

我国声音商标注册审查制度之完善

刘 祎

湖北大学法学院，湖北 武汉

收稿日期：2025年3月12日；录用日期：2025年4月9日；发布日期：2025年4月16日

摘 要

在探讨声音商标注册审查制度时，其核心功能在于评估申请人提交的声音样本是否符合注册为商标的条件。目前我国声音商标的地位有待提高，其显著性的识别主体和识别内容也存在着相应问题，再加上审查资源的有限性，致使我国声音商标注册审查制度举步维艰。本文旨在当前法律框架下，引入公众参与机制，通过制度设计，探索完善声音商标注册审查制度的路径，破解声音商标注册面临的困境。

关键词

声音商标，注册审查制度，公众参与

The Improvement of China's Sound Trademark Registration and Examination System

Yi Liu

School of Law, Hubei University, Wuhan Hubei

Received: Mar. 12th, 2025; accepted: Apr. 9th, 2025; published: Apr. 16th, 2025

Abstract

When discussing the sound trademark registration and examination system, its core function is to assess whether the sound sample submitted by the applicant meets the conditions for registration as a trademark. At present, the status of sound trademarks in China needs to be improved, and there are corresponding problems in the identification subject and content of their distinctiveness, coupled with the limited examination resources, which makes it difficult for China's sound trademark registration and examination system. The purpose of this paper is to introduce a public participation mechanism under the current legal framework, explore the path to improve the sound

trademark registration and examination system through system design, and solve the dilemma faced by sound trademark registration.

Keywords

Sound Trademark, Registration and Examination System, Public Participation

Copyright © 2025 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. 我国声音商标注册审查制度的发展脉络及立法现状

(一) 发展脉络

声音商标这一概念起源于欧美国家，其历史可追溯至 20 世纪 70 年代，当时美国全国广播公司率先注册了 NBC 标志性的三响音阶，成为全球首个声音商标。尽管此后因国际背景和技术条件的限制，声音商标一度仅作为传统商标之外的一种小众形式存在，但其热度并未完全消退。随着国际交流的日益频繁和技术的飞速发展，为了顺应国际趋势并促进本国经济发展，各国纷纷采取措施促进声音商标的注册与使用，在声音商标的注册表达方面，各国亦呈现出多样化的特征。各国间差异化的制度设计，深刻映射了各自独特的历史文化背景。在追求与国际接轨的同时，深入理解这些制度背后的价值理念至关重要，同时，我们也需紧密结合我国实际情况，制定出最为贴切的声音商标注册体系。2001 年，我国在修订《商标法》时，首次将三维标志与颜色组合纳入可注册范畴。至 2013 年，《商标法》再度修订，正式将声音纳入注册对象的行列。学者们倾向于从比较法的视角出发，对国外注册制度持开放态度，主张采用固有显著性与获得显著性并重的审查标准。然而，不得不正视的现实是，在实务操作中，我国仅采用获得显著性作为单一审查标准的情况普遍存在，这一现状在相关学术文章中得到了学者们的默认。

(二) 立法现状

我国当前实施的《商标法》第八条明确规定，声音商标已被纳入可注册的商标类别之中，这一立法行动促使了我国声音商标注册审查制度相关法律法规的建立健全。《商标法实施条例》第十三条则进一步细化了声音商标注册的具体要求，规定申请人需承担声明、提交样本、描述声音以及说明使用情况的义务^[1]。而《商标审查审理指南》则专门设立章节，对声音商标的审查审理流程进行了详尽阐述，涵盖法律依据、概念阐释及实质审查等多个维度。值得注意的是，随着相关法律法规的层级逐渐细化，其内容也日益详尽具体，这不仅增强了制度的可操作性，也使得该制度更加贴近实际应用场景。

2. 我国声音商标注册审查制度存在的问题

(一) 声音商标的地位有待提高

在追求效率的时代背景下，商家主要聚焦于吸引消费者视觉领域的注意力，而声音则被视为辅助性、伴随性的存在，其信息承载能力相对有限。为规避不正当竞争，商家利用商标来界定各自的“势力范围”。考虑到公众的关注焦点主要集中于视觉元素，传统的文字及图形商标自然而然地占据了市场的主导位置，这解释了为何声音商标在数量、规模及其产生的社会影响方面，难以与传统商标相媲美。随着社会生活节奏的持续提速，个体需处理的信息量激增，长期过度依赖视觉接收信息无疑给眼睛带来了沉重负担。因此，人们开始将注意力投向以往被忽视的听觉领域，视觉与听觉的结合有时能产生出人意料的协同效应。从这一视角出发，声音商标兴起的趋势是对当今社会现状的一种积极适应。在这一背景下，声音商

