

从“注册”到“使用”导向

——《商标法》第十九条“不以使用为目的”注册条款的

历史溯源、规范变迁与中外比较法考察

——兼论北京高院审理指南、司法判例与企业应对策略

摘要

2026年6月26日，第十四届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议表决通过修订后的《中华人民共和国商标法》，将于2027年1月1日起施行。新法在新设的第二章“商标注册的条件”中，将“不以使用为目的”的注册限制规定于第十九条，确立“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的，不予注册”的客观化双重要件。

本文在比较法研究基础上，结合《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》及“极氪”“吉利”“爱美客”等代表性司法判例，对第十九条的构成要件、举证责任分配及“客观行为推定主观意图”的裁判规则作专题深化；并依实证调研数据评估该条款在不同审查及诉讼阶段的实际适用效果；同时整合美国、欧盟、德国、英国、日本、韩国的制度比较，按“使用前置型 / 使用后置型 / 混合型”三分类重新定位中国新法的全球坐标，提出企业的合规应对策略。

关键词：商标法修订；注册要件；不以使用为目的；比较研究

目录

目录.....	2
一、引言：问题的提出.....	3
二、第十九条的纵向溯源：从 1982 年到 2026 年的制度变迁.....	3
（一）1982 年：立法注册为本，使用目的完全缺位.....	4
（二）1993 年第一次修正：“欺骗手段”撤销条款的首次出现.....	4
（三）2001 年第二次修正：注册资格开放与囤积问题加速.....	4
（四）2013 年第三次修正：诚实信用入法与使用本质的明确.....	4
（五）2019 年第四次修正：主观“恶意”标准的引入及其实践局限.....	5
（六）2026 年第五次修订：客观化双要件与全链条规制的体系重塑.....	6
三、第十九条“不以使用目的”的规范解析、举证责任与司法实践.....	7
（一）第十九条第一款规范解析.....	7
（二）“客观行为推定主观意图”的裁判规则及其可推翻机制——“极氪”案的示范意义.....	8
（三）防御性注册的合理边界——“吉利”案与“爱美客”案的对照.....	9
（四）与第九条诚实信用原则的协同：权利滥用的司法规制.....	9
（五）实证数据观察：分阶段适用效果评估.....	10
（六）举证责任的实务应对：三类核心证据.....	10
四、配套《商标法实施条例》及部门规章的协同演进.....	11
五、国际比较与制度定位.....	12
（一）美国：使用前置型——意图使用双轨制与欺诈撤销原则.....	12
（二）欧盟：使用后置型——五年宽限与举证责任转换.....	12
（三）德国：欧盟法的国内转化与“宽进严核”实践.....	13
（四）英国：脱欧后的本土判例发展——SkyKick 案及 PAN 1/25 的传导效应.....	13
（五）日本：使用后置型——无使用要求注册，但强化不使用撤销.....	14
（六）韩国：使用后置型——先申请制度叠加强化版三年撤销.....	15
挑战与展望.....	17
全球共性趋势.....	17
六、不以使用为目的商标注册合规策略.....	18
（一）建立“注册—使用—证据”三位一体的合规体系.....	18
（二）强化防御性注册边界管理.....	18
（三）统筹商标战略布局.....	19
（四）评估管控抢注风险.....	19
（五）代理服务模式重塑.....	19
九、结语.....	19
参考文献.....	21
一、官方来源.....	21
二、权威专业媒体来源.....	23
三、其他参考来源.....	23

一、引言：问题的提出

2026 年 6 月 26 日通过的新修订《商标法》第十九条第一款规定：“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的，不予注册。”^[1]该条文置于新设第二章“商标注册的条件”之中，意味着自始未具备使用目的、且明显超出正常生产经营需要的商标注册申请，已不再仅是事后救济（无效宣告）的手段，而是事前审查（驳回、异议）即可拦截的法定要件。

这一问题的迫切性源于可量化的市场失范现象。长期以来，中国保持全球商标申请量首位，但大量申请并非出于真实的商业使用需要。职业囤积者批量注册热门词汇、地名、名人姓名乃至政治标志，以牟利为目的转让或以诉讼为手段勒索；大型企业出于防御目的大量注册远超实际需求的商标组合；商标代理机构帮助客户游走于规则灰色地带，推高注册数量却降低商标质量**错误!未找到引用源。**。国家知识产权局持续开展“蓝天”专项治理，却因法律工具的精准度不足而效果有限**错误!未找到引用源。**。

理解第十九条第一款，须建立在从商标大国走向商标强国的时代背景之下，更须结合 2019 年以来商标审查机关与北京法院围绕原《商标法》第四条所形成的大量实践经验，这些经验已通过《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》及一系列典型案例沉淀为可操作的裁判规则，并可直接延伸适用于第十九条的解释与执行。

全文沿四个方面展开：纵向历史溯源（第二部分）、法理解析（第三部分）、横向比较法考察（第四部分）、企业启示（第五部分），并将司法实践内容嵌入相应章节。

二、第十九条的纵向溯源：从 1982 年到 2026 年的制度变迁

中国《商标法》的演变史，在相当程度上可以被理解为一部逐步收紧“注册本位”到“强化使用”关联性的立法史。从第一部商标法对注册目的的完全缺位，到 2026 年将使用意图正式确立为注册条件，这条轨迹历经六大法律节点，每一节点均折射出特定历史时

^[1]《中华人民共和国商标法》（2026 年 6 月 26 日第十四届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议修订），第十九条。中国人大网，2026 年 6 月 26 日。链接：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455832.html

期的制度需求与市场现实。

（一）1982 年：立法注册为本，使用目的完全缺位

1983 年 3 月 1 日起施行的 1982 年《商标法》，立法重心完全落于注册秩序的建立：商标专用权因核准注册而生，对申请人的注册动机不作任何实质审查，亦未规定注册商标的强制使用义务。该阶段的制度设计虽适配了商标制度从无到有、鼓励市场主体广泛参与的政策导向，却也在某个角度上为此后的商标囤积乱象埋下了制度伏笔。

（二）1993 年第一次修正：“欺骗手段”撤销条款的首次出现

1993 年修正在确立服务商标保护的同时，首次以规范性语言对注册行为的主观动机加以约束。在当年修正的《商标法》第二十七条第一款首次明确：“已经注册的商标，违反本法第八条规定的，或者是以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册的，由商标局撤销该注册商标；其他单位或者个人可以请求商标评审委员会裁定撤销该注册商标。”

