

上海百一律师事务所

FORIDOM IP LAW FIRM

驰名商标保护制度的 历史演进和体系重塑

——以中国驰名商标认定典型案例为线索的脉络梳理暨企业落地指引

2026年7月7日·上海

（本报告依据2026年6月26日修订通过、2027年1月1日起施行的《中华人民共和国商标法》撰写）

驰名商标保护制度的历史演进和体系重塑

——以中国驰名商标认定典型案例为线索的脉络梳理暨企业落地指引

一、引言：一条脉络，四个阶段

2026年6月26日，第十四届全国人大常委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》，自2027年1月1日起施行^[1]。

本次修订是1982年商标法制定以来的第五次修改，也是首次整体修订，其中驰名商标制度的调整贯穿注册条件（第二十一条）、驰名事实确认（第六十三条）、“驰名商标”字样使用禁令（第六十四条）与境外维权确认（第六十九条第一款）四个层面，并借由诚信原则（第九条）、恶意注册行政处罚（第五十四条）、无效宣告除斥期间的恶意例外（第五十一条）、代理机构责任（第六十七条）等条款形成保护闭环^[2]。

回望四十余年，我国驰名商标保护走过了一条清晰的脉络：从依据国际条约的个案履约，到国内规范以诚实信用原则为落点的萌芽；从2001年正式入法后的快速扩张与随之而来的“荣誉称号化”异化，到2009年以来司法与立法联手的纠偏定型；再到2026年删除跨类保护注册前提、创设境外维权确认机制的体系重塑。

每一个阶段都有标志性的案例与之呼应——从1987年“PIZZA HUT”异议案、1989年“同仁堂”境外维权案，到2000年“杜邦”域名案、2005年“长城牌”案，再到“康王”虚假诉讼系列案的教训，以及“拉菲”案、“新华字典”案对未注册驰名商标保护的深化。

本报告即以这些驰名商标认定典型案例为线索，梳理制度演进的完整脉络，解析2026年新法的体系重塑，并在此基础上形成给企业的具体可落地建议。

与美欧日韩等其他法域的国际比较，将另行专题研究，本文不予展开。

表 1 驰名商标保护制度演进的阶段总览（1982—2026）

阶段	时间	标志性规范	标志性案例	阶段特征
条约履约与萌芽	1982—2000	1982 年商标法（空白）； 1985 年加入巴黎公约； 1993 年实施细则第 25 条； 1996 年暂行规定	“PIZZA HUT” 异议案（1987）； “同仁堂” 案（1989）； “蝴蝶” 案（1992）	条约直接适用； 诚实信用原则为规范落点； 主动认定、批量认定
入法与扩张	2001—2008	2001 年修法第 13、14 条； 2002 年实施条例； 2003 年认定和保护规定	“杜邦” 域名案（2000—2001）； “长城牌” 案（2005）	二元保护格局确立； 司法认定开启； 异化风险累积
纠偏与定型	2009—2025	2009 年司法解释与集中管辖； 2013 年修法（按需认定、 字样禁用、诚信入法）； 2014 年配套	“康王” 虚假诉讼案（教训）； “拉菲” 案（2016）； “新华字典” 案（2017）	事实认定属性回归； 未注册驰名商标保护深化
体系重塑	2026—	2026 年修订：第 21、63、 64、69 条	（新法 2027 年施行， 配套细则待出台）	跨类保护不问注册； 认定改确认； 境外维权确认机制

二、条约履约与制度萌芽（1982—2000）

（一）1982 年商标法的空白与巴黎公约的进入

1982 年 8 月 23 日通过、1983 年 3 月 1 日施行的商标法是我国第一部商标法，全文 43 条，并未规定驰名商标，对未注册商标原则上不提供保护^[3]。转折点是 1985 年 3 月 19 日我国加入《保护工业产权巴黎公约》：公约第六条之二要求成员国对驰名商标提供特殊保护——对构成驰名商标复制、仿制或翻译、用于相同或类似商品、易于产生混淆的商标，应依职权或依利害关系人请求拒绝或撤销注册并禁止使用；请求撤销的期限不得少于注册之日起五年，对恶意注册或使用的不得规定请求期限^[4]。在国内法尚无对应条文的情况下，商标主管机关直接援引公约履行条约义务，由此产生了我国最早的一批驰名商标认定实践。

（二）三个开端性案例：PIZZA HUT、同仁堂与蝴蝶

“PIZZA HUT”异议案（1987）：澳大利亚企业在我国抢先申请注册“PIZZA HUT 及屋顶图形”商标，美国必胜客国际有限公司提出异议。商标局经审查认定该商标为驰名商标，驳回抢注申请——这是我国适用巴黎公约第六条之二保护驰名商标的第一案，确立了外国驰名商标在华可依公约获得保护的先例^[5]。

“同仁堂”境外维权案（1989）：老字号“同仁堂”商标在日本被抢注。应有关方面请求，商标局经审查出具认定“同仁堂”为我国驰名商标的文件，协助其在日本的维权程序中证明知名度，最终成功夺回商标。这是我国第一件由主管机关认定的本国驰名商标，其“国内认定服务境外维权”的运作逻辑，正是 2026 年新法第六十九条第一款境外维权驰名确认机制的历史先例^[6]。

“蝴蝶”缝纫机案（1992）：上海协昌缝纫机厂的“蝴蝶”商标在印度尼西亚被当地企业抢注，协昌厂在印尼诉讼中两审失利。1992 年，商标局应请求认定“蝴蝶”为驰名商标，印尼法院据此依巴黎公约国民待遇原则重新审理，最终判决抢注注册无效，历时八年的纠纷以中国企业胜诉告终^[7]。

同仁堂案与蝴蝶案共同表明：早在制度草创期，中国官方驰名认定文件已在境外程序中显示出实际证明价值——这一经验沉淀三十余年后，终于在 2026 年上升为成文法机制。

（三）1993 年实施细则第二十五条：诚实信用原则下的“公众熟知商标”

