

简评 2026 年《商标法》修订

作者：杨迅 | 张莹

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了新修订的《中华人民共和国商标法》(“《商标法》”), 该法自 2027 年 1 月 1 日起施行。相对于此前四次修正, 新修订的《商标法》在结构和内容上都具有较大改变, 反映了数字化时代对商标注册、使用、管理的要求。

本文将简要介绍本次修订的动因、原则和主要内容; 本周三将发布《2026 年《商标法》修订对企业商标申请、使用和管理启示》, 给企业面对的商标注册、使用和管理中的难点问题做出解读。

一. 《商标法》修订概述

本次《商标法》的修订是 1982 年《商标法》颁布以来的第五次修改。与之前的修改相比, 无论是结构上还是内容上都有更大变化。

(一) 修订, 而非修正

与此前四次《商标法》修改采用“修正”一词不同, 本次《商标法》的修改采用了“修订”的表述。《商标法》“修正”与“修订”虽仅一字之差, 但在我国立法实践中具有截然不同的法律内涵。

根据全国人大常委会法制工作委员会印发的《立法技术规范(试行)(一)》, “修正”适用于法律的部分修改, 通常以修改决定或修正案的形式呈现, 修改后的法律文本施行时间仍为原法律通过时确定的施行时间; 而“修订”则适用于法律的全面修改, 修改后的法律文本需要重新全文公布, 并重新确定施行时间。此前, 1982 年《商标法》先后经历了 1993 年、2001 年、2013 年、2019

.....
如您需要了解我们的出版物,
请联系:

Publication@llinkslaw.com

年四次“修正”，均是以修改决定的形式对个别条文进行调整。而本次“修订”意味着对整部法律进行了系统性重构——条文从 73 条扩展至 87 条，章节从 8 章增至 9 章，新增了“商标注册的条件”专章，将原本分散在各章的注册条件集中规定，并对商标定义、使用管理、代理监管、执法体制等进行了全面调整。这意味着中国商标制度正在经历一次从底层架构到具体规则的整体性转型。

（二）修订的主要动因

本次修订并非突发之举，而是多重因素长期累积的结果。

第一，司法和商标行政执法实践规则的固定化需求。 过去十余年间，商标领域涌现了大量新型纠纷和执法难题，司法实践和行政执法中形成了诸多成熟经验和裁判规则，亟需上升为法律规范。例如，商标性使用的认定、恶意诉讼的规制实践、驰名商标跨类保护的认定标准等，均在本次修订中得到了不同程度的体现。将实践中的有效做法固化为法律条文，既能够统一执法尺度，也能够为市场主体提供更稳定的行为预期。

第二，弥补现有制度的结构性不足。 2019 年修正版《商标法》增加了遏制恶意注册等条款，也提高了侵权赔偿等，但在使用监管、代理规范、数字化应用等方面仍存在明显短板。尤其是，近年来“心机商标”现象的泛滥——经营者将“手擀”、“0 添加”、“多半袋”、“土猪”等描述性词汇注册为商标，在包装上刻意放大大使用，让消费者误以为是产品属性承诺，在被质疑时又以“注册商标”进行抗辩；而现有商标法主要规范商标的注册行为，对商标的恶意或欺骗性使用着墨不多，已注册商标的误导性使用缺乏直接行政处罚路径，这在司法和执法实践中带来困难。此外，动态标志、互联网使用等新型商标形态的出现，也要求法律及时作出回应。

第三，回应商标实践的现实需求。 一方面是出海的需求，随着中国企业加速“出海”，商标在境外被抢注的问题日益突出。在国内，商标作为驰名商标保护的历史以及使用的状况可能成为在海外打击商标抢注的重要证据。因此这就需要我国商标执法和司法部门能够回应这一需求。另一方面是数字化的需求，直播电商、短视频营销、动态品牌标识等新业态的兴起，对传统商标制度提出了全新挑战。本次修订增设境外驰名商标确认制度、将互联网使用纳入商标使用定义、确认动态标志的可注册性，均是对这些现实需求的直接回应。

二. 修订的主要原则

本次《商标法》修订内容广泛。但总体而言，体现了对数字化时代的回应和全方位强化对商标恶意注册、使用和管理的制裁。

（一）回应数字化时代的商标应用

数字经济时代，品牌竞争的主战场已从线下转移到线上。直播间挂小黄车卖货、短视频植入品牌标识、电商平台店铺命名、动态 Logo 展示。这些品牌的使用行为，在传统商标法下定位不明：

这些 Logo 是否可以作为商标？这些使用行为是否是商标性使用？互联网的多媒体特性、数字经济的业态多样性对传统商标法提出挑战。

一方面，新法明确将“动态标志”纳入商标保护的客体，这意味着 APP 启动动画、品牌专属动态片头、短视频专属转场动效等动态视觉资产，只要能够稳定区分商品来源，均可申请注册商标。对于科技企业、影视公司、游戏公司和短视频创作者而言，这无疑开辟了一个全新的品牌保护赛道。此前，动态标识只能依赖著作权保护，维权成本高、举证难度大；纳入商标保护后，权利人可以直接援引商标侵权规则，获得更有力的法律救济。

