

# 驰名商标淡化理论的正当性与适用边界研究

魏秋芬

扬州大学法学院，江苏 扬州

收稿日期：2025年12月4日；录用日期：2025年12月15日；发布日期：2026年1月8日

---

## 摘要

驰名商标淡化保护作为现代商标法的重要发展方向，其核心在于防止在不相同或不相类似商品上对驰名商标的使用，即使未造成混淆，也可能削弱其识别性或玷污其商誉。我国《商标法》第十三条虽为淡化保护提供了制度基础，但在立法表述、司法实践与理论认知方面仍存在不确定性与适用障碍。本文围绕“驰名商标淡化的认定与理论分析”展开，首先回顾淡化理论的演进路径与核心类型，继而选取典型案例进行深入剖析。本文进一步探讨了近似商标是否适用反淡化理论的边界，并从本土语境出发，提出构建具有中国特色的驰名商标淡化保护体系的制度建议。研究认为，应通过明确立法条款、细化认定要件、引入技术辅助手段，提升淡化保护的规范性与可操作性，以更好服务于品牌强国与公平竞争的法治目标。

---

## 关键词

驰名商标，商标淡化，商标侵权行为，《商标法》第十三条

---

# On the Justification and Application Boundaries of the Theory of Famous Trademark Dilution

Qiufen Wei

School of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: December 4, 2025; accepted: December 15, 2025; published: January 8, 2026

---

## Abstract

The protection against the dilution of famous trademarks has emerged as a significant trajectory in the development of modern trademark law. Its core objective is to prevent the use of a famous mark on dissimilar or non-similar goods which, even absent any likelihood of confusion, may impair the mark's distinctiveness or tarnish its reputation. Although Article 13 of the *Trademark Law of China*

furnishes an institutional foundation for anti-dilution protection, considerable uncertainties and practical constraints persist in its legislative articulation, judicial application, and theoretical comprehension. Focusing on the “identification and theoretical analysis of famous trademark dilution,” this article first traces the development of dilution theory and its principal categories, followed by an in-depth examination of representative cases. It further explores the boundary issue of whether similar trademarks fall within the ambit of the anti-dilution doctrine. Drawing upon China’s specific legal and socio-economic context, the article proposes institutional pathways for constructing a Chinese-characterized system of famous trademark dilution protection. It argues that clarification of statutory provisions, refinement of the elements for judicial determination, and the incorporation of technological auxiliary tools are essential to enhancing the doctrinal coherence and practical operability of dilution protection, thereby contributing to the broader governance goals of brand strengthening and fair competition under the rule of law.

## Keywords

**Famous Trademarks, Trademark Dilution, Trademark Infringement, Article 13 of the Trademark Law**

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

在现代商标制度中，驰名商标因其较高的知名度和市场影响力，在传统商标保护体系之外获得了更为强化的法律地位。作为对传统“混淆侵权理论”的补充和延伸，驰名商标的“淡化”保护强调的是对商标显著性和商誉的非混淆性损害防范。在中国，随着经济的发展和品牌意识的提升，越来越多的市场主体开始以驰名商标为核心资产进行品牌扩张，驰名商标的淡化保护也逐渐进入立法与司法的视野。我国自2001年加入《与贸易有关的知识产权协定》并逐步推动《商标法》修订以来，开始明确在法律条文中设立驰名商标的特别保护条款，其中《商标法》第十三条为驰名商标的反淡化保护提供了基础性依据。然而，在适用中却暴露出诸多理论与实践层面的矛盾，特别是在淡化理论的正当性、适用对象、构成要件以及保护边界方面，争议频仍，亟待系统梳理和规范界定。在此背景下，对驰名商标淡化理论的正当性进行深入分析，并厘清其在我国法律体系中的适用边界，不仅有助于提升商标制度的科学性与体系性，也有助于统一司法裁判尺度、防止商标权滥用，维护市场公平竞争秩序。