1993 年 2 月商标法第一次修正仍未在法律层面写入驰名商标，但同年 7 月 15 日修订的《商标法实施细则》第二十五条在解释商标法“以欺骗手段或者其他不正当手段取得注册”时，明确将“违反诚实信用原则，以复制、模仿、翻译等方式，将他人已为公众熟知的商标进行注册的”列为可予撤销的情形^[8]。

这是我国国内规范性文件首次为驰名商标（时称“公众熟知的商标”）保护提供依据。其规范落点尤其值得注意：立法者没有从权利客体角度界定驰名商标，而是从行为规制角度出发，以诚实信用原则为价值基准，将抢注公众熟知商标定性为不正当手段注册。

我国驰名商标保护自其国内法源头起，便与诚实信用原则存在基因层面的联结——这条线索贯穿此后历次修法：2013 年诚实信用原则写入商标法第七条^[9]，《民法典》第七条将诚信原则确立为民事活动基本原则^[10]，2026 年新法第九条更

进一步规定“申请注册和使用商标，应当遵循诚信原则，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”，将诚信要求由申请注册端延伸至权利行使端。

（四）1996年暂行规定：主动认定模式及其异化伏笔

1996年8月14日，国家工商行政管理局发布《驰名商标认定和管理暂行规定》，建立由商标局统一认定驰名商标的制度，采取主动认定与批量认定相结合的模式，认定结果有效期三年^[11]。

该模式在特定历史阶段对提升品牌保护意识发挥了积极作用，但“批量认定+有效期”的设计使驰名商标脱离个案保护语境，逐渐异化为一种可以争取、可以宣传的荣誉称号：企业竞相将“中国驰名商标”印上包装、投入广告，地方将认定数量视为政绩指标。这一异化在下一阶段随司法认定渠道的开启而进一步放大，最终引发2009年之后的系统纠偏^[5]。

三、入法与扩张（2001—2008）

（一）2001年修法：二元保护格局的确立

为履行加入世界贸易组织的承诺、落实 TRIPS 协定，2001年10月27日商标法第二次修正首次在法律层面确立驰名商标保护制度^[12]：第十三条第一款对未在中国注册的驰名商标提供相同或类似商品上的混淆保护，直接对应巴黎公约第六条之二；第二款对已经在中国注册的驰名商标提供不相同或者不相类似商品上的保护，以“误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害”为要件，对应 TRIPS 协定第十六条第三款^[13]；第十四条规定了认定驰名商标的五项考量因素——相关公众的知晓程度、使用的持续时间、宣传工作的持续时间程度和地理范围、作为驰名商标受保护的记录及其他因素，框架参考了 WIPO1999年《关于驰名商标保护规定的联合建议》^[14]；第四十一条第二款规定对恶意注册的，驰名商标所有人提出撤销请求不受五年时间限制。

由此形成“未注册驰名商标同类保护+已注册驰名商标跨类保护”的二元格局——这一格局延续二十五年，直至2026年修订方被打破。2002年《商标法实施条例》第五条（程序中请求认定并提交证据）、第四十五条（违法使用的行政禁止救济）、第五十三条（驰名商标被登记为企业名称的撤销救济）完成行政配套^[15]；2003年《驰名商标认定和保护规定》取代1996年暂行规定，废除批量认定与三年

有效期，确立个案认定、被动保护原则^[16]。

（二）司法认定的开启：“杜邦”域名案

几乎与修法同步，上海和北京的人民法院分别开始在个案中认定驰名商标，这两件案件均涉及域名抢注，这两个案件属于人民法院司法认定驰名商标的开端性案例。

2000年11月21日，在(2000)沪二中知初字第23号案件中，认定原告的“safeguard”注册商标在市场上享有较高声誉并为相关公众所熟知，同时“舒肤佳”与“safeguard”注册商标之间的知名度和影响力存在关联性。法院判决被告注册safeguard.com.cn域名的行为构成不正当竞争，该域名应予撤销。

另一个标志性案件是美国杜邦公司诉北京国网信息有限责任公司域名纠纷案，2000年11月21日一审判决。北京市第一中级人民法院经审理认为，椭圆字体“DU PONT”商标自1921年起已在94个国家和地区注册，1976年在我国注册，经长期、持续、大范围的使用与宣传，在我国市场享有较高声誉、为相关公众所熟知，事实上已属驰名商标；国网公司将“dupont.com.cn”注册为域名，且无法说明其与“dupont”一词有任何关联。国网公司恶意将他人驰名商标注册为域名、无偿占用他人商誉，违反诚实信用原则，构成不正当竞争，判令其撤销该域名。北京市高级人民法院二审维持原判^[17]。

杜邦案被《最高人民法院公报》登载。二审期间施行的法释（2001）24号域名司法解释，进一步在规范层面确认人民法院可以根据当事人请求和案件情况对注册商标是否驰名依法作出认定，并将“为商业目的将他人驰名商标注册为域名”单独列为恶意情形^[18]。

值得注意的是，本案的说理结构——以使用与宣传证据认定驰名事实，再以诚实信用原则评价抢注行为——与1993年实施细则第二十五条的规范逻辑一脉相承，也预示了此后二十余年驰名商标裁判的基本范式。

（三）跨类保护的司法实践：“长城牌”葡萄酒案

（2005）民三终字第5号中国粮油食品（集团）有限公司诉北京嘉裕东方葡萄酒有限公司等商标侵权案是最高人民法院直接二审的驰名商标保护标杆案件。

中粮公司的第70855号“长城牌”商标1974年即在葡萄酒商品上注册，嘉裕公

司在葡萄酒上使用“嘉裕长城及图”商标。北京市高级人民法院一审、最高人民法院二审认为：“长城牌”注册商标因注册时间长、市场信誉好而具有较高市场知名度，构成驰名商标；判断商标近似不限于整体近似，还包括主要部分近似——“长城”文字作为该驰名商标最具识别力的主要部分，被告在相同商品上突出使用足以造成市场混淆，构成侵权，判令停止侵权并赔偿千万元级损失^[19]。

