

## 协会新闻和委员会更新

### 头版：国际商标协会（INTA） 2026 年会：伦敦欢迎您！

5 月 18 日，国际商标协会（INTA）正式宣布，全球知识产权专业人士与品牌权利人的年度盛会——第 148 届年会将于 2026 年 5 月 2 日至 6 日在英国伦敦市举行。

INTA 首席执行官 Etienne Sanz de Acedo 在加州圣迭戈市举办的 INTA2025 年会开幕式上公布了该重磅消息。圣迭戈年会吸引了来自 140 个司法管辖区的超 10,000 名注册者，包括品牌权利人、专业人士、政府官员、商界领袖、法官及学者。他表示，“我们非常荣幸能在伦敦迎接全球知识产权界的朋友。作为全球金融中心及国际商业网络的天然交汇点，伦敦为我们的会员提供了无与伦比的机遇；伦敦作为全球贸易与商业中心的地位，加之创新传统，使其成为知

识产权专业人士开展国际合作的理想之地。

英国汇集金融、科技、创意产业及生命科学等领域的创新企业，是阿斯利康、英国石油、帝亚吉欧、葛兰素史克、汇丰银行、劳斯莱斯和联合利华等跨国企业的总部所在地，为知识产权从业者创造了充满活力的法律与商业生态。这座城市持续发展，既是初创企业的孵化器，又是成熟品牌的坚实据点，在金融科技、人工智能与可持续技术领域增长显著。英国知识产权局《绿色技术报告》显示，在 2001 至 2020 年间，其绿色技术专利申请量激增近 400%，增长速度远超传统化石燃料技术，充分证明其创新实力。

英国知识产权局局长 Adam Williams 表示，“INTA 选择伦敦作为 2026 年会举办地，彰显了英国作为全球知识产权领导者的地位，其备受尊重的知识产权体系将持



续推动创新并吸引全球投资。我相信，此次盛会将提供宝贵的合作与知识交流机遇，我们期待向 INTA 会员展示英国创新与创意的魅力，会议必将圆满成功！”

INTA2026 年会主会场将位于伦敦顶级会展中心 Excel London。这座坐落于历史悠久的皇家码头的现代化场馆曾承办 2012 年奥运会、电动方程式锦标赛等国际知名赛事，拥有英国最大礼堂，其创新环保的设施与 INTA 追求卓越的理念高度契合。凭借高效的公共交通体系、卓越的住宿和美食，

[转下页](#)

## 本期目录

### 协会新闻和委员会更新

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 国际商标协会（INTA）2026 年会：伦敦欢迎您！       | 1 |
| INTA 正式公布《2026-2029 战略规划》        | 2 |
| 《INTA 助力中国企业出海知识产权实践指南》（第二期）重磅发布 | 3 |
| INTA 董事会决议：《人工智能和知识产权的基本原则》      | 4 |

### 特写与专访

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| 欧盟与人工智能：访谈 Catherine Rifai  | 5 |
| 特写：加拿大商标异议与无效程序中“恶意”认定标准的扩张 | 6 |

### 法律法规 / 案例实践

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 美国：诉讼当事人如何利用反诉讼禁令             | 8  |
| 巴西：SCOTCH 在巴西获准地理标志注册         | 9  |
| 加拿大：商标法修正案涵盖费用、保密和案件管理        | 9  |
| 欧盟：商品的接近性可能导致混淆               | 10 |
| 美国：商标审理与上诉委员会维持基于仅是描述性的商标驳回决定 | 10 |
| 新西兰：咖啡品牌对 ORO 标识的使用调整而引发的纠纷   | 11 |
| 欧盟：诉讼强调视觉元素在金融业的重要性           | 12 |
| 印度：驰名商标地位能否凌驾于善意共存使用之上？       | 12 |

# 协会新闻和委员会更新

## 国际商标协会 (INTA) 2026 年会：伦敦欢迎您！[接上页](#)

伦敦将为参会者提供灵感与便利相融的独特体验。这座城市蕴含着深厚的文化底蕴与蓬勃活力，不仅是商务交流、学习社交的理想舞台，更能为参会者缔造难忘的记忆。

伦敦会议局协会事务负责人 Suzanne Singleton 表示，“我们非常期待在 2026 年迎接国际商标协会 (INTA) 的年度盛会，并展示这座城市的最佳风貌。伦敦持续的创新与创造力精神不断吸引全球机构将其视为举办大型会议的理想之地。在专业发展与品牌建设至关重要的时代，举办此盛会恰逢其时。我们期待打造一场令人难忘的盛会。”

## INTA 正式公布《2026-2029 战略规划》

INTA 正式公布《2026-2029 战略规划》

5 月 18 日，国际商标协会 (INTA) 正式公布《2026-2029 战略规划》。该规划通过精心设计，旨在加强协会作为品牌经济与社会价值可信赖倡导者的影响力，并为品牌权利人及知识产权专业人士提供所需的工具，以应对当前快速变革的商业与法律环境。

INTA 首席执行官 Etienne Sanz de Acedo 在加州圣迭戈举行的 2025 年会开幕式上公布该战略规划。自 2026 年 1 月起，最新规划将指引 INTA 未来四年的所有活动和倡议，内容包括崭新的使命和三大战略方向。他表示，“在数字经济快速发展的今天，知识产权的关键作用愈发凸显。这份战略规划不仅应对变革，更预判未来挑战，为 INTA 提供清晰框架以推进知识产权保护、助力品牌发展，使其在日益复杂的全球市场中蓬勃发展。通过倡导知识产权的经济与社会价值，我们致力于帮助会员成为技术转型、社会经济趋势和消费者需求变迁中的引领者，而非被动适应者。”

崭新的使命宣言强调 INTA 致力于展现知识产权如何推动全球良性发展：“国际商标协会 (INTA) 是由全球品牌权利人和知识产权专业人士组成的国际组织，致力于提升公众对知识产权的理解与尊重，增强消

[转下页](#)

### 国际商标通讯 (中文版) 编辑委员会

联系方式：敬请发送电子邮件至 [bulletin@inta.org](mailto:bulletin@inta.org)

**编辑委员会主席 2024-2025**

Ling Zhao 中国贸促会专利商标事务所有限公司  
Maggie Yang 北京泉石知识产权代理有限公司

**编辑委员会成员 (第二期供稿) 2024-2025**

Chris Li S&O IP  
Fiona Zhang 北京康信知识产权代理有限公司  
Rosita Li ELLALAN  
Robert Zang ROUSE  
Shirley Kwok 金杜律师事务所  
Wendy Cheng Kilpatrick Townsend & Stockton LLP 凯拓律师事务所

