

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

编辑委员会主任: 马夫
社长: 南平
主编: 黎长志
本期责编: 马君
编辑: 马君 王晶
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: 北京商标品牌创新示范区

智库支持: 中国人民大学中国商标品牌研究院

中华商标协会法律顾问: 吴新华

本刊法律顾问: 邱宝昌

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。

报道

- 4 中华商标协会代表团参加MARQUES第32届年会并赴瑞典、芬兰访问考察
本刊记者 王晶
- 85 实施商标品牌战略 推进“品牌唐山”建设
尚福旺

区域品牌发展领导力对话

- 9 房山样板:国家知识产权试点区试什么
廖春迎 南平
- 12 京东实践:电商如何服务区域品牌发展
苏旺 南平
- 15 我国品牌经济发展观察:兼论构建区域品牌发展指数的必要性
钱明辉 徐志轩

专栏

- 审协之窗
- 22 商标设计应注意的五个问题
张雯
- 法官说商标
- 24 关于作品名称及角色名称法律保护问题的研究
赵楠
- 法官说案
- 41 浅析商标显著特征审查的平等化和特定化
周波
- 商标杂谈
- 88 商标注册人必须知道“CNIPA”的意思吗?
张月梅

特别策划·发现地标之美

- 29 发现镇江香醋之美
黄莉
- 32 “有滋有味”的盱眙龙虾
张晓红 张云飞
- 51 地理标志助力扶贫的内涵、实践及政策建议
张昭 李安渝

商标修法大家谈

- 34 商标抢注及其纾解之道
沈浩蓝
- 83 英雄烈士人格权益的商标法保护
李宇航

实务交流

- 47 诚实信用原则在商标法中的适用
江京晖
- 69 商标案件中“名人姓名”的认定
姚洪军
- 73 非诚信商标注册之乱
田龙

评案说法

- 56 作品标题可否构成“有一定影响的商品名称”？
——兼评“鬼吹灯之牧野诡事”案 熊文聪
- 76 “亚太”商标案和解的启示 徐镇游

一家之言

- 62 商标不是商品 董葆霖

理论研讨

- 64 商标许可终止后承继宣传的合法性判断 袁真富 黄芳
- 79 恶意因素在商标近似判断中的考量 张淑芳

简讯

- 23 青州：开展商标助企活动 助推新旧动能转换
- 39 奥肯国际高峰论坛暨十周年庆典在京隆重举行

国内动态 89 环球资讯 90



W 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. The Delegation of China Trademark Association Attended the 32nd Annual Meeting of MARQUES and Visited Sweden and Finland
22. Five Issues that Should be noted in Trademark Designing
24. Research on the Legal Protection of the Name of the Work and the Name of the Role
35. Trademark Squatting and its Solution
41. Analysis on the Equalization and Specificization of the Marking of Significant Characteristics of Trademarks
47. The application of the Principle of good Faith in Trademark Law
51. The Connotation, Practice and Policy Suggestions of Geographical Indications for Poverty Alleviation
62. Trademark is not a Commodity
64. Legality Judgment of Inheritance After the Termination of Trademark license
69. Identification of "names of celebrities" in Trademark Cases
73. Confusion in the Registration of non-bona Fide Trademarks
79. The Consideration of Malicious Factors in the Approximation of Trademarks
88. Does the Trademark Registrant Know the Meaning of "CNIPA"