本案确立的“商标显著性和知名度越高、保护范围和强度越大”的比例裁判思路，以及以“主要部分近似”认定驰名商标侵权的方法，被此后的司法解释和审理指南反复引用，成为驰名商标强保护的经典判例。

（四）异化与危机：“康王”虚假诉讼案的教训

伴随行政与司法双轨认定的展开，“驰名商标”在市场语境中的荣誉光环被不断放大，异化风险在2006年至2008年间集中爆发。

以“康王”系列案为代表：当事人通过虚构域名纠纷、安排“稻草人”被告等方式制造诉讼，在个别中西部基层、中级法院骗取驰名商标司法认定，再将认定结果用于广告宣传和招商加盟。相关操作被媒体曝光并经再审查实后，原判决被撤销，涉案人员受到追究。

这一系列事件暴露出彼时制度的三重漏洞：司法认定管辖分散、驰名认定脱离个案保护需要、认定结果被当作可交易的荣誉资产。危机直接催生了下一阶段的系统纠偏——最高人民法院2009年1月发布《关于涉及驰名商标认定的民事纠纷案件管辖问题的通知》，将驰名商标司法认定案件集中由省会城市中院、计划单列市中院等法院管辖；同年4月发布法释〔2009〕3号司法解释，全面重述驰名商标民事保护规则^[20]。

四、纠偏与定型（2009—2025）

（一）2009年司法解释：事实认定属性与反淡化理念

法释〔2009〕3号解释将驰名商标界定为“在中国境内为相关公众所熟知的商标”，明确人民法院仅在确有必要时对商标驰名作出认定，且认定结论仅作为案件事实和判决理由、不写入判决主文，以调解方式结案的不予认定——从技术层面彻底封堵了“为认定而诉讼”的操作空间。

同样重要的是该解释第九条第二款：将跨类保护要件“误导公众，致使该驰

名商标注册人的利益可能受到损害”解释为涵盖减弱驰名商标显著性（弱化）、贬损其市场声誉（丑化）以及不正当利用其市场声誉（搭便车）三种情形，实质上以司法解释的方式引入了反淡化保护理念，使我国驰名商标跨类保护的解释论与国际主流理论接轨。

（二）2013 年修法：按需认定三原则与“去异化”

2013 年 8 月 30 日商标法第三次修正^[21]对驰名商标制度作出系统调整：第十三条新增第一款“为相关公众所熟知的商标，持有人认为其权利受到侵害时，可以依照本法规定请求驰名商标保护”，锚定驰名商标的定义要素与请求权基础；第十四条确立“按需认定”原则，将认定主体法定化为商标局、商标评审委员会和最高人民法院指定的人民法院，与 2009 年以来的司法实践相互印证，最终形成“个案认定、被动认定、按需认定”三原则。

第十四条第五款针对异化现象釜底抽薪——禁止生产、经营者将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，第五十三条配套设定十万元以下罚款。同次修法将诚实信用原则写入第七条，使 1993 年实施细则层面的诚信规范上升为法律基本原则。2014 年修订的实施条例及《驰名商标认定和保护规定》（第 66 号令）完成配套衔接^[22]；2019 年第四次修正聚焦规制“不以使用为目的的恶意商标注册申请”（第四条），未触动驰名商标条款。至此，驰名商标彻底回归“个案中的待证事实”定位，制度框架保持稳定直至 2026 年。

（三）未注册驰名商标保护的司法深化：“拉菲”案与“新华字典”案

制度定型期的司法实践在两个方向上持续深化。

其一，外文商标中文译名的保护——“拉菲”系列案。

拉菲罗斯柴尔德酒庄 1996 年在葡萄酒商品上注册“LAFITE”商标，南京金色希望公司 2005 年申请注册“拉菲庄园”商标并获准。围绕“拉菲庄园”商标的效力，双方历经商评委裁定、北京一中院一审、北京高院二审，最高人民法院 2016 年提审后作出（2016）最高法行再 34 号再审判决：综合媒体报道与进口销售证据，认定在争议商标申请日前，中国相关公众已能够将“拉菲”与“LAFITE”对应识别，“LAFITE”具有较高知名度，“拉菲庄园”构成对其摹仿，应予无效；并明确宣示——判断中文商标与外文商标是否近似，应考察二者是否已在相关公众之间形成稳

定的对应关系，“非以诚信经营为前提的商业成功与市场秩序，不是维持商标注册的正当理由”^[23]。

这一论断将诚实信用原则直接转化为可操作的裁判规则，宣告“抢注做大再谈既成事实”策略的破产。在后续民事诉讼中，江苏省高级人民法院一审判令金色希望公司等停止侵权并赔偿损失及合理开支 7917 万元^[24]，凸显驰名商标民事救济的赔偿力度。

其二，未注册驰名商标的正面认定——“新华字典”案。

商务印书馆自 1957 年起连续出版《新华字典》至第 11 版，全球发行量超过 5.67 亿册，2010 至 2015 年在字典类图书市场平均占有率超过 50%。华语教学出版社出版发行“实用新华字典”等辞书，商务印书馆以侵害“新华字典”未注册驰名商标为由起诉。

北京知识产权法院（2016）京 73 民初 277 号判决认为：“新华字典”虽具有产品与品牌混合属性，但经商务印书馆长期唯一提供与持续使用，已在消费者中形成稳定认知联系，具备商标显著特征；综合知晓程度、使用持续时间、销售数量、宣传范围及受保护记录等因素，认定“新华字典”构成未注册驰名商标，判令被告停止侵权、消除影响并赔偿 300 万元及合理支出 27 万余元；同时明确，给予未注册驰名商标保护的是商标本身的独占使用，而非出版辞书的专有权，不会造成行业垄断^[25]。