### 国际商标协会工作人员

首席执行官  
Etienne Sanz de Acedo  
中国首席代表  
Monica Su  
通讯高级经理  
Jean-Claude Darné  
高级文案协调员  
Erin Pullman  
高级编辑  
Tracey Evers  
高级平面设计师  
Tara Molloy  
宣传和商务拓展协调员  
Bo Wang

### 国际商标协会高级官员及法律顾问 (2025)

主席  
Elisabeth Stewart Bradley 百时美施贵宝公司 (Bristol-Myers Squibb Company)  
候任主席  
Deborah Hampton 科慕化学 (The Chemours Company FC, LLC)  
副主席  
Marlou van de Braak 喜力 (Heineken International B.V.)  
Sergio Barragan 百事公司 (PepsiCo, Inc.)  
财务主管  
Debra Hughes 蓝十字蓝盾协会 (Blue Cross Blue Shield Association)  
秘书  
Michael Moore 美泰公司 (Mattel, Inc.)  
法律顾问  
Gustavo Giay (Marval O'Farrell Mairal)

虽然我们已就本通讯所载信息的准确性尽力予以核对，但读者仍应就其特别关注的内容自主地加以查验。《国际商标通讯》中的文章由国际商标通讯委员会成员和国际商标协会工作人员提供，但也接受其他渠道的供稿。国际商标通讯编辑委员会可从编辑角度全权对稿件进行处理以便出版。如需复制《国际商标通讯》中的文章，请向 [communications@inta.org](mailto:communications@inta.org) 发送申请信息，包括：文章标题、卷号、期号、复制用途、预计的复制数量或读者人数。《国际商标通讯》接受赞助也绝不意味着国际商标协会对其商品、服务或传达信息的认可。

本刊所有内容版权属 INTA 所有，未获许可，任何单位及个人不得转载使用。

# 协会新闻和委员会更新

## INTA 正式公布《2026-2029 战略规划》[接上页](#)

费者信任、促进经济增长、推动社会变革。”值得注意的是，《2022-2025 战略规划》中“品牌权利人与专业人士”的表述现已更新为“品牌权利人与知识产权专业人士”。该措辞的变化体现了协会对知识产权体系的整体把握，既符合从业人员职能范畴的拓展需求，又坚守以品牌权利人为核心的战略定位。

该战略规划经由 INTA 规划委员会、董事会及多元化的知识产权与非知识产权利益攸关方共同参与制定。这种包容性方法使协会能够获得来自品牌、金融、政策等多领域专业人士的建议，为品牌、知识产权及 INTA 的社会角色注入新动能。

INTA2025 主席 Elisabeth Stewart Bradley，“最新战略规划是集体智慧的结晶，通过广泛征询知识产权行业和其他行业的综合建议，我们制定了这份行动纲领，能预判协会和会员的未来挑战。地缘政治

变迁、技术进步与变化的消费者预期正在深刻改变知识产权执业者的工作方式，而这份规划不仅助力 INTA 全球会员适应当前变革，而且能蓬勃发展。”

### 最新规划以三大战略方向为基础，凸显 INTA 的三大工作重心：

- 发挥影响力并推进其核心使命；
- 支持会员发展；
- 对知识产权行业产生积极影响。

### 战略方向一：维护知识产权价值以支持品牌权利人和消费者

INTA 作为全球倡导者，将面向政府、政策制定者、执法机构、消费者和各类企业维护知识产权价值。重点包括：

- 倡导知识产权保护的协调统一、程序简化、权利可及与制度完整
- 保护知识产权并确保其有效执行
- 宣传并推广知识产权的经济价值

### • 主动拥抱变革 战略方向二：促进会员和协会的共同发展

INTA 致力于成为会员有效应对商业与法律环境快速变革的坚强后盾，同时构建面向未来的前瞻性协会。重点包括：

- 引领并赋能会员应对商业和法律环境的变革
- 革新会员服务
- 构建面向未来的前瞻性协会

### 战略方向三：践行知识产权社区的企业公民责任

INTA 将践行负责任的企业社会责任，运用自身影响力及资源对知识产权社区产生持续正向效应。重点包括：

- 支持包容性和归属感原则
- 倡导环境、社会与治理（ESG）及可持续发展
- 面向公众传播知识产权价值

## 《INTA 助力中国企业出海知识产权实践指南》（第二期）重磅发布

2025 年，在复杂且充满不确定性的国际环境中，INTA 中国代表处致力于支持中国品牌权利人和知识产权专业人士有效应对全球化合规风险。

依托全球专业委员会和专家组成员，INTA 中国代表处正式推出《INTA 助力中国企业出海知识产权实践指南》第二期。本期聚焦中东、非洲、拉丁美洲等新兴市场，为中国企业提供更具体域针对性的知识产权保护指南，持续赋能其全球化战略。

该报告凭借其高度实用性，已迅速成为 INTA 会员的重要参考资源，有效助力其

系统应对海外知识产权保护的挑战，从而增强品牌的国际影响力。

### 第二期报告覆盖的司法管辖区：

|     |                    |
|-----|--------------------|
| 南非  | 非洲知识产权组织 (OAPI)    |
| 肯尼亚 | 非洲地区知识产权组织 (ARIPO) |
| 埃及  | 尼日利亚               |
| 阿联酋 | 沙特阿拉伯              |
| 约旦  | 阿曼                 |
| 土耳其 | 卡塔尔                |
| 巴西  | 墨西哥                |
| 智利  | 阿根廷                |

Know Before You Go（第二期）项目组成员：

### 非洲篇专家组：

- 夏雯雯，霍金路伟国际律师事务所
  - 何为，万慧达知识产权
  - 赵雷，北京集佳知识产权代理有限公司
- ### 中东篇专家组：

- 崔红，罗思国际
- 丁宪杰，金杜律师事务所
- 王合锋，超凡知识产权服务股份有限公司

《INTA 助力中国企业出海知识产权实践指南》（第二期）重磅发布

接上页

- 拉美篇专家组：

  - 赵玲，中国贸促会专利商标事务有限公司
- 杨宁，永新知识产权
  - 冯超，泰和泰（北京）律师事务所
- 温馨提示：本系列报告仅对 INTA 企业会员开放，请您联系 INTA 中国代表处 Cici wang(cwang@inta.org)，获取报告原文。

