

餐饮行业  
商标注册申请与使用指引  
(试行)

# 餐饮行业商标注册申请 与使用指引

## (试行)

---

## 一、制定目的

01

## 二、适用范围

01

## 三、易产生误认的餐饮行业标志常见情形

02

(一) 标志容易使公众对餐饮类商品或服务的质量、品质、等级等特点产生误认

(二) 标志容易使公众对餐饮类商品的功能、用途等特点产生误认

(三) 标志容易使公众对餐饮类商品的种类、主要原料、成分等特点产生误认

(四) 标志容易使公众对餐饮类商品的重量、数量、价格、生产时间、工艺、技术等特点产生误认

(五) 标志容易使公众对餐饮服务的内容、性质等特点产生误认

(六) 标志含地名容易导致公众对餐饮类商品或服务的产地产生误认

## 四、缺乏显著特征的餐饮行业标志常见情形

05

(一) 标志仅有餐饮类商品或服务项目的通用名称、通用图形

(二) 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点

(三) 其他缺乏显著特征的情形

(四) 标志中含地名导致缺乏显著特征的情形

(五) 标志中含有不具备显著特征部分的情形

## 五、餐饮行业注册商标专用权的合理行使

09

(一) 注册商标的规范使用

(二) 注册商标专用权人的合理维权

(三) 其他市场主体的正当使用

我国餐饮行业市场巨大，市场主体数量众多，商标注册和使用的需求旺盛。为普及商标法律知识，针对近期出现的有关餐饮行业商标注册申请和使用环节出现的问题，重点就常见的误认、缺乏显著特征以及含地名标志等问题作出细化解释和说明，引导相关市场主体规范提交商标注册申请，合理行使商标专用权，维护公平公正的餐饮行业市场秩序，根据商标法及其实施条例、《商标审查审理指南》，结合餐饮行业特点，制定本指引。

## 一、制定目的

**引导商标申请“注册有德”。**本指引旨在引导相关市场主体申请注册商标时要遵循诚实信用原则，避免使用容易导致误认的标志并应选取具有较强显著特征的标志申请注册商标。同时，在使用含地名的标志申请注册时，还应当遵循必要性和真实性的原则。

**引导商标使用“行权有界”。**本指引旨在通过列出规范使用注册商标以及正当合理行使商标专用权的注意事项，引导商标专用权人遵循权利不得滥用原则，不得禁止他人正当使用商标中包含的餐饮行业通用名称、地名等公共资源。同时，引导其他市场主体正当使用相关标志，避免产生商标侵权纠纷。

## 二、适用范围

本指引所称餐饮行业相关商品或服务主要涉及《类似商品和服务区分表》中第二十九类、第三十类、第三十一类、第三十二类、第三十三类、第四十类、第四十三类等中与餐饮相关的商品

或服务项目。

餐饮行业往往与其所在地域的地理环境、自然因素、人文历史因素密切相关，有使用地名来表明所指定商品或服务来源的需要。本指引所称地名是指被相关公众识别为具有地理描述性、且容易被认为是表明所指定的商品或服务来源的标志，不限于商标法第十条第二款所规定的县级以上行政区划地名和公众知晓的外国地名。

### 三、易产生误认的餐饮行业标志常见情形

根据商标法第十条第一款第七项的立法意旨，误认是指标志对其指定商品或服务的质量等特点或者来源作出了超过其固有程度或与事实不符的表示，容易使公众产生错误的认识。常见情形包括以下几类：

#### (一) 标志容易使公众对餐饮类商品或服务的质量、品质、等级等特点产生误认

标志中包含“有机”“ORGANIC”“环保”“天然”“NATURAL”“无污染”“POLLUTION-FREE”“极品”“第一”“高级”“HIGH

QUALITY”“国宴”“国饮”“国品”“国厨”“国菜”等描述餐饮行业商品或服务品质字样，或者标志中包含多颗连续规律排列的五角星、钻石图样，容易使公众对餐饮服务的品质等级等特点产生误认。例如，在非有机“水果”商品上申请包含“有机”字样的商标。

## (二) 标志容易使公众对餐饮类商品的功能、用途等特点产生误认

标志中包含“排毒”“降脂”“祛湿”“明目”“清咽”“代谢修复”等描述餐饮类商品的功能、用途的字样，容易使公众对餐饮类商品的功能、用途等特点产生误认。例如，在“寿司”等商品上申请“朵鹤·排毒”商标；在“桂圆膏”商品上申请“天翔清热祛湿”商标。