标预计将在不久的将来实现从“边缘角色”向“核心参与者”的转变。

(二) 声音商标显著性的识别主体和识别内容存在问题

在声音商标注册审查的过程中,一个核心问题在于确定声音商标显著性的识别主体。根据我国现行的审查制度架构,尽管已对申请人提出了明确要求,即需提交证据,以证实声音商标经过长期应用且已被相关消费群体视为商标进行辨识,但在具体操作细节上却显得含混不清。商标审查部门在审查证据时拥有较大的操作空间,结果容易受到审查人员主观方面的影响,这实际上导致这些部门成为了判断声音商标显著性的实质性主体。

声音商标能否获得显著性,关键在于其作为商标被公众所认知的程度。作为一种新兴的商标形式,在申请前一些公司往往已经先行注册了传统商标。以腾讯公司为例,其注册的“企鹅图像”传统商标与“嘀嘀嘀嘀嘀”声音商标并存。在此情境下,“企鹅图像”因先入为主的效应而占据优势地位,而关于“嘀嘀嘀嘀嘀”这一QQ提示音,公众是将其视为背景音乐还是声音商标,便成为了腾讯公司注册声音商标时引发争议的焦点。对于声音商标注册申请人而言,要突破传统商标的影响范围,面临着诸多挑战。

(三) 声音商标审查资源有限

我国声音商标注册审查制度存在不足,成本是无法回避的问题。当谈及商标的实际注册流程时,必须考虑到行政与司法资源的分配问题。对于声音商标这类非传统形式,商标审查人员与法官在处理时确实面临更多挑战。声音商标的审查周期相较于传统商标显著延长。而这种长时间的审查和通过率不成正比,导致了行政资源被大量无谓消耗。我国则采取了“长期使用+公众认知”的实质审查标准,以此标准筛选了众多注册申请者,虽然在一定程度上节约了行政资源,并对知识产权“垄断”趋势起到了抑制作用,但这也潜藏着更深层次的不公平性。单一的显著性获取标准增加了广大中小企业的举证负担,而对于行业巨头而言,不过是增加了些许时间成本而已。

此外,将声音纳入商标法体系,无疑会给司法实践带来诸多挑战,例如商标法与著作权法的重叠。美国法院针对这一问题已发展出一系列规范性工具。然而,由于在具体案件中难以形成统一意见,这些工具的应用不仅未能有效解决原有难题,反而引发了裁判标准多样化、论理不清等新困境。我国当前采取的策略是将声音商标暂时纳入驰名商标的认定框架内,这一做法体现了中国智慧。然而,我们也应清醒地认识到,这仅为一种暂时的应对策略,无法从根本上长期解决声音商标在司法实践中的适用问题。

3. 声音商标注册审查制度引入公众参与的可行性

(一) 公众参与的现实基础

1、专业分工已经成为一种大趋势

因声音商标与典型商标和其他可视性非显著商标相比,判断较为困难,故公众参与在声音商标的注册中发挥着不可替代的作用[2]。在声音商标注册审查制度初创阶段,行政审查部门作为公权力的执行者,既负责事实的确认,也承担法律的评判,扮演了一个多角色的“综合管理者”,同时也体现了对我国立法要求的基本响应。随着社会的发展,专业分工越来越细化,现代社会已经进入“微观时代”[3]。就我国当前声音商标注册审查的实践而言,在评估企业所提交证据能否证实声音商标“广泛被识别”的问题上,行政审查部门无疑是最终的,也可能是最重要的审查者[4]。但判断相关公众能否根据一段声音识别出相应的商品服务提供者,不能仅凭审查人员的主观印象,而应综合相关市场使用声音标识的具体情况,考察同行业其他经营者是否会利用声音作为相互区分的标志[5]。公众参与使得判断声音商标显著性的实质主体不再由行政部门独占,也能更好地考量声音商标被公众所认知的程度。

2、公众参与是商标法治的应有之义

在声音商标注册的审查流程中,引入公众参与其实是对既有议题的一种新颖表述,它本质上契合了商标法治的核心理念与要求。典型就是在最近几次的《商标法》修改中,来自社会各界的公众意见正借助互联网相互碰撞,成为引导立法的重要因素[6]。我国知识产权法律体系,包括商标法,其构建并非源自内部自发或基层驱动的过程,而是在外部因素的推动下,秉持着融入国际体系的愿景,在机遇与挑战中灵活应对,以一种“自上而下”的强横推广开来[6]。那么,我国知识产权法的社会根基如何?是否存在因缺乏基层自下而上的完善环节,而导致公众参与不足的问题?