INTA 董事会决议：《人工智能和知识产权的基本原则》

2025 年 5 月，国际商标协会 (INTA) 董事会通过一项重要决议：《人工智能和知识产权的基本原则》。决议内容如下：

鉴于：国际商标协会 (INTA) 是一个由品牌所有者及专业人士构成的国际机构，致力于支持商标及相关知识产权，以增进消费者信任、促进经济增长与创新；

鉴于：INTA 已通过若干立场文件，鼓励新技术的使用和发展，同时平衡知识产权权利人在权利保护和执法方面的能力；

鉴于：近期科技的发展降低了财务与技术壁垒，显著提升了人工智能工具及生成式人工智能应用的可获得性；

鉴于：各国政府、监管机构及其他部门已采纳或正在考虑制定区域、国家及国际层面的人工智能法规，规范人工智能工具的使用，此类法规将涵盖知识产权、商业秘密、数据保护及网络安全等多个领域（见原文附录 B）；

鉴于：人工智能法律法规，以及涉及人工智能的企业政策，均应将用户及第三方知识产权保护纳入考量；

鉴于：由 INTA 各专业委员会组成的人工智能咨询组 (AIAG) 已就人工智能与知识

产权交叉领域的研究课题开展协作，并就多项拟议政策达成共识（见原文附录 A）；

鉴于：INTA 需要持续就人工智能相关政策发声，以便对 AI 发展的监管框架提供审慎且及时的建议。

兹决议如下：

第一项：

适用法律法规应明确输入与产出的来源，以区分人类贡献与机器贡献，同时避免产生阻碍创新的非预期后果；此类法规应避免设置不必要的繁重披露要求，并确保人类创造力和独创性获得公平回报。

第二项：

A: 在司法或行政程序中，涉及知识产权的可注册性、可保护性、有效性或撤销的最终决定，均应保留人工监督。应测试人工智能能否被安全使用，以减少知识产权行政或司法系统中的错误或违规情形；

B: 鼓励海关部门运用人工智能识别疑似假冒商品，但不得由人工智能对商品是否构成假冒做出最终判定。

第三项：

适用的人工智能法律法规应建立机制，

确保权利人在知识产权执法过程中能够合法获取相关数据；该原则已在 INTA 现行政策文件中阐述，并在人工智能生成内容的背景下再次重申。

第四项：

在商品、服务、内容创作或与消费者沟通（如通过聊天机器人）中使用人工智能时，透明度对于构建信任至关重要：

A：消费者有权获取信息，该类信息应及时、便捷地披露商品、服务或内容是否包含人工智能工具或由其生成；

B：当人工智能生成的商品、服务或内容可能产生重大法律影响或造成损害时，消费者应被告知责任方的身份及联系方式；关于“重大法律影响”或“损害”的界定，应由立法、行政和司法机关裁定。

第五项：

透明度要求应视情况与保护专有信息的需求相平衡；因此，数据披露要求应依据相关司法管辖区的法律标准，规定对商业秘密及专有信息的保护。

重要提示：INTA 董事会各项决议以英文版为准，上述中文内容仅供参考。



## 欧盟与人工智能：访谈 Catherine Rifai



Catherine Rifai

Munck Wilson Mandala LLP 律师事务所，  
美国

2024 年，欧洲议会通过了《人工智能法案》——这是全球首批对人工智能从开发到应用的规范法律之一。随着人工智能持续重塑行业格局，以及新监管措施的实施，欧盟的知识产权（IP）领域正经历快速变革。

Catherine Rifai (Munck Wilson Mandala LLP, USA) 将在即将于德国柏林举行的 2025 年商标管理者与从业者（TMAP）会议上主持一场名为《欧盟与人工智能：探索知识产权机遇与挑战》的专题讨论。该环节将深入剖析包括欧盟《人工智能法案》和《数字服务法案》等关键法规，探讨这些法律及法规如何塑造 AI 创新与 IP 保护的生态。此外，会议还将聚焦当前 AI 相关的知识产权政策、执法挑战，以及未来可能影响企业和权利人的监管动向。

在此，Rifai 女士提前透露了部分讨论议题——包括欧盟《人工智能法案》的影响及监管 AI 的新趋势——并分享了参与 TMAP 会议如何为初入知识产权领域的商标管理者（TMA）和从业者带来价值。

INTA：作为全球首部全面 AI 法律框

架，欧盟《人工智能法案》生效已近一年。该立法对欧洲乃至全球知识产权保护的发展起了怎样的作用？

Catherine Rifai：尽管欧盟《人工智能法案》未直接针对知识产权，但它对 AI 领域中知识产权的管理方式产生了重大影响。该法案推动了更清晰的权属机制、数字水印工具及训练数据集中受版权和商标保护内容的许可框架的建立。

法案对高风险 AI 系统和透明度义务（如 AI 生成内容的标注要求）的强调，正促使创作者、平台和权利人重新审视如何保护由 AI 生成或用于训练 AI 的作品。它还推动了全球——尤其是亚洲、英国和美国——关于协调 AI 与知识产权法律标准的讨论，特别是在深度伪造、生成式设计和品牌仿冒等领域。

此外，法案的实施迫使知识产权机构和权利人加快适应步伐，并更具全球化视野。

随着生成式 AI 工具普及，创作未经授权但高度逼真的品牌的能力正急剧提升。

INTA：当前商标管理者和负责全球商标组合管理的律师最应关注哪项 AI 监管新趋势？

Catherine Rifai：一个关键趋势是监管机构日益关注 AI 驱动的品牌仿冒及商标欺诈性商业使用，尤其是在深度伪造和合成媒体领域。

生成式 AI 工具的普及使得创作未经授权但高度逼真的品牌（无论是标志、声音、包装或代言人肖像）的能力大幅提升。这

促使多国监管机构考虑加强披露要求，并对误导消费者的 AI 生成商业内容实施民事处罚。

对商标管理者和全球商标组合管理者而言，这意味着需为未来做好准备：执法策略需纳入 AI 监测工具、主动下架机制，以及更新数字环境中品牌使用的内部准则。

此外，法律框架正逐渐转向责任共担模式——不仅用户，AI 工具的平台和开发者也可能对商标滥用承担连带责任，这或将成为风险管理的重要转折点。

INTA：作为青年从业者委员会成员及 2025 TMAP 项目团队成员，您认为初入 IP 领域者为何必须参加 TMAP 会议？

Catherine Rifai：TMAP 是初涉国际商标协会（INTA）或知识产权领域人士的最佳会议，因其关系最密切且主题最集中。您能以更深入的方式与同行建立联系，从教育环节中获得宝贵见解，并直接与演讲者和主持人互动。希望大家在欧盟 AI 专题会后找我提问交流。此外，会议将在柏林举办——谁能拒绝探索这座迷人城市的机会呢？

