

协会新闻和委员会更新

INTA 首席执行官十月展望，共绘知识产权愿景



Etienne Sanz de Acedo
INTA 首席执行官

致亲爱的同事：

大家好！此刻的晨风已带着舒爽的凉意，这清新醇厚的气息，正昭示着时节流转，新程渐启。随着北半球夏日的落幕，我想借此机会回顾 INTA 今年取得的丰硕成果，并展望未来几个月令人振奋的规划。

首先，衷心感谢各位莅临加州圣迭戈参加 INTA2025 年会。这是疫情后规模最大的年会，吸引了来自 139 个司法辖区的超过 10,000 名品牌权利人、知识产权专业人士、政府官员、商界领袖、法官及学者齐聚一堂。会议围绕“商业中的知识产权”主题，展开了生动而深入的交流。圣迭戈这座美丽的城市，处处洋溢着友情、合作与创意，淋漓尽致地展现了 INTA 年会独有的魅力。

在年会开幕式上，我们正式宣布 INTA 第 148 届年会将于 2026 年 5 月 2 日至 6 日在英国伦敦盛大举行。这将是我们的最具雄心与全球意义的年会，该消息一经公布便引起热烈反响，近 1,200 名与会者在预售期内抢先锁定了席位，创历史纪录；诸多 IP 机构也已预定了伦敦 Excel 会展中心的商务套间，或正在伦敦各标志性场所筹备商务拓展活动。如果您尚未注册，无需担心，

十月的闪购活动将助您提前锁定伦敦年会入场券。

我要特别感谢三家首批 INTA2026 年会“宣传大使”：Abion、CMS 和 Rouse。这些总部位于伦敦的律所正与 INTA 携手，向全球与会者展示伦敦风采，提供本地服务指南，增强本地专家话语权。同时，我也要感谢英国知识产权局（UKIPO）以及英国主要知识产权协会，诸如反假冒组织（ACG）、网络与知识产权协会（CIPA）、特许商标律师协会（CITMA）、知识产权联合会（IP Federation）和知识产权包容倡议组织（IP Inclusive）与我们开展前期沟通并提供支持。

在全力筹备 2026 年会之前，我们将于 9 月 28 日 -30 日在德国柏林迎来 2025 商标管理者和从业者大会（TMAP）。这是商标管理者、律师、助理律师了解商标法律与

转下页

本期目录

协会新闻和委员会更新

INTA 首席执行官十月展望，共绘知识产权愿景	1
INTA 董事会通过四项重要决议，强化对品牌权利人的保护	3
INTA 中东和北非代表处正式成立	4

特写与专访

INTA 访谈 INTA 2025 领导层会议：为全球知识产权专业人士赋能	4
INTA 访谈 知识产权与全球竞争力的交汇：对话 David Gooder	7
特写：地理标志赋能知识产权未来可持续发展	8

法律法规 / 案例实践

阿根廷：假货市场面临前所未有的联邦执法行动	10
欧盟：PRESIDENTS 商标的显著性增强仍难抵御低视觉相似性	11
德国：意大利法律效力止于国境——达芬奇亦不例外	11
海地：知识产权局宣布新举措，以实现现代化并提高效率	12
印度：假冒诉讼与外观设计侵权可适用于同一客体	12
南非：最高上诉法院确认被扣押的商品并非假冒	13
美国：联邦巡回上诉法院采纳颜色商标是否构成通用性的判定标准	14
欧盟：加密货币巨头 Coinbase 诉 bitFlyer 商标侵权遭败诉	14

协会新闻和委员会更新

INTA 首席执行官十月展望, 共绘知识产权愿景 [接上页](#)

实践最新趋势的盛会, 已有近 400 位 IP 专业人士报名。

11 月, 我们将在美国佛罗里达州好莱坞市举办 2025 年领导层会议。这场大会不仅是会员志愿者的重要教育与交流平台, 也是委员会换届的关键时间节点。届时我们将为启动 2026–2029 战略规划做好准备。目前已有超 1,200 人报名参会。

此外, INTA 将于 10 月在阿联酋迪拜设立中东和北非 (MENA) 代表处, 进一步拓展全球布局。作为庆祝活动的重要环节, 我们将于 10 月 6 日举办“知识产权、金融与估值”系列研讨会的收官之作, 聚焦无形资产及其对私人投资者、风投和金融机构的价值。

在政策倡导方面, 2025 年同样成果丰硕。INTA 高级代表团参加了世界知识产权组织 (WIPO) 大会, 并成功访问了中国、巴西及亚太地区等重要市场, 与政策制定者、知识产权局官员、会员深入交流。这些行动巩固了 INTA 作为全球知识产权领导者的地位, 并为在全球重要司法管辖区推广知识产权价值提供了难得机遇。

5 月, INTA 董事会通过了一项重要决议:《人工智能和知识产权的基本原则》, 彰显我们对人工智能监管框架建设的前瞻性贡献。

9 月, INTA 董事会通过了四项重要决议, 包括:

- 《商标共存协议 & 共存同意书》(由执

法委员会发起);

- 《关于平行进口货物商标权国际用尽的标准例外情形》(由平行进口委员会发起);
- 《支持在域名系统 (DNS) 中授权新的品牌顶级域》(由互联网委员会发起);
- 《互联网平台保护外观设计权的最佳实践指南》(由外观设计委员会发起)。

此外, 正在起草的四项董事会决议将在 11 月的领导层大会审议。

会员志愿者始终是 INTA 社区的中坚力量。2024–2025 届委员会取得累累硕果, 2026–2027 届委员会 4,470 份申请创历史新高。尽管我们无法接纳所有申请者, 但我仍鼓励大家继续积极参与。INTA 委员会

[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

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 (第三期供稿) 2024–2025

Fiona Zhang 北京希博知识产权代理有限公司
Shirley Kwok 金杜律师事务所
Sophia Zhang S&O IP
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
Maura O'Malley

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.)

副主席 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 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 首席执行官十月展望, 共绘知识产权愿景 [接上页](#)

最新架构经过优化后提升了会员志愿者的体验；同时我们修订章程，允许律所会员担任董事会秘书或副主席职务。

9 月委员会遴选工作结束后，我们

将在 10 月迎来会员续费期，并同步开启 INTA2026 年会闪购通道。

回顾 2025 年前三个季度，对于 INTA 社区取得的成就我深感自豪，期待与各位

携手，为 2025 年画上圆满句号，为 2026 迎来完美开局！

INTA 董事会通过四项重要决议, 强化对品牌权利人的保护

2025 年 9 月，国际商标协会（INTA）董事会通过四项重要决议，明确了协会在关键政策的立场。这些决议将成为 INTA 政策倡导工作的核心，并指导所有相关活动。

第一项董事会决议是由 INTA 平行进口委员会提交的《关于平行进口货物商标权国际用尽的标准例外情形》。

该决议提出的商标权用尽原则的标准例外情形，应作为界定与商标权人授权在国内市场销售的产品“存在实质性差异”商品的指南，从而允许商标权利人阻止此类商品的平行进口。其目标是保护消费者的期望和商标价值，尤其是在适用国际用尽原则的司法管辖区。