对于我国《商标法》是否已经确立适应经济社会发展的驰名商标反淡化制度，任毅通过对商标淡化与混淆进行比较研究，认为我国商标法应当独立规范商标淡化行为，进而构建混淆侵权相互协调的双重保护机制，完善商标法实施条例等行政法规和司法解释来详细规定商标淡化的具体认定和保护办法<sup>[1]</sup>；王太平教授则认为驰名商标的跨类反淡化保护从根本上改变了商标保护的格局，我国对未注册驰名商标的保护不能适应当下严格知识产权保护制度的需要<sup>[2]</sup>。对于驰名商标反淡化理论现实适用的正当性，早在2007年，杜颖教授提出商标法应该提供商标反淡化保护，混淆要素不是淡化认定的构成要件<sup>[3]</sup>。姚鹤徽教授从消费者心理认知出发对商标淡化制度的正当性进行检视和证立，商标淡化会降低消费者商标识别或者记忆的准确性和速度，甚至使消费者对驰名商标的情感反应呈现负面化，导致商标销售受挫，研究也表明消费者身处的情景、专家技能等因素的存在，会在一定程度上减弱商标淡化对消费者心理造成的影响，我们可以以此为基础深入审视商标淡化的理论基础与制度架构<sup>[4]</sup>；但也有学者对淡化理论在我

国现实适用的正当性提出了质疑，认为传统的商标保护理论下，已经给权利人提供了商标反淡化的武器，商标权人申请防御商标可以防止他人的跨类注册和使用，从而避免搭便车行为。申请防御商标可以减少商标反淡化保护的社会成本，提高资源配置效率[5]。

学界在驰名商标淡化认定司法适用方面也存在争议。对于驰名商标淡化认定中的商标近似，通常是参照混淆语境下的相似性标准，有观点认为参考欧美的相关理论，淡化中国的相似性判断应采取一种客观判断标准，具体量化则遵循“就低不就高”的原则，达到足以削弱显著性的标准即可[6]；也有观点从消费者认知心理出发，提出淡化认定中的商标近似与混淆可能性认定中的商标相同或近似的解释存在差异，淡化发生的根源是在原有认知网络基础上消费者针对侵权商标扩展出一条另外的认知网络，只有在商标相同或高度近似的情况下才能实现这一效果[7]。对于同类淡化能否被认定，有观点认为传统混淆理论就可以解决相同或类似商品存在的侵权问题。王迁教授则认为同类商品服务下也可能存在商标淡化[8]。淡化理论适用之初，有观点认为对驰名商标反淡化保护理论的立足点是混淆理论，认定淡化需要依据广义上的混淆理论，淡化理论仍处于混淆理论的范畴[9]。目前大部分观点认为混淆不是认定淡化的前提，淡化理论有其自身的体系性。刘维教授认为关联混淆和搭便车不属于淡化认定的范畴，裁判者在淡化机制中处理关联混淆造成了内在冲突的表象，淡化所提供的实际上是一种额外的保护，这种额外的保护是传统混淆不能涵盖的领域[10]。

综上所述，本研究将以“驰名商标淡化理论的正当性与适用边界”为切入点，围绕以下几个核心问题展开论述：第一，驰名商标淡化理论在中国是否具有充分的理论与制度正当性？第二，当前司法实践中适用淡化理论的具体困境体现在哪些方面？第三，近似商标是否应纳入淡化保护的范围？第四，如何在强化品牌保护与防止权利滥用之间寻求合理平衡？本文将通过文献分析、规范解释与典型案例研究相结合的方式，系统梳理驰名商标淡化理论的概念演进与正当性基础，分析我国现行法律对该理论的回应方式与不足之处，结合代表性判例探讨理论与实践之间的张力，最终提出更为科学、明确且具有本土化适用价值的规范建议，推动我国商标权保护制度向更合理、更平衡的方向发展。