TMAP 专题会议——欧盟与人工智能：探索知识产权机遇与挑战

9 月 29 日周一上午 9:30-10:30

随着 AI 变革行业，欧盟知识产权体系正快速演进。本环节将深度解析欧盟《人工智能法案》和《数字服务法案》等关键立法，探讨这些法规如何影响 AI 创新与 IP 保护格局。嘉宾还将分析当前 AI 相关 IP 政

## 欧盟与人工智能：访谈 Catherine Rifai [接上页](#)

策、执法挑战，以及未来可能影响企业和权利人的监管变化。

主持人：Catherine Rifai, Senior Associate,  
Munck Wilson Mandala LLP (美国)

演讲嘉宾：

• Thomas Holendorf, SKW Schewarz  
(德国)

• Graeme Murray, Senior Associate,  
Marks & Clerk LLP (英国)

• David Marques, Senior Director,

Product Management, Clarivate (葡萄牙)

文章来源：INTA 官网

中文翻译 / 校对：Rosita Li, ELLALAN,  
INTA 商标通讯委员会中国分委员会委员

## 特写：加拿大商标异议与无效程序中“恶意”认定标准的扩张

加拿大 2019 年修订版《商标法案》(R.S.C., 1985, c. T-13) (以下简称“本法”)，在第 38(2)(a.1) 条中明确将“恶意”纳入可据以提起商标异议申请的事由，并在第 18(1)(e) 条将“恶意”列为可据以宣告商标注册无效的事由。上述条款对“恶意”予以定义，却引发了对这些新条款适用范围与界限的不确定性。加拿大法院及商标异议委员会已开始通过个案逐步勾勒“恶意”的边界。

### “恶意”概念的厘清

联邦法院在 2022 年北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 与 Wei Meng (2022 FC 743) 商标案 (下称“聚点案”) 的判决最终厘清了“恶意”的解释，这是首例基于“恶意”事由宣告商标无效的判决。

本案中，北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 自 2018 年起在加拿大西部不列颠哥伦比亚省经营两家餐厅，并自 2005 年起在中国经营多家知名餐厅，在其实际商业使用过程中，其一直使用一系列“聚点”文字商标，包括如下所示的“聚点及图”商标：



2017 年，Wei Meng 在加拿大申请注册与上述完全相同的商标，并指定使用于“餐厅服务；外卖餐厅服务”及“啤酒”等商品项目上，并于 2019 年获准注册。

北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 后依据第 18(1)(e) 条及其他无效事由，针对 Wei Meng 的上述“聚点及图”商标注册提起无效宣告申请，并主张 Wei Meng 申请注册该商标的唯一目的在于向北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 兜售转让该商标，或以其他不正当方式利用北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 的声誉牟取不当利益。在该无效宣告案中，Wei Meng 未应诉，亦未出席聆讯。

依据加拿大的司法实践，通常将商标申请人的“恶意认定”设定了较高门槛。

而联邦法院认为，证明恶意的举证责任应完全由提出主张的一方承担，并指出“恶意”是高度依赖具体事实的事由，必须借助间接证据与推定来推断注册人的主观意图。鉴于这是法院首次解释新的恶意条款，联邦法院参考了欧盟及英国商标法中

的类似规定。

过程中，联邦法院亦考察了加拿大国会引入这些新条款的立法意图，指出第 18(1)(e) 条及其对应的异议条款之目的在于“打击并组织仅为利用他人声誉而攫取价值目的注册商标的行为”。

综上，联邦法院认定该商标系恶意注册，并应予以宣告无效，其考量因素主要包含如下：

- 商标所有人 Wei Meng 知晓北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 的餐厅，并存在针对该知名餐厅大量抢注的不正当行为；
- 商标所有人 Wei Meng 未证明其具有商业性使用该商标的真实意图，反而试图通过出售或许可等方式而不当获益；且
- 商标所有人 Wei Meng 直接复制了北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 特有的具有显著性的商标标识。

如前所述，本案涉及对独特设计商标的完全相同的复制。尽管如此，法院指出仅此一点尚不足以宣告“聚点及图”商标无效。然而，本案中其他证据 (包括短

[转下页](#)

## 特写：加拿大商标异议与无效程序中“恶意”认定标准的扩张 [接上页](#)

信记录等）表明 Wei Meng 明知北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 享有的“聚点”商标的较高声誉，且在该商标注册后一周即向北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 提出以 150 万加元（远高于注册成本）出售该商标。综合其全部证据，联邦法院认定该商标系恶意注册申请。

该案为认定“恶意申请”设定了较高门槛。此后，加拿大相关知识产权律师与学者开始质疑是否必须达到类似的事实和证据标准，方能成功证实恶意的构成。

### “恶意”认定的后续发展

继北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 案之后，多起案件沿用了该案对“恶意认定”的解释。其中 Spirit Bear Coffee Company Inc. 与 Kitsoo First Nation (2023 FC 1185)（下称“Spirit Bear 案”）及 Travel Leaders Group, LLC 与 2042923 Ontario Inc. (2023 FC 319)（下称“Travel Leaders Group 案”）尤为值得关注。

#### 1. Spirit Bear 案

Spirit Bear 案进一步扩展了“恶意”的适用范围。2014 年，Spirit Bear Coffee Company 申请注册“SPIRIT BEAR COFFEE COMPANY”商标，该申请依据旧法第 30(i) 条之规定（要求申请人在申请中声明其“确信”有权在加拿大使用该商标）遭到异议；该旧条款可用于处理申请人明知他人在先权利的情形。

此后，加拿大律师及学者开始质疑是否必须达到类似的事实和证据标准，方能

成功证明恶意。

Spirit Bear Coffee Company 就委员会裁决向联邦法院提起上诉，主张第 30(i) 条只能在例外情形下适用，且核心问题在于其申请时是否构成“恶意”。联邦法院未予采纳。Lafrenière 法官在阐述“恶意”含义时引用北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 案指出，恶意不限于不诚实行为，亦包括背离合理的且富有经验人士普遍接受的商业行为标准的其他行为。

