

商标协议共存法律效力认定与比较法研究

郭亚涵

南京理工大学知识产权学院, 江苏 南京

收稿日期: 2026年7月26日; 录用日期: 2026年9月10日; 发布日期: 2026年9月20日

摘要

在市场竞争加剧与商标资源有限的背景下, 商标共存现象日益普遍, 对传统商标保护体系形成挑战。本文围绕我国商标共存制度展开研究, 通过界定商标共存概念及分类, 揭示其在商业实践中的多元形态; 结合立法与司法现状, 剖析我国对商标共存协议态度模糊、审查标准不统一、消费者保护缺位等问题; 同时引入美国、欧盟、日本等域外经验, 对比不同法律体系下的共存判定逻辑。基于理论与实践分析, 从立法完善、等方面提出建议, 旨在构建平衡商标权人利益、消费者权益与市场秩序的商标共存制度。

关键词

商标权, 协议共存

Research on the Recognition and Comparative Study of the Coexistence Legal Effect of Trademark Agreements

Yahan Guo

Institute of Intellectual Property, Nanjing University of Science and Technology, Nanjing Jiangsu

Received: July 26, 2026; accepted: September 10, 2026; published: September 20, 2026

Abstract

In the context of intensifying market competition and limited trademark resources, the phenomenon of trademark coexistence is becoming increasingly common, posing challenges to the traditional trademark protection system. This paper focuses on the trademark coexistence regime in China. By defining the concept and classification of trademark coexistence, it reveals the diverse forms this phenomenon takes in commercial practice. Drawing on the current state of legislation and judicial

practice, it analyzes issues such as the ambiguous attitude toward trademark coexistence agreements, inconsistent examination standards, and inadequate consumer protection in China. Meanwhile, it introduces extraterritorial experiences from jurisdictions including the United States, the European Union, and Japan, comparing the logic behind coexistence determinations under different legal systems. Based on theoretical and practical analysis, the paper puts forward suggestions regarding legislative improvement and other aspects, aiming to construct a trademark coexistence regime that balances the interests of trademark holders, consumer rights, and market order.

Keywords

Trademark Right, Coexistence Agreement

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

商标共存协议的效力认定, 涉及商标法中私权自治与公共利益的协调, 是商标授权确权领域最具理论与实践争议的议题之一。自我国司法实践开始有限度地承认共存协议的效力以来, 围绕其正当性基础、效力标准以及其与《商标法》第 30 条的关系的讨论便愈发激烈。尤其近年来, 司法态度由松转紧, 行政机关与司法机关的判断标准不一, 使得这一问题更具紧迫性。

关于商标共存协议的效力认定问题, 比较法上存在三种典型模式。英国采取绝对效力模式, 其商标法规定只要在先权利人提供书面同意, 即不得禁止在后商标注册。美国采取相对效力模式, 共存协议虽然是重要考量因素, 但在商标高度近似时仍可能被否定。欧盟内部则经历了从否定到折中的演变, OHIM 最初认为私权协议不应当凌驾于商标作为对公众权利的对世权之上, 后逐步转向一定限度地参考共存协议的内容。

国内学者对三种模式各有主张, 赵加兵倾向于借鉴英国模式, 认为共存协议实质上是商品或服务经营者为解决商标争议所作出的制度选择, 应当充分尊重商标权的私权属性[1]。骈梦则主张谨慎适用混淆可能性标准, 有限度地认可共存协议效力[2]。宋建立在分析各国实践后提出“宽容态度”说, 认为除了攀附或相互搭便车等恶意造成消费者混淆误认等极端情形外, 市场主体以自由意志作出的市场安排, 应当得到审查机关或司法机关更多尊重[3]。孔祥俊对相对效力模式背后的逻辑提出了深刻质疑, 他指出, 当前司法实践将共存协议作为排除混淆的初步证据的做法, 实质上有很强的拟制性, 事实上共存协议通常不具有否定混淆的价值。在他看来, 共存协议被用来证明不存在混淆, 不过是为准许共存找了一个由头[4]。

既有研究的主要贡献为, 第一, 厘清了商标共存的概念内涵, 将其与一般的商标不近似情形区分。第二, 揭示了共存协议认定中的核心, 即私权自治与公共利益之间的冲突, 并对不同的立法模式进行了比较分析。但是多数立法建议仅停留在原则层面, 对共存协议的实质内容、程序设计等操作性问题的研究较为薄弱。在上述研究的基础上, 本文试图在以下方面作出推进: 系统梳理最高人民法院于商标共存协议效力认定的裁判实践, 揭示其背后的法理逻辑变迁, 为讨论提供实证基础。深入分析目前我国立法和司法层面存在的问题, 并在制度设计层面, 就共存协议的内容要件、审查标准、备案公示等提出更具操作性的建议。