## 2. 驰名商标淡化理论的基本内涵与正当性基础

### 2.1. 驰名商标淡化的理论起源与类型区分

驰名商标淡化理论最早可追溯至 20 世纪初的德国和美国法学界，其核心理念在于：即便第三方的商标使用未对消费者造成混淆，也可能对驰名商标的识别功能或商誉造成减损，因此应予以法律保护。与传统侵权理论不同，淡化保护并不以“混淆可能性”为前提，其出发点在于维护驰名商标作为“独特识别符号”的稳定性与市场稀缺性。我国自 2001 年《商标法》修订起，即开始区分驰名商标在“相同或类似”商品上的保护与“不相同或者不相类似”商品上的保护。在后者情形下，淡化保护成为关键手段。当前，我国《商标法》第 13 条第 3 款、《驰名商标司法解释》第 9 条第 2 款和《商标民事纠纷司法解释》第 1 条第 2 款，共同构建了我国驰名商标反淡化保护体系，但是淡化认定规则实际上并未真正确立，其正当性受到部分学者驳斥，现实适用的边界和标准也尚未统一。从 2023 年 1 月国家知识产权局公布的《中华人民共和国商标法修订草案（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》）来看，起草部门对我国现行淡化保护规则中存在的部分问题在第 18 条的规定中作出了相应调整，释放了加大驰名商标保护力度的信号。

根据学术界和案例的总结归纳，我国商标淡化认定的要件可以归纳为：1) 诉争商标与驰名商标在形式上呈现出“复制、摹仿或翻译”的特征；2) 两商标对应的商品类别不类似；3) 诉争商标足以导致相关公众误认为其与驰名商标具有相当程度的联系；4) 在民事案件中，被控淡化侵权的商标存在降低知名商标显著性、损害知名商标市场声誉，或不当利用知名商标市场声誉的损害或损害可能性。在个案中，如

果侵权方的行为符合上述列明的各项要素，则将构成商标淡化。因此，对这四项要件的准确解读成为案件定性的核心要素。

## 2.2. 驰名商标淡化保护的正当性依据

驰名商标淡化保护的提出并非凭空而生，而是源于混淆理论在保护逻辑上的内在局限。混淆理论强调消费者认知和来源误认，能够有效维护普通商标的识别功能与市场秩序，但当面对驰名商标这一特殊客体时，其适用范围便显得捉襟见肘。驰名商标往往是权利人长期经营、广告投入与市场积累的结果，其价值不仅在于区分商品来源，更在于其所承载的稀缺性、象征性与社会信赖，这种价值的受损往往并不表现为直接的混淆，而是渐进式的识别力弱化与声誉玷污。对抗淡化实质上是对权利人“品牌积累性劳动”的保护，防止市场中未经授权的使用行为削弱其长期投资成果。

正是在这种情形下，淡化理论的制度意义逐渐凸显。淡化保护从“混淆”框架中抽离出来，将驰名商标的“独特性”和“商誉”作为保护核心，能够直接回应跨类使用、搭便车利用以及负面玷污所带来的损害。换言之，淡化理论的提出是对混淆理论不足的回应，是商标保护逻辑从“消费者防混淆”走向“品牌价值维护”的重大转变。这一转变不仅在经济学层面维护了投资激励和市场效率，在法理层面也体现了对财产权完整性和消费者信赖利益的保障[11]。

与此同时，淡化保护的正当性并非仅仅停留在理论推演中。国际条约和各立法实践均已确认驰名商标在跨类保护中的必要性，彰显出淡化保护的制度共识。中国《商标法》及司法判例对驰名商标跨类保护的吸收，进一步印证了淡化理论在本土语境下的实践价值。由此可见，从混淆理论的不足出发，淡化保护不仅具有制度合理性，更有现实的正当性基础。它的确立与发展，标志着商标保护从单一的识别功能向多元价值维护的进阶。

因此，驰名商标淡化保护并非权利人的过度主张，而是源于制度逻辑和现实需求的必然选择。它既是对现有商标保护框架的修正与补充，也是现代知识产权制度在平衡权利人利益、消费者信赖和市场秩序之间寻求协调的一种回应。