这是中国商标法史上第一次引入与申请人诚信状态相关联的规制工具，但其制度功能高度有限——规制时机仅限于事后撤销，无法在申请环节过滤问题申请；对以真实身份批量囤积的行为亦无约束力。这一条款经历史次修正延续至 2013 年修正后成为第四十四条第一款，并最终在 2026 年新法中并入第十九条第二款，形成跨越三十余年的条文血脉。第二款的内容前置将发挥重要价值，这将另文讨论。

（三）2001 年第二次修正：注册资格开放与囤积问题凸显

2001 年修正为衔接加入世界贸易组织的要求，扩展了可注册商标构成要素、完善了异议及争议解决程序，并允许自然人单独申请商标注册——这一旨在降低市场准入门槛、支持个体创业的改革，客观上大幅降低了商标囤积的门槛成本。

配套的 2002 年《商标法实施条例》第三条首次对“商标使用”作出形式层面的定义，将其界定为将商标用于商品、包装、交易文书、广告宣传、展览及其他商业活动，但这一定义侧重使用方式的列举，尚未触及使用意图的本质。

（四）2013 年第三次修正：诚实信用入法与囤积问题加速

2013 年修正较为深刻的一次调整，奠定了向使用本位转型的初步制度基础：其一，新增第七条，首次将“诚实信用原则”写入商标法，确立其作为商标申请注册和使用商标

基本原则的法律渊源地位；其二，在 2002 年实施条例形式定义的基础上，将“商标使用”的本质明确界定为“用于识别商品来源的行为”，完成了从形式主义定义向功能主义定义的修正。

但也从 2013 年开始，至 2017 年，商标注册申请官费从 1000 元下降到 300 元，电子申请则降到 270 元，官方的大幅下降虽然降低了商标申请注册成本，但同时也极大的降低了商标囤积、抢注等行为的成本。

整体而言，2013 年修法的诚信原则仍主要停留于宣示性条款层面，尚未转化为注册条件的正面规定，操作机制有所欠缺，商标囤积与抢注等，有愈演愈烈趋势。

（五）2019 年第四次修正：主观“恶意”标准的引入及其实践局限

2019 年 4 月 23 日，第十三届全国人大常委会在原商标法第四条第一款中增加规定：“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回。”^[2]这是我国商标立法史上第一次将“使用目的”作为商标注册申请阶段的实体审查要件。

为配合落地，原国家市场监督管理总局发布部门规章《规范商标申请注册行为若干规定》，国家知识产权局又于 2021 年发布《商标审查审理指南》专章释明，明确“不以使用为目的”指申请人申请注册商标时既无实际使用目的、亦无准备使用行为，或依合理推断无实际使用可能性；“恶意”特指“不以使用为目的大量申请商标并意欲借此牟利”的主观状态。^[3]指南同时列明两类例外情形——基于防御目的的近似商标注册、为现实预期未来业务的适量预先申请——但均要求“适量”。

尽管配套规范不断细化，该条款的实践效果仍受结构性局限：一是“恶意”概念的主观性导致举证困难，申请人只要提交形式合规材料便难以被直接认定为恶意；二是该条款

^[2]2019 年 4 月 23 日第十三届全国人大常委会《关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》https://www.cnipa.gov.cn/art/2019/7/30/art_95_28179.html；修法背景说明官方解读，链接：https://www.gov.cn/zhengce/2019-05/09/content_5390029.htm

^[3]原国家市场监督管理总局令第 17 号《规范商标申请注册行为若干规定》（2019 年 10 月），链接：https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/3/5/art_2422_205032.html；国家知识产权局《商标审查审理指南》（2021 年发布）“不以使用为目的的恶意商标注册申请”专章释义。官方政策解读链接：https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/2/8/art_66_173092.html

散落于法律总则部分，与商标注册条件的其他章节缺乏体系整合；三是仅规定驳回申请这一单一法律后果，对已完成注册的问题商标的清理仍须主要依赖撤销、无效等后端程序，难以实现全链条规制。

“恶意”的限定，某种程度上“架空”了“不以使用为目的”制度诉求，导致在法律适用上过于狭窄。上述局限，引发了 2026 年修法对该条款的结构性重塑。

（六）2026 年第五次修订：客观化双要件与全链条规制的体系重塑

2026 年修订对前述规范进行了系统整合与升级，其核心变革体现在三个维度。

其一，要件重构：将“不以使用为目的的恶意申请”转化为“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要”的判断标准，更加注重客观判断。以可观察的行为特征（申请数量是否明显超出正常经营需要）替代主观恶意，意在降低认定门槛、提升审查效率，与商标的使用目的追求保持一致。当然，这一调整同时压缩了“防御性注册”等正当商业行为的解释空间，其“明显超出”的边界仍待配套条例及审查指南进一步细化，也需要实践的检验。

其二，章节前移：将原本散布于多个章节的注册规制条款集中规定于新设的第二章“商标注册的条件”，并依新法第五十条明确违反第十九条的注册商标可由任何单位或个人请求宣告无效。该条款贯通商标授权的全部环节，不受主体资格和五年时效的限制。第十九条所保护的是商标注册秩序这一公共利益，而非特定民事主体的私权，区别于第二十条至第二十四条所保护的私权救济性规范。

其三，配套升级：第九条将诚实信用原则的表述强化为“不得滥用权利损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益”；第五十四条规定违反第十九条的申请人除不予注册外，还须承担警告及最高十万元行政罚款；第六十五条要求代理机构在明知或应知委托人申请违反第十九条时不得接受委托，由此形成“申请人—代理机构”双层合规责任体系。