第二项董事会决议是由 INTA 执法委员会提交的《商标共存协议与共存同意书》。

该决议建议各国商标局（TMOs）增强对共存协议和共存同意书的考量和接受度，以克服基于混淆可能性的驳回决定。协会支持在全球范围内提高此类协议的协调性与接受度，在独立评估此类协议是否充分解决了混淆风险和保护公共利益的同时，建议商标局对当事人双方的一致评估和论证给予应有的尊重。INTA 鼓励商标局采用与 INTA《商标审查指南》所载一致的评估标准。这种方法旨在使商标注册更具可预测性、更有效率，减少申请人的不必要障碍，

并促进当事人协商与和解。

第三项决议是由 INTA 互联网委员会提交的《支持在域名系统（DNS）中授权新的品牌顶级域名》。

该决议支持在 DNS 中授权新的“品牌顶级域名”（dotBrands），即通用顶级域名（gTLD）——正如互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）宣布的 2026 年 4 月申请轮次。

决议指出，INTA 会员在品牌顶级域名方面的经验已证明，该类域名可以被安全、可靠地管理，且未见商标权利人或公众报告任何重大欺诈、网络抢注或公共安全问题。决议重申了协会的一贯立场，即通用域名空间的任何扩张都必须是负责任、审慎且合理的；DNS 对权利保护机制仍需进一步具体、可衡量的改善。INTA 将继续倡导强有力的商标保护并防范恶意行为，并认可品牌顶级域名能促进互联网环境中的消费者信任、创新与选择。

第四项决议是由 INTA 外观设计委员会提交的《互联网平台保护外观设计权最佳实践指南》。该决议强调互联网外观设计权执法的复杂性，并要求互联网平台实践以清晰和一致的调研为基础；指南概述了互联网平台在保护外观设计权方面的八项最佳

实践，同时平衡了互联网平台的义务与外观设计权所有者在共同打击侵权产品销售过程中的义务。

INTA 首席政策官 Heather Steinmeyer 表示：“这四项董事会决议展示了 INTA 委员会工作的广泛性，以及 INTA 与全球知识产权社区利益攸关方的高效互动。围绕平行进口、共存协议、品牌顶级域名和互联网外观设计权等关键议题，我们为相关方提供了清晰的指导，并进一步保护品牌权利人的权益，同时促进消费者信任、经济增长和创新。”

INTA 董事会会议将在 2025 年的领导层会议（2025 年 11 月 18 日 -21 日，美国佛罗里达州好莱坞市）期间举行。INTA 领导层会议实行邀请制，仅对董事会成员、委员会委员和项目团队成员等开放注册。今年的会议意义非凡，因为它不仅标志着委员会的顺利过渡，而且将为《INTA2026-2029 战略规划》的实施奠定基础。届时，INTA 董事会还将投票表决四项决议。

来源：INTA 官网

INTA 中东和北非代表处正式成立

2025 年 10 月，国际商标协会（INTA）在阿联酋迪拜宣布中东和北非（MENA）代表处正式成立，以更好地服务该区域不断增长的会员群体，并推动当地知识产权保护 and 品牌发展。此举是 INTA 全球战略布局和区域发展的里程碑事件。

中东和北非地区拥有 5.47 亿人口，预计到 2050 年将达到 7 亿人，是知识产权保护和品牌发展的关键市场。该地区 GDP 为 5.2 万亿美元，2024 年预计增长 2.7%，2032 年消费总额有望增长至 1.4 万亿美元。该地区拥有多个主要经济体，农业、银行、

能源、医疗保健、石化和电信等行业发展迅猛。根据 Agility 新兴市场物流指数，卡塔尔、沙特阿拉伯和阿联酋位列全球前十大新兴市场。

INTA 首席执行官 Etienne Sanz de Acedo 强调：“INTA 的两大核心目标是持续拓展全球影响力和为全球会员提供优质服务。中东和北非在知识产权和创新方面不断取得进步，我们的会员数量也在不断增长。”

INTA 中东和北非（MENA）代表处将致力于区域内的优先事项，包括反假冒行

动、互联网治理，以及对知识产权审查员、法官和官员的培训等。同时，代表处还将继续扩大会员数量，尤其是在阿联酋、沙特阿拉伯和埃及等市场。首任代表 Charles Shaban 表示，“新成立的代表处作为本区域的核心枢纽，将不断推动合作、政策倡导与创新实践，更好地服务 INTA 会员。”

来源：INTA 官网

INTA 访谈 | INTA 2025 领导层会议：为全球知识产权专业人士赋能



Karen Brennan
CKE 餐饮集团，美国



Jonathan Clegg
Cleveland Scott York, 英国

2025 年 11 月，国际商标协会（INTA）的领导层和会员志愿者将齐聚美国佛罗里达州好莱坞市，参加 2025 年领导层会议。本次会议对国际商标协会而言正值一个关键时期，协会既要准备过渡到新的委员会任期，也将在 2026 年实施新的战略规划。本次会议将提供丰富的教育讲座、思想交流、领导力实验室和业务发展机会，举办地则是

阳光之州最具活力的多元文化社区之一。

在与《INTA 商标通讯》的对话中，INTA 2025 领导层会议联合主席 Karen Brennan（CKE 餐饮集团，美国）和 Jonathan Clegg（Cleveland Scott York，英国）分享了他们对本次会议的愿景，探讨当前影响知识产权专业人士的一些全球性问题，提供关于新兴技术的实用知识，并为下一届委员

会负责人提供相应的技能培训，以确保新委员会的顺利启动。

问题一：今年教育类专题会议的战略目标是什么？它如何反映国际商标协会全球会员不断变化的需求？

Karen Brennan：我们的总体目标是提供有意义且备受关注的內容，其水平符合领导层会议的要求，同时也关注当今世界现状如何影响知识产权。这种方法也旨在与国际商标协会新的 2026-2029 年战略规划及整体愿景保持一致。

该计划旨在将品牌专业人士提升为战略性的知识产权顾问，为他们提供工具和见解，使其能够作为客户和组织信赖的顾问。

转下页

INTA 访谈 | INTA 2025 领导层会议：为全球知识产权专业人士赋能 [接上页](#)

Jonathan Clegg：该计划的另一个目标是深化商标以外知识产权领域的专业知识。虽然商标当然是国际商标协会的核心使命，但本次会议的课程将扩展到知识产权和商业的相邻领域，以反映品牌保护和执法的日益跨学科性质。

还将有一些会议探讨多法域法律体系的复杂性。这些会议将侧重于管理全球商标组合和应对执法挑战的实用策略。新兴技术在计划中的突出地位也反映了这一点。最明显的例子是人工智能，但还有其他技术领域也在快速发展。这些也在我们安排的会议中有所体现。

Karen Brennan：我们试图采取全球视角，但我们也希望提供满足许多美国律师所需的继续法律教育（CLE）学分要求的会议。我们希望在处理全球性问题与提供相关的继续法律教育课程之间取得平衡。

问题二：这次活动有何独特之处？您为何对担任 2025 年领导层会议的联合主席感到兴奋？

Jonathan Clegg：这次领导层会议召开于一个非常激动人心但也充满挑战的时刻。令人兴奋的是，技术的进步目前确实非常显著，这一点也体现在我们制定的计划中。这些技术是许多知识产权从业者重点关注的问题，但同时也有很多从业者尚未完全接触这些技术。他们意识到这些技术并讨论它们，但本次会议令人兴奋的一点是，它引入了更多细节和拥抱这些技术的更实用方面。