## 3. 驰名商标淡化保护的理论疑问与反思

尽管驰名商标淡化理论在制度上具有一定的正当性基础，但其本身也引发了诸多学术上的质疑与争议，主要集中于以下几个方面：

对驰名商标过度保护可能会导致权利外延风险与制度膨胀。学界最常见的批评是，淡化理论实质上导致驰名商标权的过度扩张。传统商标保护仅限于“防止混淆”，而淡化理论却延伸至完全不同类别的商品和服务，甚至在消费者并未发生误认的情况下也可能认定侵权。这使得驰名商标权利人获得了超越一般商标的广泛控制力，一旦适用标准不清、保护边界模糊，驰名商标权人便可能借淡化理论打压潜在竞争者，限制他人正当使用符号资源，甚至形成事实垄断，这种扩张有违商标法的功能定位，使驰名商标保护异化为对市场语言和符号的过度占有。

与反不正当竞争保护的重叠部分学者认为，驰名商标淡化所保护的利益，本可通过反不正当竞争法加以解决。例如“搭便车”“商誉稀释”等行为，完全可以在“不正当竞争”的框架下认定，而无需额外创设独立的淡化理论。换言之，淡化理论在制度设计上可能存在“重复保护”，既增加了法律体系的复杂性，也使司法适用陷入选择困境。

可能会导致表达自由与文化创作的不当限制，打击创作积极性。驰名商标常被用作社会文化的一部分，比如在商业广告、艺术创作、讽刺评论等场景中，公众使用驰名商标往往是一种表达方式。如果淡化保护过度适用，可能会压制言论自由和创意空间。批评者指出，驰名商标不应被视为完全不可触碰的

“圣域”，否则会牺牲社会公众的表达权利，导致知识产权保护与公共利益之间的失衡。

淡化理论与混淆理论不同，其保护对象并非消费者直接利益，而是驰名商标的独特性和“声誉”。这种间接保护机制引发质疑：如果消费者并未受到误导，为什么仍需要法律干预？部分学者认为，淡化理论更多是为了维护权利人的商业利益，而消费者的实际利益可能被“虚拟化”或“工具化”，因此在正当性上缺乏坚实的公共利益支撑<sup>[1]</sup>。

综上所述，驰名商标淡化理论虽有其合理制度基础，但若缺乏明确的适用边界与标准，易陷入权利滥用、保护过度的泥潭。如何在保障驰名商标商业利益的同时，兼顾市场竞争与公共利益，是淡化理论进一步本土化适用过程中必须面对的关键问题。下一部分将进一步分析我国现行法律在制度层面对驰名商标淡化的回应与困境，并为界定其适用边界提供现实基础。

## 4. 中国驰名商标淡化保护的制度框架与适用争议

### 4.1. 现行法律制度梳理

尽管“淡化”一词在我国现行《商标法》中并未直接出现，但有关驰名商标淡化保护的基本制度框架已在《商标法》第十三条中得到初步确立。该条规定了对驰名商标的跨类别保护机制，明确指出：“对在不相同或者不相类似商品上复制、摹仿、翻译、音译他人注册的驰名商标，误导公众，可能损害驰名商标注册人的利益的，不予注册并禁止使用。”<sup>1</sup>

此外，我国《反不正当竞争法》第六条第二款禁止“未经许可使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢相同或者近似的标识”，尽管其主要适用对象并非注册商标，但在实际操作中，亦可能与驰名商标的淡化保护发生交集，成为规制不当搭便车行为的辅助路径。

配套制度方面，《驰名商标认定和保护规定》(2014年废止)、《商标审查审理指南(2021)》等文件为司法和行政认定驰名商标提供了操作性标准，但对于淡化理论适用中的关键问题，如“弱化”“丑化”等概念，尚未有明确界定。这使得实务中关于驰名商标保护的判断标准较为分散，给当事人权利主张与法院裁判带来一定的不确定性。

### 4.2. 驰名商标淡化的适用边界困境

淡化理论在司法适用中面临的最大难题，并非其正当性基础的确立，而是如何科学、合理地界定其适用边界。若保护范围过宽，势必形成对一般市场竞争秩序的不当干预，若保护范围过窄，则又无法有效回应驰名商标所面临的独特市场风险。因此，厘清驰名商标淡化的适用边界困境，成为理论与实务中亟需回应的核心问题。