表一 中国《商标法》“使用目的”相关规范历史演变对比

版本	核心条文位置	主要内容与制度局限
1982 年（原版）	/	未涉及注册目的与使用意图；注册动机完全无约束。

1993 年修正	/	以欺骗手段取得注册可被撤销，但仅限事后撤销，不涵盖真实身份批量囤积行为。
2001 年修正	/	开放自然人申请资格，加速囤积问题；2002 年实施条例首次形式化定义“商标使用”，未触及使用本质；未正面设立使用目的要件。
2013 年修正	第七条（诚信原则）	诚实信用原则入法，使用本质明确为来源识别功能，但原则仍属宣示性条款，缺乏操作机制。
2019 年修正	第四条第一款（新增句）	首次引入“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回”；配套规章及审查指南细化考量因素，但概念抽象、体系孤立、仅规制驳回环节。
2026 年（新法）	第二章第十九条	删除主观“恶意”表述，改为客观化双要件；并入不正当手段条款；贯通驳回、异议、无效宣告全链条，任何人可申请无效且无时效限制。

三、第十九条“不以使用目的”的规范解析、举证责任与司法实践

第十九条由两款构成，各具独立的规范功能，本文重点围绕第一款进行解析。

（一）第十九条第一款规范解析

理解本条款须将条文解释与司法实务积累的裁判规则相结合——2019 年以来商标审查机关和北京法院围绕原第四条形成的大量实践经验，已直接延伸适用于第十九条的解释与执行。

第一款规定：“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要申请商标注册的，不予注册。”该款设置两个以“且”字连接的并列要件，须同时满足方触发不予注册的法律后果。

要件一“不以使用为目的”，是对申请人主观意图的判断，指申请人在申请时欠缺将该商标实际用于商业活动的真实意愿。《商标审查审理指南》将其释义为申请人并非基于生产经营活动需要、而提交大量商标注册申请、缺乏真实使用意图、不正当占用商标资源或扰乱商标注册秩序的行为等。^[4]典型情形包括：以转让牟利为目的批量注册热门词汇

^[4]国家知识产权局：《商标审查审理指南》（2021 年发布）“不以使用为目的的恶意商标注册申请”专章释义。链接：https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/2/8/art_66_173092.html

或他人商标；以阻断竞争对手商业空间为目的超量囤积；以勒索诉讼和解金为目的的“商标流氓”行为；代理机构假借关联主体名义规避监管等。^[5]

要件二“明显超出正常生产经营需要”，是客观行为判断，以申请人实际或计划的生产经营规模为参照基准，考量其申请行为是否与该规模相符。“明显超出”赋予审查员和法院自由裁量空间，“正常生产经营需要”则将防御性注册、多品牌战略等合理商业安排排除在规制范围之外——这是相较于 2019 年“恶意”表述的精准化升级。

实务中，审查机关综合考量以下因素作出判断：申请数量与频率是否远超同行业同规模经营者通常所需；申请类别的离散程度是否明显跨越多个与申请人主营业务无关联的类别；申请商标的内容特征是否大量与他人知名商标、公众人物姓名、热点事件词汇相同或近似；申请人的营业执照所示经营范围与成立时间是否与申请规模明显不符；以及是否存在以转让许可为目的的主动售卖、或未经使用而大量提起商标侵权诉讼等后续处置行为。

（二）“客观行为推定主观意图”的裁判规则及其可推翻机制——“极氪”案的示范意义

由于主观意图难以直接证明，2023 年北京高院在“极氪”商标驳回复审行政纠纷案^[6]中确立了该领域的核心裁判规则：判断短期内大量申请注册商标的行为是否构成相关条款规制对象，可通过注册行为本身的客观表现，运用逻辑推理和日常生活经验法则进行推定；但该推定并非不可推翻，若当事人在诉讼中补充提交充分证据证明其具有实际使用意图，并结合企业规模、经营范围等综合因素，可推翻上述推定。

该案中，吉利公司虽在约 80 天内申请了 900 余件商标，但通过提交采购订单、发票、“极氪”APP 运营数据及旗舰店销售公证书等证据，证明了对诉争商标的真实使用意图，最终推翻了国家知识产权局的驳回决定。

该案的实践意义在于：数量规模本身仅是初步推定的依据而非终局结论，企业的主动

^[5]北京知识产权法院：《规制商标恶意注册十大典型案例》（2023 年发布）（案例文字版）
<https://bjzcfy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2023/12/id/7709766.shtml>。

^[6]“极氪”商标驳回复审行政纠纷案，(2023)京行终 2889 号、(2022)京 73 行初 14544 号，入选北京市高级人民法院发布的 2023 年度商标授权确权司法保护十大案例。首都之窗链接：
https://www.bj148.org/ztk/2024nzt/2023xgsd/5y/zfyl/202404/t20240429_1664528.html

举证能够有效扭转不利认定，但举证须具体、对应、充分，仅作笼统的商业必要性陈述难以满足要求。

（三）防御性注册的合理边界——“吉利”案与“爱美客”案的对照

北京知识产权法院“规制商标恶意注册十大典型案例”^[7]中的相关案例进一步划定了防御性注册的合理边界。在涉及大型企业的案例中，法院确立了一项重要原则：即使是行业巨头，也不能以企业规模为由无限制地申请防御性商标，防御注册的合理范围应以“实际需要”为限，而非企业的经济实力本身——这意味着规模优势不构成超量申请的正当化理由。

与此相对照，另一案例确认，对现有高知名度商标的延续性防御注册（即在相同或类似商品上对核心商标进行近似变体注册）属于合理商业行为，不构成第十九条所规制的情形。两案对照所传递的实务信号是：防御注册的正当性判断重心，应落于“申请类别与核心业务的关联紧密程度”，而非单纯的注册数量或企业规模——跨类防御注册相较同类防御注册将面临更高的证明门槛，累计注册量越大，审查标准越趋严格，企业须以书面文件系统论证各类别策略性注册的必要性。

（四）与第九条诚实信用原则的协同：权利滥用的司法规制

第九条确立的“不得滥用权利损害国家利益、社会公共利益或者他人合法权益”一般性义务，与第十九条形成“原则—规则—责任”的三层结构。司法实践已确认两类典型的“滥用商标权”情形：其一，以非善意取得的商标权对他人正当使用行为提起侵权诉讼，构成权利滥用，法院不予支持其诉讼请求；其二，明知商标权利存在重大瑕疵仍发函威胁、投诉竞争对手，亦构成不正当竞争行为，须承担赔偿责任。^[8]这两类裁判规则，共同勾勒出诚实信用原则对商标整个生命周期——从申请、注册到行使、维权——的全面约束，亦提示企业：第十九条的合规风险不仅存在于申请环节，亦延伸至后续的维权策略选择。通过不以使用为目的的注册商标进行维权，将涉嫌权利滥用。