#### 2. Travel Leaders Group 案

Travel Leaders Group 案展示了依据第 18(1)(e) 条以恶意为由宣告商标无效的困境：申请人虽成功证明商标所有人于注册五年后存在恶意行为，但未能证明其在注册及公告阶段即具有恶意。

2004 年，2042923 Ontario Inc.（下称 Ontario Inc.）决定以“TRAVEL LEADERS”名义开展旅行社服务，并取得营业执照及域名 travelleaders.ca。2008 年，Travel Leaders Group, LLC (TLG) 申请注册“TRAVEL LEADERS”商标，Ontario Inc. 提出异议。TLG 未继续抗辩，但提出以 4,000 加元及回授许可的方式收购该商标，被 Ontario Inc. 拒绝，TLG 申请遂于 2010 年表明放弃。

2010 年，Ontario Inc. 申请注册同一商标，2011 年成功获准注册。同年，TLG 提出以 25,000 加元及 TLG 加拿大成员代理权或按公平市值收购业务，Ontario Inc. 反要价 8.5 亿加元。2015 年，Ontario Inc. 公开以 8,000 万加元出售该注册，并特别指出 TLG 若无该商标将失去在加拿大的经

营权。2017 年，TLG 提请本案，请求宣告 Ontario Inc. 的商标无效，其在该案中的理由之一为该商标的注册申请系以恶意提出。

在该案中，法院考虑了以下事实：

- Ontario Inc. 当时经营旅行社业务，财务状况不佳；
- Ontario Inc. 明知 TLG 在美国已就该相同商标进行了商业使用并有意拓展加拿大市场；且
- 注册后数年，Ontario Inc. 业务停滞、财务恶化，其对商标及 TLG 的行为演变为旨在损害 TLG 业务的恶意侵权行为。

法院认定，尽管 Ontario Inc. 后续行为为可合理认定为恶意，但其在申请注册“TRAVEL LEADERS”商标之时的初始行为并不具备恶意特征。

因此，联邦法院无法以恶意为由宣告注册无效，因为初始注册出于善意，尽管其后出现明显的恶意行为。

### “客观事实情境”与“恶意”

随着“恶意”理由在加拿大不断被主张和诉请，其边界必将日趋清晰。联邦法院已表明，在适用恶意条款时结合案件的具体情境至关重要，但可据以推定恶意的程度仍不十分明确。

为定义恶意主张确立明确标准之困难显而易见。北京聚点餐饮有限公司 (Beijing Judian Restaurant Co. Ltd.) 案中 Furlanetto 法官指出：“评估申请人的 [ 恶意 ] 行为需结合具体案件的客观情境，并考虑其申请时的主观意图。”此外，尽管第 18(1)(e) 条的字面含义要求法院评估申请人在申请注册之日的主观意图，但若申请

[转下页](#)

特写：加拿大商标异议与无效程序中“恶意”认定标准的扩张 [接上页](#)

人申请日后的行为有助于揭示其当日动机，亦可予以考虑。

从上述案例可见，恶意不限于不诚实行为，亦可能包括“亦包括背离合理的且富有经验人士普遍接受的商业行为标准的其他行为”。而下列行为虽单独开展时未必构成恶意，但仍可结合具体案件情景辅助认定恶意：

- 商标注册申请人注册与他人完全相同

之具有显著性的商标；

- 商标注册申请人主观上知晓他人商标及其声誉；
- 商标注册申请人无法证明其具有真实使用该商标的正当商业意图；且
- 商标注册申请人试图以商业上不合理的极高价格出售商标，以牟取不当利益。

由于认定何种行为构成恶意需结合个案具体情境事实分析，随着本法新增恶意

条款在加拿大法院及异议委员会的不断提起，关于恶意的构成要件行为预计将不断扩充丰富。

作者：Mark Davis, Cassels 律师事务所，加拿大  
Claire Stempien, Cassels 律师事务所，加拿大  
中文翻译 / 校对：Fiona Zhang, 北京康信知识产权代理有限公司，INTA 商标通讯委员会中国分委会委员

美国：诉讼当事人如何利用反诉讼禁令

反诉讼禁令（ASIs）再次成为新闻热点。在 Telefonaktiebolaget LM Ericsson 诉联想（美国）公司案（案号 24-1515，联邦巡回上诉法院，2024 年 10 月 24 日）中，美国联邦巡回上诉法院撤销并发回了地区法院拒绝颁发反诉讼禁令的裁定，明确了在相关争议尚在美国法院审理期间，美国法院应在何种情况下阻止外国禁令的实施。

Ericsson 案件涉及 5G 标准必要专利（SEPs），这些专利受到 FRAND（公平、合理且非歧视性）许可费率的约束。在未能就 SEPs 达成交叉许可协议后，双方在全球范围内提出了专利侵权主张。2023 年，Ericsson 在巴西和哥伦比亚取得了针对联想 5G 手机销售的禁令。随后，联想在北卡罗来纳州东区联邦地区法院（EDNC）申请反诉讼禁令（ASI），以阻止 Ericsson 在美国执行上述禁令，理由是 Ericsson 未能以诚信方式提供 FRAND 许可费率。EDNC 法院驳回了联想的申请，理由是美国的案件不会对外国案件具有决定性作用，因为

其裁决“不一定会导致全球交叉许可协议的达成”。

在上诉过程中，联邦巡回上诉法院撤销并发回了原判，同时明确指出，北卡罗来纳州东区联邦地区法院（EDNC）对 Microsoft Corp. 诉 Motorola, Inc., 696 F.3d 872（第九巡回法院，2012 年）一案所确立的三步测试中的“决定性”（dispositive）要求存在误解。该三步测试包括：

1. 外国案件与美国案件的当事人和争议事项是否相同，以及美国案件的裁决是否会对外国案件具有决定性影响；
2. 外国诉讼是否会妨碍美国的国内政策、具有恶意性质、威胁到美国法院的管辖权，或损害其他衡平法上的考量；
3. 对国际社会的影响是否在可容忍的范围之内。

联邦巡回上诉法院明确指出，即使案件仅仅裁定禁令救济的适当性，而未解决全部外国争议，也可以被视为具有决定性影响。联邦巡回法院解释称，地区法院

应当回答的是一个更为狭窄的问题，即 Ericsson 是否履行了其诚信 FRAND 谈判义务，而不是一个更为宽泛的问题——即美国案件是否必须导致全球性许可的达成。