#### 4.2.1. “不以混淆为要件”的模糊地带

传统商标侵权以“混淆可能性”为核心判断标准，而淡化理论则强调对“非混淆”损害的规制。这一理念虽然拓展了保护范围，却也削弱了法律适用的可预见性。实践中，法院往往将“是否容易误导公众”作为适用淡化保护的前置要件，比如在“米其林诉超洁金属案”<sup>2</sup>中，再审法官认为被诉侵权商标使用行为足以使公众混淆，致使“米其林”商标显著性受损，这实际上是将混淆作为淡化的前提。法院在实际运用淡化条款说理时综合运用混淆理论和淡化理论的做法导致理论与司法适用之间存在张力。

#### 4.2.2. “减损显著性”与“贬损商誉”的认定难题

驰名商标并不都能享有淡化保护，法院通常在认定驰名商标后，进一步考量驰名商标的显著性和知

<sup>1</sup>该条款虽未明言“淡化”，但其核心关注点已转向对驰名商标商誉和识别功能的非混淆性保护，与淡化理论的基本主张相契合。

<sup>2</sup>米其林集团公司诉佛山市顺德区超洁金属制品有限公司侵害商标权纠纷案，最高人民法院(2016)最高法民再408号再审民事判决书。

名度，认为显著性和知名度越强，被减弱的可能性越大，该要素是认定淡化的重要影响因素。<sup>3</sup>如何判断一个行为是否构成对驰名商标“显著性”的减弱或“商誉”的污损，缺乏具体指标。在我国缺乏相关消费者调研机制或社会心理认知测试的司法环境下，法院往往只能依赖自由裁量，致使相似案件结果迥异，司法标准难以统一。

### 4.3. 司法裁判中的适用标准与实践问题

近年来，我国法院在适用驰名商标淡化理论时展现出较强的探索性，但也暴露出一些结构性问题：

#### 4.3.1. 裁判标准分歧显著

由于缺乏明确的边界指引，司法实践中淡化案件裁判结果差异明显，甚至同类案件在不同法院出现截然不同的结论。这不仅削弱了法律的稳定性，也增加了企业市场行为的法律风险。在“苹果”商标案<sup>4</sup>中，法院认定被诉方虽使用“苹果”字样，但未构成商标意义上的混淆，仍可能构成对商标显著性的削弱；而在“LV 商标侵权”案<sup>5</sup>中，法院则未支持淡化主张，强调使用商品领域差异较大，不足以造成实质影响。裁判思路的不一致，使得司法适用标准难以形成稳定的预期。

#### 4.3.2. 淡化效果的抽象性

与混淆的直观性不同，淡化效果往往表现为渐进、潜移默化的市场认知弱化，其发生难以通过消费者调查或市场证据直接证明。我国目前的认定“相关联想”主要是裁判者主观上“将心比心”，这种做法证据力不足、说服力有限，往往案件要经过多个审级。尽管法官们会竭尽全力确保判决的公正和客观，但受个人经历和专业背景的影响，他们在实际操作中完全实现“身临其境”的公正判断仍具有相当的难度。商标法上的相关公众，如同专利法上的“本领域普通技术人员”，属于以法律拟制形式出现的典型抽象概念[12]。在实践中淡化认定较少出现消费者调查证据，使得商标审查员和法官扮演事实上的“相关公众”角色，尤其对于淡化这种微妙的消费者认知变化主要依赖于法官的个人推定，这种推定存在主观性过强的问题，难以保障司法裁量的一致性与可预期性[13]。

### 4.4. 关于同类商品能否适用淡化保护的争议分析

对于同类商品上注册或者使用驰名商标是否存在淡化情形，最初提出淡化理论，旨在解决混淆理论无法有效保护跨类驰名商标权益的问题，因此淡化理论极少规制同类淡化。这就引发了一个重要问题：淡化理论能否适用于同类商品？对此，学界和司法实践中主要存在三种不同观点。

