

济宁商标咨询 广告语注册成商标为什么这么难？商评委：只是你不懂

产品名称	济宁商标咨询 广告语注册成商标为什么这么难？商评委：只是你不懂
公司名称	山东春信知识产权咨询有限公司
价格	1000.00/件
规格参数	商标注册:商标咨询 济宁商标申请:商标流程
公司地址	任城区金宇路商动力大厦604
联系电话	0537-3167857 17753776722

产品详情

广告语注册成商标为什么这么难？商评委：只是你不懂！

生活中的广告很多，看视频有广告、玩游戏有广告，路上随处可见都是广告。其中许多广告语十分好听，受人欢迎。这也就导致不少的企业想把广告语注册成商标，可是这不简单呐！

的确，广告语是可以[注册商标](#)的，成功的案例就有麦当劳的“我就喜欢”、戴比尔斯的“钻石恒久远一颗永流传”等。不成功的也有，就如埃克森美孚的“勇对能源挑战”、英特尔的“与你共创明天”等。

虽然我们不能以偏概全，但是别人能成功不代表你也能成功注册。总之，想将广告语注册成商标需谨慎！就拿以下的案例来说吧。

“我很土但很香”商标

新疆天天健康生态农业科技有限公司在2016年10月9日申请第21505727号第29类“我很土但很香”商标。但是这枚商标被商标局驳回了，申请人不服，遂向商评委提起复审理求。

复审理由：

1、申请商标使用在指定商品上具有显著性，具备商标识别作用，未违反《商标法》第十一条第一款第（

三) 项的规定, 另经申请人查询, 已有类似情形商标获准注册;

2、申请商标经宣传使用已取得相关公众的认可, 若被驳回将给申请人造成损失;

3、立足于我国《商标法》的立法目的, 申请商标的注册并不与任何商标发生冲突, 理应受到保护。

综上, 申请人请求对申请商标予以初步审定。

商评委却认为, “我很土但很香” 使用在申请商标指定商品上易被相关公众认知为广告用语, 而不易被识别为商标, 难以起到区别商品来源的作用, 缺乏商标应有的显著特征。因此, 申请商标已构成《商标法》第十一条第一款第(三)项所指不得作为商标注册的情形。其他商标注册情形并非申请商标获准注册的当然依据。

故依照《商标法》第十一条第一款第(三)项、第三十条和第三十四条的规定, 对申请商标在复审商品上的注册申请予以驳回。

通过上述的案例, 我们可以直观的看到是因为《商标》第十一条第(三)项规定被驳回, 也就是说广告语缺乏作为商标使用的显著性特征。

借此, 春信知识产权来为大家总结一下, 广告语想要成功注册商标应该如何做? 语作为商标注册, 应至少符合4个条件

- 1、不能有不良影响;
- 2、不能直接表示商品功能或特点;
- 3、有显著特征;
- 4、是否存在混淆。

广告语的不良影响: 既然能作为广告用语, 通常推定没有不良影响。

广告语的直接表示商品功能或特点: 广告用语作为商品信息的传播工具, 自然会表述商品的品种、质量、功能等特点。但是直接表述商品或服务的功能特点, 不符合商标注册的条件; 间接表述或者予以暗示, 通常不被禁止。何为直接表示? 就是公众接受广告用语能直接联系到商品的品种、功能、质量等, 不需要联想过程。而间接表示或者暗示有个联想过程, 事实上, 前者被拒绝注册, 后者准许注册。

广告语的显著性: 申请人在设计广告语时, 一定要注意增强广告语的显著性。可以将自己已成功注册的商标与广告语搭配在一起申请注册。这样就能增强其显著性, 提高申请成功的概率。另外, 当一条广告语长期同特定的商品或者服务联系在一起使用, 并经过大量的广告宣传等活动, 并在消费群体中使该标语与其商品或服务建立了唯一的对应关系, 从而具备商标识别功能, 可以注册。

广告语的混淆: 广告用语使用行为“可能导致混淆, 误解或欺诈”, 广告用语使用他人商标搭便车, 增加其商业机会的行为, 通常被拒绝注册。司法实践中, 并非所有的广告语都不能作为商标加以注

册，但是广告语被核准注册为商标的案例较少。

总之，若企业想将某个短语申请注册为商标，首先要考虑该短语是否会当作广告宣传用语进行使用；其次，该短语是否具有识别性，应当结合其指定使用的商品或服务来识别。通常情况下，消费者不易将广告语作为商标加以识别与认知。但企业若想尝试将广告语注册成商标以达到加强保护和垄断性使用的话，则尽可能的满足以上要求，那么广告语成为商标就不会如此之难了。

当然，我们在将广告语注册成商标前，还应该做好商标近似查询，看看自己的商标是否与他人在先申请的商标相同或近似。如果没有出现相同或近似的情况，就可以安心去申请注册啦！

济宁春信知识产权代理有限公司竭诚为您服务！

商标是一种用以区别生产者或经营者的产品或服务并引导消费的商品或服务标记，它借助于文字、图形、颜色、三维立体或其组合，来一定程度地表达生产经营者的期望，并希望消费者能够理解这种表达形式，从而刺激消费，促进商品流通。生产经营者的这种期望或消费者能够理解的这种表达形式，实质上就是信息。因而可以说，商标是借助于文字、图形、颜色或三维立体来表达生产者意愿的信息载体。当然，只有当消费者能够理解并接受这种意愿时，商标才是有价值的，商标信息才能得以成功地传播。

药企职工另起炉灶

真假葵花对簿法庭

葵花药业公司于2003年至2010年间先后申请获得包括“葵花康宝”注册商标证、“葵花娃娃”图形在内的外观设计专利证书，以及“葵花娃娃”图形注册商标证。2009年，葵花药业公司与上海华与华公司签订协议，约定葵花药业公司对华与华公司设计的以“小葵花”家族为基础的卡通图案享有著作权。葵花药业公司就“葵花娃娃”图形及“葵花康宝”字样的药品在国内各大新闻媒体投入大量资金进行广告宣传。

徐某和冷某军是葵花药业公司的全资子公司职工。2012年6月18日，冷某军申请注册“葵花娃娃”商标，国家工商行政管理总局颁发注册商标证。随后，冷某军与徐某作为股东，于2012年11月16日成立了广州佰葵公司，并将注册的“葵花娃娃”商标许可佛山怡创生化公司使用。

葵花药业公司发现佛山怡创公司生产的葵花康宝牌《感冒快贴》、葵花康宝牌《通气鼻贴》等产品包装使用了与其相同的“葵花娃娃”图形和“葵花康宝”字样，遂进行公证后向三亚市中级人民法院提起诉讼，要求广州佰葵医疗科技有限公司、佛山市怡创生化科技有限公司、冷某军、徐某停止使用其公司享有的“葵花娃娃”和“葵花康宝”图形、公开赔礼道歉、连带赔偿经济损失50万元。

经法院审理，认定被告将涉案图片用于申请注册商标、对外授权使用、印刷包装盒、生产销售相关产品的行为已直接侵犯葵花药业公司对涉案图片的复制权。海南省高级人民法院二审最终判令被告停止侵权，连带赔偿人民币40万元并赔偿调查取证费用8500元。