^[7]知产力《关于〈商标法〉第四条适用情况的调研报告》，2024年7月29日发布，链接：<https://www.zhichanli.com/p/1471221932>

^[8]“火神山”商标行政处罚案例另见国家知识产权局官方政策解读，链接：https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/11/18/art_66_180384.html

（五）实证数据观察：分阶段适用效果评估

基于公开调研数据，可对第十九条前身条款（原第四条）的实施效果作分阶段观察：截至 2023 年底，实质审查阶段下发的相关驳回通知书累计达 78,514 份，高峰时期单季度超过 17,000 份；但在该批被下发审查意见的申请人中，约 85%通过答辩和举证成功克服了初步认定，未进入正式驳回程序。对于已进入正式驳回程序、继而申请驳回复审的案件，整体翻案率仅约 10%；若进一步进入行政诉讼阶段，原告胜诉率不足 5%。^[9]

上述数据反映出两个关键实务规律：其一，审查意见阶段（即正式驳回决定作出前的初步质询）是企业争取有利结果的最佳时间窗口，此时举证成本相对较低且成功率最高，企业应予高度重视，避免轻视初步审查意见或拖延答辩；其二，一旦案件进入正式驳回决定后的复审及诉讼阶段，抗辩难度将显著上升，事前预防及早期应对的价值远高于事后救济——这一规律与“极氪”案所体现的“数量规模可被充分举证推翻”的原则并不矛盾，而是说明举证的时点选择对结果具有重大影响，企业应当尽可能在审查意见答辩阶段即一次性提交充分、对应的证据材料。

（六）举证责任的实务应对：三类核心证据

结合审查实务及司法判例，企业在应对第十九条相关审查质询或异议、无效挑战时，胜出案例主要依赖三类证据：

第一类为实际使用证据，包括产品图片、销售合同、发票、电商平台截图、广告投放记录等，要求一般低于撤销三年不使用案件的标准；

第二类为真实使用意图证据，包括商标设计图稿、许可协议、新产品开发计划书、企业战略规划文件、行业特点说明等；

第三类为合理防御注册依据，包括针对本商标的被抢注记录、他人侵权记录、商标局或法院认驰记录、维权历史等。值得注意的是，对于累计申请量极大（如逾 5,000 件）的主体，审查机关已趋向于采用接近“撤三”案件的证据审查标准，跨类防御注册更难获批。

^[9]知产力：《关于〈商标法〉第四条适用情况的调研报告》，2024 年发布，及《〈商标法〉第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”的适用及历史沿革》，2023 年发布。

四、配套《商标法实施条例》及部门规章的协同演进

第十九条的有效实施，不能仅靠法律文本本身，须依托“法律—条例—规章—审查指南”四个层级的规范体系协同支撑。历史上，每次商标法修正均伴随配套法规的同步或滞后调整：1983 年《商标法实施细则》系统程序性规定；2002 年《商标法实施条例》呼应 2001 年商标法的入世导向修订；2014 年《商标法实施条例》呼应 2013 年商标法修正，细化代理机构备案及违规认定规则。

2019 年修法引入“不以使用为目的的恶意商标注册申请”条款后，出现了“规章先行、条例滞后”的特殊现象：国务院并未立即修订《商标法实施条例》，而是由原国家市场监督管理总局以部门规章形式发布《规范商标申请注册行为若干规定》，再由国家知识产权局以政策文件形式发布《商标审查审理指南》专章释明，二者共同填补了法律文本与审查实践之间的解释空白。这一路径在效率上具有灵活性优势，但也带来规范位阶偏低、稳定性不足、与北京高院审理指南等司法解释性文件之间标准协调难度增加等隐忧。

展望 2027 年新法施行，《商标法实施条例》的修订是最关键的配套工作，预期须解决以下核心问题：

第一，明确“明显超出正常生产经营需要”的量化或类型化判断标准，可考虑参照申请人营业规模、所属行业平均商标持有量等指标设定可操作的审查基准，并吸收“极氪”“吉利”“爱美客”等案例中已沉淀的具体考量因素；

第二，统一驳回审查、异议、无效宣告三程序环节的证明标准，协调北京高院审理指南第 17.4 条“双重证明”要求，避免企业因程序环节不同而面临不可预期的证明负担落差；

第三，明确依职权撤销连续三年不使用商标制度（第五十七条）适用中的正当例外情形，特别是防御性注册与第十九条“正常生产经营需要”要件的衔接关系；

第四，明确“以误导公众的方式使用注册商标”（第五十六条）的构成要件，落实新法将规制重心从注册端向使用端延伸的体系意图。

五、国际比较与制度定位

从全球视野观察，各法域商标法在处理注册与使用关系时大体形成三种基本制度模式：以实际使用或使用意图为注册前提的“使用前置型”（以美国为代表）；以注册后的真实使用为权利维持及维权前提、申请阶段不要求使用证明的“使用后置型”（以欧盟及多数大陆法系国家、日本、韩国为代表）；以及介于二者之间、近年逐步向使用导向倾斜的混合型路径。中国 2026 年修法的路径选择，正是在这一全球制度图谱中寻找自身坐标。

（一）美国：使用前置型——意图使用双轨制与欺诈撤销原则

美国联邦商标制度建立在“使用在先”原则之上，《兰哈姆法》规定商标权利源于商业使用，注册本身并不创设权利，而是对既有权利的确认与强化。申请人可选择以“实际使用”为基础提交申请，也可在商标尚未使用时以“意图使用”（intent-to-use, ITU）为基础提交申请，但须在申请获批后的限定期限内（原则上六个月，可申请最多五次六个月延期）提交实际使用证明，方可完成注册。^[10]

“意图使用”申请中的使用意图须为“真诚的”（bona fide），而非单纯为保留符号资源而提出；美国专利商标局在审查阶段通常不要求申请人提交使用意图的证明材料，但在争议程序中，被质疑方须举证其在申请时确有真实的商业意图；针对虚假使用声明的“欺诈撤销原则”，则对“形式合规、实质未使用”的商标囤积行为构成有效制裁工具。