我们的内容将真正有助于提高对技术领域的参与度。这让我感到兴奋，因为确实能感受到指数级加速发展的趋势。此时联合主持这样的会议真是再好不过了。

与此同时，地缘政治格局也在发生变化。我们并非总是在国际商标协会的活动中谈论这一点，但目前世界上许多地方正在发生很多影响商业的变化，也有些地方因为地缘政治的干扰而变得难以开展业务。我们为此组织一场专题会议探讨这些问题——“现代困境：品牌所有者的全球贸易挑战”，我认为这会非常引人入胜。我们组织了一个很棒的专家小组，这是一个宏观问题，值得在本次会议上占有一席之地。

我很高兴能担任本次会议的联合主席，因为撇开一切不谈，这是一项巨大的荣誉。这是一个高级别会议，汇聚了许多经验丰富的商标专业人士，能与 Karen 一起联合主持这次活动真是太棒了。领导层会议总是提供了一个绝佳的机会，让我们与朋友和同事重新联系，并结识新朋友。与年度会议一样，领导层会议也具有惊人的国际色彩。所有这些都构成了我如此高兴能够领导这次活动的原因。

问题三：作为企业会员，您在 INTA 领导层会议中如何受益？

Karen Brennan：我同意 Jonathan 的观点，能联合主持这次会议是莫大的荣幸，因为我们的项目团队中有非常多优秀的人才。我喜欢成为这个团队的一员，并带来企业内部的法律视角。

企业内部律师通常职责范围广泛，这使我们没有时间深入钻研新出现的法律问题 and 判决。我非常依赖外部律师来处理这些。我们正在制定的计划确实给了内部律师一个深入钻研的机会。

我也很喜欢领导层会议的协作性质。我们有机会与朋友和同事会面，在会内和会外进行真正有益的对话。会议的协作性质促进了与外部律师和同行之间有意义的交流，增进对外部律师合作伙伴运作方式的了解，这反过来又加强了我有效且高效管理这种关系的能力。

会议的全球背景帮助我们根据国际标准来评估自身战略，借鉴他人的经验，尤其是在那些拥有不同执法机制和监管框架的司法管辖区。这丰富了我预测风险、保护公司品牌资产以及更积极主动地与外部律师合作的能力。我认为所有参加的内部律师都会有类似的体验。

问题四：INTA2026-2027 届委员会的委员遴选工作已经结束，参加 INTA 领导层会议如何助力新一届委员的筹备工作？

Karen Brennan：INTA 领导层会议是为现任委员会成员准备的，所以那里的每个人都已积极参与某个委员会。这本身就是一个良好的起点。它提供了一个由拥有各委员会第一手知识的个人组成的社群，这些知识可以与可能对这些委员会感兴趣的其他注册者分享。无论是在会议期间还是在更随意的场合，都有机会向他人了解每个委员会的职责以及加入后可能从事的工作。

[转下页](#)

INTA 访谈 | INTA 2025 领导层会议：为全球知识产权专业人士赋能

接上页

还有一些会议是针对那些对在委员会中承担更多领导角色感兴趣的注册者，包括由领导力发展委员会主办的领导力实验室和领导力培训。我目前就在领导力发展委员会，我非常喜欢他们在领导层会议上提供的所有内容。这两个环节都旨在通过互动的、智库风格的会议，帮助委员会主席、副主席和小组委员会主席成为更有效的领导者，这些会议也是向现任领导者和成员了解其他委员会的绝佳机会。委员会主席、小组委员会主席和项目团队主席可以参加这些会议，并向其他领导者学习。

问题五：随着 INTA2024-2025 委员会进入后半程，为什么现在是委员们深度参与 INTA 社区建设的关键时刻？如果不参与，可能会错过哪些精彩？

Jonathan Clegg：这次领导层会议是委员会在人员变动前最后一次面对面交流的机会，因此对于参与委员会的会员来说，参加此次会议有很多好处。这是会员为下一个委员会任期的成功做好准备的大好机会。为了委员会工作的效率和效果，当任期变更时，离任的领导层将工作以良好状态移交新团队至关重要。为委员会任期画上一个强有力的句号，会带来真正的满足感。

问题六：佛罗里达州好莱坞市提供的不仅仅是阳光。哪些因素使其成为今年领导层会议的主办地——这座城市如何支持活动目标的实现？

Karen Brennan：这是一个绝佳的地點，位于迈阿密和劳德代尔堡之间，这两个都是拥有国际机场的主要城市，方便我们所有的国际参会者抵达。这些城市也是大型商业中心，我们希望能从中吸引有活力的演讲者。

这里还居住着非常多元化的人口，包括有拉丁美洲、加勒比海、欧洲等地渊源的社区。这是一个非常多文化的区域，拥有众多多样化的餐饮和夜生活选择。

Jonathan Clegg：社交是会议非常重要的一个方面，无论您是在建立新的联系还是仅仅与您已经很熟悉的人共度时光。好莱坞到处都是可以带人出去喝一杯或吃晚餐的好地方。这是一个很棒的场所，尤其对于我们这些来自较寒冷气候、希望在十一月寻找一些阳光的人来说。

问题七：在 INTA2025 年领导层会议上，您期待参加哪些教育类或其他主题活动？

Jonathan Clegg：和 Karen 一样，我也曾在 INTA 领导力拓展委员会任职，我最喜欢的环节之一是领导力实验室。它们有点像焦点小组。人们只是来分享他们的经验，所以你可以听到不同委员会运作方式的差异以及他们必须克服的挑战。那里总会有一些人能提供见解，因为他们在另一个委员会遇到过同样的问题。这些是积极的讨论，但也是坦诚的讨论。这是我每年都尽量报名参加的环节之一。

Karen Brennan：我同意这一点，也喜欢领导力实验室，认为它在本次会议上尤其相关，因为我们即将进入新的委员会任期。这是一个获得建议、听取委员会领导者分享哪些方面进展顺利、哪些不顺利以及他们未来几年希望实现什么目标的绝佳时机。

我对安排的教育类讲座感到非常兴奋，因为我们真的找到了一些专家演讲者。有一个关于人工智能的实用讲座——“利用人工智能革新您的知识产权组合：战略与客户价值”，将真正帮助我们理解人工智能在日常工作中能为我们做些什么。

我们还有一个关于山寨文化的讲座——“应对‘山寨’困境：在模仿时代保护您的品牌”。山寨产品目前无处不在，最近 Lululemon 的一起诉讼引起了媒体的关注，所以这个话题非常相关。我们还在“可持续性 with 知识产权：品牌保护与环境目标保持一致”这个环节包括漂绿的话题。我真的很期待所有这些讲座。

Jonathan Clegg：我想参加每一个教育类主题会议！我以前从未在 INTA 的活动上这样做过，但它们看起来都非常好，而且是针对资深参会者量身定制的。简而言之，我期待所有环节！