尽管 Ericsson 案未涉及商标问题，但它展示了知识产权执法的全球化特征。本判决强调了诉讼当事人如何利用反诉讼禁令（ASI）来挑战外国禁令的执行，尤其是在美国诉讼程序能够解决外国案件核心关键问题时。

作者：David Haas, Stout Risius Ross 律师事务所，美国  
校对：Shuang Yu, Kilpatrick, Townsend & Stockton 律师事务所，美国  
中文翻译 / 校对：Robert Zang, ROUSE, INTA 商标通讯委员会中国分委会委员



巴西：SCOTCH 在巴西获准地理标志注册

第 2789 期的《工业产权公报》公布了由巴西国家工业产权局 (INPI) 允许以英国苏格兰威士忌协会的名义注册的地理标志“SCOTCH”作为原产地名称的决定。该决定的公布日期为 2024 年 06 月 18 日。

苏格兰威士忌协会于 2023 年 02 月 28 日申请地理标志保护。巴西国家工业产权局在其核准决定中指出，申请人证明了苏格兰拥有悠久的优质威士忌生产历史。该决定还指出，苏格兰威士忌的良好声誉已得到了国际性认可。巴西审查员认定苏格兰的气候为威士忌的生产提供了完美的条件，从而赋予了该产品独特的风味。

除了水质特性、地形以及构成苏格兰

威士忌独特性的特定有机物等多种自然因素外，该决定还指出，人为因素在生产过程中也发挥着重要作用。审查员解释，苏格兰制桶工人技艺精湛，苏格兰调酒师的技艺和劳作也是使苏格兰威士忌独一无二、品质卓越的秘诀和要素之一。

根据巴西国家工业产权局的信息，“SCOTCH”在没有跨司法管辖区协议强制自动注册其他地区的地理标志的情况下，通过巴西国内系统获得外国地理标志的注册。这在巴西绝对是罕见的案例。

第一个直接在巴西国家工业产权局申请的外国地理标志注册的商标是 COGNAC，该标志于 2000 年 04 月 11 日

通过巴西国内系统获准注册。

基于 SCOTCH 在巴西从申请到注册仅 18 个月（而非数年）又无需依靠国际协议就获准地理标志注册的情况下，希望能鼓励其他国际协会也在巴西寻求地理标志注册。

作者：Renata Pereira Carneiro, Soerensen Garcia Advogados Associados, 巴西  
校对：Paula Bezerra de Menezes, Dantas Ruiz Advogados, 巴西  
中文翻译 / 校对：Wendy Cheng, Kilpatrick Townsend & Stockton LLP 凯拓律师事务所, INTA 商标通讯委员会中国分委员会委员

加拿大：商标法修正案涵盖费用、保密和案件管理

2025 年 2 月 26 日，加拿大枢密令宣布《加拿大商标法》（以下简称“商标法”）的修订生效。这些修订是对 2018 年《商标法》进行全面更新的一部分，旨在加强现代化、并提升加拿大商标制度的效能。以下修订将于 2025 年 4 月 1 日生效：

- 1. 加拿大官方商标保护的事先公告，可能会因持有该官方商标的实体不是公共机构或者该机构不复存在，而被撤销；
- 2. 个人可以使用已被指定为官方标志的徽章、标志、饰章或标记，但前提必须是，在使用时持有该官方标志的实体并非公共机构或者已不复存在的条件下；

- 3. 如果异议人在反对地理标志商标注册或相关异议程序中违反继续异议程序的规定，且未在异议委员会通知规定的时间内纠正其违规行为，给异议程序视为撤回；
- 4. 异议委员会现在有权并可以在其审理的案件中作出费用裁决；
- 5. 异议委员会有权根据程序一方当事人的申请发布保密令，限制公众获取提交给异议委员会的保密信息；
- 6. 异议委员会有权将一项或多项程序指定为管理案件，既可以单独管理，也可以合并管理，并可在案件程序中设定与规定不同的案件管理期限；
- 7. 向加拿大联邦法院就注册处的决定提

- 出上诉时，能自动提交补充证据的权利被取消，修改为需要获得法院许可才能提交补充证据；
- 8. 另外一项重要的新规定：即在侵权诉讼中，诉讼原告（也就是被侵权商标的注册人），必须证明其主张被侵权的商标在注册后三年内有使用。

作者：Stephen Selznick, Cassels Brock & Blackwell 律师事务所，加拿大  
校对：David Bowden, Clark Wilson LLP 律师事务所，加拿大  
中文翻译 / 校对：Wendy Cheng, Kilpatrick Townsend & Stockton LLP 凯拓律师事务所, INTA 商标通讯委员会中国分委员会委员

欧盟：商品的接近性可能导致混淆

在欧盟普通法院（GC）T-607/23 号案的裁决中，申请人 Desimo Lda 对欧盟知识产权局（EUIPO）第五上诉委员会（BoA）作出的异议决定提起上诉。该异议由 Dulces y conservas Helios SA（异议人）提出。

申请人于 2019 年 2 月 21 日提交了 ELIOS（图形）欧盟商标第 018026520 号，涵盖第 29-33 类和第 35 类商品及服务。



异议人依据欧盟商标条例第 8(1)(b) 和第 8(5) 条，对所有申请类别提出异议。异议依据为：西班牙注册号 3702131 的 HELIOS（图形）商标（2018 年 8 月 30 日注册，涵盖第 29 类和第 30 类商品），以及欧盟注册号 2933372 的 HELIOS（文字商标）（2004 年 12 月 14 日注册，涵盖第

29、30 和 32 类商品）（合称在先商标）。



异议决定部分支持了异议。双方随后均向 BoA 提起上诉。申请人又向 GC 提起上诉。

申请人主张 BoA 在适用第 8(1)(b) 和第 8(5) 条时适用错误，但 GC 驳回了该主张。

异议人对 BoA 不支持针对第 31 类和第 35 类部分商品及服务的异议决定提出了反诉，并质疑 BoA 对第 8(5) 条的适用。GC 指出，在适用第 8(5) 条时，不应混淆商品 / 服务的“相似性”（similarity）与“接近性”（proximity）这两个概念。第 8(5) 条并不要求商品 / 服务必须相似，但接近性是判断是否存在利用在先商标声誉的不正当利益风险的一个因素。接近性指的是商品之间存在某种简单联系，而非严格意义上