另一方面，新法也明确商标性使用“包括通过互联网等信息网络实施的使用行为。”虽然，这条规定看似原则、概括，但是意味着在网络上，尤其是社交媒体、短视频中“擦边”使用他人注册商标的行为可以被认定为侵权；同时，也意味着商标权人可以通过线上使用行为维持注册商标的有效性，在“连续三年不使用撤销”程序中，电商销售记录、直播带货数据、社交媒体推广内容均可作为有效使用证据。

（二）对恶意注册和使用的打击

本次商标法的修订，很大程度上加强了对恶意注册、恶意使用和恶意维权的禁止，使得商标保护不再止于机械审查，而更多的考虑其所应遵循的诚实信用的商业伦理。与欧美国家相比，中国的商标制度似乎更注重在先注册原则；在商标执法中也较为注重商标的注册，而非实际使用。在过去几年的时间中，出现了较多利用商标注册在先的漏洞，恶意注册和和恶意维权的现象，本次修订很大程度上对此做出回应。

在制止恶意注册方面，新法在“禁止注册”基础上增加了“行政处罚”。2019 年修正版第四条规定“不以使用为目的的恶意商标注册申请，应当予以驳回”，但对职业抢注人而言，注册失败几乎没有成本。新法第十九条将规制标准细化为“不以使用为目的，且明显超出正常生产经营需要”，避免了对“恶意”的主观判断，增加了客观可操作的判断维度。第五十四条更进一步，对恶意申请商标注册行为设置了警告和最高十万元罚款的行政处罚。这意味着抢注行为不再是“零成本”。

与此同时，修订将治理重心从注册环节延伸至使用环节。第五十六条新增“以误导公众的方式使用注册商标”的罚则，违法经营额五万元以上的可处五倍以下罚款，不足五万元的最高可罚二十五万元，逾期不改正的还可撤销注册商标。这一条款直指“心机商标”的核心特征，即将原本“中性”的商标以“误导”的方式使用。换言之，新法不仅仅禁止注册误导性商标，更加注重于禁止商标的误导性使用。

此外，新法也回应了恶意维权的问题。新法不仅保护商标权人的利益，也禁止商标权的滥用，规定对“恶意串通、单方捏造基本事实等方式提起商标诉讼的”，将依法处罚。该条新增规定以立法

形式确认了(2023)湘 01 民初 54 号“长高电新”商标恶意维权案所确立的制裁商标恶意诉讼的规则。

三. 修订的主要内容

本次《商标法》的修订幅度很大, 涉及条款众多, 本文仅简要分析最为突出的十个修订要点。

(一) 商标的范畴

新法在商标内涵和外延两个维度均实现了突破。

内涵上, 第二条首次以法律形式明确定义商标: “用以识别和区分商品或者服务来源的标志”。这一定义突出了商标的核心功能——识别来源, 而非承载品质承诺或广告宣传。

外延上, 第十四条在可注册标志中新增了“动态标志”, 与文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合、声音并列, 构成了更加开放的商标保护客体体系。

禁用标志方面, 第十五条新增了不得同“中国共产党的名称、党旗、党徽、勋章或者重要理论成就、历史事件相关的标志性要素等”相同或近似的规定, 体现了政治安全的立法考量。第十六条对国家公园标志、奥林匹克标志、特殊标志等作出了衔接性规定, 由于这些标志分别有单行行政法规规制, 实际上也被排除在可注册范围之外。

(二) 商标使用的定义

新法第二条第二款、第三款对商标使用作出了更为完整的定义, 并明确将互联网使用纳入其中。这不仅影响侵权认定, 也影响商标维持——在“撤三”程序中, 线上使用证据的效力得到法律确认。对于依赖电商平台和社交媒体进行品牌推广的企业而言, 这意味着需要更加系统地保存线上使用记录, 包括销售页面截图、直播回放、广告投放数据等。

(三) 禁止注册类别

新法第十五条对禁用标志进行了扩充和调整。除新增政治性标志外, 还将“有害于社会主义道德风尚”修改为“违背公序良俗”, 表述更加规范化和国际化。值得注意的是, 欺骗性标志的认定标准从“容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认”扩展为“容易使公众对商品的质量、工艺、原料等特点或者产地产生误认”, 增加了“工艺”和“原料”两个维度, 与“心机商标”治理的实践需求高度契合。

(四) 制裁商标抢注

新法第十九条对恶意注册的认定标准作出了重要调整。2019 年修正版采用“不以使用为目的的恶意注册”表述,“恶意”的主观判断难度较大。新法将其修改为“不以使用为目的,且明显超出正常生产经营需要”,引入了客观化的判断标准。然而,这一标准在实践中仍存在模糊地带:企业出于品牌保护目的进行的防御性注册,是否属于“明显超出正常生产经营需要”?知名企业的多类别注册与空壳公司的批量抢注,如何在法律上作出区分?“基于品牌保护进行的合理防御性注册”与恶意注册的边界划定仍有赖于后续实施细则和执法指南的进一步明确。