来源：INTA 官网

中文翻译 / 校对：Maggie Yang，北京泉石知识产权代理有限公司

转下页

INTA 访谈 | 知识产权与全球竞争力的交汇: 对话 David Gooder



David Gooder
INTA 高级顾问

今年五月, 国际商标协会 (INTA) 宣布任命 David Gooder 为高级顾问。Gooder 先生于 2020 年 3 月至 2025 年 2 月期间担任美国专利商标局 (USPTO) 的商标局局长一职。

Gooder 先生曾经是该局在国内外商标事务上的最高行政官员。他曾担任商标局首席运营官, 带领约 1300 名商标专业人员度过了极具挑战性的五年任期。

在出任局长前, Gooder 先生已在知识产权 (IP) 与品牌保护领域深耕逾二十五载, 主要应对全球品牌在蒸馏酒及葡萄酒行业面临的法律挑战。他曾担任杰克丹尼公司 (Jack Daniel's Properties) 创始董事兼首席商标法律顾问。

在 INTA2025 年会期间, INTA 首席政策官 Heather Steinmeyer 与 Gooder 先生于美国加利福尼亚州圣地亚哥进行了一场富有洞见的对话, 探讨了全球知识产权局的职能演变, 以及这些机构在服务用户与推进更广泛的竞争力目标之间需要把握的精准平衡。

随着 Gooder 先生转型协助 INTA 深化与全球知识产权局的合作, 本次对话为知识产权保护的未来, 以及商标体系在促

进全球竞争力方面的战略价值提供了重要见解。

以下是经文字润色后的 Gooder 先生接受 INTA Brand & New 播客采访节选:

Heather Steinmeyer: INTA 持续关注全球竞争力的议题。您对知识产权局在知识产权法律与竞争力之间寻求平衡有何见解?

David Gooder: 这取决于观察视角是品牌所有者还是知识产权局。商标申请是反映商业动态的关键先行指标, 它展现的是市场主体当下的真实行为, 并非回顾过去, 通过监测可洞察实际发展趋势。

在我看来, 就竞争力而言, 其表现形式多样, 有些可能看似渐进式发展。虽然政府经常发布宏观竞争报告, 但对中小企业而言, 知识产权保护效率直接影响竞争力水平。商标保护越迅速高效, 企业竞争力越强。若遭遇大量欺诈性商标申请阻碍, 则构成反竞争行为。单个申请受阻的感受固然直接, 但当放大到数万件申请的规模时, 其对整体竞争力的影响便开始显现。

欺诈性商标申请具有双重反竞争属性: 首先是申请本身的欺诈性, 其次是其导致的审查延迟将贯穿商标整个生命周期, 尤其在行政执法阶段影响更为深远。这种危害具有显著的潜伏性, 通过碎片化方式产生实质性损害。

能越快、越有效地保护商标, 就越具有竞争力。

Heather Steinmeyer: 知识产权局在思考如何发挥影响力时, 必须做出一些根本性的战略抉择。用户对官费使用存在不同诉求: 一些用户希望能投入到提升社会认知的项目, 而另一些则希望官费应直接用于改善服务。根据您的观察, 不同的知识产权局在应对这一难题时, 采取了哪些不同的做法?

David Gooder: USPTO 与多数知识产权局一样实行用户付费机制, 不依赖财政拨款。在此意义上, 用户实质上等同于客户, 就像公司一样。

数据显示, USPTO 处理的商标申请和注册中, 约 76% 来自持有不足 10 件申请的主体, 其中 38% 为仅持有 1 件申请的个人。这些主体对官费使用的期待与年申请量达 500 件的大型企业存在显著差异。全球商标局都必须正视这一现实。虽然每届政府都有其政策主张, 但知识产权局必须考虑实际费用承担者的立场——这是行业长期面临的课题。

有意思的是, 对于将部分费用用于非直接审查但提升商标社会认知的项目, 公众反应两极: 一部分人视为积极举措, 另一部分人质疑是否超出职权范围。这本质上是知识产权局对其在生态系统中定位的认知差异——若认为有责任培育下一代的竞争力与知识产权意识, 则需开展校园教育项目; 若坚持恪守法定职能边界, 则会有不同选择。

美国长期以来面临着更为严重的商标欺诈和诈骗问题, 但当前此类现象正在全球其它地区呈蔓延态势。

INTA 访谈 | 知识产权与全球竞争力的交汇：对话 David Gooder

接上页

Heather Steinmeyer：在传递知识产权创造就业、促进创新、保护创作者及助力中小企业发展等社会价值方面，您观察到哪些政企合作的有效模式？

David Gooder：实践中我们常将各类知识产权混为一谈，但专利与商标在竞争力维度存在差异：商标领域通常较为去政治化，而专利领域政治属性更强。同一合作项目可能对商标部门效果显著，但对专利或版权部门则不尽如人意——这些领域具有截然不同的特性和优先事项。

根据我在“反假冒烈酒联盟”的经验，合作程度与成效呈正相关。酒类企业联合打假取得成效后，政府参与度越高，执法效果越显著。集体发声比单打独斗更具效力且风险更低。我个人认为，我们可以向

这些团体请教、求助，某些持续 25 年的合作机制已形成成熟运作模式，这是件好事。

Heather Steinmeyer：为何其它领域未能建立类似的合作模式？

David Gooder：特定情况下，某些组织或政府基于其优先事项采取行动，而全球其他地区的知识产权主管机关可能尚未面临同类问题。以美国为例，虽然商标欺诈现象更为严重，但该问题正在全球蔓延。与其他知识产权主管机关的交流越深入，就越能实现有效协作与经验互鉴。此类诈骗组织规模庞大，其运作具有明显的跨国特征，部分甚至位列全球最大犯罪集团之列。单一国家政府难以独立肃清此类犯罪，必须依靠国际合作方能有效应对。

从知识产权保护的专业视角来看，商标全生命周期管理中存在诸多国际合作契机——这种合作不仅限于知识产权强国之间。事实上，全球范围内存在超过 100 个知识产权主管机构值得关注合作的可能性。

更值得关注的是，不同企业基于其商业布局会选择与不同国家开展合作。这就要求国际合作机制必须具备充分灵活性，能够支持各行业主体根据其实际需求，在特定法域内开展针对性业务。这种差异化合作模式恰恰印证了“标准化方案难以普适”的行业共识。

文章来源：INTA 官网

中文翻译 / 中文校对：Sophia Zhang, S&O IP

特写：地理标志赋能知识产权未来可持续发展

从法律的角度审视，在过去的 30 年里，地理标志 (GIs) 已经在国家法律体系、双边和区域条约以及多边协定中获得了巨大的进步，并被广泛确认为知识产权保护客体之一。

与此同时，地理标志在我们这个时代的一个关键主题——可持续性引发了越来越多的关注。社会价值观的演变、消费者认知以及国家贸易法律法规的变革，正在推动着包括农业和食品价值链在内的所有经济部门重新思考其商业模式。而当今经济的主要挑战之一是在满足不断增长的世界人口需求的同时，继续创造价值并追求