美国制度的核心逻辑在于：商标权的正当性基础是实际使用所积累的商誉，注册仅是保护手段而非目的本身，这一价值取向与中国 2026 年修法所倡导的“注册为使用服务”理念高度契合。

（二）欧盟：使用后置型——五年宽限与举证责任转换

《欧盟商标条例》采用“使用后置”模式：注册申请本身无需提供使用证明，但注册

^[10]美国《兰哈姆法》（Lanham Act）第 1(b)条意向使用申请制度（“bona fide intention to use”）及第 8 条使用声明制度，美国众议院《美国法典》（U.S. Code）官方网站，15 U.S.C. Chapter 22，链接：<https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title15/chapter22&edition=prelim>；欺诈撤销原则参见 *Medinol Ltd. v. Neuro Vasx, Inc.*, 67 U.S.P.Q.2d 1205 (TTAB 2003)等先例。

商标须在注册后五年内开始“真实使用”，否则任何第三方均可申请撤销。^[11]

五年宽限期设计平衡了保护新商标的合理需求与防范围积的制度目标；宽限期届满后，举证责任发生转换——从原告须证明商标未被使用，转变为注册人须主动证明使用事实，这一设计有效解决了商标使用信息不对称问题，形成了对囤积行为的系统性威慑。

在恶意认定方面，欧洲法院在 Lindt 金兔巧克力案中确立的“诚实商业惯例”标准，以及持续逾八年的 Sky 诉 SkyKick 系列诉讼所确立的“清单宽度与业务规模失衡可推断部分恶意”规则，共同构成欧盟恶意条款判例法发展的核心脉络。

（三）德国：欧盟法的国内转化与“宽进严核”实践

德国《商标法》以欧盟商标框架为基础，德国专利商标局（DPMA）在注册审查时明确不要求申请人证明使用意图，注册程序侧重于绝对理由审查（如显著性、禁用标志）和相对理由审查（如在先权冲突），而非申请人的商业计划。^[12]

然而，一旦商标进入争议程序，德国专利商标局对使用证明的要求相当严格，须达到“充分证明”标准，而非仅作合理说明。这一“宽进严核”的设计，使注册流程保持效率，同时通过健全的争议程序防范围积，德国制度与欧盟框架的高度整合，使其在实践中更多呈现为欧盟制度的本土实施细则，而非独立的制度模式。

（四）英国：脱欧后的本土判例发展——SkyKick 案及 PAN 1/25 的传导效应

英国脱离欧盟后，将欧盟商标制度内化为独立的国家制度，在“真实使用”要求的核心条款上保持与欧盟的高度一致性，保留五年宽限期及不使用撤销机制，申请时同样无需提供

^[11] 《欧盟商标条例》（EUTMR, Regulation (EU) 2017/1001）第 59 条第 1 款第(b)项“恶意”绝对无效事由及第 58 条“连续五年不使用”撤销制度，链接：<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2017/1001/oj/eng>；判断标准源自欧洲法院 Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli AG v. OHIM (C-529/07) 判决。

^[12] 德国《商标法》（Markengesetz）第 8 条第 2 款“恶意”（Bösgläubigkeit）绝对禁止注册及无效事由（§ 8 Abs. 2 Nr. 14 MarkenG）。官方法律文本来源：德国联邦司法与消费者保护部、联邦司法局官方法律数据库 gesetze-im-internet.de，链接：https://www.gesetze-im-internet.de/markeng/_8.html。

使用证明。

Sky 诉 SkyKick 案历经英国高等法院、上诉法院，于 2024 年 11 月由英国最高法院作出终审判决，确立若干影响深远的规则：商标类别的整体宽度若与申请人实际业务规模相比明显失衡，可据此推断恶意，无需逐项证明每一具体商品/服务缺乏使用意图；申请人在诉讼中长期主张全部清单权利、临近审理前才大幅收缩主张范围的诉讼行为，可作为支持恶意推断的情节证据；为规避在先注册不使用风险而反复就同一商标重新申请策略，若缺乏正当商业理由，同样可构成恶意。^[13]

该判决落地后，英国知识产权局（UKIPO）于 2025 年发布新审查实践指引（PAN 1/25），明确审查员将对“明显且自证过宽”的主动提出恶意异议。这一从司法到行政的传导路径，与中国新法第十九条确立客观化审查标准的制度逻辑高度契合——二者均试图通过设置“显著超出合理范围”的客观阈值，降低对主观恶意进行个案举证的证明难度。

（五）日本：使用后置型——无使用要求注册，但强化不使用撤销

日本《商标法》采纯粹的“使用后置”模式：申请时无需证明使用意图或实际使用，注册亦无需使用证明，连续使用十年后续展时也不要求提交使用证据。然而，若注册商标在日本境内连续三年未被使用，任何第三方均可提起不使用撤销审判，注册人须证明在该三年内对争议商品或服务进行了真实使用。^[14]

日本特许厅（JPO）在审查阶段不考察申请人的商业计划或使用证明，仅通过事后撤销机制维持注册质量，这一低门槛设计明显有利于初创企业和国际品牌的早期布局，但同时也将注册质量的把关责任完全后置于撤销程序。

^[13]SkyKick UK Ltd and another v Sky Ltd and others [2024] UKSC 36（2024 年 11 月 13 日判决）；此前经欧洲法院先决裁定（Sky plc v SkyKick UK Ltd, C-371/18, 2020 年 1 月 29 日）；英国知识产权局（UKIPO）《Practice Amendment Notice》PAN 1/25（2025 年 6 月 27 日生效）。链接：<https://www.gov.uk/government/news/guidance-for-trade-mark-applicants-following-judgment-in-skykick-v-sky>

^[14]日本《商标法》第 3 条第 1 款、第 4 条第 1 款第 19 项（“不正の目的”驰名商标抢注禁止条款）、第 50 条（连续三年不使用撤销审判）；日本法务省“日本法令外国语译数据库”，<https://www.japaneselawtranslation.go.jp/ja/laws/view/4032>。

（六）韩国：使用后置型——先申请制度叠加强化版三年撤销

韩国《商标法》同样采用先申请制度（first-to-file），意图使用即可提出注册申请，实际使用并非注册前提；注册后连续三年未在商业中使用的，任何第三方可提起不使用撤销申请。^[15]