2. 商标共存概念及分类

2.1. 概念界定

世界知识产权组织报告指出：“商标共存是指，在两个不同的企业从事商品或服务使用近似或相同商标的情形下，彼此能够保持必要的互不干扰。”¹国际商标协会将商标共存协议定义为²：“两个或两个以上的市场主体达成的协议，均同意近似标识在不存在任何混淆可能的情况下予以共存；允许当事人制定规则，使彼此标识能够和平共处。使用相同的标识在相同或类似商品或服务上，通常应受地理边界限制。”商标授权确权中的商标共存，是指在相同或者类似商品上存在两个或者两个以上分属于不同民事主体的相同或者近似注册商标，包括相同商标在类似商品上的共存，以及近似商标在相同或者类似商品上的共存，但相同商品上通常不允许存在相同商标。

2.2. 类型划分

2.2.1. 按内容划分

商标共存从内容上可以分为两类：一是法定共存，即在特定的情况下，法律允许两个或者多个相似甚至相同的商标在同一市场内合法存在。典型的法定共存是基于先用权的商标共存。《商标法》第 59 条规定了商标先用权制度³，体现了对在先使用且有一定影响商标的保护。二是约定共存，指的是商标权人通过签订商标共存协议，约定在某些条件下共同使用相同或者近似商标^[5]。在实践中，当企业在申请商标注册时，如果发现存在在先的近似商标，可以与在先商标权人协商签订共存协议，约定在各自领域使用商标，以避免权利冲突。

2.2.2. 按使用范围划分

从使用范围来看，商标共存同样可以分为两类：一是地域共存，指的是商标在不同区域内分别由不同主体使用。在国内市场中，可能在不同省份或者地区有不同的企业使用相同或者近似商标，并且在各地市场具有一定的知名度和消费群体，从而通过地域划分实现商标共存。例如“南北稻香村”案中，北京和苏州的稻香村因为历史原因，各自在本地长期使用并且积累声誉，形成了各自的市场，消费者也能区分。二是行业共存，是指两个或者以上的主体合法使用相同或者近似的商标，提供类似的产品和服务^[6]。这种情况下的商标共存，通常是在不同商品类别上使用，由于所属行业不同，消费者在认知上能够区分，从而实现商标在不同行业的共存。

3. 我国对商标共存协议的态度

3.1. 立法现状

在商标侵权判定方面，我国《商标法》第 57 条规定了将“混淆可能性”作为重要判断标准。该规定虽然没有直接涉及商标共存协议，但是可以推断如果商标共存协议能够使得消费者区分相同或者近似商标，不会造成混淆，则有可能共存。在商标审查过程中，《商标审查指南》⁴规定共存协议能够作为不造成混淆的证据。但是该指南仅做出了宽泛的规定，对于商标共存协议的效力等问题并没有明确。这导致在司法实践中，在处理涉及商标共存协议的案件时缺乏依据，存在较大的自由裁量空间^[7]。

最高人民法院在 2009 年印发的《关于当前经济形势下知识产权审判服务大局若干问题的意见》第九

¹https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_121_2006_06.pdf

²https://www.iprdaily.cn/news_37003.html#1

³<https://flk.npc.gov.cn/detail?id=ff8080816f135f46016f217645451b35&fileId=&type=&title=%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%95%86%E6%A0%87%E6%B3%95>

⁴<https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-11/23/5652697/files/e2f755e4e49940239444689f6bc8df0.pdf>

条⁵中首次对商标共存问题作出司法指引,强调在保护在先权利的同时,应当充分考量相关商标已在市场实践中被客观区分的实际情况。该意见要求司法机关准确把握商标法协调保护在先权利与维护市场秩序的立法宗旨,特别注重对已形成且相对稳定的市场秩序的维护。2019年4月24日,北京市高级人民法院在《商标授权确权行政案件审理指南》⁶中进一步明确了对待商标共存协议的司法态度。根据该指南,只要没有相反证据表明诉争商标与引证商标的共存会导致消费者混淆,法院原则上对当事人达成的共存协议予以认可和尊重,体现出较为宽松的审查立场。

3.2. 司法实践

在司法实践中,不同法院对于商标共存协议的态度存在分歧。本文以全文出现“共存协议”为检索条件,并限定法院层级为最高人民法院,在中国裁判文书网中检索到37篇行政案件。将重复以及未对共存协议效力问题作出具体认定的案例排除后,共筛选出26篇有效案件。

3.2.1. 肯定共存协议效力及证明力

目前,最高人民法院认可商标共存协议效力的案例共有3件。此类案件的典型特征是:共存协议真实有效、无公共利益损害、无攀附恶意,并且已经全面清除在先权利障碍。在(2016)最高法行再102号⁷案中,法院基于私权处分应受尊重、无公共利益损害以及存在其他商业标志辅助区分的裁判思路,认可了共存协议的效力。在(2019)最高法行再245号案⁸中,法院认定新莱特公司申请或者使用诉争商标时不存在攀附光明公司及其引证商标商誉或知名度的恶意,诉争商标的注册、使用也不会损害国家利益、社会公共利益及第三人合法权益。基于双方就诉争商标与引证商标在各自领域的共存使用不会造成混淆误认所达成的共识出具了商标共存协议书,并且也没有证据证明诉争商标与引证商标的共存足以导致相关公众对商品来源发生混淆误认,因此认可共存协议的效力。在(2020)最高法行再432号案⁹中,法院基于共存协议、引证商标的撤销以及部分服务的放弃认定在先权利障碍清除,从而肯定了共存协议的效力。

