

团 体 标 准

T/XXX XXXX—XXXX

跨境电子商务 国际商标注册与管理指南

Cross-border e-commerce— Guidelines for international trademark
registration and management

（征求意见稿）

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

深圳市深圳标准促进会 发布

目 次

前言 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 总体原则 1

5 商标注册准备 2

6 商标注册申请 3

7 商标管理 4

8 持续改进 6

附录 A（资料性） 跨境电子商务商标风险检查清单 7

参考文献 8

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由深圳市标准技术研究院提出。

本文件由深圳市深圳标准促进会归口。

本文件起草单位：深圳市标准技术研究院、深圳市精英商标事务所、广东知恒律师事务所、深圳市创界通科技有限公司、深圳市众信电子商务交易保障促进中心、深圳市通用条码技术开发中心。

本文件主要起草人：×××、×××。

跨境电子商务 国际商标注册与管理指南

1 范围

本文件提供了跨境电子商务商家开展国际商标注册合规与管理工作的总体原则、商标注册准备、商标注册申请、商标管理、持续改进的指南。

本文件适用于跨境电子商务商家开展国际商标注册及管理活动。其他从事国际贸易的企业、服务商、个人卖家可参照执行。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

国际商标注册 international trademark registration

申请人在中华人民共和国以外的国家或地区，按照该国/该地区商标法律法规的相关规定，通过特定的国际组织或机构，向相关主管机构提交商标注册申请，并取得商标专用权的行为。

3.2

跨境电子商务商家 cross-border E-commerce merchant

通过跨境电子商务平台、自建网站、其他网络服务等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的企业类型的卖家。

[来源：GB/T 46702—2025, 3.2]

4 总体原则

4.1 合规性

跨境电子商务商家需严格遵守目标国家/地区商标法律法规、国际条约及电子商务平台规则的要求，其行为不得违反公序良俗与强制性规定。

4.2 真实性

跨境电子商务商家宜基于真实的商标使用意图或已实际使用的情况提交注册申请，若有需要，提交真实、有效的使用证据，不得伪造或变造使用证据。

4.3 主动性

跨境电子商务商家宜树立风险防控意识，主动识别商标侵权、商标抢注等潜在风险，提前制定风险防控策略，规避风险事件的影响。

4.4 全面性

跨境电子商务商家宜综合考虑目标国家/地区市场、产品类别、商业模式等因素，建立覆盖核心市场、关联市场及潜在市场的商标布局体系，系统识别并防范相关风险因素。

4.5 持续性

跨境电子商务商家需持续关注商标的使用情况和法律状态，对已注册商标进行持续的维护、监测和使用管理，动态调整商标管理策略及方案并进行持续改进。

5 商标注册准备

5.1 商标检索及调查

- 5.1.1 跨境电子商务商家在提交海外商标注册申请前，宜在目标国家/地区开展全面的商标检索，排查是否存在相同或近似的在先注册商标。
- 5.1.2 商标检索应至少包括以下渠道：
- a) 世界知识产权组织（WIPO）全球品牌数据库；
 - b) 目标国家/地区商标主管部门官方数据库，如美国专利商标局（USPTO）数据库、欧盟知识产权局（EUIPO）数据库等；
 - c) 区域性商标数据库，如非洲知识产权组织（OAPI）数据库；
 - d) 域名注册数据库（WHOIS），排查目标商标相关域名是否已被注册；
 - e) 社交媒体平台，排查目标商标相关账号是否已被占用。
- 5.1.3 商标检索范围宜涵盖商标的所有组成元素，包括文字部分和图形部分。在可能的情况下，宜进一步纳入文字部分的读音、本地译名等元素。鉴于图形部分审查的复杂性及其与审查员主观判断的关联度较高，商标检索可侧重于文字部分。
- 5.1.4 跨境电子商务商家在目标市场开展商标注册及品牌保护工作前，宜实施全面的商标风险排查与评估，包括但不限于：
- a) 目标市场主要跨境电子商务平台上是否存在相同或近似商标的在售商品；
 - b) 目标市场是否存在针对拟注册商标的恶意抢注记录或异议历史；
 - c) 拟注册商标的英文翻译、音译在目标市场语言中是否存在负面含义。
- 5.1.5 对于检索结果中存在的有在先权利冲突风险的商标，跨境电子商务商家宜委托目标国家或地区具有执业资格的当地律师或代理机构出具法律建议，评估注册成功概率及风险应对方案。
- 5.1.6 跨境电子商务商家在提交海外商标注册申请前，宜充分了解目标国家或地区的文化传统、宗教信仰及法律规定中的商标禁用内容，并以目标国法律明文列举为依据，包括但不限于：
- a) 涉及国家名称、国旗、国徽、军旗等官方标志或符号的；
 - b) 违反公序良俗，包含淫秽、诽谤、歧视性内容的；
 - c) 涉及特定宗教禁忌的，如在部分伊斯兰国家，酒类、猪肉类商品上的商标可能受宗教法或公共道德条款限制，宜结合商品类别判断；
 - d) 涉及特定历史文化禁忌的，如部分欧盟国家禁止含有纳粹符号、部分中东地区禁止含有宗教图腾等；
 - e) 涉及地理标志保护的，如“帕尔马火腿”等受保护的原产地名称；
 - f) 涉及名人姓名、肖像的，需获得本人授权或确认已进入公有领域；
 - g) 涉及药品、食品、化妆品等特殊商品的，需符合目标国对该类商品商标的特殊限制。