该案已收录于人民法院案例库；此后“奔富”未注册驰名商标侵权案等入库案例进一步确认，对恶意抢注或受让近似注册商标的行为人，可以判令停止使用并赔偿损失，未注册驰名商标的救济强度与注册商标日益趋近^[26]。

但司法深化终究受制于成文法边界：依 2019 年商标法第十三条第三款，跨类保护仅及于“已经在中国注册的”驰名商标，未注册驰名商标即便知名度再高，在不同、不相类似商品上的摹仿注册与使用面前仍缺乏直接的法律武器，只能迂回借助反不正当竞争法一般条款。

实践呼声与法理反思共同指向同一个方向——保护水平应取决于驰名的事实，而非注册的形式，这正是 2026 年体系重塑的核心命题^[5]。

五、2026 年修订：驰名商标制度的体系重塑

（一）第二十一条：跨类保护向未注册驰名商标全面开放

新法第二十一条规定：“就相同或者类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混淆的，不予注册并禁止使用。就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标持有人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。”

第一款内容承继原第十三条第二款；实质变革在第二款——删除“已经在中国注册的”限定，并将“注册人”改为“持有人”。修改后，只要商标在事实上为相关公众所熟知，无论是否在中国注册，均可获得跨类保护：既可在相同或类似商品上制止混淆，也可在不相同、不相类似商品上制止弱化、丑化与搭便车^[5]。

国家知识产权局局长申长雨在修订草案说明中将其概括为“将禁止在不相同、不相类似的商品上抢注他人已注册驰名商标，扩大至不区分注册与否均禁止抢注”^[5]。结合法释〔2009〕3号第九条第二款的既有解释，可以合理预期新法施行后未注册驰名商标同样可以主张反淡化意义上的保护，相关司法解释将作适应性修订。

这一修改的正当性在于：驰名商标保护建立在通过实际使用取得市场知名度与声誉的事实基础上，与注册与否无关；以注册与否切分保护水平，在法理上自相矛盾，在效果上有失公平^[5]，也与我国主动对接 CPTPP 等国际高标准经贸规则的部署相一致——CPTPP 第 18.22 条明确要求不得以注册作为认定驰名的条件，并要求跨类保护不论驰名商标是否注册^[27]。

以案例回望，“新华字典”案中法院需要以缜密论证突破“混合属性名称”的显著性质疑方能给予同类保护，而对跨类摹仿仍无能为力；新法施行后，同等事实下未注册驰名商标持有人可以直接援引第二十一条第二款主张跨类的不予注册与禁止使用，保护半径显著扩大。

需要提示的是，扩张保护对象并不意味着降低驰名门槛：“复制、摹仿或者翻译”“误导公众”“利益可能受到损害”三重要件依旧，驰名事实仍须依第六十三条个案举证与确认，且未注册商标缺少注册记录背书，举证对使用与宣传证据的依赖反而更重。

（二）第六十三条：从“认定驰名商标”到“确认商标驰名情况”

新法第六十三条整合原第十三条第一款与第十四条前四款，作出四点调整。

第一，“认定”改为“确认”，强调执法与司法机关只是对商标驰名这一客观事实进行确认，而非评定或授予荣誉称号，从概念源头巩固“去异化”成果——这是对“康王”教训的立法层面回应^[5]。

第二，确认场景扩容：在商标注册审查审理、查处商标违法案件、商标民事与行政案件审理之外，新增查处与审理不正当竞争案件两类场景，企业依反不正当竞争法维权时可在同一程序中一并请求确认驰名，无需迂回。

第三，确认主体调整：行政确认主体统一为国务院商标管理部门，司法确认主体仍为最高人民法院指定的人民法院，延续集中管辖。

第四，考量因素完善：使用因素由“持续时间”扩展为“持续时间、方式和地域范围”，可涵盖互联网环境下的多元使用形态（新法第二条已明确通过互联网等信息网络实施的使用构成商标使用）；受保护记录表述为“该商标受保护的记录，特别是作为驰名商标受保护的记录”，异议、无效、侵权诉讼中获得保护的一般记录亦可纳入考量，直接回应企业“举证难”的呼声。“按需确认、被动确认、个案确认”三原则继续有效。

（三）第六十四条：“驰名商标”字样禁用的延续

新法第六十四条将原第十四条第五款与第五十三条合并为独立条文：生产、经营者不得将“驰名商标”字样用于商品、商品包装或者容器上，或者用于广告宣传、展览以及其他商业活动中；违者由负责商标执法的部门责令改正，处十万元以下罚款。

规范内容与罚则不变，但独立成条并紧随第六十三条，体系更为自洽。企业应注意：在法律程序中正当主张驰名保护不受影响，但无论是否曾获驰名确认，均不得将确认结果转化为任何形式的宣传卖点。

（四）第六十九条第一款：境外维权驰名确认机制——从同仁堂案到成文法

新法第六十九条第一款规定：“在境外商标注册审查审理或者处理商标案件过程中，需要证明商标在中国境内为相关公众所熟知的，应当事人请求，国务院商标管理部门可以依照本法第六十三条的规定对商标驰名情况作出确认。”

全国人大宪法和法律委员会在审议结果报告中说明，该条针对“我国一些企业的商标在境外被抢注，损害企业合法权益，对企业出海造成不利影响”的现实而增设^[28]。近年瑞幸咖啡商标在泰国被抢注、“绍兴花雕酒”“女儿红”在日本被抢注等事件，使境外抢注成为中国品牌出海的高频风险^[29]。

该机制的功能逻辑，正是同仁堂案、蝴蝶案三十余年前已经验证过的路径的制度化：不少法域的驰名（周知）商标规则为来源国知名度证据留有接口，由中国官方机构依法定程序出具的驰名确认文件，能够显著增强境外机关采信中国境内知名度证据的意愿^[5]。