(二) 公众参与声音商标注册审查制度的发展前景

1、公众参与具有一定的域外经验

美国的“公众专利评审”网络试验平台,为声音商标注册审查中公众参与构想的萌芽提供了灵感。从国家宏观战略视角审视,引入这一制度无疑能为我国商标注册审查制度的构建、成长及优化注入强大动力。鉴于我国科技实力与美国尚有差距,公众专利审查制度在国内尚未落地生根。因此,我们可以考虑从专业门槛较高的“公众参与专利审查”转向要求稍低的商标审查领域,尤其是从较为小众的声音商标切入,逐步构建公众参与机制。一举多得,不仅能健全本国的注册审查体系,还能为后续在全领域推行开辟道路。

2、公众参与能够打破两方对立局势

我国现行的声音商标注册审查流程主要包含两个阶段:商标申请人的公开提交阶段与商标评审员的评估参考阶段[7]。在此框架下,商标评审人员兼具双重职能,他们既是申请材料真实性及价值的评估者,又是法律尺度的把握者[1]。这一角色对商标评审人员的能力提出了极高要求,因此,引入外部支持力量显得尤为重要。随着公众评审力量的融入,实现更为细致的审查成为可能,从而一定程度上减轻了商标评审员的负担,使他们能够在法律适用层面的审查更加尽心尽力,这不仅能够节约行政与司法资源,提升了声音商标注册审查的效率,也能激励中小企业参与,增强结果的社会认可度。

4. 公众参与声音商标注册审查制度的制度设计

(一) 公众参与声音商标注册审查制度的初步设计

1、公众评审申请与网上公开

当前,声音商标申请人、公众评审人员及商标评审员三方主体已就位,接下来的核心议题在于如何有效实施公众参与机制于声音商标注册审查实践中。首要原则是自愿性,即声音商标申请人需主动选择是否采用公众评审。在商标审查机构的网络申请页面中,应当设置清晰的选项供申请人选择。申请人上传相关资料后,能够自由选择评审方式。一旦申请人选定公众评审路径,其申请资料将在网络平台上进行公开,于规定时间内收集公众评审人员的反馈。此平台既可依托商标审查机构现有网站,也可利用成熟的第三方平台,或独立构建专用平台。网络平台方便快捷,便于整合资源和数据,提高检索查询的时间和效率[8],个人倾向于利用短视频平台,因其在初期仅需发布相关公告并收集基础数据,且能作为一次有力的宣传契机,通过发布配套短片,进一步激发社会公众作为评审者参与的热情。

2、公众评审社区的构建

利用大数据技术,我们能够根据后台的访问记录精确地识别并挑选出愿意参与的公众评审人员。在平台上,这些公众评审人员也可以根据个人兴趣进行检索,并有权邀请更多志同道合人员的加入,一同建立针对具体申请的“公众评审”社群。在该社群中,公众评审成员需要将申请材料及其他成员的意见进行整理与存档。在构建公众评审小组时,有几点需要特别关注:首要任务是筛选出合适的公众成员,这就要求我们在媒体平台上清晰阐述我们的要求;其次,我们需要简化公众评审的任务,通过把工作细分成更小单元,使得公众评审成员能够利用闲暇时间进行有效完成;最后,培养一支长期稳定的人员组

成队伍，这是确保持续发展的核心要素。

3、相关材料的排序、整合和参考决策

接下来的步骤是对所有既有材料进行有序排列。在排序的准则上，我们可以参考美国的实践，引入投票体系，具体操作为：由公众审核员针对既有的资料与文献进行投票，并按照票数的多少来确定排序。另一种可行的方法是遵循证据评估的逻辑，从材料的客观真实度及关联性入手，为各项材料分配相应的权重值以完成排序。接下来，公众评审社群的任务便是汇总排序的结果，编纂成书面形式的报告，并提交至商标评审员及商标申请人处。商标评审员在决定是否批准声音商标注册时，将参考公众评审社群所提供的公众评审意见。

