

审查注册商标转让合同前，你需要做好这些尽职调查工作

产品名称	审查注册商标转让合同前，你需要做好这些尽职调查工作
公司名称	国瑞中安集团一站式CRO
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市光明区凤凰街道塘家社区宝新科技园2#厂房B栋一层
联系电话	13929216670 13929216670

产品详情

商标专用权作为一种无形的财产权，其权利瑕疵或权属情况在转让过程中不易被识别。尤其是在交易涉外而各个国家、地区对商标规定不一的情况下，其权属情况就更为“难以捉摸”。作为律师或法务，在合同签订前，我们需要对合同标的做好以下这些尽职调查工作。

一、《注册商标转让合同》签署前的“尽职调查”在投资并购项目中，尽职调查（due diligence）一般是指收购方对目标公司的资产、负债、经营、财务、法律关系以及其他潜在风险进行的一系列的调查。除此之外，在高新技术项目的投资并购中，因知识产权特别是专利权、商业秘密等具有较强的专业性，但又是高新技术项目的核心，传统的法律尽职调查在内容和技术上具有一定的局限性，恐难以揭示高新技术项目的投资风险，在此类项目中，一般对知识产权进行独立的知识产权尽职调查，以专利权为例，知识产权尽职调查除了在法律层面对专利权进行分析外，重点需要对技术价值、法律价值、市场价值等知识产权价值进行评估。相比于在投资并购项目中正式出具的《法律尽职调查报告》或《知识产权尽职调查报告》，在普通交易中，交易双方对标的、对方履约能力的基本判断，实际上相当于已经完成了一轮微型的“尽职调查”，之所以没有进行类似投资并购项目中完整深入的尽职调查，主要是因为尽职调查的财务成本较大、时间周期较长，导致成本与交易的重要程度、潜在风险存在的可能性以及风险等级不匹配，除此之外，交易双方一般可以通过商务上的具体措施对交易风险进行控制，以及在合同中设置兜底性的保证条款、违约责任对交易风险进行转移或规制。但是，对于注册商标的转让，与其他类型的交易或其他知识产权的交易在法律和商务层面均有较大的不同。在法律层面，注册商标的转让属于财产性权利的转让，其权利或权利瑕疵均难以直观察觉。在商务层面，一般情况下，受让方受让商标的主要目的是为了使用或者进行防御，因此对于受让方而言，商标的价值是在《注册商标转让合同》签署后较长的一段时间内持续体现或者渐进式体现的，而拟转让商标的潜在风险在合同签署后则已正式向受让方转移。除此之外，对拟转让商标进行尽职调查有着较高的“成本收益率”。在成本方面，注册商标以及交易双方的主体信息均可在公开渠道中免费、迅速的查询，律师对此进行尽职调查的人力、财务、时间成本接近于零；在“收益”则体现在对风险进行有效的控制，特别是对于损害结果难以估计、控制的风险。如前所述，商标专用权作为无形的知识产权，一旦其权利基础存在问题，则将对交易造成巨大的障碍，更严重的是，将对于商标受让后的价值造成很大的影响，特别是在此基础上增加“时间”因素，将使损失进一步扩大。我国法律规定，受让人自商标局对商标转让申请核准公告之日起享有商标专用权，而

商标局目前对申请核准周期未有明确规定，经对2019年公开数据的测算平均周期为6-12个月，同时，如果商标转让过程中存在的潜在争议，既可能涉及行政程序，又可能涉及司法程序，其转让周期以及争议解决的周期则将进一步延长。也就是说，“收益”=负“风险”=交易损失+价值贬损*时间。