此外,第五十四条对恶意申请行为设置了警告和最高十万元罚款的行政处罚,填补了此前“只驳回不处罚”的制度空白。但十万元的上限对于职业抢注产业链而言是否足以形成威慑,仍有待观察。

(五) 误导性使用

第五十六条是本次修订中最受关注的条款之一,也是“心机商标”治理的核心制度工具。该条针对的是已经合法注册的商标被以误导公众方式使用的情形,与第十五条针对标志本身具有欺骗性的情形分属不同规制层次。

从立法过程看,该条款经历了显著强化。一审稿仅规定“逾期不改正,处五万元以下罚款”,二审稿大幅加码为“违法经营额五倍以下或二十五万元以下”的罚款,并将撤销注册商标的条件从“情节严重”改为“逾期不改正”,大大加重了误导性使用商标的法律后果。

然而,该条款在适用中仍存在若干待解问题。首先,“误导公众”的判断标准需要细化——是依据相关公众的一般认知,还是需要专家鉴定?其次,该条款的执法主体是“负责商标执法的部门”,但商标使用场景往往涉及广告、包装、电商运营等多个环节,与市场监管综合执法的衔接需要明确。再次,公众可以依据第七十条投诉举报误导性使用行为;但能否依据第五十条申请宣告该注册商标无效,则存在疑问,因为第五十条的无效宣告理由指向的是第十五条(标志本身具有欺骗性),而非使用行为的欺骗性。这意味着,对于注册时合法、使用后变“坏”的商标,现行无效宣告制度可能无法直接适用,需要依赖执法部门的行政处罚和撤销程序。

(六) 驰名商标证明

新法第六十三条对驰名商标制度进行了重要调整。一是将“认定驰名商标”改为“确认商标驰名情况”,表述更加中性化;二是扩大了驰名商标确认的场景,从商标案件扩展至“查处不正当竞争案件”;三是第六十九条新增了境外驰名商标确认制度,为中国企业出海维权提供了官方背书。

值得关注的是，世界各国普遍将商标在本国的保护历史作为驰名商标认定的考量因素之一，但我国长期采取“依必要予以确认”的原则，导致许多事实上已经驰名的商标缺乏正式确认记录。新法第六十三条所规定的商标行政部门对驰名情况的确认，可能有助于弥补这一不足，为企业在境外维权时提供更具说服力的证据。

(七) 明确了合理使用他人注册商标的情形

第七十三条在 2019 年修正版第五十九条的基础上，大幅扩展了正当使用的范围。除保留原有的通用名称、功能性形状等正当使用情形外，新增了“仅为指示所提供商品的用途、适用对象、应用场景等信息或者表明真实来源”的正当使用抗辩。这一正当使用抗辩背后的逻辑是“指示性使用”并非商标意义上的使用。

(八) 对商标代理的规范

新法用了整整四条(第六十五条至第六十八条)对商标代理机构和从业人员进行全面规制，体现了立法机关对商标代理市场乱象的高度重视。

第一，新法首次将“商标代理从业人员”纳入法律规制范围，明确其不得自行接受委托、不得同时在两个以上代理机构执业、须对签名办理的业务负责；第二，新增利益冲突禁止条款，禁止在同一商标案件中接受有利益冲突的双方当事人委托；第三，建立备案制度，要求代理机构将机构及从业人员信息报国务院商标管理部门备案；第四，大幅提升处罚力度，对代理机构的罚款上限从十万元提高至二十万元，对责任人员的罚款上限从五万元提高至十万元。

这些规定将显著提高商标代理行业的合规成本，但也可能推动行业洗牌——不合规的小型代理机构将被淘汰，规模化、专业化的代理机构将获得更大发展空间。对于依赖商标代理的企业而言，选择代理机构时需要更加审慎，未备案或被处罚过的代理机构可能拖累自身的商标注册申请。

(九) 集体商标、证明商标管理

新法第六十条新增了对集体商标、证明商标注册人的管理义务和处罚条款。如果注册人怠于行使管理职责损害消费者利益、无正当理由拒绝符合条件的成员或申请人使用、或者违反法律法规及国家有关规定行使注册商标专用权造成不良影响，将被责令改正并处以罚款。这一规定直接回应了地理标志等领域的实践乱象。

(十) 异议期

新法第三十六条将商标异议期从三个月缩短至两个月。这一变化意味着：对企业而言，商标从公告到注册的时间缩短了一个月，产品可以更早打上“注册商标”标记上市；但对在先权利人和利害关系人而言，提出异议的窗口期也相应缩短，需要建立更加及时的商标监测机制。建议企业引入自动化商标监测工具，确保在两个月的异议期内及时采取行动。

如您希望就相关问题进一步交流，请联系：



杨 迅

+86 21 3135 8799

xun.yang@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求，请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市朝阳区光华东里 8 号
中海广场中楼 30 层
T: +86 10 5081 3888
F: +86 10 5081 3866

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: LlinksLaw

本土化资源 国际化视野

免责声明:

本出版物仅供一般性参考，并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2026