3.2.2. 肯定共存协议效力但否定其证明力

部分判决未否定共存协议本身的有效性,但是认为其不足以克服混淆可能性,裁判理由不尽相同。(2018)最高法行申8227号¹⁰中,法院认为共存意愿虽然可由作为判断是否可能导致混淆的考量因素,但不能直接排除商标法第30条的适用。(2019)最高法行再172号¹¹、(2020)最高法行申3488号¹²、(2020)

⁵<https://www.court.gov.cn/fabu/xiangqing/384.html>

⁶https://www.beijing.gov.cn/zhengce/fygfxwj/202308/t20230817_3224611.html

⁷在谷歌公司诉国家工商行政管理总局商标评审委员会商标驳回复审行政纠纷案中,法院认定,基于私权处分应受尊重、无公共利益损害以及存在其他商业标志辅助区分,因此共存协议有效。参见最高人民法院(2016)最高法行再102号行政判决书。

⁸在新莱特乳品有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审行政纠纷案中,法院认定,新莱特公司申请或者使用诉争商标时不存在攀附光明公司及其引证商标商誉或知名度的恶意,诉争商标的注册、使用不会损害国家利益、社会公共利益及第三人合法权益,基于双方就诉争商标与引证商标在各自领域的共存使用不会造成混淆误认所达成的共识出具了商标共存协议书,并且也没有证据证明诉争商标与引证商标的共存足以导致相关公众对商品来源发生混淆误认,因此认可共存协议的效力。参见最高人民法院(2019)最高法行再245号行政判决书。

⁹在上海碳蓝网络科技有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审行政纠纷案中,法院认定,基于共存协议、引证商标的撤销以及部分服务的放弃,因此在先权利障碍清楚,共存协议有效。参见最高人民法院(2020)最高法行再432号行政判决书。

¹⁰在微软公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,共存意愿虽然可以作为判断是否可能导致混淆的考量因素,但不能直接排除商标法第30条的适用。参见最高人民法院(2018)最高法行申8227号行政裁定书。

¹¹在同城书库电子商务有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审行政纠纷案中,法院认定,诉争商标与引证商标本身不构成近似,因此共存协议的讨论不再必要。参见最高人民法院(2019)最高法行再172号行政判决书。

¹²在微软公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,申请商标与各引证商标的构图方式高度近似,且核定(指定)使用于类似商品和服务之上,综合考虑商标标识的近似程度及服务的类似程度,确难排除市场混淆的后果,虽然微软公司补交了部分引证商标权利人签订的共存协议,但在商标标识及商品服务类别近似程度较高的情况下,仅有申请商标申请人与在先权利人相互容忍的主观意思表示,并不能够当然地排除可能的市场混淆。参见最高人民法院(2020)最高法行申3488号行政裁定书。

最高法行申 2820 号¹³和(2020)最高法行申 8163 号¹⁴案例同样遵循此裁判逻辑,因商标标识及服务类别近似程度过高,共存仍会造成消费者混淆的高度可能性,因此对其证明力不予认可。(2020)最高法行申 9678 号¹⁵案例中,法院认为共存协议虽然可以解决当事人之间的民事权益冲突,但是不能当然认定引证商标不构成权利障碍。这类案例裁判思路的共同点在于认定共存协议本身有效,但从商标近似程度、证明力不足、公共利益角度考量,未能达到“排除混淆”的证明标准,因此不予考虑。

3.2.3. 否定共存协议效力及证明力

否定共存协议效力的案例数量最多,共 12 件。这类案件的典型特征是:协议在效力层面存在瑕疵,包括地域性限制、程序性障碍、公共利益优先、制度功能优先、协议范围不足等。(2018)最高法行再 133 号¹⁶以地域性为由,认定 1983 年和解协议不适用于中国大陆。(2018)最高法行申 5731 号¹⁷因共存协议正在商谈,从而认定其不具有法律效力,在(2020)最高法行申 13835 号¹⁸案例中,法院以共存协议不能对抗《商标法》一并转让的强制性规定为由否定共存协议的效力。在判断共存协议的效力时,应当重点考量所涉商标的服务领域,以及是否损害公共利益。(2017)最高法行申 3845 号¹⁹、(2018)最高法行申 1926 号²⁰、(2019)最高法行申 4581 号案²¹中分别涉及农用化学制剂、第 44 类医疗服务和人用药、药用胶囊,法院认为商品性质特殊,应当尽量避免混淆,防止损害公共利益,从而不予采纳共存协议。除此之外,法院在判断共存协议的效力时还应当从商标制度功能角度考虑。(2019)最高法行申 2778 号²²、(2019)最高