ipad商标纠纷案

2010年苹果公司为发售ipad通过其“IP公司”以3.5万英镑的“低价”受让了唯冠公司注册的10个“ipad”商标（8个商标的注册人为台湾唯冠公司，2个商标的注册人为深圳唯冠公司），此时唯冠公司仅知悉“ipad”商标的受让方是“IP公司”，而不知道实际的受让方是苹果公司。2010年1月27日，苹果CEO史蒂夫·乔布斯亲自发布了全新革命性产品ipad，但此时“ipad”商标（深圳唯冠公司的注册商标）在中国大陆的转让程序尚未完成，唯冠公司此时才意识到苹果公司是背后真正的“买方”，随即以台湾唯冠公司的授权代表麦世宏无权代表深圳唯冠公司签署《商标转让协议》为由拒绝办理商标转让程序，随后双方分别在香港和内地进行诉讼，最终苹果公司以6000万美元为代价结束了“ipad”商标的争议，期间还经历了ipad产品的“下架”风波。就本案的细节有很多值得讨论，特别是其中的表见代理问题，但是如果IP公司能够提前进行与唯冠公司的谈判在苹果发布ipad前完成转让程序，或至少与内地商标的注册人直接签署合同，则有可能避免争议或至少为争议解决提供一定的法律空间。综上所述，对拟转让商标进行尽职调查的成本接近于零而收益极大，因此，应将针对注册商标专用权的尽职调查作为审核《注册商标转让合同》必要的前置程序，具体可通过下述常用网站，分别对双方的主体信息和拟转让的商标权进行审查。二、常用商标查询网站1.国家知识产权局商标局 中国商标网：<http://sbj.cnipa.gov.cn/sbcx/2.ITAOTM>：<http://www.itaotm.com/3.商标分类表>：<http://www.sbf1.cn/4.马德里国际商标查询>：<http://www.wipo.int/5.欧盟商标查询>：<https://oami.europa.eu/ohimportal/en/>

三、对交易双方主体信息的审查1.核实转让方的主体信息（1）核实转让方的名义、地址或者其他注册事项根据《商标法》第四十九条，如商标注册人自行改变注册商标、注册人名义、地址或者其他注册事项的，工商行政管理部门将有权责令商标注册人改正，期满不改正的将由商标局撤销该注册商标。因此，应根据商标局网站上商标注册人的信息以及国家企业信用信息公示系统中披露的转让方的信息，核实商标注册人名义、地址或者其他注册事项是否完全一致，如曾发生变更，则应在转让前要求转让方向商标局提出变更申请。如存在前述情况而未变更的，则有可能影响商标局对商标转让申请的核准。因此建议在《注册商标转让合同》中将变更商标注册人名义、地址等约定为转让方就本次转让向商标局提交转让申请前的义务。（2）核实转让方企业性质是否曾发生变化通过商标局网站及国家企业信用信息公示系统查询并核实商标注册人与转让方的主体信息是否完全一致，需要特别注意的是，如果转让方的企业性质曾发生变化，则拟转让商标应先行转让至新性质企业后，才能由转让方转让至受让方，否则本次转让将无法实现。在此情况下，建议将前述因企业性质变化而造成的在先转让，约定为转让方在就本次转让向商标局提交转让申请前需要履行的义务，且需注意，此时商标转让周期将进一步延长，建议受让方注意约定在签署合同后至核准公告期间的（独占）使用条款。

转让与变更的区别

注册商标的转让和变更具有本质性的区别，商标变更主要规定在《商标法》第四十一条以及《商标法实施条例》第三十条中，是指商标注册人的名义或者地址发生变化时需要履行的程序，此处的名义是指，商标注册人的主体不发生变更，仅仅是其称号发生了变更，例如A1有限责任公司仅将其企业名称变更为A2有限责任公司，此时，该公司项下的全部注册商标均应通过变更程序将商标注册人名义变更为A2有限责任公司。商标转让主要规定在《商标法》第四十二条以及《商标法实施条例》第三十一条中，是指商标注册人的主体发生变化时需要履行的程序，例如商标专用权从A有限责任公司转让至B有限责任公司。需要特别注意的是，如果A有限合伙转为A有限公司或A有限责任公司改制为A股份有限公司，即使企业的注册地址、人员等均未发生变化，此时A有限合伙项下的全部注册商标应通过转让程序转移至A有限公司，而不能通过变更程序转移，但此处的需要履行的转让程序与本部分所述的协议转让在提交材料、周期、程序上均有所不同，公司按照商标局的要求办理即可。综上所述，“转让”与“变更”既代表了不同的法律性质，又代表了不同的行政程序，为避免混淆建议根据使用场景选择合适的选择。（3）《注册商标转让合同》应由全体共有人共同作为转让方根据《商标法》第五条规定，两个以上的自然人、法