否定适用说认为淡化保护的立法本质在于跨类保护，即防止驰名商标在不相关领域被滥用而导致价值稀释。如果将其适用于同类商品，将与混淆理论的功能发生重叠，造成制度边界模糊[5]。依照现行《商标法》，淡化理论仅限于跨类情形，而在同类商品中仍应坚持以“混淆”为判断标准。因此，该观点否定在同类商品上适用淡化保护的可能性。补充适用说认为在同类商品中虽然混淆理论是主要的规制工具，但某些情形下近似商标虽不足以造成混淆，却可能削弱驰名商标的显著性或不当利用其声誉。例如“海底捞”与“河底捞”案中<sup>6</sup>，二者虽属同类餐饮服务，但“河底捞”的存在客观上弱化了“海底捞”的唯一性。对此类情形，仅依赖混淆理论不足以全面回应，淡化理论应当作为补充性依据加以适用。扩张适

<sup>3</sup>北京中金万城科技有限公司、中山市粤九牧电器科技有限公司与九牧集团有限公司、九牧厨卫股份有限公司侵害商标权纠纷案，北京知识产权法院(2017)京 73 民初 1939 号民事判决书。

<sup>4</sup>苹果公司诉工商行政管理总局商标评审委员会 IPHONE 商标异议复审行政纠纷案，北京市高级人民法院(2016)京行终 1630 号行政判决书。

<sup>5</sup>广东省高级人民法院(2019)粤民终 1857 号民事判决书。

<sup>6</sup>四川海底捞餐饮股份有限公司诉长沙市雨花区河底捞餐馆侵害商标权纠纷案，湖南省长沙市天心区人民法院(2019)湘 0103 民初 7568 号民事判决书。

用说主张淡化理论应突破“跨类限制”，直接扩展至同类或类似商品领域。其理由是：既然立法承认在跨类情形下可能造成驰名商标淡化，那么在同类商品领域发生淡化的风险更大、更直接。如果法律能够规制跨类淡化而不规制同类淡化，反而在逻辑上形成悖论。因此，淡化保护应当不分同类或跨类，只要存在显著性减弱、声誉贬损或不当利用声誉的情形，就应适用淡化理论。

在我国司法实践中，法院往往采取折衷态度。在“海底捞案”中，二审法院主要依据混淆理论认定侵权，但在判决理由中提及“不正当利用驰名商标声誉”，实质上隐含了淡化逻辑。这表明司法在面对同类淡化问题时，多以混淆为名，但在裁判逻辑中引入淡化元素作为辅助论证。

## 5. 驰名商标淡化保护的适用规范建议

驰名商标淡化理论作为一种扩张性商标保护路径，在强化品牌价值维护、防止不正当搭便车方面具有积极意义。然而，其超越“混淆”要件的保护逻辑，也引发了权利外延模糊、实践标准不清、制度过度保护等一系列问题。为了在维系品牌商誉与市场竞争秩序之间取得合理平衡，必须对驰名商标淡化保护的适用边界进行系统反思，并在制度层面予以完善与规制。本文结合前述理论分析与典型案例，提出如下三方面的改进建议。

### 5.1. 加强与《反不正当竞争法》的协调

淡化保护与搭便车行为在规制对象上高度重叠，未来可以确立“先功能定位、后规范选择”的原则，以避免重复规制和法律空档。

首先，在权利人已获得驰名商标地位，且争议行为直接指向该商标识别力或商誉本身的情形中，应当优先通过淡化保护路径进行评价。此时，反不正当竞争法不再作为独立的评价依据介入，而仅在责任形式或程序衔接层面发挥补充作用。该顺位安排有助于防止将淡化问题泛化为一般性的搭便车认定，从而弱化驰名商标保护的规范边界。

其次，在尚不足以进入淡化评价、但行为人明显利用他人商业标识所形成的市场影响力获取竞争优势的情形中，则应当由反不正当竞争法发挥主导作用。尤其是在未注册或尚未获得驰名认定的商业标识保护中，不宜提前引入淡化逻辑。

最后，在个案事实可能同时触及淡化与搭便车两种规范的情形中，应当坚持“先功能定位、后规范选择”的顺序判断：若案件的核心规范问题在于驰名商标显著性或商誉是否遭受非混淆性损害，则以商标法淡化保护作为评价中心；反之，若争议重心在于行为是否违反公平竞争原则，则以反不正当竞争法为主要依据。