就该条款的理解：其一，确认以当事人请求为前提且系“可以”确认，属按需、被动、裁量性的事实确认，申请人须证明境外纠纷的存在及境外程序对中国境内知名度证据的法律要求；其二，确认对象是商标在中国境内的驰名情况，其在境外程序中的证明力最终取决于当地法律与裁判者；其三，该条不区分申请人国籍，在华经营且商标在中国境内驰名的外资企业亦可援引。

与之配套，第六十九条第二款对以欺诈等不正当手段为境内委托人办理境外商标事宜、损害委托人利益的行为设定处罚指引，规制跨境代理乱象^[30]。

（五）配套网络与诚信原则贯穿线

驰名商标条款并非孤立运作：

注册确权环节，第三十六条允许在先权利人、利害关系人以违反第二十一条为由在公告后两个月内提出异议；第五十一条规定五年无效宣告期限，且对恶意注册的，驰名商标持有人不受五年限制。

行政责任环节，第五十四条首次为恶意申请设置独立处罚——故意违反第二十一条、第二十二条、第二十四条申请注册、造成不良影响的，警告并可处十万元以下罚款；抢注驰名商标自此在“不予注册”“宣告无效”之外还须承担行政处罚责任。

代理监管环节，第六十七条规定代理机构知道或应当知道委托人申请属于第二十一条等情形仍接受委托的，最高可处二十万元罚款、情节严重的停止受理业务。

行为规制环节，第十九条的“欺骗或者其他不正当手段”条款前移至注册条件一章，实现全阶段贯通适用^[33]。

贯穿上述网络的价值主线仍是诚信原则：从1993年细则第二十五条，到2013年第七条，再到新法第九条“遵循诚信原则，不得滥用权利”，以及拉菲案“非以诚信经营为前提的商业成功不是维持注册的正当理由”的裁判宣示^[31]——规范与判例在同一价值坐标上完成了历史闭环。

表 2 驰名商标核心条款：2019 年商标法与 2026 年商标法对照

事项	2019 年商标法（现行）	2026 年商标法（新法）
请求保护一般条款	第十三条第一款：为相关公众所熟知的商标，持有人认为其权利受到侵害时，可以依照本法规定请求驰名商标保护。	第六十三条第一款：表述沿用，移入“商标管理”一章，与驰名确认机制合并规定。
同类保护	第十三条第二款：复制、摹仿或翻译他人未在中国注册的驰名商标，用于相同或类似商品，容易导致混淆的，不予注册并禁止使用。	第二十一条第一款：内容不变，移入第二章“商标注册的条件”。
跨类保护	第十三条第三款：仅限“已经在中国注册的”驰名商标；保护主体表述为“注册人”。	第二十一条第二款：删除注册前提，“注册人”改“持有人”，未注册驰名商标同享跨类保护。
驰名事实的认定/确认	第十四条：按需认定；场景为注册审查、查处商标违法案件、商标评审、商标民事行政案件审理；因素含使用持续时间、宣传的持续时间程度和地理范围等。	第六十三条第二至五款：“认定”改“确认”；场景增加查处、审理不正当竞争案件；因素增加使用“方式和地域范围”，受保护记录不限于驰名保护记录。
“驰名商标”字样禁用	第十四条第五款+第五十三条：禁止商业使用，处十万元以下罚款。	第六十四条：单独成条，规范与罚则不变。
恶意注册无效宣告	第四十五条第一款：恶意注册的，驰名商标所有人不受五年限制。	第五十一条第一款：沿用，“所有人”改“持有人”。
境外维权驰名确认	无	第六十九条第一款：境外程序需证明中国境内知名度的，应请求可依第六十三条确认。
恶意申请行政处罚	无直接对应	第五十四条：故意违反第二十一条等申请注册、造成不良影响的，警告并可处十万元以下罚款。

六、典型案例与裁判规则

将前述案例置于同一张时间轴上，可以清晰看到案例与规范的互动：早期案

例验证条约机制并催生国内立法，中期案例塑造裁判方法并暴露制度漏洞，定型期案例深化未注册驰名商标保护并将诚信原则转化为裁判规则，而 2026 年新法则将案例积累的经验成文化。

表 3 中国驰名商标认定典型案例一览

典型案例	认定机关/案号	认定要点	制度意义与裁判规则
“PIZZA HUT”异议案（1987）	商标局（异议程序）	外国驰名商标依巴黎公约第六条之二获得保护，驳回抢注申请。	我国适用公约保护驰名商标第一案；确立驰名保护不以在华注册、在华驰名程度形式化门槛为绝对前提的早期实践。
“同仁堂”案（1989）	商标局（出具认定文件）	认定“同仁堂”为我国驰名商标，协助在日本维权成功。	首件本国驰名商标认定；“国内认定服务境外维权”模式的起点，新法第六十九条的历史先例。
“蝴蝶”案（1992）	商标局认定+印尼法院采信	商标局驰名认定文件被印尼法院依国民待遇原则采信，抢注注册被判无效。	中国官方驰名认定文件的域外证明价值获得实证。
“杜邦”域名案（2000—2001）	北京一中院（2000）一中知初字第 117 号；北京高院（2000）高知终字第 76 号	以长期使用与宣传证据认定“DU PONT”为驰名商标；恶意注册域名违反诚实信用原则，构成不正当竞争。	司法认定驰名商标的开端性公报案例；确立“驰名事实认定+诚信原则行为评价”的裁判范式。
“长城牌”案（2004—2005）	北京高院（2004）高民初字第 1288 号；最高院（2005）民三终字第 5 号	“长城牌”构成驰名商标；商标近似包括主要部分近似，显著性与知名度越高保护越强。	最高院直接审理的驰名商标强保护标杆；比例保护思路被后续司法解释吸收。
“康王”虚假诉讼系列案（2006—2008）	相关原判决经再审撤销	通过虚构纠纷骗取驰名商标司法认定，认定结果被用于商业宣传。	催生 2009 年集中管辖与法释（2009）3 号，推动“按需认定、不写入判决主文”等纠偏规则。
“拉菲”行政再审案（2016）	最高院（2016）最高法行再 34 号	“拉菲”与“LAFITE”已形成稳定对应关系；“拉菲庄园”构成摹仿，注册无效。	“非以诚信经营为前提的商业成功与市场秩序不是维持商标注册的正当理由”——诚信原则的裁判规则化；外文驰名商标中文译名保护规则确立。