人或其他组织可以共同向商标局注册统一商标，共同享有和行使该商标专用权。除此之外，通过继受方式取得商标专用权的，也有可能出现商标权共有的情况。因此，应根据商标局网站上披露的信息核实拟转让商标是否存在其他共有人，如为共有商标，则应由全体共有人共同作为转让方签署《注册商标转让合同》，否则即使商标局将对转让申请不予核准。

共有商标的认定、处分原则

首先，共有商标可分为原始共有和继受共有，原始共有是指一个以上的自然人、法人、其他组织共同申请注册商标，获得授权后全部申请人即为共有人。继受共有，包括依协议继受共有和法定的继受共有，依协议的继受共有，是指多个主体共同作为受让方受让同一注册商标，法定的继受共有，是指注册商标依据法律法规转移至多个主体共同共有，例如企业分立、合伙企业解散等情形。其次，共有商标的使用原则上应由全体共有人协商确定，在共有人不能就商标专用权的使用达成一致意见时，各共有人均有权合法、正当地使用该注册商标，其他共有人不得阻碍，但其使用也不得侵犯其他共有人的合法权益。最后，共有商标的处分必须经全体共有人一致同意，包括转让、独占许可等。未经全体共有人同意擅自处分共有商标的属于无权处分，虽然其签署的《注册商标转让协议》在不违反《合同法》第五十二条的情况下仍为有效合同，但是因商标局不予核准，将导致注册商标专用权不能转移，转让方将承担违约责任。需要注意的是，在实践中存在权利人未在商标局登记为共有人的情况，人民法院支持了共有人对共有的主张，但是认为因该共有未经登记而不能对抗善意第三人，即不能对抗受让人。

浙江省高级人民法院在（2007）浙民三终字第296号案中认为，“权利登记固然具有公示的效力，但并不排除登记所有人与其他当事人之间就权利归属作另行约定，只要这一约定是当事人真实意思表示，不违反法律禁止性规定，这一约定就是有效的，当事人要受此约定约束。从这一意义上讲，精密电子公司、浙南电容器厂关于“威斯康”商标由双方共有但由浙南电容器厂登记为所有人的约定，至今仍然为有效约定，对双方发生效力。精密电子公司并未丧失对涉案商标的共有权。...浙南电容器厂违反与精密电子公司对涉案商标共有的约定而擅自于2004年向威斯康公司转让“威斯康”商标的行为属于无权处分行为。而对于未登记的共有人，精密电子公司并不能当然主张浙南电容器厂的无权处分行为无效，因为未经登记的后果是不能对抗善意第三人。如果威斯康公司在2004年受让“威斯康”商标的过程中为善意第三人，精密电子公司就只能向无权处分人浙南电容器厂要求赔偿而不能主张转让无效”。

在该案中，精密电子公司、浙南电容器厂约定共同作为“威斯康”商标的共有人，但是精密电子公司未登记为共有人，后浙南电容器厂擅自将“威斯康”商标转让给威斯康公司，人民法院认为，精密电子公司、浙南电容器厂关于共有的约定有效，精密电子公司是“威斯康”商标的共有人，但是，因未经登记不能对抗善意第三人，故不能主张浙南电容器厂的转让行为无效。据此分析，对于已登记为共有人的注册商标，即使商标局疏忽导致在未经全体共有人一致同意的情况使得商标专用权发生了转移，在理论上，共有人有权以已登记为由对抗共有人。2. 受让方应符合对商标注册人主体资格的要求（1）若受让方为境内自然人，则应符合《自然人办理商标注册申请注意事项》中对申请人的特殊要求，否则将导致商标不能转让，合同目的不能实现。虽然《商标法》第四条规定，自然人对其商品或者服务需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商标注册，但是此处所指称的自然人，一般是指个体工商户或农村承包经营户。根据《自然人办理商标注册申请注意事项》的规定，从事生产、制造、加工、拣选、经销商品或者提供服务的自然人，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商标注册，并注意以下事项：