社会和环境优化平衡的目标，而这也代表了一种范式转变。

从历史上看，自民间社会和政策制定者开始质疑公司和品牌对员工和社区的福利以及环境的影响之前，地理标志 (GIs) 就其本质而言，一直对这些问题很敏感。

例如，如果考虑整个价值链中所有相关参与者的公平价值分配，地理标志产品在补偿初级生产者方面表现良好，但初级生产者通常在与零售行业的谈判中处于劣势。

根据 ISMEA-Qualivita 2023 年的研究报告，2022 年意大利食品行业的地理标志为当地企业创造了约 90 亿欧元的收入（与

上一年相比增长了 9%，与过去 10 年相比增长了 33%），最终消费额超过 170 亿欧元（比 2021 年增长了 6%）。

同样，由于地理标志 (GIs) 不能被异地化（它们需体现了其产地特有的自然和人文特征），人们通常会特别注意避免土壤退化和保护生物多样性。

世界各地负责地理标志的官方协会正在努力进一步提高其可持续性方面的表现。

负责法国奶酪地理标志“Comté”的协会（the Comité Interprofessionnel de Gestion du Comté—CIGC）和“the Groupement d'Intérêt Scientifique Alpes

转下页

特写：地理标志赋能知识产权未来可持续发展 [接上页](#)

du Nord 进行的研究表明，与放牧有关的农业性地理标志实践有助于维持与瑞士接壤的法国东部弗朗什地区的丰富生物多样性。事实上，保护微生物的多样性（以及当地品种）是孔泰奶酪的不同风味和感官品质的关键原因。

但上述并不意味着地理标志根据最新标准的定义是可持续的，但它们在应对新出现的可持续性挑战方面处于有利地位，特别是在受保护的原产地名称（PDO）方面。世界各地负责地理标志的协会正在努力进一步提高其可持续性表现，例如：意大利 PDO 葡萄酒行业的 Equalitas 可持续发展战略“démarche d’ AOP laitière durable”以及哥伦比亚全国咖啡种植者联合会（本文稍后将详细分析该联合会的工作）。由于它们涉及特定价值链中的许多利益相关者（属于协会的生产者和公司以及负责地理标志产品生产标准的人），因此此类努力可以扩大结果和影响。

为了确认地理标志（GIs）关注可持续性，最近通过的欧盟关于葡萄酒、烈酒和农产品地理标志的法规确认了以下几点：

- 可持续性具有经济、社会和环境三个组成部分；
- 地理标志在可持续性方面，包括在循环经济中，可以发挥重要作用；
- 可持续实践可以纳入地理标志的产品规范中。

案例研究：哥伦比亚咖啡

哥伦比亚全国咖啡生产者联合会

（Federación Nacional de Cafeteros—FNC）是一个代表哥伦比亚咖啡生产者利益的非营利组织，管理着地理标志“哥伦比亚咖啡”（Café de Colombia）。

FNC 围绕四个基本维度制定了其可持续性主张，每个维度都有具体的可衡量目标。

FNC 设计的可持续性政策是其价值战略的核心部分，旨在确保在短期、中期和长期内，哥伦比亚的咖啡生产是一项盈利的业务，为超过 55 万个咖啡种植者家庭的经济和社会发展做出贡献，并促进自然资源的保护。

经济维度

经济维度旨在使咖啡生产尽可能盈利，确保生产者获得市场上最好的基础价格，并帮助他们沿着价值链向上攀升以增加收入。鉴于此，FNC 正在努力实现四个主要目标：

- 咖啡种植的工业化，使生产者能够通过产品的转化在价值链中取得进步；
- 维护哥伦比亚咖啡的品质，确保其继续被公认为世界上最好的软咖啡；
- 开发提供更好价格给咖啡种植者的新市场，为产品盈利做出贡献；
- 发展合作模式，使生产者能够在咖啡生产价值链中向上攀升。

环境可持续性维度

“哥伦比亚咖啡”还在整个咖啡生产价值链中推动环境可持续性。相关策略聚焦于以下四个目标：

- 保护水资源并提高其利用效率；
- 保护生物多样性；

- 保护土壤并妥善管理废弃物；
- 减少能源使用和气体排放。

截至 2023 年 9 月，FNC 已推动种植 45.9 万棵树。这不仅有助于适应和缓解气候变化，还能每年吸收 3914 吨二氧化碳。

在保护水资源并提高其利用效率方面，该行业在 2023 年迈出了重要步伐，通过改进 1905 个过滤系统并在农场和办公室的水龙头及马桶上安装 766 个节水装置，减少了水资源浪费。

社会维度

在可持续性的社会维度方面，FNC 致力于教育、基础设施（改善道路、住房、基本卫生设施、能源、互联网连接和水处理的项目）、性别平等（赋予女性在农场和社区中领导进程的权力）以及将年轻一代融入咖啡行业。

2023 年，有 191644 名咖啡种植者和公民受益于 FNC 开发的道路、社会、住房和基本卫生设施基础设施项目，同时有 13793 个家庭参与了促进性别平等和代际融合的行动。

治理维度

最后，在治理方面，“哥伦比亚咖啡”致力于增强生产者的团结，并确保随着时间的推移，一个他们能够参与其中的民主实体继续代表生产者发声。

可持续性是让产品通过保护环境和赋予其特性的土地来维持其品质和独特属性的工具。

特写：地理标志赋能知识产权未来可持续发展 [接上页](#)

“哥伦比亚咖啡”的例子表明，可持续性不仅仅是满足消费者和市场的期望：

- 它是通过保护环境和赋予其特性的土地来维持产品品质和独特属性的工具；
- 它是确保生产者能够继续种植和加工咖啡豆的方式，通过寻找过上有尊严的生活和为家庭确保未来的机遇；
- 它是通过支持家族企业、赋予女性和年轻人权力，让下一代继续传承这一事业的方式。

发展中国家和弱势地区地理标志中的可持续性意识

与 FNC 一样，全球许多地理标志（GI）团体和协会都在努力改善沟通，并在必要时提高其可持续性表现。然而，在某些情况下，特别是对于发展中国家以及高收入国家中的弱势地区的地理标志协会，生产者和企业经营者可能会发现应对这些复杂问题是一个挑战。

为应对该挑战，自 2016 年以来，联合国粮食及农业组织一直在合作制定地理标志的可持续性战略。为帮助地理标志价值链中的生产者和其他经营者制定自己的可持续性路线图，已开发了多种工具，包括“生产者组织识别优先事项、评估表现和提

高地理标志系统可持续性的实用指南”、支持数据处理的工具包，以及列出 400 多个与地理标志相关的可持续性指标的数据库。这些工具旨在通过参与性和包容性的过程，帮助他们实现可持续发展目标。

作者：Massimo Vittori，国际地理标志网络组织，瑞士
校对：María José Sánchez Rey，哥伦比亚国家咖啡生产者联合会，哥伦比亚
中文翻译 / 校对：Fiona Zhang，北京希博知识产权

阿根廷：假货市场面临前所未有的联邦执法行动

阿根廷最大的非正规市场、同时也是拉美主要假冒商品集散地之一的 La Salada 市场正面临联邦政府的严厉清查，这标志着该地区知识产权执法的关键时刻。

La Salada 市场于上世纪 90 年代在布宜诺斯艾利斯省兴起，并迅速发展成一个由 Urkupiña、Punta Mogote 和 Ocean 三个互相连通的市场组成的庞大商业中心。近几十年来，该市场已成为阿根廷及周边国家假冒商品的核心流通渠道。