5.2 注册方式

- 5.2.1 对于计划出口的商品或服务，跨境电子商务商家应先向出口目标国家/地区申请商标注册。
- 5.2.2 跨境电子商务商家应综合考量目标市场范围、预算成本、注册周期、商标稳定性、权利管理便利性等因素，确定注册途径及注册方案。注册途径包括但不限于马德里国际注册、逐一国家注册、区域注册，各注册途径的适用场景及其说明见表 1。

表 1 商标注册途径的适用场景及说明

序号	注册途径	适用场景	说明
1	马德里国际注册	目标市场覆盖多个马德里成员国	该途径手续简便、费用较低、集中管理，然而存在依赖基础注册、审查周期较长；美、日、韩、新加坡等临时驳回概率较高等劣势
2	逐一国家注册	仅进入单一国家或该国非马德里成员	该途径独立性强、周期短、审查标准明确，然而存在需逐一委托代理、费用较高、管理分散等劣势

表 1 商标注册途径的适用场景及说明（续）

序号	注册途径	适用场景	说明
3	区域注册	覆盖整个区域市场	该途径适用于一标多国、统一管理，然而存在任一成员国异议可能导致整体驳回的劣势

5.2.3 进行逐一国家注册以及区域注册方式，宜通过国内代理机构委托相应国家/地区有资质的代理机构、律师，向目标国家/地区商标主管部门提交注册申请。申请文件及手续办理应符合相应国家/地区的要求。

5.3 类别确定

5.3.1 跨境电子商务商家宜依据《商标注册用商品和服务国际分类（尼斯分类）》确定拟注册的商品或服务项目。

5.3.2 跨境电子商务商家注册的商品或服务项目宜覆盖核心类别以及关联类别，跨境电子商务主要产品类型类别参考表 2。

表 2 跨境电子商务主要产品类型类别参考

序号	主要产品类型	核心类别	关联类别
1	服装鞋帽	第25类（服装）	第18类（箱包）、第14类（珠宝首饰）、第35类（零售服务）
2	电子产品	第9类（电子产品）	第11类（家用电器）、第37类（维修服务）、第42类（技术服务）
3	家居用品	第21类（家居用具）	第20类（家具）、第24类（纺织品）、第35类（零售服务）
4	美妆护肤	第3类（化妆品）	第5类（医药护肤）、第10类（美容仪器）、第44类（美容服务）
5	食品饮料	第29-33类（食品）	第30类（方便食品）、第35类（零售服务）、第43类（餐饮服务）
6	玩具母婴	第28类（玩具）	第12类（婴儿车）、第25类（童装）、第41类（教育服务）
注：核心类别为主营产品或服务所属类别，关联类别为上下游产业链相关的类别以及未来业务拓展可能涉及的类别			

5.3.3 各国家/地区商标法的具体规定存在差异，跨境电子商务商家宜基于实际商标保护需求选择拟申请的商品或服务项目，并根据目标国家/地区商标法的具体要求对相关项目进行限定和修改，以避免因描述不清或分类错误导致审查意见。

5.4 商标代理机构选择

5.4.1 跨境电子商务商家宜委托国内商标代理机构协助处理国际商标注册事宜，受委托的国内商标代理机构宜委托在目标国家/地区具有执业资格的代理机构或律师承办国际商标注册事宜。