个体工商户可以以其《个体工商户营业执照》登记的字号作为申请人名义提出商标注册申请，也可以以执照上登记的负责人名义提出商标注册申请；

农村承包经营户可以以其承包合同签约人的名义提出商标注册申请；

其他依法获准从事经营活动的自然人，可以以其在有关行政主管部门颁发的登记文件中登载的经营者名义提出商标注册申请；

自然人提出商标注册申请的商品和服务范围，应以其在营业执照或有关登记文件核准的经营范围内，或者以其自营的农副产品为限；

办理转让商标申请，受让人为自然人的，应参照上述事项办理。

由此可知，如果受让方为个体工商户、农村承包经营户之外的自然人，则商标转让申请将不能被核准，在此情况下，虽然不影响《注册商标转让合同》的效力，但是合同目的不能实现，转让方有权通过合同约定，要求受让方承担违约责任。即便如此，对于转让方而言，即使受让方承担了违约责任，由于商标转让申请的核准周期较长，而且一旦发生争议，争议解决的周期也较为漫长，将对转让方向其他方转让商标造成巨大的阻力，且处于争议中的商标在转让时的价值有可能发生一定程度的减损。（2）若受让方是在中国没有经常居所或者营业所的外国人或者外国企业，则应当委托依法设立的商标代理机构办理商标相关的事宜，否则将导致商标局对转让申请不予受理。一般而言，《转让注册商标申请书》应作为《商标转让合同》的附件，申请书中有关委托商标代理机构的具体条款，此时必须委托在中国依法成立的商标代理机构。（3）若拟转让商标为集体商标、证明商标，则受让人应符合法律法规对集体商标和证明商标的资格要求。（4）对于人用药品、烟草制品等商标，受让人应具备相关主管机关出具的生产证明。四、对拟转让的注册商标专用权的审查1.查明注册商标是否处于不稳定状态通过商标局网站查询，拟转让商标是否处于撤销申请、无效宣告等不稳定状态，如商标被撤销或无效宣告，则转让方将失去该商标专用权，《注册商标转让合同》的合同目的不能实现。在此情况下，如受让方基于其商业目的考虑仍决定签署《注册商标转让合同》，则应在合同中约定维持商标稳定为转让方的在本次转让向商标局提交转让申请前需要履行的义务，并具体约定维持商标稳定的费用，特别是律师费、代理费用的承担主体，同时建议将商标不稳定状态的消除作为受让方支付款项的时间节点。除此之外，考虑到维持商标专用权稳定的不确定性，笔者建议为防止转让方不作为，仅将转让方积极维持拟转让商标的稳定性作为转让方的义务，而不将维持稳定性的结果作为转让方的义务，即如转让方积极维持商标的稳定性，即使商标被无效或撤销，转让方仍无需承担违约责任。特别注意的是，在商标处于不稳定状态的情况下，即使转让合同中约定了独占使用条款，仍不建议受让方在此不稳定期间使用拟转让商标。2.查明拟转让商标是否存在权利负担通过商标局网站查询拟转让商标专用权是否已被质押，如已被质押，则商标专用权无法转让。在此情况下，在《注册商标转让合同》中应将解除权利负担约定为转让方在就本次转让向商标局提交转让申请前需要履行的义务。需要特别注意的是，未经质权人同意，《注册商标转让合同》在不违反《合同法》第五十二的情况下，依旧有效，但是其合同目的无法实现，转让方将承担违约责任。3.查证拟转让商标注册是否满三年，在三年内是否实际使用（1）若拟转让商标注册已满三年但是在连续三年内未使用，任何单位或个人均有权向商标局申请撤销该注册商标，商标权的稳定性将存在较大的风险。建议受让方通过公开渠道（例如：百度、搜狗、bing等搜索引擎，微博等社交平台，淘宝、京东、拼多多等购物网站）查证拟转让商标在过去三年内是否曾用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将商标用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，以确认拟转让商标在连续三年内曾实际使用。（2）如拟转让商标注册已届满三年，但不能确认转让方在过去连续三年中是否曾实际使用该商标，则建议在合同中约定由转让方向受让方交付该商标曾实际使用的证据。（3）如拟转让商标在申请核准期间将届满三年，且转让方未曾使用或不能确定是否曾实际使用，则建议受让方应在获得独占许可后，尽快使用该商标。

