

申报商标专利知识产权 创业公司该如何安排商标的注册策略？

产品名称	申报商标专利知识产权 创业公司该如何安排商标的注册策略？
公司名称	杭州好又快财务管理有限公司
价格	100.00/件
规格参数	好又快企服:GOOD
公司地址	杭州市上城区置鼎时代中心4幢632室
联系电话	0571-87911962 17764573265

产品详情

不仅仅新生代互联网创业型公司，对于任何类型的企业来说，商标注册策略都是十分重要的。可是，尽管无论是媒体报道还是自我承诺，大家都认为知识产权很重要、商标很重要。但是，令人不解的是，仍然会出现类似滴滴打车这样被动至极的案例，甚至还免不了商标侵权的干系。以上的滴滴打车的案例，尽管被指控侵权之后立即更名滴滴，但是更名前的商标侵权行为并未消除，真正的商标权利人还是可以主张商标侵权的民事赔偿责任。究其原因，还是归结到不重视。

当然，导致这个问题产生的原因，肯定不只是这一个，但是根据多年来商标注册和诉讼的经历来看，创业公司如果真的想避免这种情况的发生，就必须克服以下几个因素：

1. 以为商标侵权没什么，以为不会产生什么法律责任——更可怕的情况在于，根本意识不到什么叫做商标侵权。比如，滴滴打车可能认为，将一款手机APP应用命名为滴滴打车，似乎没有什么问题嘛，跟商标有啥关系？
2. 可怕的拖延症——一方面是由于团队内部没有知识产权主管或负责人，导致行政人员直接接手，但是要向团队领导汇报，而团队领导又忙又不了解不熟悉，最终导致决策一直下不来，那么就一直拖下去，直到“久病成疾”；另一方面，因为看不到商标注册会带来直接的收益，知识产权负责人或者具体经办人申请预算时，财务卡壳刁难，领导不理解。（比如，干嘛要注册防御商标啊？干嘛要注册这么多个，干嘛分拆？——于是又继续拖下去，直到拖出问题）
3. 对外部商标顾问不信任——实际当中，这种顾虑、猜忌、疑惑是非常正常的，往往需要商标顾问费尽口舌，来解释很多商标法上的概念、原则、制度、司法态度等等，并且出于为客户全方面保护的考虑，往往建议客户申请多个商标，或者在多个类别申请多个商标——如果发生在创业公司本身对商标不重视，就会表现出极大的抵触情绪，认为商标顾问为了招揽业务而刻意“夸大其词”、“耸人听闻”，往往最终从公司领导处汇报回来之后，扔给商标顾问的答案就是：我们只需要在这个类别注册这么一个商标，就足够了，我们不需要那么多。

当公司业务做大之后，发现同一类别的其他小项上，或者虽然不是一个类别，但是与自己业务关联性很密切的其他类别上，有人注册了一模一样的商标，导致自己的品牌受损，此时想要通过异议、无效宣告、行政诉讼去“维权”，费用将是本该投资注册的费用几十倍，时间不是几十天，而是几年，最终吃亏的，还是企业自己。

我想，每一个朋友都会建议企业聘请有经验与靠谱的商标顾问，这显然的确是非常重要的。但是实际上，更为重要的，则是企业自身开放的心态、长远投资的目光、积极正面的信任——如果没有这些，即使找到再经验丰富的商标顾问，也可能出现问题，甚至很有可能把商标顾问“气”出毛病。所以，创业公司要真正重视商标，勿以客户的身份“压迫”商标顾问或者律师，积极展开讨论与磋商，主动表达自己的想法、业务计划和潜在顾虑。只有这样，商标顾问或者律师才有真正的可能来全面了解你这家公司——商标注册策略真正有效的前提，依赖于商标顾问或者律师对公司及其业务、背景、规划、顾虑的把握，从而使得从更为全面、深入、广泛的角度，提出商标注册的建议、方案，最终帮助企业获得商标权，最大程度避免将来被抢注、攀附、侵权。

所以，如果一家创业公司做不到以上要求，不必谈商标注册策略。

从实务角度出发，实际使用前进行检索、组合商标分拆多个、申请注册防御商标等等，都是通行的、有效的策略和办法。

1. 提前做好商标检索

商标需要根据业务确定类别、商品或服务，做一次检索，看看是否已经被注册，或者存在在先近似商标可能会威胁到驳回你的商标。商标检索意义重大，不仅仅能够避免无谓的浪费，也能够为可能预见的驳回、异议提前做好准备，提早进行证据的收集、整理和归档。

尽管商标检索非常重要，但是，很遗憾，我们国家商标局的官网查询系统，信息滞后严重（更新周期为三个月，也就是说，在检索日前的三个月内，到底发生了什么，谁也不知道），信息错误率不低（这是真的，不是唬人的，商标局的筒子亲自电话里说：干嘛完全相信我们网上的？！），导致检索结果的有效性，难免打折扣。当然，对于部分商标，可以结合其初审公告日期、商标流程状态、申请日等信息，可以肯定网上信息的准确度。所以，此处可能不是很能接受，但是仍然是肺腑之言的一个建议：哪怕检索得出申请前景不乐观，对于核心商标，仍然建议申请，因为保不准网上信息不准确，而事实真相则是那个在先的商标实际上已经无效了，无法再构成障碍。

2. 提前被可能驳回或者异议做好准备

导致驳回的原因有很多，除非是因为属于商标法禁用的标识（比如国旗国徽、有伤公序良俗），无非是缺乏显著性、与在先商标构成近似，这两个是最主要的原因。如果能够证明商标从申请日起，一直就有使用，到被驳回之日，已经小有名气，在模棱两可（也就是，你说近似也对，你说不近似也对，完全取决于裁判者主观意见）的情况下，有助于说服裁判者商标已经取得了区别于在先商标的显著性，本来如果不举证可能继续驳回的情况下，就增加了一份筹码。相同的，如果商标被商标局核准进入初审公告期间，被他人引证在先商标提出异议时，也可以采取上诉策略，证明自己的商标的影响力，最终证明不会造成消费者混淆，从而克服异议。

那么此处所谓准备，是指什么呢？商标使用证据！企业从一开始就应当充分重视商标使用证据的收集、

整理和归档，以免火烧眉毛时，却拿不出任何有效的证据。这些证据比如：销售合同、发票；行业奖项、荣誉；审计报告；出口记录（如有）；消费者反馈（如网上留言、评价）；有关自己企业的媒体报道、杂志期刊；参加重要行业活动的资料——等等，不一而足。这些证据证明的要点在于：你一直在投资进行商标使用，已经小有成就，已经在市场上站稳脚跟，已经取得了一定的声誉和影响力。而一旦这个证明目的达到了，商标审查员和法官往往就会放宽尺度——尽管不是每一个案子都放宽，但是至少增加了这个可能性。

积极申请认定地方的商标，有很重要意义的，因为商标局、商评委、法院往往都会认可商标的荣誉可以体现出企业商标使用的效果，达到一定的影响力，间接上可以帮助企业减轻举证压力。