¹³在新奥集团股份有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,诉争商标与引证商标同时使用在相同或者类似商品上仍会造成消费者混淆的高度可能性,据此认为诉争商标违反了商标法第三十条的规定不应予以注册。参见最高人民法院(2020)最高法行申 2820 号行政裁定书。

¹⁴在爱尔迪有限两合公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,诉争商标与引证商标一标识高度近似,且二者指定或核定使用于类似商品上,综合考虑商标标识的近似程度及商品的类似程度,相关公众混淆的可能性较大,故有雷弗伦消费产品公司出具的《商标同意书》不能当然地排除可能的市场混淆。因诉争商标与引证商标一已构成高度近似,相关公众无法区分诉争商标与引证商标一标识的商品来源,两商标共存不能避免相关公众对商品的来源产生混淆的可能性,故应对此类商标共存协议的效力予以否定。参见最高人民法院(2020)最高法行申 8163 号行政裁定书。

¹⁵在北京执信康平科技发展有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,诉争商标与引证商标高度近似,且均核定使用在“水净化装置”等相同或者高度类似的商品上,极易造成相关公众对商品来源产生混淆、误认。原审判决据此认定双方签订的共存协议在不能排除相关公众对商品来源产生混淆、误认可能性的情形下,引证商标属于诉争商标申请注册的权利障碍,并无不当。参见最高人民法院(2020)最高法行申 9678 号行政裁定书。

¹⁶在拉科斯特股份有限公司诉卡帝尔鳄鱼私人有限公司商标行政管理(商标)再审行政纠纷案中,法院认定,1983 年和解协议只适用于明确约定的五个国家或者地区。因此,1983 年和解协议并不能成为判断本案争议商标是否与引证商标相近似以及是否应当注册的事实和依据。参见最高人民法院(2018)最高法行再 133 号行政判决书。

¹⁷在黑桃 A 控股公司诉中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,正在商谈中的商标共存协议,不能成为请求法院中止审理的法定理由。。参见最高人民法院(2018)最高法行申 5731 号行政裁定书。

¹⁸在苏宁易购集团股份有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,共存协议不能对抗《商标法》一并转让的强制性规定,因此否定共存协议的效力。参见最高人民法院(2020)最高法行申 13835 号行政裁定书。

¹⁹在济南艾格福实业有限公司诉国家工商行政管理总局商标评审委员会商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,由于申请商标与引证商标均使用在第 5 类消灭有害动物制剂、消灭有害植物制剂等化学制剂、土壤消毒制剂、农业用杀菌剂等商品上,相关商品与农业生产和生态环境密切相关,两商标近似可能损害公共利益,故济南艾格福公司提交的《商标共存协议》不能成为申请商标获准注册的充分理由。参见最高人民法院(2017)最高法行申 3845 号行政裁定书。

²⁰在济南艾格福实业有限公司诉国家工商行政管理总局商标评审委员会商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,由于申请商标与引证商标均使用在第 5 类消灭有害动物制剂、消灭有害植物制剂等化学制剂、土壤消毒制剂、农业用杀菌剂等商品上,相关商品与农业生产和生态环境密切相关,两商标近似可能损害公共利益,故济南艾格福公司提交的《商标共存协议》不能成为申请商标获准注册的充分理由。参见最高人民法院(2017)最高法行申 3845 号行政裁定书。

²¹在株式会社池田模范堂诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,诉争商标指定使用的人用药、药用胶囊商品的性质特殊,直接关系到人民群众身体健康和用药安全。从公共利益出发,应当尽量避免相关公众在选择药品时由于商标近似而导致混淆误认,本案中,诉争商标与引证商标近似程度较高,准许诉争商标注册容易造成相关公众混淆误认,并可能损害公共利益,因此,共存协议不能成为准予注册的合法理由。参见最高人民法院(2019)最高法行申 4581 号行政裁定书。

²²在拉斯维加斯沙士公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中,法院认定,诉争商标与引证商标高度近似,且均使用在第 43 类服务上,其与引证商标共存于市场,会造成消费者对诉争商标与引证商标的混淆和误认,违反了商标法第三十条规定,因此,诉争商标不应当核准注册。参见最高人民法院(2019)最高法行申 2778 号行政裁定书。

法行申 4730 号²³、(2020)最高法行申 6289 号²⁴和(2024)最高法行申 3100 号案²⁵中法院的裁判思路基本一致，都是认为共存协议不能影响商标法律制度的基本功能。有关商标的权利人形成的共存意愿，虽然可以作为判断是否可能导致混淆的考量因素，但并不能直接排除《商标法》第 30 条的适用。最后，在判断共存协议效力时，还要从协议内容本身出发。(2017)最高法行申 2704 号²⁶、(2018)最高法行申 1796 号²⁷案例中，法院因共存协议未能覆盖引证商标的全部冲突产品，从而认定引证商标仍存在注册障碍，不予认可共存协议。