注册商标没有正当理由连续三年不使用的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标 撤销连续三年不使用制度的目的

在(2010)知行字第55号法国卡斯特兄弟股份有限公司与中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会、李道之商标撤销复审行政纠纷申请再审案中，最高人民法院认为，撤三条款的立法目的在于激活商标资源，清理闲置商标，撤销只是手段，而不是目的。因此只要在商业活动中公开、真实的使用了注册商标，且注册商标的使用行为本身没有违反商标法律规定，则注册商标权利人已经尽到法律规定的使用义务，不宜认定注册商标违反该项规定。

“使用”是指真实使用或真实使用意图，而非“象征性使用”

在(2017)京行终2467号林永忠等诉中华人民共和国国家工商行政管理总局商标评审委员会撤销复审行政纠纷案中，北京市高级人民法院认为，在商标法意义上的使用，应是对商标进行公开、真实、合法的使用，是为了销售商品、实现商业价值，而不是为了维持商标有效的象征性使用。真实地使用商标应具有一定的使用次数和一定的使用规模。如果商标注册人或者其许可使用的人的使用行为具有一定规模，可推

定其具有真实使用的意图，可以认定为符合商标法意义上的商标的真实使用。但如果并未达到一定规模的使用，则需结合其他因素对是否属于象征性的商标使用进行判断。象征性使用是指使用行为即使真实存在，但未达到一定规模，系为规避商标法规定以维持其商标注册效力而不是出于真实商业目的使用商标的行为。在(2010)高行终字第294号杭州油漆有限公司与国家工商行政管理总局商标评审委员会商标撤销行政诉讼上诉案中，北京市高级人民法院认为，商标使用应当具有真实性和指向性，即商标使用是商标权人控制下的使用，该使用行为能够表达出该商标与特定商品或服务的关联性，能够使相关公众意识到该商标指向了特定的商品或服务。对于仅以或主要以维持注册效力为目的的象征性使用商标的行为，不应视为在商标法意义上使用商标。判定商标使用行为是否属于仅以或主要以维持注册效力为目的的象征性使用行为，应综合考察行为人使用该商标的主观目的、具体使用方式、是否还存在其他使用商标的行为等因素。在(2015)知行字第181号成超与通用磨坊食品亚洲有限公司商标撤销复审行政纠纷申请再审案中，最高人民法院指出，商标的使用，不仅包括商标权人自用，也包括许可他人使用以及其他不违背商标权人意志的使用。没有实际使用注册商标，仅有转让、许可行为，或者仅有商标注册信息的公布或者对其注册商标享有专有权的声明等，不能认定为商标使用。判断商标是否实际使用，需要判断商标注册人是否有真实的使用意图和实际的使用行为，仅为维持注册商标的存在而进行的象征性使用，不构成商标的实际使用。

“使用”应以核准注册的商标和核定使用的商品为限，即在核定使用的商品上使用核准注册的商标

此处有两层含义，其一是指，应在该商标注册的国际分类项下的商品或服务中使用，即如果在该商标注册的国际分类项之外使用，无论其使用方式如何，不能被视为该注册商标的使用；其二是指，使用的应是该注册商标而不能是在该商标的基础上自行修改后得商标；但是在实践中，如果商标注册人使用的商标与核准注册的商标虽然有细微的差距，但是该细微差距并未该表商标的显著特征，相关公众仍会将其认知为统一商标不会发生混淆，则有可能被视为是对该注册商标的使用。即如果商标注册人实际使用的商标与核准注册的商标差别导致其显著性特征发生变化，则不能被视为对该注册商标的使用。