典型案例	认定机关/案号	认定要点	制度意义与裁判规则
“拉菲”民事案（一审判赔7917万元）	江苏高院一审，最高院二审	对摹仿驰名商标的系列主体判令停止侵权并高额赔偿。	驰名商标民事救济赔偿力度的标志性体现。
“新华字典”案（2017）	北京知产法院（2016）京73民初277号	“新华字典”经长期唯一提供形成稳定认知，构成未注册驰名商标，判赔300万元及合理支出。	未注册驰名商标正面认定的典型；明确保护商标本身而非商品专有权的利益平衡方法；已入选人民法院案例库。
“奔富”案等新近入库案例	人民法院案例库 2024-09-2-159-004等	未注册驰名商标认定的必要性与条件；对恶意抢注或受让近似注册商标可判令停止使用并赔偿。	未注册驰名商标救济强度与注册商标趋近。

从案例中可以提炼出对企业最具操作意义的裁判规则：

其一，驰名商标是事实而非称号，认定（确认）服务于个案保护需要，结论不写入判决主文、不产生当然的跨案效力，但受保护记录可作为后案的重要考量；

其二，驰名举证以使用与宣传证据为核心，销售数据、市场占有率、媒体报道、地域覆盖构成证明骨架；

其三，商标显著性与知名度越高，近似判断越宽、保护范围越大，主要部分近似即可构成侵权；

其四，外文商标可借由与中文译名的稳定对应关系将保护延及译名，抢注者不能以“做大了的既成事实”对抗诚信原则；

其五，恶意是贯穿始终的加重因子——它使无效宣告突破五年期限、使赔偿显著加码，在新法下还将触发第五十四条的行政处罚。

七、企业落地指引：从制度红利到行动清单

（一）建立“驰名证据档案”：对标第六十三条的常态化证据管理

驰名保护的成败取决于证据。杜邦案凭94国注册与长期宣传胜诉，新华字典案凭5.67亿册发行量与超50%市场占有率认驰，拉菲案凭3391条海关报关记录与170余篇媒体报道逆转——无一不是证据体系的胜利。

建议企业以品牌法务部门为责任主体，按下表建立年度归档的驰名证据档案，可考虑中英文双轨留存，以同时满足国内程序与第六十九条境外维权确认之需。

表 4 驰名证据档案清单（对标新法第六十三条第四款五项因素）

法定因素	核心证据类型	留存要点	归档频率
相关公众知晓程度	市场占有率与行业排名报告、第三方消费者认知调查、品牌价值评估、检索指数与舆情数据	委托有资质的第三方机构出具；调查问卷设计留底以备质证。	可每年一次，专门调查根据需要进行
使用的持续时间、方式和地域范围	销售合同与发票（按省份/国别归集）、渠道清单、电商平台后台销售数据、App 与小程序运营数据、直播与短视频带货记录	互联网使用形态（新法第二条明确其构成商标使用）需公证或区块链存证固定；注意体现地域覆盖广度。	可每季度归集，每年汇总
宣传的持续时间、程度和地域范围	广告投放合同与金额凭证、媒介排期、线上曝光与阅读量数据、展会与赞助记录、媒体报道汇编	广告费用与投放地域一一对应；重要报道做时间戳固定。	可每季度归集，每年汇总
受保护的记录（不限于驰名保护记录）	异议决定、无效宣告裁定、行政处罚决定、民事与行政判决书、海关备案与查扣记录、境外程序文件	新法已放宽至一般保护记录，历史维权文书应全面回溯归档并编制索引。	结案即归档
其他驰名因素	商标注册谱系（含境外注册）、许可与联名合作记录、获奖荣誉、老字号认定等	注意第六十四条红线：荣誉材料仅用于举证、事实陈述等，不得用于“驰名商标”字样宣传。	动态更新

（二）场景化维权路径：把新规用在刀刃上

新法为驰名商标持有人提供了更丰富的程序工具箱。企业应根据抢注或侵权场景选择最优路径，并注意各程序的时限与要件差异。

表 5 驰名商标维权场景与路径选择（新法框架）

场景	可选路径	核心法条	操作要点
他人在相同/类似商品上抢注（我方商标未在华注册）	初步审定公告后2个月内异议；注册后无效宣告	第二十一条第一款、第三十六条、第五十一条	异议期由3个月缩短为2个月，监测响应须提速；举证聚焦混淆可能性与在先知名度。

场景	可选路径	核心法条	操作要点
他人在不相同/不类似商品上抢注（不论我方是否注册）	异议；无效宣告；对恶意注册不受 5 年限制	第二十一条第二款、第五十一条第一款	2027 年 1 月 1 日新法施行后，未注册驰名商标首次可直接主张跨类保护；论证弱化、丑化或搭便车。
市场上出现摹仿使用行为	商标侵权民事诉讼；请求商标执法部门查处	第六十三条、第七十条以下	在诉讼或查处中按需请求确认驰名；
攀附商誉、混淆装潢、虚假宣传等混合侵权	不正当竞争之诉或行政投诉，并一并请求确认驰名	第六十三条第二、三款；反不正当竞争法	新法首次允许在不正当竞争案件中确认驰名，可统筹选择赔偿基础更有利的请求权。
抢注人/代理机构情节恶劣	向商标执法部门举报，请求行政处罚	第五十四条、第六十七条	对故意违反第二十一条的申请人可处警告及十万元以下罚款；对明知故犯的代理机构最高二十万元罚款。
商标在境外被抢注	当地异议/无效程序+请求国家知识产权局出具驰名确认	第六十九条第一款	备齐境外纠纷证明（受理通知、案号、对方申请信息）及当地法律对中国境内知名度证据的要求说明等。
境外代理机构损害委托人利益	向商标执法部门投诉	第六十九条第二款、第六十七条	委托合同中预先约定禁止代理方及关联方抢注、囤积条款，留存沟通记录。