5.4.2 跨境电子商务商家在选择国内商标代理机构时，应从以下方面进行合规性评估：

- 商标代理机构是否有委托目标国家/地区具有合法的执业资质的代理机构/律师处理相关案件；
- 商标代理机构及所委托的目标国家/地区代理机构或律师的专业能力和服务经验；
- 商标代理机构及所委托的目标国家/地区代理机构或律师过往的商标代理成功率；
- 商标代理机构及所委托的目标国家/地区代理机构或律师费用的合理性和透明度；
- 商标代理机构是否具备跨境电商行业服务经验，熟悉主要电商平台的品牌保护规则；
- 商标代理机构是否提供商标监测、续展、维权等全生命周期服务；
- 商标代理机构是否具备多语言服务能力，能够处理目标国官方语言文件。

5.4.3 跨境电子商务商家宜与国内商标代理机构签订正式的委托代理协议，明确双方权利义务。

6 商标注册申请

6.1 马德里国际注册

6.1.1 通过马德里体系申请注册国际商标，以原属国（如中国）已申请或已注册的商标为基础。

6.1.2 马德里国际注册商标申请材料包括但不限于：

- a) 马德里商标国际注册后期指定申请书；
- b) 外文申请书（MM2）；
- c) 国际注册证复印件；
- d) 委托代理人的，提交代理委托书；
- e) 指定美国的，提交MM18表格。

6.2 逐一国家注册

6.2.1 跨境电子商务商家直接向目标国家/地区提交单一申请时，宜根据该国法律要求准备申请材料，包括但不限于：

- a) 商标注册申请书；
- b) 商标图样；
- c) 申请人主体资格证明文件，如企业营业执照、个人护照；
- d) 商品或服务项目清单；
- e) 委托代理人的，提交代理委托书。

6.2.2 在以“注册在先”原则为主的国家，提交商标注册申请时不必提交相关使用证据，重点关注获得更早的申请日，必要时，可在提交注册申请的同时依据《巴黎公约》主张优先权。

6.2.3 在以“使用在先”原则为主的国家，除关注 6.2.2 所述信息外，还应提交使用声明或使用证据，使用证据包括但不限于：

- a) 商品、商品标签、商品包装；
- b) 销售记录、发票、宣传材料；
- c) 销售商品的跨境电子商务平台网页截图
- d) 海关记录。

6.3 区域性注册

6.3.1 向欧盟专利商标局提交商标注册申请的，应根据该组织要求准备申请材料，包括但不限于：

- a) 申请人主体信息；
- b) 商标图样；
- c) 商品/服务项目清单；
- d) 优先权证明资料(如需申请优先权)；
- e) 委托代理人的，提交代理委托书。

6.3.2 向非洲知识产权组织提交商标注册申请的，应根据该组织要求准备申请材料，包括但不限于：

- a) 申请人的名称及地址；
- b) 商品/服务项目清单；
- c) 商标图样；
- d) 优先权证明资料（若需申请优先权）；
- e) 委托代理人的，提交代理委托书。

7 商标管理

7.1 商标使用

7.1.1 跨境电子商务商家在相关国家/地区使用商标时，宜确保商标的使用方式与注册证载明的商标图样保持一致。

7.1.2 跨境电子商务商家在商品包装、宣传材料及电商页面中标注商标时，宜正确使用注册标记，已注册商标标注®，申请中商标标注™。

7.1.3 跨境电子商务商家应确保商标使用行为不违反目标国家/地区的商标法、广告法、反不正当竞争法等法律规定。

7.1.4 跨境电子商务商家在跨境电商平台开展经营活动时，宜提前完成平台商标及品牌备案。

7.2 商标维护

7.2.1 跨境电子商务商家宜建立海外商标台账或档案，记录商标的注册国家、注册号、注册日期、有效期限、申请类别、申请或受保护的商品/服务项目等信息。

7.2.2 跨境电子商务商家宜关注已注册商标的有效期，按时办理商标续展，避免因过期失效导致权利丧失。

7.2.3 跨境电子商务商家宜按照目标国家/地区的要求及时提交商标使用声明或使用证据，例如美国商标注册后第 5 年至第 6 年提交使用声明及使用证据；第 9 年至第 10 年办理续展时一并提交使用证据。。