韩国制度有两项特别值得关注的设计：其一，2016 年修法取消了提起不使用撤销申请的原告适格要求，任何主体均可申请撤销，显著降低了清理闲置商标的法律成本；其二，不使用撤销审判一经确定，商标权溯及至审判请求日消灭（而非自撤销决定作出之日起向后消灭），且原权利人及其被许可人在撤销决定确定之日起三年内不得就相同或近似商标在相同或类似商品上重新申请。

“溯及消灭”与“三年再申请禁止”的组合，使韩国的反囤积力度明显强于中国现行“撤三”制度——后者的撤销效力向前溯及能力有限，被撤销权利人亦可立即重新申请，韩国经验或为中国第五十七条商标撤销配套规则的细化提供了有益参照。

综合上述考察，可将六个代表性法域关于商标“注册—使用”关系的制度设计要点归纳如下表，以三种制度模式为基本分类框架，呈现中国新法第十九条在全球制度谱系中的具体定位。

表二 六大法域关于商标“注册—使用”关系的制度设计要点

法域	注册前使用要求	恶意/无使用目的认定标准	规制环节	撤销/无效效果	制度模式
中国 (2026 新法)	无（但须非“明显超出正常生产经营需要”）	客观化双要件：不以使用为目的+明显超出正常生产经营需要；免于逐一证明主观恶意	驳回、异议、无效宣告（任何人可申请，无时效限制）；依职权撤三	不予注册/宣告无效（整体）；最高十万元罚款	向使用前置型靠拢的混合型
美国	实际使用，或 ITU 申请后须补交使用	主观真实意图；欺诈撤销原则规制虚	申请审查、注册后使用声明审查、争	驳回或整体/部分撤销	使用前置型

^[15]韩国《商标法》第 34 条第 1 款（不正当目的抢注条款）、第 119 条第 1 款第 3 号（连续三年不使用撤销审判），2016 年修正确立的溯及消灭效力及三年内禁止重新申请规则。官方法律文本来源：韩国法制处“国家法令信息中心”（국가법령정보센터），链接：<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=192529>

	声明	假使用声明	议撤销		
欧盟	无；纯注册取得	判例法：诚实商业惯例；清单宽度与业务规模失衡可推断恶意	无效宣告（绝对事由）；五年不使用撤销	部分/整体无效；清单可被“削减”	使用后 置型
德国	无；纯注册取得	与欧盟一致：争议时须达“充分证明”标准	驳回、无效宣告；五年不使用撤销	驳回/无效（整体或部分）	使用后 置型
英国	无；2025 年新规对过宽清单主动审查	清单宽度与业务规模失衡；诉讼范围收缩；常青化策略	审查主动异议（PAN 1/25）、异议、无效宣告	说明书“削减”（部分无效）	使用后 置型 （趋 严）
日本	法定前提（自己业务使用），通常不要求举证	“不正の目的”主观要件（驰名商标抢注）	驳回（绝对事由）；三年不使用撤销审判	驳回/撤销	使用后 置型
韩国	无（意图使用即可）	列举式不正当目的条款；任何人可申请撤销	驳回；三年不使用撤销审判	溯及消灭；三年内禁止重新申请	使用后 置型 （反囤 积力度 强）

由上表可见，中国新法第十九条的制度选择具有鲜明的“客观化”特征：相较于美国“真实意图+欺诈撤销”、欧盟与英国“诚实商业惯例+案情综合判断”、日本“不正の目的”等高度依赖个案主观要件认定的路径，中国选择以“申请数量及指定类别范围与申请人实际经营需要之间的比例关系”这一相对客观、可量化的标准作为核心审查工具。

这一方法论选择与英国 SkyKick 案后 UKIPO 新规的实践思路存在异曲同工之处，二者都试图通过设置某种客观、可预测的“显著超出合理范围”阈值，降低对主观恶意进行个案举证的证明难度。

这一趋同现象印证了全球商标制度正在经历的共同方法论演进：从“纯粹主观恶意认定”向“客观行为模式审查”转型，其深层动因在于商标权属性认知由“私权工具论”向“市场资源论”的转变——商标符号空间客观上存在限度，囤积性注册以私人之名占用公共符号资源，构成对该资源配置效率的损害。实质损害了公共利益。

挑战与展望

上述分析揭示了 2027 年施行后的若干潜在挑战：

其一，“正常生产经营需要”的认定标准尚无细则，不同规模、不同行业企业的“正常”边界差异显著，审查员和法官的裁量空间存在不一致性风险，对正当防御性注册的误伤须通过配套细则加以纠正；

其二，“客观行为推定主观意图”的规则仍有待配套细则明确推定的触发门槛——“极氪”案虽确认推定可被推翻，但申请人须投入相当的举证成本，若认定门槛设置偏低，将变相提高合规企业的商标申请负担，若门槛偏高，则难以有效遏制批量囤积；

其三，依职权撤销三年不使用商标的机制依赖商标局的主动识别能力，注册商标存量庞大，行政资源的有效配置是前提条件；

其四，配套实施条例的修订进度将直接影响第十九条的可操作性，这也是中国历次修法后制度落地的经典挑战。

全球共性趋势

全球商标制度共同面对“商标资源有限性”这一现实约束后、殊途同归地走向“使用义务前移”的制度趋同：

美国式的“真实使用意图声明+事后使用声明审查”代表了使用义务前移的早期、较为温和的制度形态；欧盟、德国及英国式的“个案恶意认定+判例法标准化”代表了较为成熟的中间形态，且近年呈现出从“个案裁量”向“类型化、客观化审查标准”靠拢的趋势；中国新法第十九条则代表了较为彻底的客观化形态，试图在保留注册主义制度框架的前提下，最大限度地降低使用意图审查的证明难度与裁量不确定性。

这一全球共性的深层逻辑，是商标制度功能的回归：商标权的正当性基础在于通过持续使用积累的商誉，商誉属于市场中消费者与经营者的共同财产，而非单纯属于注册人，脱离真实使用的注册符号无法积累商誉，因而排他性保护的正当性受到挑战。

实质上都是同一底层逻辑在不同法域制度语言中的表达：商标权的边界应当受到其实际商誉载体功能的约束，商标权的正当性建立在使用基础之上，而不仅仅是注册**错误！未找到引用源。**。