（三）出海企业的三步准备

第一步，布局先行。通过马德里国际注册或单一国申请，在进入目标市场前完成核心类别与关键防御类别布局——第六十九条是补救工具而非替代方案，“商标不是藏品而是用品”，先行注册始终是成本最低的策略^[32]。

第二步，证据前置。参照表 4 建立中英文驰名证据档案，特别归集面向目标市场的跨境电商销售数据、国际展会与媒体报道，使境外程序启动时证据包即刻可用。

第三步，预警监测。建立境外商标监测（重点市场官方公告预警监测），发现抢注后在当地异议期内果断行动，同步评估是否申请国内驰名确认；关注国家知识产权局后续发布的第六十九条配套实施办法，第一时间掌握申请条件、文件

形式与办理周期。同仁堂案与蝴蝶案的历史经验表明，中国官方认定文件在境外程序中的证明价值是真实的——新法将其从个案善意升格为可预期的制度供给。

（四）合规红线清单

红线一：宣传禁令。任何情况下不得将“驰名商标”字样用于商品、包装、容器、广告、展览及其他商业活动（第六十四条，十万元以下罚款）。应将该项检查纳入广告与电商文案的合规审查清单，并对市场、公关团队开展培训——获得驰名商标确认恰恰是最容易触碰红线的时刻。

红线二：注册秩序。防御性注册控制在正常生产经营需要的合理范围内，避免触发第十九条“不以使用为目的且明显超出正常经营需要”的驳回与无效事由；注册商标规范使用，防范撤三与依职权撤销风险。

红线三：行权诚信。新法第九条明确禁止滥用权利，第八十一条对恶意串通、捏造事实提起商标诉讼设定处罚；维权主张应与知名度证据相匹配，杜绝夸大与虚构——“康王”案的教训表明，滥用驰名制度的代价是毁灭性的。

（五）过渡期行动建议时间表

2026 年第三季度：全面盘点商标资产，梳理未注册但具有高知名度的品牌要素（中文译名、产品名称、系列名等），评估其驰名举证可行性；启动驰名证据档案的历史回溯归档。

2026 年第四季度：梳理在案及潜在的异议、无效案件，对涉及未注册商标跨类保护的争议，评估是否待新法施行后依第二十一条第二款提起或补强主张；修订对外代理协议与内部商标管理制度，落实字样禁用与代理合规要求；完成境外抢注监测清单与证据准备。

2027 年起：新法施行，按需启用新程序工具；跟踪《商标法实施条例》、驰名商标认定和保护配套规章及相关司法解释的修订出台，及时校准维权与合规策略——现行 2014 年条例与第 66 号令均基于旧法制定，其程序与证据规则预计将在新法施行前后更新。

八、结语

从 1987 年商标局在“PIZZA HUT”案中第一次援引巴黎公约，到 1993 年实施细则以诚实信用原则为“公众熟知商标”提供最早的国内法依据；从“杜邦”案开启

司法认定、“长城”案确立强保护范式，到“康王”教训催生按需认定与去异化改革；从“拉菲”案宣示“非以诚信经营为前提的商业成功不是维持注册的正当理由”，到“新华字典”案完成未注册驰名商标的正面认定——四十年的制度演进，是规范与案例相互塑造的历史。

2026年修订将这段历史的全部经验凝结为新的体系：第二十一条让保护回归驰名的事实本身，第六十三条让确认回归待证事实的定位，第六十四条守住去异化的底线，第六十九条把海外个案保护升格为服务品牌出海的国家机制。

对企业而言，落地的关键只有三件事：把证据档案建起来，把维权路径选对，把合规红线守住。

制度已经就位，红利属于有准备者。

声明：本报告基于报告日之前公开可得的法律文件、裁判文书与官方解读撰写，仅供一般参考，不构成针对具体事项的法律意见。新法配套法规、规章及司法解释尚在制定或修订过程中，具体适用请以生效文本及个案分析为准。如需就具体商标事务获取法律意见，请联系上海百一知识产权律师事务所。

[1] 《中华人民共和国商标法》（2026年6月26日第十四届全国人大常委会第二十三次会议修订，自2027年1月1日起施行），中国人大网：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455832.html。

[2] 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日在第十四届全国人民代表大会常务委员会第十九次会议上），中国人大网：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260625_455731.html。

[3] 《中华人民共和国商标法》（1982年8月23日通过，1983年3月1日起施行）。历次文本可检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[4] 《保护工业产权巴黎公约》第六条之二（1925年海牙修订会议增设）。我国于1985年3月19日成为公约成员国。条约文本见世界知识产权组织官网：<https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/>。

[5] 张伟君：《完善驰名商标保护制度 维护我国企业境外权益》，国家知识产权局网站：https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/26/art_3687_206928.html。

[6] 商标全国工商行政管理机关保护注册商标专用权成效显著。<https://www.cta.org.cn/html/a/cont/5185>。

[7] 《“杜邦”“蝴蝶”商标案评析》：<https://zhuanlan.zhihu.com/p/394989411>；https://m.thepaper.cn/baijiahao_7554765。

[8] 《中华人民共和国商标法实施细则》（1988年1月3日国务院批准修订、1993年7月15日国务院批准第二次修订，国家工商行政管理局发布，已废止）第二十五条第一款第（2）项。