综上所述，法院肯定共存协议效力应当满足以下条件：共存协议真实、合法、有效；不损害国家利益、社会公共利益和第三人合法权益；协议约定的内容应当覆盖了相应的引证商标和冲突商品，并且不存在程序性障碍，例如地域性限制和强制性法律规定冲突等。在协议有效的基础上，法院进一步认定如果协议的存在能够达到排除相关公众混淆误认可能性的程度，则应肯定共存协议的证明力。除此之外，还可以结合其他因素综合考虑。例如商标本身的相似程度、其他商业标志的辅助区分作用，以及申请人是否善意等。协议虽然有效，但是因以下原因不足以达到证明目的：一是近似程度过高，商标本身高度近似，协议不足以克服混淆；二是公共利益，涉及医疗、药品等领域，协议不能替代公共利益保护；三是证明力不足，双方当事人之间虽然存在协议，但无法证明不会导致相关公众混淆。因此，即使相关市场主体已达成共存协议，若存在混淆风险，该协议仍不应当被采纳。

3.2.4. 裁判分歧背后的深层原因

上述三类裁判态度的差异，表面上是法院对共存协议效力的认定不同，实质上是法院价值衡量的结果[8]。一是私权自治与公共利益之间的考量[9]，商标权作为私权，权利人有权通过协议处分其权利，这也是共存协议效力的法理基础。然而商标制度同时承载着防止市场混淆、保护消费者利益的公共职能。当商标近似程度较高或者涉及特殊领域时，一般优先考虑公共利益，而不是私权自治。法院在不同案件中的选择，实际上是在个案中对于私权与公共利益两种价值的权衡。二是程序法和实体法之间的衡量，共存协议在本质上是一项民事合同，其有效性依据《民法典》来判断。但在商标授权确权行政程序中，法院审查的是被诉行政行为的合法性，即引证商标是否构成合法的在先权利障碍。这决定了共存协议不能排除《商标法》第 30 条的适用[10]，即使协议有效，法院仍应独立审查其是否足以证明不存在混淆可能性，其证明力须在个案中结合商标近似程度、商品关联程度和公共利益等因素综合判断。

3.3. 存在问题

3.3.1. 立法模糊

我国现行《商标法》及其配套法规，尚未对商标共存协议的形式要件与实质要件作出系统性的规定，

²³在山羊功能有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中，法院认定，诉争商标与引证商标权利人之间虽可签订商标共存协议，但不能影响商标法律制度的基本功能。在诉争商标与引证商标业已构成近似的情况下，不能援引共存协议排除前述法律规定的适用。参见最高人民法院(2019)最高法行申 4730 号行政裁定书。

²⁴在北京幻想纵横网络技术有限公司诉国家知识产权局商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中，法院认定，诉争商标与引证商标权利人之间虽可签订商标共存协议，但不能影响商标法律制度的基本功能，在诉争商标与引证商标业已构成近似的情况下，不能援引共存协议排除前述法律规定的适用。参见最高人民法院(2020)最高法行申 6289 号行政裁定书。

²⁵在某 1 公司诉国家知识产权局行政申请再审审查行政纠纷案中，法院认定，诉争商标与引证商标共存，容易造成相关公众混淆误认，构成《中华人民共和国商标法》第三十条规定的情形，并无不当，《商标共存同意书》并非诉争商标能够获得注册的当然依据。参见最高人民法院(2024)最高法行申 3100 号行政裁定书。

²⁶在马瑞士有限公司诉中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中，法院认定，共存协议仅解决了部分引证商标的障碍，而其他引证商标仍然有效且构成类似商品上的近似商标，因此，协议的整体效力将被否定，申请商标仍无法获准注册。参见最高人民法院(2017)最高法行申 2704 号行政裁定书。

²⁷在纽迪西亚国际有限公司诉国家工商行政管理总局商标评审委员会商标行政管理(商标)再审审查与审判监督行政纠纷案中，法院认定，引证商标仅在部分商品上被注销或达成协议，而保留的其他商品仍与诉争商标指定使用的商品构成类似，因此共存协议的效力不足以支持诉争商标的注册。参见最高人民法院(2018)最高法行申 1796 号行政裁定书。

制度层面存在明显的空白。就形式要件而言,法律既没有强制要求此类协议必须采用书面形式,也没有规定应当履行公证等特定的程序性要求。这种规范的缺失,致使实务中共存协议的形式参差不齐,进而引发了对协议效力认定的较多争议。在实质内容方面,现行法规同样未能明确协议的必要条款构成,对于消费者权益可能受到的影响、公共利益如何衡量等核心要素,也缺少相应的评估标准。

3.3.2. 审查标准模糊

在商标审查实践中,主管部门对共存协议的认可程度总体偏低。审查人员往往基于“可能存在混淆”的推定倾向,对相关申请作出驳回处理。这种审查尺度上的不一致,一方面使得企业在商标注册过程中面临着较大的法律不确定性,另一方面也显著推高了企业的商标维权成本与市场经营风险。长此以往,便难以形成稳定且可预期的商标法治秩序。