## (三) 标志容易使公众对餐饮类商品的种类、主要原料、成分等特点产生误认

标志中包含餐饮类商品通用名称，容易使公众对商品的种类、主要原料、成分等特点产生误认。例如，在“牛肉食品”商品上申请“李四羊肉”商标；在“面包”“披萨饼”等商品上申请“张三蛋糕”商标；在“酱油”商品上申请“苹果醋”商标等。

#### (四) 标志容易使公众对餐饮类商品的重量、数量、价格、生产时间、工艺、技术等特点产生误认

例如，在“醪糟”商品上申请包含“当天生产”字样的商标；在“水果片”商品上申请“立兴冻干”商标。

#### (五) 标志容易使公众对餐饮服务的内容、性质等特点产生误认

标志中包含餐饮行业通用名称，但指定在与餐饮行业非相关的服务项目上，容易使公众对服务项目的内容等特点产生误认。例如，在“养老院”服务项目上申请“张三麻辣烫”商标；在“动物寄养”服务项目上申请“李四涮肉”商标。

#### (六) 标志含地名容易导致公众对餐饮类商品或服务的产地产生误认

市场主体在商品或服务上使用地名应主要是为描述商品或服务与地名所指区域范围存在联系，且该联系是客观真实的。若标志仅由地名构成或者包含地名，申请人并非来自该地名所指地域范围，指定使用在餐饮行业相关商品或服务上，则易使公众对产品或服务的产地产生误认。

## 四、缺乏显著特征的餐饮行业标志常见情形

根据商标法第十一条第一款的立法意旨，缺乏显著特征是指仅有本商品的通用名称、通用图形、通用型号的标志，仅直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的标志，以及其他缺乏显著特征的标志。常见情形包括以下几类：

### (一) 标志仅有餐饮类商品或服务项目的通用名称、通用图形

1. 标志仅有餐饮类商品通用名称。例如，“面包”“蛋糕”“肉夹馍”“肉饼”“疙瘩汤”“汉堡包”“花卷”“馒头”“小笼包”“胡辣汤”“脆皮豆腐”“虾饺”“烩面”“臊子面”“小面”“燃面”“葱油面”“艾窝窝”“驴打滚”等。

2. 标志仅有餐饮服务通用名称。例如，“餐厅”“中餐馆”“西餐厅”“小饭桌”“大食堂”“大排档”“饭馆”“小馆”“面馆”“居酒屋”“食府”“湘菜馆”“鲁菜馆”“自助食堂”“快餐馆”“饭店”“酒吧”“酒馆”等。

3. 标志仅有餐饮类商品或服务通用图形。



## (二) 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点

1. 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的质量。例如，“超好吃”“优质”“优品”“良品”“严选”等。

2. 标志仅直接表示餐饮类商品或餐饮服务所提供商品的主要原料。例如，“老母鸡”“黑山羊”“大闸蟹”“山野菜”“酸菜”等。

3. 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的功能、用途。例如，“减肥餐”“养胃食品”“月子餐”等。

4. 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的重量、数量。例如，在“以谷物为主的零食小吃”商品上申请“80克”商标；在“饭店”服务上申请“一日三餐”商标等。

5. 标志仅直接表示餐饮类商品或服务的其他特点。例如：(1)仅直接表示特定消费 / 使用对象或提供者的“业主餐厅”“亲子餐厅”等；(2)仅直接表示价格的“十元一份”等；(3)仅直接表示服务内容的“海鲜餐厅”“家常菜”“农家菜”“打边炉”“麻辣烫”等；(4)仅直接表示风格或者风味的“杭帮菜”“重庆火锅”

“川味”“酸甜”“爽滑”“八分熟”“外焦里嫩”“浓香四溢”“甘甜可口”等；(5)仅直接表示使用方式方法的“堂食”“自助”“外卖”等；(6)仅直接表示生产工艺的“爆炒”“清蒸”“铁板烧”“铁锅炖”“卤制”等；(7)仅直接表示生产时间、时令、年份等特点的“20220222”“2020”“立春”“清明”“端午”“中秋”“夏季”“秋分”“头伏”“腊八”等；(8)仅直接表示有效期限、保质期或者服务时间的“全天”“24小时”等；(9)仅直接表示经营场所、商品销售场所或者地域范围的“美食城”“小吃街”等；(10)仅直接表示技术特点、商业模式的“VR体验餐厅”“无人自助餐厅”“旋转餐厅”等。

### (三)其他缺乏显著特征的情形

1. 标志仅由餐饮类商品的外包装、容器或者餐具常用装饰性图案等构成。例如：
2. 标志仅由表示餐饮类商品或服务特点的短语、句子，或者普通广告宣传用语构成。例如，“美味佳肴，令人垂涎三尺”“粗茶淡饭，养身之道”等。
3. 标志仅由常见姓氏构成或常见姓氏加通用名称构成，一般