### 5.2. 明确混淆与淡化的判断标准

混淆可能性的核心在于判断近似性是否有可能引起相关公众对产品来源或关联关系等产生混淆。但在商标淡化语境下，消费者并未对商标来源、彼此关系等产生混淆，而是诉争商标之间的近似性引起了意识层面的联想，进而削弱驰名商标显著性。淡化是消费者显然知道来源不同，而混淆是消费者误认为是来源相同。因此认定淡化性近似不能完全照搬混淆性近似的认定方法。

混淆或淡化的认定需要采用多因素方法进行分析，除商标近似性因素外，混淆认定需要考虑的因素有：商标近似性；商品类似性；实际混淆情况；淡化认定需要考虑的因素有：商标近似性；显著性和知名度；排他性使用程度等因素。因此，不能简单地将淡化可能性中商标近似性与混淆可能性分析中的商标近似性进行同等对待，混淆性近似认定标准在淡化案中具有参考价值，但其作用相对有限。

在淡化中对于相似性的程度的判断，我们采取较为宽松的标准，当诉争商标间的任何一个要素构成近似时，即可判定具备相似性的“潜质”，此时相似性程度相对较低，在最终判定“淡化”是否成立时还

需要综合考虑其他因素[6]。若商标是经过“翻译”的情境下，要全面评估“译语商标”的实际使用情况，以判定其“独特性”是否受到侵害。

### 5.3. 完善构成要件与举证标准，增强司法可操作性

淡化案件的关键在于“显著性减弱”或“声誉贬损”的认定，而现行司法实践中往往缺乏统一的衡量标准。未来法院在审理相关案件时，可以更广泛地引入消费者联想调查、经济学评估与专家意见，判断被诉使用是否影响公众对驰名商标的“唯一指向”功能，以提高裁判的科学性与客观性。对已在行政程序中被认定为驰名商标的标识，应在一定期限内予以司法认可，避免重复举证和权利人维权成本过高的问题。同时，司法裁判应当在判决理由中明确区分“混淆可能性”与“淡化损害”，避免以混淆逻辑替代淡化逻辑，逐步建立淡化理论的独立司法适用路径[14]。为了统一裁判尺度，最高人民法院还可以通过发布指导性案例或参考案例的方式，明确淡化理论的适用要件与边界，并推动各地法院通过类案检索机制形成更加统一的司法适用标准。

### 5.4. 合理限定淡化保护的适用范围，防止权利扩张

在立法层面，应当确立独立的反淡化条款，避免与混淆理论产生过度纠缠。现行《商标法》第13条第3款以“误导公众”为前提构建淡化保护，其逻辑基础依然局限于传统的消费者混淆理论，从而削弱了淡化理论的独立价值。未来立法应当明确，淡化的核心保护目标在于维护驰名商标的显著性和声誉，而不以消费者是否混淆为前提。

此外，淡化保护的适用范围应当进一步扩展。根据现行制度，淡化主要适用于“不相同或者不相类似的商品”，但有学者对淡化的深层含义进行了溯源分析，他们提出，即使是在同类商品或服务的情境下，也可能成立商标淡化的情况。一方面，在同类商品服务领域，亦存在发生淡化可能性。若在同类商品上运用与驰名商标近似的标识，可能会降低商标的辨识度，进而损害其商誉。实际上，混淆趋势的增强并不具有持续性。当商标显著性达到较高水平时，消费者的敏锐认知就更不易发生混淆了[8]。换言之，在同类商品的语境下，如果驰名商标显著性抑或知名度达到一个拟制的足够高的程度，此时消费者认知不容易产生混淆，反而容易产生淡化。对此类商标的侵害，不管其是否使用于同类或非同类商品上，如果侵害行为已经导致该商标的吸引力受损害，则被认为是损害了该企业本身。所以要予以反淡化保护。因此，在未来立法中应当承认“同类淡化”的可能性，允许法院在面对同类商品的淡化风险时直接适用相关条款，从而弥补制度漏洞。与此同时，可以借鉴欧盟的分层保护模式，按照商标知名度和影响力的不同，建立差异化保护机制，以防止过度保护一般知名度商标而损害市场竞争活力。驰名商标淡化理论建立的正当性，必须依赖于清晰的适用边界、合理的保护强度与制度层级。

