

目录 CONTENTS

主管单位：国家工商行政管理总局

主办单位：中华商标协会

编辑出版：《中华商标》杂志社

社长：王培章

高级顾问：安青虎 董葆霖

主编：黎长志

本期责编：冯迎萍

编辑：马君 王晶 冯迎萍

广告发行部：翟潇宇

编辑部：(010) 68983165 68032987

记者部：(010) 68014395 68048211

广告发行部：(010) 68036092

《中国商标年鉴》编辑部：(010) 68037835

战略合作伙伴：“商标”域名管理机构

杂志社地址：北京市海淀区阜成路北三街8号8层8003

邮编：100048

传真：(010) 68036092

本刊网站：<http://www.ctj.org.cn>

电子信箱：China.trademark@263.net.cn

官方微信：中华商标杂志

官方微博：中华商标杂志

广告经营许可证：京西工商广字0113号

中国标准连续出版物号：ISSN 1006-7531 CN 11-3655/D

国外总发行：中国国际图书贸易总公司

国外发行代号：6447BM

国内总发行：北京市报刊发行局

订阅：本社或全国各地邮局

邮发代号：82-49

定价：16.00元

户名：《中华商标》杂志社

开户银行：工行北京复外支行

银行帐号：0200048509200529372

设计印刷：中煤（北京）印务有限公司

声明：

凡本刊支付稿酬的稿件，均视为稿件作者同意以下条款：

1. 文责自负，作者保证其拥有文章的著作权（版权）。

2. 本社有权以任何形式（包括但不限于纸媒体、网络、光盘等介质）使用、编辑及修改，无需另征得作者同意，无需另行支付稿酬。

3. 作者不得一稿多投。

动态报道

- 4 刘俊臣：深入实施商标品牌战略 推动中国产品向中国品牌转变

本刊记者 冯迎萍

实施商标品牌战略 推进中国品牌建设

- 5 工商总局召开“关于深入实施商标品牌战略 推进中国品牌建设有关情况”新闻通气会

- 7 实施商标品牌战略 引领品牌经济发展

——解读《关于深入实施商标品牌战略 推进中国品牌建设的意见》 周正

- 12 工商总局关于深入实施商标品牌战略 推进中国品牌建设的意见

- 16 品牌建设中的先发战略

袁博

视点·聚焦

- 18 中国商标海外保护对策

张跃

- 23 中国商标海外被频频抢注的原因和应对策略

——从“洋河”商标泰国抢注异议案说起

王合锋 薛友飞

地理标志

- 26 我国地理标志保护模式评析

李东海

- 29 湖北培育地理标志商标 推进供给侧结构性改革

阚海舟

- 55 沈阳市地理标志商标发展情况及对策

田洪仁 刘晓光

实务交流

- 31 中国国内商标申请与通过马德里国际途径指定中国申请的比较

刘璐璐

- 58 商标授权确权行政案件相关疑难问题的调研报告（二）

陶钧

- 75 商标代理机构备案需要注意的若干问题

温海星

一家之言

- 33 对声音商标的几点思考

何潇

- 37 从诚实信用原则的角度谈对《商标法》第十条第一款第（七）项的理解

赵虎

专栏

审协之窗

- 41 《商标审查意见书》的适用

裴蕾



中北知识产权

Since 1992

北京中北知识产权代理有限公司
北京市中北律师事务所

电话：4000-588-100 8610-68083066

网址：www.bta.com.cn

邮箱：bta@bta.com.cn

地址：北京市西城区月坛北街2号月坛大厦16层

法官说案

- 44 超五年无效宣告中“恶意”的认定 戴怡婷

法官说商标

- 50 商标的识别功能在认定“使用”中的强调
——评SOHO星际有限公司诉商标评审委员会、第三人博格产品有限公司
商标撤销复审行政纠纷案 刘仁婧

商标杂谈

- 92 通讯地址的变更是决定注册商标生死的大事 张月梅

评案说法

- 64 商标确权案中对在先著作权的认定及保护 韩雪
67 作品独创性对商标与在先著作权冲突认定的影响 周巍

理论研讨

- 71 我国商标密集型产业发展对策分析 李青文
81 以证据要素为视角对商标撤销制度的反思与重构 吴园妹
87 非授权奢侈品经销商在店招上使用他人商标的问题分析 吴多

简讯

- 54 2017年中国商标金奖拟获奖名单公示
86 商标局第一届“先锋杯”演讲比赛圆满落幕

国内动态 94 环球资讯 95



万慧达
WAN HUI DA

专业创造可能™
沟通成就品质

北京·上海·广州·宁波·苏州·泰州·天津·重庆·深圳·香港
www.wanhuida.com

4. Liu Jun-chen: Depth Implementation of the Trademark Brand Strategy to Promote Chinese Products to the Chinese Brand Change
12. Opinions of the State Administration for Industry & Commerce of the People's Republic of China on Further Implementing the Trademark Brand Strategy to Promote the Construction of Chinese Brand
16. The First Strategy in Brand Construction
18. Countermeasure of Overseas Protection of Chinese Trademark
23. The Causes and Countermeasures of Frequent Prosecution of Chinese Trademarks
26. An Analysis of the Protection Mode of Geographical Indications in China
41. The Application of the Trademark Review Opinion
50. The Recognition of the Trademark in the Identification of "Use" in the Emphasis
55. The Development and Countermeasure of Geographical Indication Trademark of Shen Yang
58. An Investigation Report on the Difficult Problems in Administrative Cases of Trademark Authorization
64. Identification and Protection of Prior Copyright in Trademark Right
92. The Change of the Communication Address is a Matter of Determining the Death of a Registered Trademark