根据联邦法官 Luis Armella 的法令，2025 年 5 月 22 日，联邦执法部门在 La Salada 市场及相关地点同时发起了 60 多次专项行动。这场执法行动是近年来最大规模之一，导致 La Salada 市场关停，号称“La Salada 之王”的 Jorge Omar Castillo 及其他 17 名涉案人员被捕，并被指控非法结社、洗钱和逃税等罪名。

联邦检察官 Cecilia Incardona 的调查揭露了一个涉及 89 家空壳公司和 160 余人的复杂精密洗钱网络。查获资产包括超过 250 万美元的现金、4.29 亿阿根廷比索现金、豪华车以及 7 台点钞机。当局记录显示，资金通过虚假发票、空壳公司、马术生意、葡萄园及离岸公司等流转。法院档案显示，仅 Punta Mogote 一个市场在 2021 至 2025 年间就产生逾 260 亿阿根廷比索流水。

2025 年 7 月 2 日，联邦刑事法院以洗钱和非法结社罪（阿根廷刑法第 210 条与第 303.1 条）起诉 Castillo 先生及其共同被告 Corrillo Torrez 与 Aldo Presa 为犯罪组织头目。另有 14 人被控为主要参与者，价值 7.5 亿阿根廷比索的资产被冻结。调查发现，这些洗钱资金源自假冒品牌商品销售。2013 至 2017 年间，该团伙涉嫌逃税逾 2.68 亿比索，另需缴纳超过 2.28 亿比索滞纳金。

经历三周停业整顿后，法院允许 La Salada 市场在严格约束条件下恢复运营。摊主必须公开出示税务登记证，为全体雇员登记信息，并为每笔销售出具收据。承租人必须提供租赁合同及商品来源证明，企业须在 90 天内完成资质合法化手续。

La Salada 市场的影响远超假货贸易本身，其培育的庞大平行经济为餐饮、运输、维修等领域的数千名非正规就业者提供生计，实际上成为了不受监管领域的经济引擎。

值得国际知识产权界关注的是，La Salada 市场多次被美国贸易代表办公室（USTR）列入“恶名市场名单（Notorious Markets List）”，原因在于其助长了大规模的知识产权侵权行为。其持续登榜凸显了对阿根廷执法环境的担忧，并揭示了根深蒂固的非正规经济对全球知识产权保护的

[转下页](#)

阿根廷：假货市场面临前所未有的联邦执法行动 [接上页](#)

深远影响。

对于权利人、从业者及政策制定者而言，此次打击行动既是阿根廷刑事执法史上的重要里程碑，也昭示着亟需推动司法、监管及跨境协作综合改革，以瓦解大规模假冒商品网络。

作者：Camila Sarmiento, Mercado

Libre 律师事务所，阿根廷
校对：Diego Laurini, GTL 律师事务所，阿根廷
中文翻译 / 校对：Ling Zhao, 中国贸促会专利商标事务所有限公司

欧盟：PRESIDENTS 商标的显著性增强仍难抵御低视觉相似性

在 Benschop 诉 欧盟知识产权局 (EUIPO) (案件编号：T-76/24) 一案中，欧盟普通法院 (GC) 裁定，下方所示的商标之间不存在混淆的可能性，并撤销了知识产权局第二上诉委员会 (BoA) 此前作出的相反裁决。

申请人申请注册以下标志（申请号：018228179，以下简称“该标志”），指定类别为第 18 类、第 25 类及第 35 类：

Seven Bell Group 依据第 8(1)(b) 条对该标志提出异议，依据为其在第 18 类和第 25 类中已获注册的以下在先商标，注册号为 1147604（下称“该商标”）：

尽管“president”是该商标和该标志的共同词素，但两者在语音和视觉上的差异导致整体印象“截然不同”。它们的排列方式不同：该商标由“president”和字母“s”两个元素组成，主要采用粗体、黑色和大写字母书写；而该标志则由“always run”两个词素组成，后接一只疾驰的乌龟，以及被更艺术化的“4president”并含一条粗黑线和两侧的箭头。

此外，增强的显著性应归因于该商标整体，而不仅仅是“president”一字，因为“president”的显著性较低，仅能唤起权威性 & 传达商品质量优良的赞誉信息。

鉴于此，BoA 错误地认定，增强的显著性足以抵消较低的视觉相似性，从而两标存在混淆可能性。BoA 的裁决被撤销，异议申请亦被驳回。

本案即属此情形。

为 该 商 标 通 过 使 用 于 男 装（即 与 该 标 志 所 涵 盖 的 商 品 至 少 类 似）已 经 增 强 了 显 著 性，而 这 种 增 强 的 显 著 性 足 以 弥 补 该 商 标 与 该 标 志 之 间 较 低 的 视 觉 相 似 度。

在 2025 年 6 月 4 日 的 裁 决 中，GC 持 不 同 意 见。GC 确 认，商 标 增 强 的 显 著 性 是 全 球 评 估 混 淆 可 能 性 的 一 个 相 关 因 素。判 例 法 确 立 的 原 则 是：商 标 的 显 著 性 越 高，混 淆 的 可 能 性 通 常 就 越 大，这 意 味 着 显 著 性 较 高 的 商 标 将 享 有 更 广 泛 的 保 护。然 而，即 使 在 先 商 标 通 过 使 用 获 得 了 高 度 显 著 性，相 关 公 众 仍 然 可 能 明 确 地 区 分 两 涉 案 商 标。

ALWAYS RUN 4PRESIDENT

PRESIDENTS

EUIPO 异议部门认定该商标与该标志存在混淆可能性。BoA 维持原判，尤其认

作者：Gill Dennis, Pinsent Masons LLP, 英国
校对：Jennifer Rönnerhed, Rouse, 瑞典
中文翻译 / 校对：Shirley Kwok, 金杜律师事务所

德国：意大利法律效力止于国境——达芬奇亦不例外

斯图加特高等地区法院（OLG）就一起上诉案件（案号：4U136/24）作出裁决，该案系三家企业对意大利文化部及威尼斯某博物馆提起的确认之诉。

本案原告为某国际出版及玩具集团成员企业。该集团将列奥纳多·达·芬奇名作《维特鲁威人》用于拼图产品及在意大利境外销售的宣传材料中。斯图加特高等法院于 2025 年 6 月 11 日作出本案判决。

原告方诉请确认意大利被告方无权禁止其在意大利境外将达芬奇名作《维特鲁威人》（Vitruvian Man）之图像及名称用于商业用途。意大利被告此前已依据该国《文化与景观遗产法典》（Codice dei beni culturali e del paesaggio）在意大利境内取

止其在意大利境外将达芬奇名作《维特鲁威人》（Vitruvian Man）之图像及名称用于商业用途。意大利被告此前已依据该国《文化与景观遗产法典》（Codice dei beni culturali e del paesaggio）在意大利境内取

德国：意大利法律效力止于国境——达芬奇亦不例外 [接上页](#)

得临时禁令，该法典规范文化遗产之使用与复制行为，其第 107 至 109 条授权意大利主管机关对具有文化价值物品的商业使用实施许可管制。原告主张该域外执法行为既违反了属地原则，亦与国际法和欧盟法律相抵触。