属于其他缺乏显著特征。

例如，在“馅饼”商品上申请“王记”“王记馅饼”商标，在餐饮服务上申请“李氏”“李氏麻辣烫”商标等。

#### (四) 标志中含地名导致缺乏显著特征的情形

1. 标志仅由地名构成。标志仅由地名构成，指定使用在餐饮行业相关商品或服务上，易使相关公众将其与来源相联系，或者不易作为商标识别的，即使申请人来自该地名所指地域范围，一般也属于商标法第十一条第一款第二项或者第三项所指情形，不得作为商标注册。

2. 标志由“地名 + 餐饮类商品通用名称”构成。如果“地名 + 餐饮类商品通用名称”属于历史传承下来的、客观存在的、与产地具有密切关联的传统特色餐饮，因其由特定地域内人民群众共同创造，不宜为某一市场主体独占使用，一般属于商标法第十一条第一款所指缺乏显著特征的情形，例如：“某某镇 + 当地特色小吃”。

#### (五) 标志中含有不具备显著特征部分的情形

标志由独立文字部分和独立其他要素组成，文字部分在

餐饮行业商品或服务上不具备显著特征的，该商标整体应被认定为缺乏显著特征。例如：



但如其他独立要素具有较强显著性，该其他独立要素或者商标整体能够具有区分商品或服务来源可能的，申请人可以声明对不具备显著特征的文字部分放弃商标专用权。申请人未声明放弃的，不得作为商标注册。例如，在“饭店”服务上申请商 标，申请人声明放弃“铁板烧”文字部分商标专用权，该商标整体具备显著特征。

## 五、餐饮行业注册商标专用权的合理行使

餐饮类商标取得注册后，注册商标专用权人也应当遵循诚实信用原则和权利不得滥用原则，以核准注册的商标标识和核定使用的商品或服务为限，在注册商标专用权保护范围内依法规范使用并合理行使权利。

### (一) 注册商标的规范使用

注册商标专用权人应当规范使用注册商标。使用注册商标时应当以核准注册的商标标识和核定使用的商品或者服务为限使

用注册商标。如果需要在核定使用范围之外的商品或服务上取得注册商标专用权，或者需要改变注册商标标志的，应当另行提出注册申请。

注册商标专用权人的姓名或者名称、地址及其他事项应当与《商标注册簿》上的记载保持一致。如果注册商标专用权人的姓名或者名称、地址或者其他事项发生变化，应当依法及时提出变更申请。

餐饮类注册商标专用权人在使用注册商标时，还应当注意留存使用证据，以证明注册商标专用权人真实、公开、合法地使用注册商标。

## **(二)注册商标专用权人的合理维权**

注册商标专用权人在维权时，要注意避免对公共领域或者属于公共资源的内容，以及他人正当合法权利不当维权，应当尊重他人依法正当使用的权利，自觉维护市场竞争秩序和社会公共利益。

通用名称、图形、型号及直接表示商品的质量、主要原料、功能、用途、重量、数量及其他特点的词汇或者地名，因其本身具备

固有的含义，属于公共资源。注册商标含有上述要素的，该注册商标专用权人应当合理审慎行使权利。根据商标法第五十九条规定，该类注册商标专用权人不应限制或者禁止其他主体在商业活动中正当使用这些词汇或者标志。

例如，在第四十三类餐厅、饭馆服务上注册“家乡记忆湘菜”商标的专用权人，不得禁止经营湘菜馆的其他市场主体，在店铺招牌、菜单、橱窗、配料表、包装袋等地方以合理方式标注该餐馆的经营菜品类型为“湘菜”。

### (三)其他市场主体的正当使用

注册商标专用权人以外的其他市场主体在从事餐饮类商品或服务相关经营活动中，应当尊重注册商标专用权。为避免产生商标侵权纠纷，其他市场主体在使用注册商标非显著部分时，应当仅使用词汇的固有含义来描述商品或服务的某些特点，不得攀附他人的商标商誉，混淆商品或服务来源。正当使用应当符合语言使用习惯及商业惯例，不应产生区分商品或服务来源的效果，不应导致相关公众的混淆和误认。

例如，其他市场主体可以用事实陈述的方式在店铺招牌、菜

## **餐饮行业商标注册申请与使用指引(试行)**

单、橱窗、配料表、包装袋等地方正当使用注册商标中的地名，但在使用方式上，应当与注册商标有所区分，避免通过字体、大小及颜色等突出使用。