[9] 《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》（2013年8月30日第十二届全国人大常委会第四次会议通过，修改后商标法自2014年5月1日起施行）。文本检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[10] 《中华人民共和国民法典》（2020年5月28日通过）第七条。全文见中国政府网：https://www.gov.cn/xinwen/2020-06/01/content_5516649.htm。

[11] 《驰名商标认定和管理暂行规定》（国家工商行政管理局令第56号，1996年8月14日发布，1998年12月3日修正，2003年6月1日起废止）。

[12] 《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》（2001年10月27日第九届全国人大常委会第二十四次会议通过）。文本检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[13] 《与贸易有关的知识产权协定》（TRIPS协定）第十六条第二款、第三款。协定文本见世界贸易组织官网：https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm。

[14] 世界知识产权组织（WIPO）：《关于驰名商标保护规定的联合建议》（1999年9月通过），WIPO出版

物第833号：<https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/marks/833/pub833.pdf>。

[15] 《中华人民共和国商标法实施条例》（国务院令 第358号，2002年8月3日公布）第五条、第四十五条、第五十三条；2014年修订后（国务院令 第651号）第三条。现行文本检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[16] 《驰名商标认定和保护规定》（国家工商行政管理总局令 第5号，2003年4月17日公布，自2003年6月1日起施行，已被2014年第66号令废止替代）。

[17] 美国杜邦公司诉北京国网信息有限责任公司计算机网络域名侵权纠纷案，北京市第一中级人民法院（2000）一中民初字第117号民事判决、北京市高级人民法院（2000）高知终字第76号民事判决（维持原判），载《最高人民法院公报》。判决文书见最高人民法院公报网：<http://gongbao.court.gov.cn/Details/cf74e6367fa929c354676ee6d52945.html>。

[18] 《最高人民法院关于审理涉及计算机网络域名民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（法释〔2001〕24号，2001年7月24日起施行，2020年修正）第五条、第六条。全文见商务部中国保护知识产权网：<https://ipr.mofcom.gov.cn/law/detail.shtml?id=2080>。

[19] 中国粮油食品（集团）有限公司诉北京嘉裕东方葡萄酒有限公司等商标侵权纠纷案，北京市高级人民法院（2004）高民初字第1288号民事判决（一审）、最高人民法院（2005）民三终字第5号民事判决（二审）。案例评析参见江苏省高级人民法院《侵害商标权民事纠纷案件审理指南（修订版）》精选案例：<https://www.ciplawyer.cn/articles/146603.html>。

[20] 《最高人民法院关于审理涉及驰名商标保护的民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》（法释〔2009〕3号，2009年4月23日公布，根据法释〔2020〕19号修正）。全文见最高人民法院公报网：<http://gongbao.court.gov.cn/Details/d88e5b89c015de4e86bd56a3d0f163.html>；亦可检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[21] 《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国商标法〉的决定》（2013年8月30日第十二届全国人大常委会第四次会议通过，修改后商标法自2014年5月1日起施行）。检索于国家法律法规数据库：<https://flk.npc.gov.cn>。

[22] 《驰名商标认定和保护规定》（国家工商行政管理总局令 第66号，2014年7月3日公布，自2014年8月3日起施行）。检索于国家知识产权局网站：<https://www.cnipa.gov.cn>。

[23] 拉菲罗斯柴尔德酒庄与原国家工商行政管理总局商标评审委员会、南京金色希望酒业有限公司商标争议行政纠纷再审案，最高人民法院（2016）最高法行再34号行政判决（2016年12月23日）。判决全文见WIPO Lex 数据库：<https://www.wipo.int/wipolex/zh/text/577981>。

[24] 拉菲罗斯柴尔德酒庄诉南京金色希望酒业有限公司等侵害商标权及不正当竞争纠纷案，江苏省高级人民法院一审判令停止侵权并赔偿损失及合理开支7917万元，后上诉至最高人民法院二审审理。知产财经：<https://www.ipeconomy.cn/qushi/6052.html>。

[25] 商务印书馆有限公司诉华语教学出版社有限责任公司侵害商标权及不正当竞争纠纷案，北京知识产权法院（2016）京73民初字第277号民事判决（2017年12月28日宣判，判令停止侵权、消除影响并赔偿经济损失300万元及合理支出27万余元，一审生效），已收录于人民法院案例库。判决全文见WIPO Lex 数据库：<https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/judgments/zh/cn/cn020-jzh.html>。

[26] 人民法院案例库（<https://rmfyalk.court.gov.cn>）入库案例：“奔富”未注册驰名商标侵权案（入库编号2024-09-2-159-004，要旨涉及未注册驰名商标认定必要性及条件、对恶意抢注或受让近似注册商标可判令停止使用并赔偿损失）；“索菲亚”侵害驰名商标案（入库编号2024-09-2-159-018，要旨涉及权利人有权选择知名度最高的商标以跨类保护方式主张权利）。

[27] 《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）第18.22条（驰名商标）。协定文本见协定保存方新西兰外交与贸易部官网：<https://www.mfat.govt.nz/en/trade/free-trade-agreements/free-trade-agreements-in-force/cptpp/>。

[28] 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23日），中国人大网：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260626_455848.html。

[29] 新华社：《新华视点 | 新修订的商标法看点聚焦》，2026年6月27日，中国人大网：http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202606/t20260629_455885.html。

[30] 杜颖：《贴合新发展需求的系统重塑——〈商标法〉第五次修改综观》（专家解读），国家知识产权局网站2026年6月26日发布：https://www.cnipa.gov.cn/art/2026/6/26/art_3687_206927.html。

[31] 拉菲罗斯柴尔德酒庄与原国家工商行政管理总局商标评审委员会、南京金色希望酒业有限公司商标争议行政纠纷再审案，最高人民法院（2016）最高法行再34号行政判决（2016年12月23日）。判决全文见WIPO Lex 数据库：<https://www.wipo.int/wipolex/zh/text/577981>。