7.2.4 跨境电子商务商家宜定期监测目标市场是否存在针对商标的恶意抢注、撤销申请或侵权行为，并及时采取应对措施。

7.3 风险管理

7.3.1 跨境电子商务商家宜建立海外商标风险识别机制，定期对在售跨境商品进行全面梳理，排查是否存在商标侵权风险。风险检查清单可参考附录 A。

7.3.2 跨境电子商务商家宜定期梳理海外市场商标使用情况及海外商标布局，并对未申请的类别及商品或服务项目进行补充申请，预防商标侵权或被侵权风险。

7.3.3 跨境电子商务商家宜建立商标监测预警系统，关注商标风险信号，包括但不限于：

- a) 目标国家/地区出现相同或近似商标的注册申请；
- b) 收到平台关于商标侵权的投诉或通知；
- c) 收到目标国家/地区商标主管部门的审查意见或驳回通知；
- d) 收到在先权利人发出的警告函或律师函；
- e) 收到国外司法机关发出的诉讼通知。

7.3.4 收到商标异议或侵权投诉后，进行商标纠纷应对，基本流程包括：

- a) 核实投诉内容和事实情况；
- b) 评估侵权风险和法律责任；
- c) 收集和固定相关证据材料；
- d) 委托目标国家/地区执业律师提供法律意见；
- e) 与投诉方进行沟通协商，争取和解；
- f) 启动行政或司法程序应对。

7.3.5 因商标纠纷导致产品被平台下架或资金被冻结的，宜采取以下措施，包括但不限于：

- a) 停止相关产品的销售；
- b) 梳理全部涉案产品和订单信息；
- c) 及时联系平台了解具体情况；
- d) 委托律师评估应诉或和解方案。

7.4 商标保护

7.4.1 跨境电商平台商标备案

7.4.2 跨境电子商务商家宜在主要跨境电商平台完成备案，以获得跨境电商平台提供的商标保护机制支持。

7.4.3 跨境电子商务商家在跨境电商平台商标备案注意事项，包括但不限于：

- a) 商标注册证需与备案主体一致，如不一致需提供授权链；
- b) 备案后应定期更新商标信息，确保信息准确。

7.4.4 跨境电子商务商家发现跨境电商平台上存在侵犯商标权的商品时，可通过跨境电商平台知识产权投诉机制发起投诉。

7.4.5 跨境电子商务商家在跨境电商平台侵权投诉的流程，包括但不限于：

- a) 收集侵权证据（商品链接、截图、购买样品等）；
- b) 登录跨境电商平台知识产权保护板块；
- c) 提交投诉材料（商标注册证、侵权链接、侵权说明等）；
- d) 跨境电商平台审核处理；

- e) 如投诉被驳回，可提交补充材料或申诉。

7.4.6 独立站商标保护

7.4.7 通过自建独立站开展业务的跨境电子商务商家，宜采取以下商标保护措施：

- a) 域名保护：注册与商标一致的域名，包括主要后缀（.com、.net、.org等）及目标市场国家域名；
- b) 社交媒体保护：在主要社交媒体平台注册与商标一致的品牌账号；
- c) 网站内容保护：在网站显著位置标注商标权属声明，设置版权保护措施；
- d) 技术防护：采用技术手段防止网站内容被抄袭或镜像。

7.4.8 制定全渠道侵权监控机制，部署商标保护工具，对跨境电子商务平台、社交媒体、搜索引擎进行自动化扫描，识别仿冒商品、盗图盗文及近似域名。

8 持续改进

8.1 设立海外商标注册合规管理体系，制定持续改进的措施和方案。

8.2 每年定期开展商标注册合规管理成效评估，根据评价结果，对存在的问题进行分析，采取相应改进措施，提升合规管理质量。

附 录 A
(资料性)
跨境电子商务商标风险检查清单

表A.1根据商标注册以及管理流程，对应给出了具体的风险检查清单。

表 A.1 跨境电子商务商标风险检查清单

序号	商标注册与管理阶段	检查清单
1	商标注册前	1. 是否已完成目标国商标检索； 2. 是否已排查电商平台数据库； 3. 是否已评估文化、宗教禁忌风险； 4. 是否已确定注册途径（马德里/逐一/区域）； 5. 是否已确定商品/服务类别； 6. 是否已选择合格代理机构； 7. 是否已签订委托代理协议
2	商标使用	1. 商标使用是否与注册证一致； 2. 是否正确标注注册标记（®/™）； 3. 是否已保存使用证据； 4. 是否已完成平台品牌备案； 5. 是否已检查目标国广告法合规性
3	商标维护	1. 是否已建立商标台账； 2. 是否已设置续展提醒； 3. 是否已定期监测商标公告； 4. 是否已监测电商平台侵权情况； 5. 是否已监测域名和社交媒体

参 考 文 献

- [1] GB/T 29490-2023 企业知识产权合规管理体系 要求