行业的领军品牌。



案情简述

钱大妈于 2021 年向“台湾智慧财产局”提出了“Qmama”商标申请，指定保护第 9、16、25、29、30、31、32、35 类，其中第 25、29、30、31、32、35 类在实质审查阶段相继驳回。

“台湾智慧财产局”审查员在驳回通知中先后引证了 6 件在先商标，认定在先商标与“Qmama”商标构成近似，且指定商品亦相同或类似，若二者同时在市场上开展商业活动，可能导致消费者混淆误认，进而驳回“Qmama”商标在第 25、29、30、31、32、35 类的注册申请。相关商标如下：

Qmama			
VS			
			
(29、30)	(29、30)	(30)	(35)

尽管申请商标与在先商标在整体商业印象方面存在差异，但是结合超凡长期代理经验，若直接通过不近似争辩进行答复，有较大概率答复失败进而导致所有申请被最终驳回。经过与钱大妈法律团队反复沟通，最终决定针对不同的在先障碍，差异化地采取不同措施，以最小的代价、最短的时间排除所有在先障碍。

超凡解决方案

1. 主动限缩，集中力量解决核心问题

针对引证商标与申请人指定商品冲突部分较少的申请类别，超凡服务团队建议申请人通过主动限定自身商标的保护范围，将非核心项目删除，以最小的代价、最快速的方式排除一部分在先障碍，同时集中力量解决冲突范围较广的在先障碍商标。

2. 寻找突破口，通过撤销手段逐一排除在先障碍

商标被驳回后，对满足不使用撤销的引证商标提出不使用撤销，是排除在先障碍商标从而克服驳回的常用手段之一。不同国家或地区关于不使用撤销的规定有一定差异，例如是否需要针对拟撤销商标的使用情况进行调查，调查是正式调查、官方调查或者简要的网络检索。超凡服务团队经过前期网络调查，发现部分引证商标虽然在市场上存在使用痕迹，但是在先商标权利人并未在所有商品上投入使用；并且，其实际使用方式与注册图样存在一定差异，该调查结果作为撤销引证商标的方案提供了突破口。

根据中国台湾地区的商标有关规定,“商标注册后,无正当事由迄未使用或继续停止使用已满三年者,商标专责机关应据申请废止(撤销)其注册”。根据前期调查结果,拟撤销商标仅在部分注册商品或服务上存在使用,结合申请人希望最大化排除在先障碍以及尽量缩短审查时限的要求,超凡服务团队与钱大妈法律团队进行了多次探讨,深入分析案情,综合考虑在先商标撤销成功率,并结合钱大妈的经营范围,在确保钱大妈的核心商品获得保护的前提下,最终敲定对在先商标的部分项目提出撤销申请,忽略在先商标指定商品中撤销难度较大的项目。

采用此方案,引证商标权利人(被撤销人)有可能考虑到被撤销商品或服务不涉及其正在使用的商品或服务而不会应辩,从而大幅缩短撤销程序的时间,尽快推进申请人自身商标获权的进程。

3. 灵活运用协商共存策略,以最大化保护客户商标权利范围

在部分接受共存协议的国家或地区,提出不使用撤销后,双方也有可能通过积极协商达成共存。在本案的撤销程序过程中,在先商标权利人先后提出协商共存的建议。超凡服务团队基于在先商标权利人提供的证据,综合评估案情走向,同时与钱大妈法律团队讨论共存利弊后,给予合理化建议。例如,针对案情明朗的撤销申请,对于在先商标权利人的共存意向予以拒绝,坚持将撤销流程进行到底,促使审查员做出有利于我方的裁定,以最大化排除所有障碍;针对案情走向不太明朗的撤销申请,适时寻求协商,避免过多纠缠。

超凡服务团队在最大化维护申请人利益的前提下,把握时机,灵活运用协商策略,有的放矢,最终成功排除所有在先障碍,使钱大妈的商标申请得以进入最终审查程序。

价值呈现

1. 助力商标确权

超凡服务团队与钱大妈法律团队紧密配合,在遭遇多重阻碍的情况下,制定综合方针,差异化处理不同在先障碍,同时根据在先商标权利人的使用证据综合评估撤销成功率,分析案件走向,期间灵活运用协商、谈判等策略,进退有据,助力钱大妈商标申请在中国台湾最终获权,有效维护了钱大妈的商标权利。

2. 为市场拓展扫清障碍

商标确权是市场拓展的前提与保障,一旦获得稳定的商标权利,企业便可免除后顾之忧,放心大胆地开拓市场;反之,则顾虑重重,难以施展拳脚。“Qmama”商标的成功确权,为钱大妈商标后期在中国台湾投入使用排除了潜在风险,为钱大妈在中国台湾布局扫清了障碍,确保了“Qmama”商标的安全使用。



知识问答



1. 哪些文字、图形不能申请注册国际商标？

（1）图形

红三角是国际上通用的警示性标志。土耳其绿三角则表示“免费的样品”。在信奉伊斯兰教的国家不能使用六角形作为商标。捷克人认为红三角是有毒的标记。新加坡在标志方面禁用宗教词句及其象征性标志。阿拉伯国家禁用黄色作为商标使用。在尼日利亚，禁用蓝、白、蓝平行条状图形，因为与该国国旗类似。意大利人把菊花当作国花，日本人把菊花视为皇家的象征，法国人认黑桃是死人的象征、拉丁美洲国家将菊花视为妖花。在印度和欧洲一些国家是把玫瑰花作为悼念品。印度等阿拉伯国家禁用猪的图形作为商标；北非一些国家忌讳用狗作为商标；熊猫在非洲一些国家属于禁忌；英国人把山羊喻为“不正经的男子”。以上图形均有不良影响。

（2）文字

主要包括同外国的国家名称、国旗、国徽、军旗、相同或者近似的；同国家名称、国旗、国徽、军旗、勋章相同或者近似的；同政府间国际组织的旗帜、徽记、名称相同或者近似的；本商品的通用名称和图形；直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的；带有民族歧视性的。另外还有商标文字具有歧义的，例如：“NOVA”在西班牙语中有“跑不起来”的含义，如果注册“NOVA”牌的汽车上，具有歧义；“帆船”商标，帆船的英文“JUNK”除了帆船的意思外，还有垃圾、破烂的意思。同时，知名地理名称不能作为商标注册，例中国有名的“中华”牌香烟，“青岛”牌啤酒，“瑞士”牌糖果等。

2. 拥有外国注册基础的商标在美国注册，需要满足哪些条件？

- （1）申请人必须是申请人原属国有效注册的所有人；
- （2）申请人的原属国必须是与美国签订的相关条约或协议的缔约方；
- （3）申请人必须提交申请人原属国商标的注册证扫描件或其副本及其英文翻译件。若办理过续展，则需提供续展证明及其英文翻译件；
- （4）申请人必须声明其有在申请中所列商品或服务上或与之相关的商业使用该商标的善意意图；
- （5）如果申请人不在美国国内的，则必须委托当国律师办理；
- （6）美国商标申请注册的范围不能超过其原属国的商标注册范围。