4. 域外立法与实践

4.1. 商标共存制度演进历史

4.1.1. 英国:普通法的善意共存原则渊源

商标共存的概念最初源于英国普通法的“善意同时使用”原则。在商标注册制度建立之前,英国法院在普通法上就成承认了,在信息流通不畅的时代,同一商标可能在互不知情的情况下由不同地域的善意使用者分别使用。法院基于衡平法理念,允许这种因地域阻隔而形成的善意共存状态持续下去。这一原则在1938年英国的《商标法》²⁸中成文化,并在1994年《商标法》第7条²⁹中对善意共存情形下的商标申请理由作出了专门安排:只要双方当事人达成了共存协议,即视作其已经接受商标共存可能引发的混淆后果。

4.1.2. 欧盟:从排除协议到有限接纳的司法转向

在早期实践中,当时的欧洲内部市场协调局(OHIM)持相反的立场。该机构将商标共存协议仅视作私人之间的契约安排,否认其在混淆可能性判断中具有任何证据价值。2007年的SKY案³⁰标志着一次重大的转折^[11],在该案中,OHIM首次将共存协议纳入考量范围,但其审查重心依然落在商标本身的差异性上,而非协议对混淆可能性的影响。此种审查思路在后续发展中逐渐定型,最终形成了与美国截然不同的认定模式:欧盟法院并不关注协议对混淆可能性的实质影响,而是严格审查协议是否满足“明确同意”的形式要求。欧盟此前的立场否定共存协议的价值,实质上是将商标注册视为行政管理行为,而不是私权处分行为。SKY案的转向体现了对商标权是私权这一本质认识的回归,后续《欧洲议会与欧盟理事会第2015/2436号指令》第5条³¹以明确同意为核心要件,在私权自治与公共利益之间划定了边界。

4.1.3. 韩国:从迂回策略到制度引进的转型

商标法不允许在同一种或者类似商品上注册与他人在先申请或者注册商标近似的商标,即使申请人向韩国知识产权局提交引证商标所有人出具的明确同意在后申请注册的共存同意书,韩国知识产权局也不予接受。如果双方经过协商同意其商标在韩国共存,除了签署共存协议之外,双方还需要采用“受让后再转让”的迂回策略。即将引证商标先转让给另一方,使商标归于同一方名下,待驳回理由被克服,在后申请商标成功注册后,再将临时受让的商标重新转让。这种模式在实践中存在程序冗长、成本高昂等问题,十分低效。直到2024年5月1日,韩国《商标法》³²修改案引入共存同意制度,允许双方在相互同意的基础上签订商标共存同意书。同时,还设置了三项限制:申请商标与在先商标相同且指定商品

²⁸<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/Geo6/1-2/22/enacted>

²⁹<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1994/26/section/7>

³⁰<https://marques.org/blogs/class46/Default.asp?XID=BHA1400>

³¹<https://www.legislation.gov.uk/eudr/2015/2436/article/5>

³²<https://kipo.go.kr/ko/kpoBultnFileDown.do?ntatcSeq=49&ntatcAtfSeq=1&sysCd=SCD02&aprchId=BUT0000041>

完全相同的，不适用该制度；以不正当竞争目的使用导致混淆的，可撤销注册。

4.2. 两种效力模式的比较

从世界各国来看，对商标协议共存效力认定的态度存在两种模式。一种是绝对效力模式，其强调对商标共存协议有效性的绝对保护，只要商标注册申请人与在先商标权人签订商标共存协议，商标审查机关和司法机关充分尊重当事人的真实意思表示，不再审查其他障碍性因素，直接核准申请商标注册，例如英国、欧盟采取的就是绝对效力模式。另一种是相对效力模式，该模式下双方签订的共存协议或权利人出具的共存同意书不能直接使申请商标获得注册，协议的法律效果限于作为排除混淆的参考证据。商标管理机关仍然需要综合具体案件的情况，判断两商标共存可能导致的后果，以及这种后果是否会影响公共利益，采取这种模式的国家包括美国、日本、韩国等。

4.2.1. 绝对效力模式

英国是采纳绝对效力模式的典型代表，其强调市场主体是自身利益的最佳判断者^[12]。在先商标权人作为最接近市场的主体，其同意共存的决定，本身就构成不会导致混淆的初步证据。该国1994年《商标法》第7条³³，针对善意共存情形下的商标申请相对理由作出了专门安排：只要双方当事人达成了共存协议，即视作其已经接受商标共存可能引发的混淆后果。在审查实务中，由于该条款将共存协议置于优先地位，商标主管机关主要围绕申请商标与在先商标之间是否存在权利冲突，进行形式层面的相对理由审查，而不再进一步评估混淆可能性等实质因素。依据这一审查标准，行政主管部门可作出驳回或核准注册的决定。然而，倘若当事人之间已经订立了商标共存协议，审查员便无需再对相对理由加以评估，可以直接核准注册。在此情形下，即便共存商标有可能导致消费者产生混淆误认，申请商标依然能够获得合法的注册保护。如果申请人在提交申请之时尚未签订共存协议，审查部门在发现商标冲突之后并不会直接予以驳回，而是先征询在先权利人的意见。在先权利人既可以选择同意注册并签署共存协议，也可以表示拒绝，此时注册程序即告终止。为降低与在先商标发生冲突的风险，行政主管部门还可以对申请商标所指定使用的商品或服务范围施加限制，以便实现不同商标之间的有效区分。