斯图加特高等地区法院就下列核心法律问题作出认定：

- 1. 确认德国法院对本案具有国际管辖权，因被控侵权行为实施地在德国，

- 且原告为德国公司；
 - 2. 确认意大利临时禁令不妨碍德国作出消极确认判决，鉴于争议主体不同，该禁令在德国境内不具有既判力或排除效力；
 - 3. 明确否定意大利《文化与景观遗产法典》的域外适用效力，重申属地原则。
- 法院认定，寻求保护国（本案中为德国）的法律具有决定性效力。因该艺术作品依德国法已进入公共领域，故不适用任

何禁令。

法院最终维持了有利于德国原告的消极确认判决。

作者：Corbinian Koller, UNIT4 IP, 德国
校对：Christoph Gasser, Valfor Rechtsanwälte AG 律师事务所, 瑞士
中文翻译 / 中文校对：Sophia ZHANG, S&O IP

海地：知识产权局宣布新举措, 以实现现代化并提高效率

海地工商部 (MCI) 宣布对商标申请的商品和服务要求进行重大修改，并将使用新技术来提高运营效率。

MCI 负责管理海地所有知识产权，包括商标、专利和商业名称。尽管海地政局动荡、搬迁挑战和人员短缺等问题，MCI 在知识产权专业人士的领导下，努力提升其服务质量，致力于系统的升级和现代化。

虽然海地将继续遵循尼斯分类，但 MCI 于 2025 年 8 月 11 日发布的通讯中指出：“任何引用解释性说明或以字母索引来寻求商标保护的申请将不予考虑”。实际上，这意味着 MCI 将仅认可取自尼斯分类类别标题的术语作为商品或服务的可接受描述。

海地之前并未限制申请人在申请时可

包含的术语数量。鉴于海地尚未建立电子申请系统，未限制申请人在申请时可包含的术语数量带给审查员巨大的工作压力。尽管 MCI 允许在该司法管辖区内申请的商品和服务清单中指定相关类别的“所有商品”或“所有服务”，多数申请人更倾向于提供详尽的术语列表。另外，鉴于海地近期内部政治问题，审查时间也被拖长。因此，MCI 决定实施上述新政策，以加快审查时间。

为了进一步提升数字化水平，MCI 还宣布了更精简、更现代化的证书格式，并在 MCI 官网上推出了全新的在线检索系统。自 2025 年 8 月 25 日起，商标注册和续展证书将以标准化格式签发，并配备二维码。

此外，MCI 鼓励用户使用其官网上的商标数据库进行优先检索。由于这项工作仍在推进中，目前该系统尚不完善。即便如此，值得注意的是，虽然在线数据库是一种实用工具，但仍然强烈建议聘请当地律师，以确保检索结果是最新的，且能够准确反映相关权利在海地的状态。

作者：Alexandre de Lespinasse, Cabinet de Lespinasse, 海地
校对：Sharin Pablo de Roca, J.J. Roca & Asociados, 多米尼加共和国
中文翻译 / 校对：Wendy Cheng, Kilpatrick Townsend & Stockton LLP 凯拓律师事务所

印度：假冒诉讼与外观设计侵权可适用于同一客体

2025 年 7 月 1 日，德里高等法院（合议庭）在 Crocs Inc. 诉 Bata India 及其他

人案（RFA (OS) (Comm) 22/2019）中裁定，原告可以就同一客体提起假冒诉讼，

即使该客体已受外观设计注册保护。该判决源于 Crocs 就一审法官驳回其诉讼提起

印度：假冒诉讼与外观设计侵权可适用于同一客体 [接上页](#)

的上诉。

本案的核心问题是：是否可以就受外观设计注册保护的同一客体提起假冒诉讼，还是必须基于超出外观设计注册范围的其他要素（如商业外观、包装装潢或其他区别性特征）才能主张假冒。

Crocs 作为其标志性洞洞鞋设计 的注册所有人，主张其设计已获得第二含义（经使用获得显著性），具备识别来源功能并形成了独立商誉。2016 年至 2017 年间，Crocs 提起多起诉讼，同时主张外观设计侵权与假冒，称被告抄袭其设计以误导消费者并攀附其声誉。

一审法官驳回诉讼，认为假冒诉讼必须基于注册设计之外的其他要素。此结论源于对五法官合议庭在 Carlsberg Breweries A/S 诉 Som Distilleries Ltd. 一案中论述的解读。该案认为，可以合并提起外观设计侵权与假冒诉讼。

作为背景说明，Carlsberg 案中五法官合议庭的成立旨在审议三法官合议庭在 Mohan Lal 诉 Sona Paint and Hardware 一案中判决的正确性。后者曾裁定，外观设计侵权与假冒诉讼不得合并提起。

然而，本案的合议庭否定了一审法官的狭义解读，澄清无论是 Mohan Lal 案还是 Carlsberg 案均未规定假冒诉讼必须依赖“超出注册设计之外的其他要素”。因此，以此方式限制假冒诉讼范围并无法律依据。

本案合议庭最终裁定，只要注册设计已获得显著性，即可就与其相同的客体提起假冒诉讼。

该裁决使权利人能够通过单一诉讼程序同时保护法定权利与普通法权利，避免了多重诉讼程序，并强化了知识产权权利人的维权机制。

作者: Deeksha Chugh, ZeusIP Advocates LLP, 印度

校对: Dhaval Mehta, Khaitan & Co., 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

南非：最高上诉法院确认被扣押的商品并非假冒

最高上诉法院 (SCA) 针对 Yossi Barel 诉 Popular Trading CC 及其他被告 [(1102/2023) [2025] ZASCA 94] 一案作出裁决，维持了高等法院先前作出的判决，撤销了针对涉嫌假冒鞋的搜查令。

被告 Popular Trading 进口并在南非境内销售带有 ENRICO COVERI (EC) 标识的鞋，其 EC 品牌鞋履均来自 Enrico Coveri 本人创立的意大利公司的被许可人。

原告 Yossi Barel 是南非已注册商标 EC 的持有人，其商标涵盖鞋和其他多个类别的商品。Yossi Barel 依据 1997 年《假冒商品法》第 37 条的规定，获得搜查令，并以 Popular Trading 销售的 EC 品牌鞋为假冒商品为由，扣押了 Popular Trading 的 EC 品牌商品。

被告 Popular Trading 向高等法院提出紧急申请，要求撤销原告的搜查令。法院撤销了该搜查令，宣布被扣押的商品并非假冒，并下令原告退还被告的商品。

高等法院驳回了 Barel 的上诉申请。随后 Barel 上诉至最高上诉法院并获得最高上诉法院的特别上诉许可。

最高上诉法院须判定被扣押的商品是否符合《假冒商品法》中规定的假冒商品。最高上诉法院于 2025 年 6 月 23 日作出了两项裁决。

少数派裁决认定，Popular Trading 明知 Barel 先生拥有注册商标权，却继续使用 EC 商标，这构成了《假冒商品法》中规定的“假冒行为”。少数派判决支持 Barel 先生的上诉。