对正当理由的理解

根据《商标法实施条例》第三十九条的规定，如果商标权人不使用具有正当理由的，即使注册商标连续三年停止使用，也可以不撤销，所谓的“正当理由”包括，不可抗力；政府政策性限制；破产清算以及其他不可归责于商标注册人的正当事由。此处的“正当理由”可以分为两个层次，其一是因不可抗力、政策性限制、破产清算等客观事由，未能实际使用注册商标或者停止使用；其二是指，商标权人有真实使用商标的意图，并且有实际使用的必要准备，但是因其他客观事由尚未实际使用注册商标。在此种情况下，人民法院具有一定的自由裁量权，其主要考察商标注册人提供是否有真实使用商标的意图，即是否积极争取使用商标，但确因不可归责于商标权人的原因而无法实际使用。4.分析商标是否有成为通用名称的可能性 根据《商标法》第四十九条第二款，注册商标成为其核定使用的商品的通用名称的，任何单位或者个人可以向商标局申请撤销该注册商标。因此，即使拟转让商标在签署《注册商标转让合同》时并未处于不稳定状态，但是如果该商标已成为通用名称，或存在成为通用名称的可能性，则在商标受让后存在较大的被撤销的可能性。在此情况下，如受让方仍需签署《注册商标转让合同》受让该注册商标，除了在受让商标后采取措施防止“商标通用名称化”，建议在合同中由转让方做出保证并对商标因成为通用名称而撤销后得处置方式和责任承担作出具体的约定。

商标通用名称化的含义

商标通用名称化是指，商标失去识别商品或服务来源的功能，从而使得相关公众认为该商标名称可以代指该类商品或服务。例如，优盘曾经是朗科公司的注册商标，拉链（Zipper）曾经是固特异公司的注册商标，但是，随着商标注册人未对其商标和使用进行必要的管理，导致优盘因已代指某类移动存储设备，Zipper因代指拉链，已成为该类商品的通用名称，均予以撤销。

相关公众既包括消费者又包括同行业经营者

《最高人民法院关于审理商标民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》第八条规定，“商标法所称相关

公众，是指与商标所标识的某类商品或者服务有关的消费者和与前述商品或者服务的营销有密切关系的其他经营者”，故相关公众的范围不仅包括消费者，也包括同行业的其他经营者。

商标通用名称化的判断标准

根据《最高人民法院关于审理商标授权确权行政案件若干问题的规定》第十条，“诉争商标属于法定的商品名称或者约定俗成的商品名称的，人民法院应当认定其属于《商标法》第十一条第一款第（一）项所指的通用名称。依据法律规定或者国家标准、行业标准属于商品通用名称的，应当认定为通用名称。相关公众普遍认为某一名称能够指代一类商品的，应当认定为约定俗成的通用名称。被专业工具书、辞典等列为商品名称的，可以作为认定约定俗成的通用名称的参考。约定俗成的通用名称一般以全国范围内相关公众的通常认识为判断标准。对于由于历史传统、风土人情、地理环境等原因形成的相关市场固定的商品，在该相关市场内通用的称谓，人民法院可以认定为通用名称。”由此可知，判断商标是否成为通用名称可参考以下因素：（1）是否在国家标准、行业标准中有明确规定；（2）是否被专业工具书、辞典等列为商品名称的；（3）相关公众是否普遍认为某一名称能够指代一类商品的，需要特别注意的是，若已为同行业经营者约定俗成、普遍使用的表示某类商品的名词，则有可能被认定为该商品的通用名称；（4）是否因历史传统、风土人情、地理环境等原因形成相关市场固定的商品的。

5.核实拟转让商标外观与注册商标是否一致在实践中，存在擅自修改注册商标的情形，即商标注册人实际使用的商标与其注册商标不一致的情形。首先，根据《商标法》第四十九条，商标注册人在使用注册商标的过程中，自行改变注册商标的，由地方工商行政管理部门责令限期改正，期满不改正的，由商标局撤销其注册商标。其次，如实际使用的商标与注册商标之间的差别导致显著性变化，则实际使用的商标将不受商标法的保护，除此之外，如与其他方的注册商标相同或近似，则有可能侵犯其他方的注册商标专用权。故如受让方拟使用的商标与转让方的注册商标具有显著性变化，其受让获得的是转让方注册商标的专用权，而其实际使用的商标并非注册商标，不享有专用权，既不能受到《商标法》等法律法规的保护，又存在侵犯他人权利的可能性。因此，建议将受让方其拟使用的商标图文与合同（或附件）中拟转让商标的图文以及商标局网站上披露的转让方的商标图文进行对比，确认是否一致。