(二) 公众参与声音商标注册审查制度的进一步设计

1、公众评审人员的筛选

消费者是探讨商标法不可或缺的核心要素。王太平主张，应将消费者视为判断商标显著性的首要考量主体^[9]。新加坡的实践已将消费者调查报告作为评估商标获得显著性的关键证据。在此基础上，程千千进一步设想，探索将消费者调查报告作为我国声音商标显著性认定的法定证据形式^[10]。私认为，此思路可进一步拓展，直接吸纳消费者加入公众评审队伍。鉴于同业竞争者间商标纠纷频发，相较于事后补救，更应在制度设计阶段就为其提供前置保护。因此，同业竞争者同样应纳入公众评审范畴。声音商标的注册需平衡公共利益，公共资源中的通用声音应当被社会公众共同享有。为了切实保障公众的利益，公众自身也应积极参与到公众评审的行列之中。在声音商标的审查流程中，乐理知识的运用是不可或缺的一环，因此在公众评审中适度增加专家参与显得尤为必要。最终，通过大数据分析，综合考量社区内消费者、同业竞争者、社会公众及专家参与者的权重，以获取更具代表性的样本数据。

2、公众评审意见的生成问题

设计声音商标注册审查的公众参与制度，旨在减轻商标评审员的工作负担，进而提升审核效率与认可度，因此公众评审意见具有举足轻重的地位。该意见的价值在于其合法性、真实性和有效性的综合考量。凭借区块链技术所具备的去中心化特性，公众评审意见若以节点分布的形式展现，或能达成前所未有的公正与透明。利用区块链中的分布式账本技术，我们能确保这些数据样本极难遭受篡改，从而获取真实可靠的数据样本。最终，商标评审员所接收到的将是一份极具影响力的公众评审意见。更进一步，随着公众参与度的持续增强，声音商标注册审查领域或许将迈向审查与裁决相分离的新阶段。

5. 结论

当前，随着经济的迅猛增长，网络传播媒介的进化更是日新月异。在这样一个快速变迁的时代，为应对消费者日益加快的生活节奏及多元化需求，生产经营者必须采取更为创新的方法来吸引顾客。声音商标，凭借其易于在媒介中留下深刻记忆的特质，要求企业选取易于记忆、独具一格的声音元素，并通过频繁播放，使消费者在选购商品或服务时能够浮现于脑海。这一趋势预示着，在商标领域的未来，符合注册保护标准的声音将会激增，呈现出井喷态势。鉴于我国声音市场庞大的规模及其展现出的广阔发展前景，声音商标在未来我国商标体系的构建中，势必将由边缘走向核心，当前未雨绸缪、合理规划更为明智。笔者总结了一些当前我国声音商标注册审查制度中存在的问题，在现有声音商标注册制度框架内，尝试融入公众参与机制，旨在设计一套兼具公平性、效率性及系统性的运作体系。但是这一机制只是“站在巨人的肩膀上”看得更远了一些，希望本文的写作能给我国对声音商标的注册审查制度提供一些助益。

参考文献

- [1] 王健. 论我国声音商标注册审查制度的完善——以公众参与为视角[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学,

-
- 2023.
- [2] 汪振江, 陈俊熹. 论我国声音商标注册审查制度的问题与完善[J]. 科技与法律(中英文), 2023(4): 63-71.
 - [3] 斯蒂芬·P·罗宾斯, 蒂莫西·A·贾奇. 组织行为学[M]. 孙健敏, 李原, 黄小勇, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2012: 111.
 - [4] 芮松艳. 论司法审判中如何认定商标显著性——兼评《关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》第 8、9、11 条[J]. 法律适用, 2017(17): 16-20.
 - [5] 戴羽飞. 声音商标注册问题研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2023.
 - [6] 张凤. 知识产权法治进程中的公众参与[J]. 知识产权, 2016(6): 69-75.
 - [7] 胡骋. 论非传统商标的显著性认定: 价值立场与论证框架[J]. 知识产权, 2020(1): 39-50.
 - [8] 王湘利, 刘连听. 我国声音商标法律保护探讨[J]. 合作经济与科技, 2023(3): 186-187.
 - [9] 王太平. 论商标法中消费者的地位[J]. 知识产权, 2011(5): 41-47.
 - [10] 程千千. 声音商标注册要件研究[D]: [硕士学位论文]. 苏州: 苏州大学, 2021.