4.2.2. 相对效力模式

美国是采纳相对效力模式的典型代表，美国对商标共存协议效力的认定，以“无混淆可能性”作为制度前提。这一立场的背景是美国的侵权诉讼和异常程序极为活跃，法院需要在个案中不断检验是否会造成混淆，因此不能将权利完全让渡给当事人。《兰哈姆法》第2(d)条³⁴便明确要求，商标的共存注册必须以满足不造成混淆、误认或欺骗这一法定条件为前提。即便双方已经签署了共存协议，美国专利商标局仍负有独立审查混淆可能性的职责。在具体的审查过程中，需要综合考量商标的近似程度、商品或服务的关联性、市场实际使用状况，以及协议中限制条款的合理性与有效性。因此，商标共存协议仅仅是一项重要的证据，而并非决定性依据。

在司法实践领域，美国对商标共存协议的法律效力遵循有限采纳的原则。1973年的杜邦案(*In re DuPont*)³⁵即确立了相关的基本规则：法院应当充分尊重当事人就混淆可能性所作出的商业判断，但协议自身必须具备实质内容，而不可流于单纯的形式同意。依据《商标审查程序手册》的规定，审查员需要将协议内容与其他证据结合起来进行综合判断。如果协议条款能够合理地消除混淆可能，则倾向于予以接受；如果存在明显冲突，那么即便订有协议，申请仍可能遭到驳回。

在具体操作中，商标共存协议需向美国专利商标局(USPTO)进行备案，备案后的协议将作为商标注

³³<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1994/26/section/7>

³⁴<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1052>

³⁵<https://www.courtlistener.com/opinion/8902909/in-re-e-i-dupont-denemours-co/summaries/>

册审查的重要参考依据。例如,在“APPLE”商标案中³⁶,苹果公司在电脑领域拥有知名度极高的“APPLE”商标,而另一家经营者在音乐领域同样使用“APPLE”商标。双方通过签订共存协议,并向USPTO办理备案,明确划定了各自商标的使用范围和领域。法院在审理相关案件时,综合考量了双方的使用证据、市场影响力以及共存协议的约定,最终认定在不同领域内,两个“APPLE”商标可以合法共存。美国法院在判断商标共存问题时,极为重视商标的实际使用证据[13]。倘若双方能够证明其商标在实际使用中,于使用范围、地域、消费群体等方面均无重叠,消费者能够做到清晰区分,那么法院通常会认定此种商标共存为合法。

4.3. 域外经验对我国商标共存制度的启示

上述域外经验表明,商标共存协议的效力认定并不是统一的,各国均基于自身的法律传统、市场环境和制度需求作出了不同选择,这也为我国商标共存制度的完善提供了可参考的启示。英国的绝对效力模式,是建立在其普通法上善意同时使用原则的长期沉淀,以及整体市场信誉较高的基础上。欧盟以“明确同意”为形式要件,将审查重点放在协议内容的完整性而不是混淆可能性的实质判断,体现了对法律确定性价值的优先考量。美国始终坚持“无混淆可能性”的法定前提,共存协议仅作为重要证据而非决定性依据,赋予行政机关独立的审查权。韩国2024年修法确立的共存同意制度,既回应了长期实践中迂回策略造成的程序性问题,又在引入共存同意的同时设置例外排除,防止制度滥用。

对于我国而言,首先应当摒弃全有或者全无的思维定式。共存协议的效力认定并不是只能绝对采纳或完全排斥,域外经验表明,在二者之间保留行政机关和法院的独立审查权,是多数国家的选择。其次,制度设计应当与我国自身法律传统和国情适配。我国商标授权确权程序以行政审查为主导,司法审查相对被动,整体市场诚信体系仍在建设中,商标恶意抢注和囤积问题尚未根治[14]。因此在这种背景下,不宜直接套用英国的绝对效力模式,而应当以共存协议作为重要考量因素、行政机关保留独立审查权,并审查是否会影响公共利益。最后,应当正视我国现行制度缺失的问题。当前我国商标法及其实施条例对共存协议均无明确规定,司法实践中标准不一,市场主体难以形成稳定预期,通过行政协商方式解决商标冲突的制度尚未有效建立。因此,建议在《商标法》中增设共存协议的专门条款,或者在司法解释中明确其效力认定的基本规则。以参考共存协议、独立审查为基本框架,吸收欧盟明确同意的形式要件和韩国撤销的经验,在尊重私权自治与维护公共利益之间实现有效平衡。

5. 商标协议共存制度完善建议

5.1. 完善立法引入商标共存制度

为完善相关制度,我国应当在《商标法》中增设专门条款,对商标共存协议的相关内容加以明确。第一款规定商标共存协议的定义与形式:申请注册的商标与他人在先注册或者初步审定的商标构成相同或者类似商品上的相同或者近似商标的,申请人可以与在先商标权利人签订商标共存协议。商标共存协议应当采用书面形式,由双方当事人签字或者盖章,并明确约定商标的使用商品、地域范围、使用方式及期限等事项。