6.查询是否存在前一轮转让通过商标局网站查询在本次商标转让之前，拟转让注册商标是否存在前一轮的商标转让。如拟转让商标是由转让方从其他方处受让获得的，则应核实前一轮转让是否已经完成，即是否已核准公告。如前一轮转让未核准公告，则对于本轮转让商标局将不予受理。此时，商标专用权尚未转移至本轮的转让方，其并非商标注册人，如本轮的受让方基于其商业考虑仍需与本轮转让方签署《注册商标转让合同》，则应对拟转让商标在签署合同时正处于转让中的状态予以明示，将完成前一轮商标转让约定为转让方的义务，并将此作为受让方分期支付转让费用的时间节点之一。如前一轮转让被商标局不予核准，即使本轮转让方并非商标注册人，但是其与受让方签署的《注册商标转让合同》在不违反《合同法》第五十二条的情况下依旧有效，转让方应向受让方承担违约责任。需要特别注意的是，在所述情形下，本轮转让的受让方应谨慎考虑在签署《注册商标转让合同》后至商标专用权转让至己方名下期间，对于拟转让商标的使用问题。此时，商标注册人仍为上一轮转让的转让方，本轮受让方应仔细审阅本轮转让方在此期间内是否有权使用你转让商标，是否有权转许可，并可考虑将本轮转让方与前一轮转让方之间签署的《注册商标转让合同》作为附件，并建议在本轮转让合同中由转让方保证，受让方使用拟转让商标不侵犯任何第三方的权利，如侵犯第三方权利而造成的全部损失，应由转让方独立承担，包括但不限于受让方为争议解决的律师费、差旅费等全部合理费用。稳妥起见，建议约定由转让方向受让方提交商标注册人授权受让方使用的《许可使用授权书》，并按照《注册商标转让合同》的约定，写明授权方式、期限和范围等要素。

7.确认合同签订日是否临近注册商标专用权期限通过商标局网站查询拟转让商标的商标专用权期限是否临近合同签署日（距离商标专用期限届满一年以内），如临近合同签署日，则应对商标的续展义务做出明确约定，包括续展的时间、费用承担等，建议将此约定为转让方在就本次转让向商标局提交转让申请前需要履行的义务。虽然在理论上注册商标可以通过连续续展从而获得“永久”保护，但是，注册商标每次续展的有效期为十年，商标注册人应于商标有效期满前12个月内申请续展注册，如在此法定期间内未予申请，还可以依法享有6个月的宽展期，故为保持商标专用权，商标注册人的续展时间不应晚于当次商标有效期届满后6个月。如未在规定时间内续展，则注册商标将被注销，且在注销后一年内，商标局将不会核准与该商标相同或者近似的商标注册申请，此时转让方和受让方均不能成为该商标的注册人。在商标转让过程，目前商标局对转让申请核准的周期未做具体规定，但一般而言，核准公告的时间一般约为提交转让申请后的6至12个月，故若商标专用权期限是否临近合同签订日，则有可能导致注册商标因未及时续展而注销，则应在商标转让合同中将续展约定为转让方的义务。

注册商标的续展

商标续展是指，在注册商标专用权期限届满前，通过申请商标续展注册程序延长注册商标有效期限，使已经取得的权利继续有效，故其程序相对简单，时间相对较短。如商标注册人未能在法律规定的商标专用权有效期满前12个月内申请续展注册，可以依法享有6个月的宽展期，即在有效期满后6个月内，虽然注册商标有效期已过，但是原商标注册人仍然可以申请续展注册。需要注意的是，在宽展期后仍未提出续展申请的，其注册商标将予以注销，且在注销之日起1年内，商标局对与该商标相同或者近似的商标注册申请，不予核准