六、不以使用为目的商标注册合规策略

第十九条的确立标志着中国商标合规环境的结构性转变。结合 2019 年以来的执法实践和北京法院的裁判规则，这一变化对企业的具体影响已有充分的实证参照，现提出商标使用合规应对策略。

（一）建立“注册—使用—证据”三位一体的合规体系

核心任务是将商标合规从被动应对转向主动管理。

申请规划：申请前应以书面形式记录每件（或每批次）商标的商业用途、计划使用的商品或服务类别及时间表，对于防御性注册须能说明其与核心品牌保护的关联逻辑；

使用档案：根据实务经验，应系统存档前述三类核心证据，即实际使用证据、真实使用意图证据和合理防御注册依据，建议以商标为单位建立证据档案，每半年更新一次，做到“一标一档”；

对已注册但连续两年以上无任何使用计划的商标，应允许其到期自然失效，开展年度商标组合审计以识别并处置“休眠商标”；收到审查意见时，应针对“真实使用意图”和“正常经营需要”两个要件分别提供证明，而非笼统申述商业必要性，并尽可能在审查意见答辩阶段（而非等到正式驳回后的复审、诉讼阶段）一次性提交充分证据，把握成功率最高的时间窗口。

（二）强化防御性注册边界管理

北京知产法院“吉利”案确立了一项重要原则：即使是行业巨头，也不能以企业规模为由无限制地申请防御性商标，防御注册的合理范围以“实际需要”为限，而非企业的经济实力**错误!未找到引用源。**。“爱美客”案则确认，对现有高知名度商标的延续性防御注册（在相同或类似商品上）属于合理行为，不违反第十九条**错误!未找到引用源。**

“吉利”案与“爱美客”案的对照提示：防御注册须有商标维权历史或被抢注记录作为背景支撑；跨类防御注册比同类防御注册面临更高的证明门槛；企业规模本身不能作为超量申请的正当化理由，正当性判断重心应落于申请类别与核心业务的关联紧密程度。同

时，“极氪”案提示在诉讼阶段补充使用证据可以推翻初步推定，但须投入相当的诉讼成本，事前预防的成本远低于事后救济。

（三）统筹商标战略布局

有出海需求或已在多国布局商标的企业，应统筹安排，使用证据管理属于合规核心，须从申请阶段就建立“使用意图可证明”的档案体系；根据各国的要求，提前做好准备。

鉴于新法第二条第三款已将“通过互联网等信息网络实施的使用行为”纳入商标使用的法定认定范围，企业应建立线上证据的系统留存机制：定期对官方网站、移动应用、社交媒体账号及主要电商平台的商标使用页面进行截图存证存证，并使用第三方工具认证固定证据时间；对跨境电商平台的使用痕迹，须关注数据可导出性并定期备份；对于主要在线上开展业务的初创企业和平台型企业，完整的线上运营记录足以构成充分的“真实使用”证据，在应对第十九条审查质询或不使用撤销时提供有力支撑。

（四）评估管控抢注风险

结合 2026 年修法，对已遭遇恶意抢注的情形，可考虑第十九条“明显超出正常经营需要”的新标准视角，重新评估无效宣告可行性；新品牌须在核心商品和服务类别上尽早完成注册并及时启动真实使用，以防范注册有效性质疑。

（五）代理服务模式重塑

新法第六十五条要求商标代理机构遵循诚信原则，并在第六十七条将“知道或者应当知道委托人注册的商标属于本法第十九条的情形，与其他禁止性条款一起纳入罚则。

代理机构在承接批量申请项目前，须核查申请人的实际经营范围和商业计划，对明显超出经营范围的批量申请可出具风险告知书或应拒绝代理；在委托协议中以书面形式告知第十九条的合规要求和法律风险；将服务重心从“提高注册成功率”转向“提升商标使用质量”，以此构建差异化竞争优势。

九、结语

从 1982 年纯粹注册主义下使用义务的事后性、维持性安排，到 2019 年首次引入主观“恶意”审查标准，再到 2026 年新法以客观化双要件实现全链条规制，我国《商标法》

第十九条及其前身规范的四十余年演进，折射出商标确权逻辑从“重注册”向“注册与使用相结合”转型的深层制度变迁。

北京高院审理指南所确立的“客观行为推定—举证推翻”裁判方法，以及“极氮”“吉利”“爱美客”等典型案例所沉淀的具体考量因素，为这一制度变迁提供了坚实的实践支撑，亦揭示出不同程序环节证明标准分层化的现实课题。

从全局看，商标战略的核心逻辑正在全球范围内向“以使用为中心”收敛。将这一国内演进置于美国、欧盟、德国、英国、日本、韩国的比较法图景中观察，可以确认这一转型并非孤例，而是全球商标制度共同面对“商标资源有限性”这一现实约束后、殊途同归地走向“使用义务前移”的制度趋同。中国 2026 年修法不是孤立的政策变动，而是全球商标制度演进潮流在中国的制度表达。

对企业而言，这一趋同既意味着粗放式商标储备（囤积）策略的合规空间将持续收窄，也意味着以真实业务需求为锚点、以系统化证据管理为支撑的精准化商标资产管理，将成为未来商标确权与维权实践中愈发关键的核心能力。

企业的最终应对之道，是将商标从法律注册的静态证书，转变为反映真实商誉的动态资产，在每一个市场上通过持续使用积累品牌价值，使商标权利建立在坚实的使用事实上。

参考文献

本文引用来源依下述优先顺序排列：凡有官方发布渠道（立法机关、行政主管部门、司法机关官方网站）的，以官方发布为第一来源；官方渠道暂未检索到全文或细节的，以权威专业媒体的公开报道及解读为次要来源；其余背景性资料列为补充来源。具体条文引用及数据出处详见各脚注，此处按来源类型汇总列示，以便核验。

一、官方来源

中华人民共和国全国人民代表大会常务委员会：《中华人民共和国商标法》（2026 年 6 月 26 日修订），中国人大网，http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455832.html

申长雨：《关于〈中华人民共和国商标法（修订草案）〉的说明》，2025 年 12 月 22 日，中国人大网，http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260625_455731.html

全国人民代表大会宪法和法律委员会：《关于〈中华人民共和国商标法（修订草案）〉审议结果的报告》，2026 年 6 月，中国人大网，http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455848.html