第二款规定共存协议的效力与审查:商标共存协议真实、合法、有效,且不损害国家利益、社会公共利益和第三人合法权益的,可以作为判断诉争商标是否应予注册的考量因素。国家知识产权局在审查过程中,应当对共存协议的内容进行审查;经审查认为协议内容明确、不存在混淆可能性的,可以准予注册。

第三款规定有下列情形之一的,商标共存协议不予认可:(一)协议内容违反法律、行政法规强制性

³⁶<https://caselaw.nationalarchives.gov.uk/ewhc/ch/2006/996>

规定的；(二) 诉争商标与引证商标完全相同，指定使用的商品或者服务完全相同，会造成相关公众混淆的；(三) 申请人存在恶意抢注、攀附他人商誉等不正当目的的；(四) 协议内容模糊、概括，无法确定双方商标的具体共存边界的；(五) 其他可能损害国家利益、社会公共利益或者第三人合法权益的情形。

第四款规定商标共存协议在侵权判定中的效力：在商标侵权诉讼中，商标共存协议可以作为被告主张不构成混淆的证据，但是当事人不得以共存协议对抗社会公共利益。

5.2. 建立公示与异议制度

我国应当建立起商标共存协议的公示制度。具体而言，可要求所有完成备案的共存协议，均在商标局官方网站上予以公示。公示内容应当涵盖协议双方的主体信息、商标信息以及协议中的关键条款等。在规定的期限内，公众有权对公示的共存协议提出异议。倘若公众认为相关协议存在损害消费者权益或公共利益的可能，即可向商标局提交异议申请，并具体说明理由。商标局在接收到异议申请后，应在一定期限内完成初步审查，通知协议双方限期答复，并根据答复情况作出维持备案、要求修改或撤销备案的决定，异议审查期间诉争商标的注册审查程序中止。此外，对于已经备案的共存商标，企业应当在商品包装或服务宣传中，注明“商标共存”的相关信息。同时，还可以采用设置显著标识等方式，向消费者清楚地区分不同商标所指向的商品或服务来源，从而降低消费者发生混淆的风险。

5.3. 建立动态监管机制

我国应当着手建立商标使用动态数据库。商标局与市场监管部门需定期收集并更新共存商标的使用信息，其范围应涵盖商标的使用范围、市场占有率以及消费者反馈等内容。通过对上述信息的综合分析，可以评估共存商标在市场中产生的实际影响。一旦在使用过程中出现消费者混淆的投诉，相关部门收到投诉后应在 30 日内决定是否立案，立案后 60 日内完成调查。经调查认定混淆确实存在的，国家知识产权局应当撤销共存备案并通知限期改正，拒不改正的可依职权宣告该注册商标无效。对于那些故意违反共存协议约定，并因此损害消费者权益或市场秩序的企业，则应建立相应的失信惩戒机制，将其纳入失信名单，同时依法予以处罚，以此维护商标共存制度的正常运转与市场的公平竞争秩序。

参考文献

- [1] 赵加兵. 论商标共存协议在商标注册中的地位——以《商标法》第 30 条为视角[J]. 郑州大学学报(哲学社会科学版), 2016, 49(1): 42-45.
- [2] 骈梦. 商标共存协议的效力认定研究[J]. 河南科技, 2024, 51(4): 130-133.
- [3] 宋建立. 商标共存疑难问题研究[J]. 法律适用, 2023(4): 37-45.
- [4] 孔祥俊. 协议型商标共存的底层逻辑与制度构建——《商标法》第 30 条的适用和修订[J]. 知识产权, 2025(1): 6-32.
- [5] 李玉香, 刘晓媛. 构建我国商标共存制度的法律思考[J]. 知识产权, 2012(11): 61-66.
- [6] 李雨峰, 倪朱亮. 寻求公平与秩序: 商标法上的共存制度研究[J]. 知识产权, 2012(6): 3-15.
- [7] 叶悦. 我国商标共存协议效力的司法现状与对策[J]. 中华商标, 2023(5): 64-68.
- [8] 郑艺涵. 论商标共存协议效力的认定——以商标共存协议主体为视角[J]. 中华商标, 2024(2): 74-78.
- [9] 陈彦榕. 论商标共存协议中的价值权衡[J]. 中华商标, 2023(S1): 55-58.
- [10] 吴斌. “共存协议”在商标近似性判断中的认定[J]. 中华商标, 2022(10): 60-63.
- [11] 薛洁. 商标共存制度初探[J]. 电子知识产权, 2010(8): 67-69+75.
- [12] 陈武. 论近似商标共存制度[J]. 知识产权, 2008(3): 19-25.
- [13] 陈光光. 多重视角下我国商标共存协议的效力探析[J]. 法制博览, 2022(33): 32-34.
- [14] 李若曦. 商标共存协议的效力认定标准研究[J]. 中华商标, 2023(2): 53-57.