的相似性。即使相关商品 / 服务之间不存在相似性，仍有可能与在先商标产生关联。

GC 驳回了异议人除第 31 类“播种用种子”、“宠物食品”和“猫砂”以外的所有商品的上诉，认为 ELIOS（图形）商标用于除上述商品以外的其他商品不会不正当地利用在先商标的声誉。

GC 强调了第 8(1)(b) 条与第 8(5) 条法律评估标准的区别：第 8(5) 条要求商品 / 服务之间存在接近性，以及有关商标之间存在联系，且主张该法律依据的一方需证明这两点。

作者：Jennifer Rönnerhed, ROUSE, 瑞典  
校对：Gill Dennis, Pinsent Masons LLP 律师事务所，英国  
中文翻译 / 校对：Robert Zang, ROUSE, INTA 商标通讯委员会中国分委员会委员

美国：商标审理与上诉委员会维持基于仅是描述性的商标驳回决定

在美国商标审理与上诉委员会（TTAB）审理的一起上诉案件中，Nursecon 有限责任公司（下称“Nursecon”）对美国专利商标局（USPTO）基于商标描述性作出的驳回“NURSECON”商标注册申请的决定提起了上诉。

Nursecon 试图将“NURSECON”商标注册用于“为社会娱乐目的安排和举办特别活动”的服务。被驳回后，Nursecon 提出了两项主张：（1）USPTO 越权撤销已核准的注册；（2）“NURSECON”商标并

非仅具有描述性。TTAB 对两项主张均不予支持，并维持了 USPTO 的驳回决定（In re Nursecon, LLC, 88052194 号，TTAB 2024 年 12 月 26 日裁定）。

“USPTO 有责任通过确保商标经过《商标法》和 USPTO 规则的审查后核准注册。”此外，USPTO “具有纠正自身错误的固有权力，包括在核准注册前撤回注册或撤销已核准的注册。”

由于技术限制，尽管 USPTO 后续作出基于描述性的驳回决定，Nursecon 的商

标申请先前已被送入注册流程。随后，审查员撤销了这个错误核准的注册。TTAB 认定，审查员是在行使其纠错的固有权力，因此即便是在商标已被核准注册后撤销也是合法的。

在分析驳回决定时，TTAB 强调，是否具有描述性取决于其是否“直接传达出相关商品或服务的成分、品质、特征、功能或用途”。

TTAB 认为，消费者看到“NURSE”会立即按其字面含义理解，即“照顾病人

美国：商标审理与上诉委员会维持基于仅是描述性的商标驳回决定

接上页

的人”。结合 Nursecon 提供的服务，通过审查 Nursecon 的宣传资料，TTAB 认定其目标客户群为护士。其宣传材料中包括护士的照片以及护士线上聚会的邀请函。对于“CON”部分，TTAB 认定其为“conference”（会议）或“convention”（大会）的缩略词，而这两个词本身的含义均

包含“为社会娱乐目的而举办的特别活动”。Nursecon 官网本身也展示了此类会议的照片。此外，TTAB 强调，将两个描述性词语组合在一起，并不会使其整体转化具有非描述性。在本案中，“NURSE”和“CON”的组合恰恰直接传达了 Nursecon 拟提供服务的基本构想。因此，TTAB 最终维持了对

该商标的驳回决定。

作者：Sarah Mezini, McDermott Will & Emery 律师事务所，美国  
校对：Felicia Boyd, Norton Rose Fulbright 律师事务所，美国  
中文翻译 / 校对：Ling Zhao, 中国贸促会专利商标事务所有限公司，INTA 商标通讯委员会中国分委会联合主席

新西兰：咖啡品牌对 ORO 标识的使用调整而引发的纠纷

新西兰高等法院在 Luiga Lavazza S.p.A. (Lavazza) 诉 Cantarella Bros Pty Limited (Cantarella) 一案【案号：[2025] NZHC 175】强调了随着时间的推移企业在改进包装时可能面临的商标风险。

这场纠纷的核心在于 Lavazza 试图为其咖啡产品注册一个显著包含“ORO”（意大利语为“黄金”）的标志商标。而 Cantarella 已经拥有咖啡产品 ORO 商标的注册，并反对该申请，认为这种相似性可能会导致消费者混淆。高等法院支持 Cantarella 的观点，维持了两个商标存在相似性混淆的判决。

早在 2002 年 Cantarella 申请其 ORO 商标之前，Lavazza 就已使用并注册了一个包含 ORO 的商标，该商标可追溯至 1982 年：



Cantarella 对 Lavazza 新标识的反对

是成功的。在 2025 年 2 月 14 日的裁决中，高等法院维持了助理专员的判决，并指出：

- 新西兰“ORO”商标的独特性：新西兰的普通消费者对“ORO”这一标识的含义并不清楚，因此它属于具有独特性的商标。
- 品牌演变与消费者混淆：Lavazza 品牌对“ORO”一词的历史使用是在“Qualità ORO”一词中，与其主导品牌名称“LAVAZZA”一同出现。近期，Lavazza 进一步强化了“ORO”的突出程度，以至于它成为了显著特征。高等法院认为，这一转变可能会造成消费者混淆。
- “诚实并行使用”抗辩被驳回：Lavazza 辩称其采用新品牌标识的行为是诚实的。然而，高等法院认为并行使用的时长（约七个月）太短，不足以证明为诚实并行使用。消费者混淆的风险过高，无法为违反常规商标规则而做出例外规定提供正当理由。这个案例提醒我们注意如下事项：
- 品牌演变可能带来风险：即便一个品牌

已经使用了数十年，若对其某些元素进行改动以增强其突出度，也可能会引发反对或侵权的指控。

- 消费者对产品的看法会因所在地区而有所不同：在某一地区具有通用性或描述性的词汇，在另一地区可能具有独特性。消费者对外来词的认知是因市场而异的。
- 诚实并行使用往往难以证明：要证明存在诚实的并行使用，需要大量证据证明长期共存而没有混淆。短期使用不太可能达到这一标准。

新西兰高等法院的这一裁决表明，商标保护绝非一日之功，而是一个持续的过程，需要我们保持警惕。当企业发展并改变其品牌标识时，他们应该确保这些调整不会无意中侵犯到现有的权利。