全国人民代表大会宪法和法律委员会：《关于〈中华人民共和国商标法（修订草案二次审议稿）〉修改意见的报告》，2026 年 6 月 26 日，中国人大网，http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455824.html

国家知识产权局：《中华人民共和国商标法（2019 年修正）》全文，https://www.cnipa.gov.cn/art/2019/7/30/art_95_28179.html

中国政府网：《商标法修改相关问题解读》，2019 年 5 月 9 日，https://www.gov.cn/zhengce/2019-05/09/content_5390029.htm

国家知识产权局：《规范商标申请注册行为若干规定》（国家市场监督管理总局令第 17 号），https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/3/5/art_2422_205032.html

国家知识产权局：《〈商标审查审理指南〉重点问题一问一答——不以使用为目的的恶意商标注册申请的审查审理》，2022 年 2 月 8 日，https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/2/8/art_66_173092.html

国家知识产权局：《商标一般违法判断标准》理解与适用（九），2022 年 11 月 18 日，

https://www.cnipa.gov.cn/art/2022/11/18/art_66_180384.html

北京知识产权法院：《规制商标恶意注册十大典型案例》新闻发布会通报，2023 年 12 月 14 日，
<https://bjzcfy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2023/12/id/7709850.shtml>

北京知识产权法院：《规制商标恶意注册十大典型案例》（文字版），2023 年 12 月 14 日，
<https://bjzcfy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2023/12/id/7709766.shtml>

首都之窗（北京市人民政府官方网站）：《北京市高级人民法院发布 2023 年度知识产权司法保护十大案例和商标授权确权司法保护十大案例》，2024 年 4 月 29 日，
https://www.bj148.org/ztk/2024nzt/2023xgsd/5y/zfyl/202404/t20240429_1664528.html

北京法院网：《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南（中、英文版）》，2019 年 4 月 24 日，
<http://bjgy.bjcourt.gov.cn/article/detail/2019/04/id/3850624.shtml>

首都之窗（北京市人民政府官方网站）：《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南 全 文 转 载》，
https://www.beijing.gov.cn/zhengce/fygfxfwj/202308/t20230817_3224611.html

U.S. House of Representatives, Office of the Law Revision Counsel: U.S. Code, Title 15, Chapter 22 (Trademarks),
<https://uscode.house.gov/view.xhtml?path=/prelim@title15/chapter22&edition=prelim>

European Union, EUR-Lex (Official Journal of the European Union): Regulation (EU) 2017/1001 on the European Union Trade Mark, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2017/1001/oj/eng>

Bundesministerium der Justiz / Bundesamt für Justiz, [gesetze-im-internet.de](https://www.gesetze-im-internet.de/markengesetz): Markengesetz (MarkenG), § 8, https://www.gesetze-im-internet.de/markeng/_8.html

The Supreme Court of the United Kingdom: SkyKick UK Ltd and another v Sky Ltd and others [2024] UKSC 36, case page <https://www.supremecourt.uk/cases/uksc-2021-0181> ; 判决书全文 https://supremecourt.uk/uploads/uksc_2021_0181_judgment_updated_3_Dec2024_eaf8c576ea.pdf

GOV.UK / UK Intellectual Property Office: Guidance for trade mark applicants following judgment in SkyKick v Sky (PAN 1/25), <https://www.gov.uk/government/news/guidance-for-trade-mark-applicants-following-judgment-in-skykick-v-sky>

日本法務省：日本法令外国語訳データベースシステム，商標法，
<https://www.japaneselawtranslation.go.jp/ja/laws/view/4032>

대한민국 법제처 국가법령정보센터 (韩国国家法令信息中心) : 商标法 ,
<https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsiSeq=192529>

二、权威专业媒体来源

新华社:《新修订的商标法看点聚焦》,2026年6月26日/27日,国家知识产权局媒体聚焦栏目转载, https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/27/art_3688_206949.html

杜颖:《贴合新发展需求的系统重塑——〈商标法〉第五次修改综观》,国家知识产权局专家解读栏目,2026年6月26日, https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/26/art_3687_206927.html

张伟君:《完善驰名商标保护制度 维护我国企业境外权益》,国家知识产权局专家解读栏目,2026年6月26日, https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/26/art_3687_206928.html

知产力:《关于〈商标法〉第四条适用情况的调研报告》,2024年7月29日, <https://www.zhichanli.com/p/1471221932>

知产力:《〈商标法〉第四十四条第一款“以其他不正当手段取得注册”的适用及历史沿革》,2023年发布。

Hogan Lovells: No more pie in the sky: UK Supreme Court rules over-broad trade marks invalid for bad faith – SkyKick v Sky, <https://www.hoganlovells.com/en/publications/no-more-pie-in-the-sky-uk-supreme-court-rules-over-broad-trade-marks-invalid-for-bad-faith-skykick-v-sky>

Jones Day: SkyKick v Sky: UK Supreme Court Confronts Bad Faith in Trade Mark Applications, <https://www.jonesday.com/en/insights/2024/12/skykick-v-sky-uk-supreme-court-confronts-bad-faith-in-trade-mark-applications>

D Young & Co: A clearer sky ahead: UK Supreme Court delivers final judgment, <https://www.dyoung.com/en/knowledgebank/articles/trademark-sky-skykick-uk-supreme-court>

World Trademark Review: Germany: Trademark Procedures before the DPMA (关于德国商标审查与争议程序的专业解读)。

三、其他参考来源

中国知识产权律师网:《北京高院发布 2023 年度商标授权确权司法保护十大案例》,2024 年 4 月, <https://www.ciplawyer.cn/articles/153472.html>

法信(中国法律应用数字网络服务平台):《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》全文检索, <https://www.faxin.cn>

Wikipedia: Lanham Act, https://en.wikipedia.org/wiki/Lanham_Act（仅作背景性参照，具体条文以美国法典官方文本为准）。

IPKat、Travers Smith、Hogan Lovells、Briffa Legal、Culbert Ellis、11 South Square 等机构关于 SkyKick v Sky 案的公开评述文章（2024 年 11 月至 2025 年期间），仅作判决要点交叉验证之补充参考，具体规则表述以英国最高法院官方判决书为准。