面对我国当前淡化保护实践中存在的“标准不清、权利外延化、裁判分歧大”等现实困境，应从构成标准、适用范围和制度衔接三个方面入手，推动构建具有中国特色的淡化保护体系。通过明确规范与制度优化，不仅可以有效遏制对驰名商标的非混淆性侵权，也可防止淡化理论滥用所引发的市场压制问题，实现权利保护与市场自由的平衡发展。

## 6. 结语

驰名商标淡化理论作为对传统混淆侵权理论的重要补充，近年来在中国司法实践中的适用频率不断上升，并引发了广泛的制度讨论与理论争鸣。本文围绕“驰名商标淡化理论的正当性与适用边界”这一核心议题，梳理了淡化理论的国际源流与基本内涵，厘清其在现代商标法体系中超越混淆标准、保护品牌识别力与商业声誉的独立价值。在未来发展中，中国应立足本国市场环境、司法资源与商标权利结构，逐步探索构建与本土司法能力相适应的淡化保护体系。一方面，应继续汲取域外有益经验，在商标法律

修订或司法解释层面明确淡化构成要件与免责机制；另一方面，也需警惕商标权的制度膨胀，通过设置合理边界，避免驰名商标成为压制市场创新的工具。更重要的是，制度设计必须兼顾权利人正当商业利益与公众的表达自由与市场活力之间的动态平衡，在秩序与自由之间寻求最优点位。

总而言之，驰名商标淡化理论的引入与发展是中国商标制度现代化的关键一步，其正当性与适用边界问题不仅关涉单一权利的保护范围，更深层地映射了我国知识产权治理结构中对“权利界限”与“制度弹性”的思考。通过进一步完善制度设计与判例引导，有望使淡化保护真正成为推动品牌保护、激发创新竞争、促进法治统一的重要支撑机制。

## 参考文献

- [1] 任毅. 商标淡化与商标混淆的比较研究[J]. 四川师范大学学报(社会科学版), 2019, 46(5): 99-105.
- [2] 王太平. 论我国未注册驰名商标的反淡化保护[J]. 法学, 2021, 474(5): 132-145.
- [3] 杜颖. 商标淡化理论及其应用[J]. 法学研究, 2007(6): 44-54.
- [4] 姚鹤徽, 申雅栋. 商标本质的心理学分析[J]. 河南师范大学学报(哲学社会科学版), 2012, 39(4): 134-138.
- [5] 张军荣. 驰名商标反淡化的误区和出路[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2018, 24(6): 149-156.
- [6] 黄汇, 刘丽飞. 驰名商标反淡化构成要件的分析与检讨——以欧美相关理论为借鉴[J]. 知识产权, 2015(8): 10-18.
- [7] 姚鹤徽. 消费者心理认知视角下商标反淡化保护的反思与完善[J]. 政法论坛, 2020, 38(4): 48-60.
- [8] 王迁. 知识产权法教程[M]. 第7版. 北京: 人民大学出版社, 2021: 681-682.
- [9] 李小武. 商标反淡化研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国社会科学院, 2010.
- [10] 刘维. 我国注册驰名商标反淡化制度的理论反思——以 2009 年以来的 35 份裁判文书为样本[J]. 知识产权, 2015(9): 19-25, 78.
- [11] 章凯业. 商标保护与市场竞争关系之反思与修正[J]. 法学研究, 2018, 46(6): 92-108.
- [12] 张小林. 论专利法中的“本领域普通技术人员”[J]. 科技与法律, 2011(6): 22-29, 60.
- [13] 秦洁. 商标淡化研究[D]: [博士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2012.
- [14] 吴青. 驰名商标跨类保护的实证研究与法律适用[J]. 电子知识产权, 2020(5): 91-102.