作者：Kieran O’ Connell, Duncan Cotterill 律师事务所，新西兰  
校对：David Moore, Henry Hughes IP 有限公司，新西兰  
中文翻译 / 校对：Chris Li, S&O IP, INTA 商标通讯委员会中国分委会委员

欧盟：诉讼强调视觉元素在金融业的重要性

在最近的一项判决（案件 T-241/24 ECLI:EU:T:2025:419）中，普通法院（General Court, GC）确认以下的商标之间没有混淆的可能性，该等商标都涵盖金融业的服务，主要归类于国际分类第 9、35 和 36 类。

| Applied Trademark<br>/ 申请商标                                                       | Previous Trademarks<br>/ 在先商标                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

在考虑商标之前，GC 在其 4 月 30 日的决定中强调，欧盟知识产权局上诉委员会（BoA）并不仅限于当事人提交的事实和证

据。BoA 可以依据众所周知的事实和一般已知的法律推理，在异议程序中作出决定。

特别是，在考虑商标之间混淆可能性的问题时，BoA 可以使用所有可用的证据，而并不局限于当事人的陈词和论据。

因此，GC 认为：尽管双方均未提出任何论点，BoA 认定金融和银行服务是基于书面要约或通过互联网签订的合同，这一认定并无不妥。众所周知，金融和银行服务正是通过这种方式提供的，因此 BoA 无需提供证据来证明这一事实。

该事实影响了 BoA 的调查结果。在金融业，标志的视觉层面占主导地位，因为相关大众在选择金融机构的服务及所附商品时，会在书面文件及招股书上看到标志。

在这种情况下，除了文字元素之外，视觉方面，也就是图形元素的观感，比标志的语音更为重要。

在此情况下，BoA 认为双方商标有实质上的差异。此外，在金融领域，BoA 认为一般大众与金融专业人士的注意力高度集中，因此不存在混淆双方商标的可能性。BoA 的的裁定被 GC 维持。

作者：Alfonso de Rivera, Elzaburu 律师事务所，西班牙  
校对：Christoph Gasser, Valfor Attorneys 事务所，瑞士  
中文翻译 / 校对：Shirley Kwok, 金杜律师事务所，INTA 商标通讯委员会中国分委会委员

印度：驰名商标地位能否凌驾于善意共存使用之上？

在案件 Paragon Polymer Products Pvt. Ltd. v. Sumar Chand Nahar & Anr. (CMA (TM) No. 80 of 2023, 2025 年 1 月 7 日) 中，法院分析了是否可以用驰名商标地位回溯性地阻止一个善意共存使用的商标进行注册。

Paragon Polymer Products Pvt. Ltd. (下称“上诉人”) 对商标联合注册官驳回其异议的决定提起上诉。该异议针对 Sumar Chand (下称“被上诉人”) 在第 9 类商品上申请注册的图形商标“PARAGON”。

联合注册官驳回异议的理由包括：“PARAGON”为不得主张排他性权利的常用英文词汇。同时，被上诉人因长期善意共存使用该商标，已获得显著性。再者，双方商品及其目标消费者存在显著差异，因此不会造成公众混淆。

对此决定不服，上诉人提起上诉，主张注册官未考虑其“PARAGON”商标已于 2017 年 7 月 26 日在对第三方 (D.M. Tea Corporation) 的异议中被认定为驰名商标。上诉人进一步主张，其商标自 1975 年以来在鞋类领域建立起极高声誉，允许被上诉人的相似商标注册将稀释其品牌识别度，并导致消费者混淆误认。

被上诉人抗辩称，其自 1986 年起已在第 9 类电动马达启动器及相关类别中使用该商标并获得显著性，并且在第 7 类获得商标注册，该注册并未被上诉人异议。由于“PARAGON”系通用词典词汇，因此在电气产品领域，该商标已获得第二含义，且双方商品面向完全不同的消费群体。

鉴于驰名商标保护与善意共存使用之间的复杂关系，法院指派了法庭之友提供意见。该法庭之友认为，驰名商标地位是

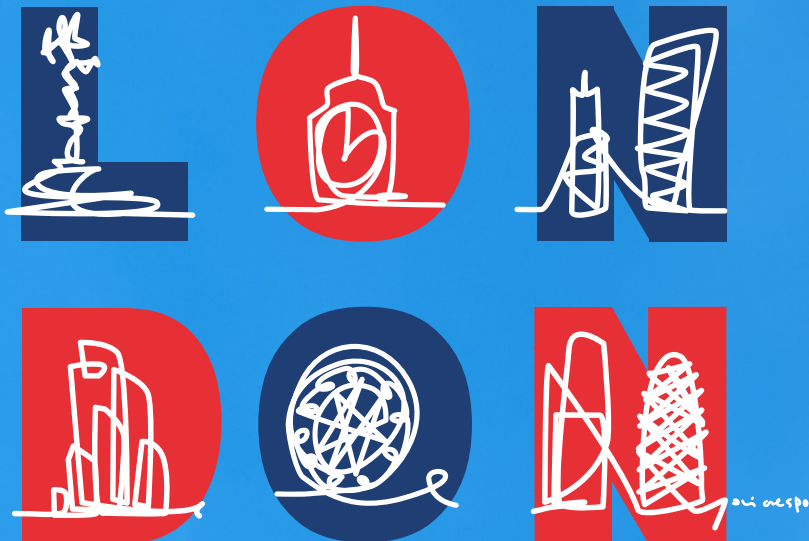
后天取得的，不能溯及既往地无效通过善意共存使用所取得的在先权利，否则将与《1999 年商标法》第 11 条第 6 款相冲突。最终，法院将案件发回商标注册机关重审，要求对双方商标的使用施加限制，以确保公平共存。

该判决于 2025 年 1 月 7 日发布，凸显了知识产权保护与善意共存使用产生的衡平权利之间的精妙平衡，维护了商业领域的公平性。

作者：Shivani Bhagat, ZeusIP Advocates LLP 律师事务所，印度  
校对：Baani Talwar, LexOrbis 律师事务所，印度  
中文翻译 / 校对：Ling Zhao, 中国贸促会专利商标事务所有限公司，INTA 商标通讯委员会中国分委会联合主席



SAVE THE DATE



## INTA ANNUAL MEETING

London, England | May 2-6, 2026

The World's Largest  
Event on **IP and  
Intangible Assets**  
Is Coming to London

Registration opens January 2026.

Visit [inta.org/2026AM](https://inta.org/2026AM) for  
more details.

#INTA2026 #RoadToLondon