但在多数派裁决中，法院裁定：“要构成假冒，必须证明被指控实施假冒的人有意将其商品与受保护商品进行混淆，或必须证明其有意将其商品视为受保护商品”。由于没有证据表明 Popular Trading 从意大利 EC 公司的被许可人购买的 EC 品牌鞋，意图将其商品与 Barel 先生的鞋履相混淆。因此，其上诉被驳回。

除非获得南非宪法法院的许可，否则最高上诉法院的裁决不得再上诉。

作者: Tammi Pretorius, Edward Nathan Sonnenbergs Inc., 南非

校对: Vicky Stilwell, KISCH IP, 南非

中文翻译 / 校对: Wendy Cheng, Kilpatrick Townsend & Stockton LLP 凯拓律师事务所

美国：联邦巡回上诉法院采纳颜色商标是否构成通用性的判定标准

在具有先例效力的裁决中，美国联邦巡回上诉法院采纳了商标审判与上诉委员会（TTAB）提出的判定颜色商标是否属于通用商标的标准。参见 PT Medisafe Technologies 案（案号 2023-1573）。法院据此标准维持 TTAB 的裁决，认定申请人 PT Medisafe Technologies (Medisafe) 提交的颜色商标为通用商标，故不符合注册条件。作为医用手套制造商和分销商，Medisafe 曾将深绿色作为氯丁橡胶医用检查手套的颜色商标申请注册。



审查员驳回了该项申请，认为拟申请的商标为通用商标，且未获得显著性。Medisafe 向 TTAB 提起上诉，TTAB 维持

原判，随后 Medisafe 又向联邦巡回法院提起上诉。

联邦巡回法院裁定，TTAB 在判定颜色商标是否为通用商标方面采用了正确的标准。TTAB 的两步审查程序是用于判定文字商标通用性标准的一种变体：第一步是确定所涉商品或服务的属类。第二步则是判断拟注册的颜色是否被相关公众主要理解为第一步所确定的商品或服务属类的一种商业装潢类型。

将此判定标准应用于本案事实，法院在 2025 年 4 月 29 日的裁决中，认定有大量证据支持 TTAB 的裁定，即 Medisafe 的拟注册商标为通用商标。在第一步审查中，TTAB 将涉案商品的属类界定为氯丁橡胶医用检查手套。在第二步分析中，大量证据表明 Medisafe 申请的颜色商标在氯丁橡胶医用检查手套行业极为常见，无法识别单

一来源，故属于通用商标。相关证据包括第三方网站销售与 Medisafe 无关联的氯丁橡胶医用检查手套的网页截图，其颜色与拟注册商标完全一致。在认定该商标具有通用性后，法院进一步判定该商标不可能通过使用获得显著性。

根据 Medisafe 案的裁决，颜色商标申请人应准备好就该商标是否属于通用商标的每个审查环节进行论证，并证明其拟申请商标不会被相关公众主要理解为一种商业装潢。

作者：Jesse Jenike-Godshalk, Thompson Hine LLP, 美国
校对：Felicia Boyd, Norton Rose Fulbright, 美国
中文翻译 / 校对：Shirley Kwok, 金杜律师事务所

欧盟：加密货币巨头 Coinbase 诉 bitFlyer 商标侵权遭败诉

欧盟普通法院（GC）驳回了美国领先的加密货币交易所 Coinbase Inc. 对日本主要区块链和加密交易平台 bitFlyer, Inc. 的商标注册提出的上诉。此次争议（案件编号：T-46/24）涉及 bitFlyer 在欧盟注册文字商标“COINBASE”是否出于恶意抢注申请。bitFlyer 于 2016 年为“COINBASE”商标获得了国际注册，指定欧盟为指定地区，涵盖第 9 类、第 35 类、第 36 类、第 38 类和第 42 类中的广泛商品和服务。Coinbase 此前就以同一文字商标获得了

国际注册，并于 2018 年根据欧盟条例第 2017/1001 号第 60 条第 1 款（a）项和第 59 条第 1 款（b）项，以混淆可能性和恶意申请为由，申请宣告“bitFlyer”的商标无效。2020 年，欧盟知识产权局（EUIPO）撤销部门部分支持了该申请，因混淆可能性而宣告“bitFlyer”的商标在重复的服务项目上无效，但驳回了其在其他类别恶意申请的主张。上诉委员会最终维持了无恶意的认定。

Coinbase 将此事提交至普通法院。2025 年 6 月 11 日，普通法院认为没有证据表明“bitFlyer”行为不诚实或意图利用 Coinbase 的声誉和知名度。普通法院强调，没有直接竞争、商业联系或证据表明 bitFlyer 知道 Coinbase 在欧盟范围内对 COINBASE 商标的在先使用情况。其还指出，“coinbase”一词在区块链和加密货币领域本身缺乏显著性。普通法院最终驳回了 Coinbase 关于获得显著性的主张，认为 Coinbase 没有证明

欧盟：加密货币巨头 Coinbase 诉 bitFlyer 商标侵权遭败诉 [接上页](#)

其在欧盟范围内具有足够的市场渗透力或品牌知名度。大多数证据都涉及完整的品牌标志或包含其他视觉元素。

普通法院得出结论，Coinbase 未能根据当时适用的第 207/2009 号条例第 52 条第 1 款（b）项证明恶意申请。其驳回了全部诉讼请求，并责令 Coinbase 承担费用。

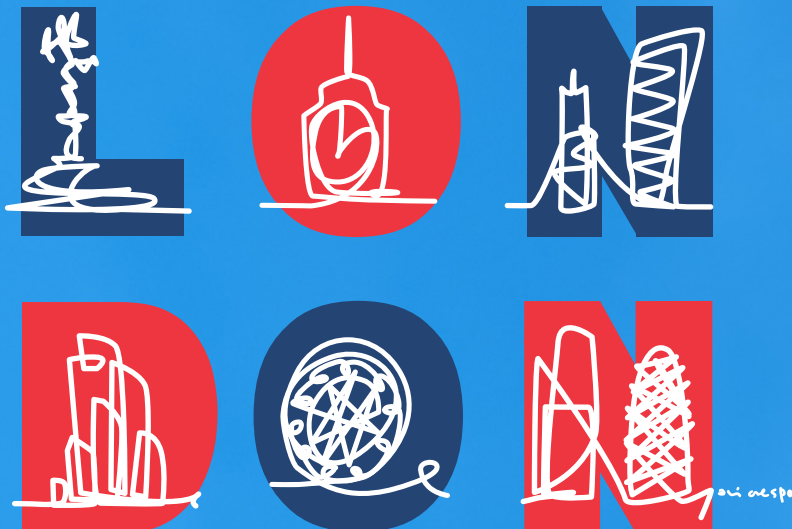
该裁决在法律上是合理的，但当像 Coinbase 这样全球最知名的加密货币交易所之一，在欧盟无法完全控制其品牌时，人们不禁质疑法律是否完美地服务于市场的现实。毕竟，公平与形式主义终究难融于同一区块链之上。

作者：Kerem Gökmen, Beyond IP, 土耳其

校对：Giorgio Gazzola, Notarbartolo & Gervasi, 意大利

中文翻译 / 校对：Fiona Zhang, 北京希博知识产权

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
December 8, 2025.

Visit inta.org/2026AM
for more details.

#INTA2026 #RoadToLondon

