

区域间字号权冲突法律问题研究

阴秀王

北京大成（太原）律师事务所，山西省太原市，030001；

摘要：在快速膨胀的中国经济背景下，各地行政单位为了提升本地商业吸引力及刺激经济增长，不断推出多种奖励机制与策略，诸如商标注册权的授予及运用，以此提升各自市场的竞争力。基于此，字号权的区域性冲突日渐显著，这一问题不但侵害了企业合法权益，同时也对市场秩序构成了挑战。研究致力于对不同地区之间关于商业名称权益的法律纷争进行详尽研究，文章从现行的法律规制、具体的案例研讨以及冲突的形式与结果出发，探讨了法律保护以及解决冲突的机制，解决商号权属冲突，并对市场经济有序发展提出改进建议。

关键词：区域间；字号权；法律；

DOI: 10.69979/3029-2700.24.4.046

引言

在经济区域一体化的大背景下，各地在发展过程中逐步塑造了特有的市场氛围与品牌特色。字号权作为企业标识的一个关键要素，不仅关乎商业利益，同时也体现了地区经济的独特文化风貌。在不同地区，字号的相近及重复频繁出现，进而引发注册商标的争议、品牌形象的模糊以及消费者分辨上的困难。在我国，字号权受到《商标法》的保护，其保护机制主要是通过注册来实现。然而，在实践中，由于各地执法力度不一以及法律适用存在模糊地带，关于字号权的争议和冲突日益增多。在当前市场环境变化的大背景下，对区域内字号权冲突相关的法律问题进行研究，不仅是对市场变迁作出法律应对的必要手段，而且对于提升区域经济的竞争力，亦是一种法治化的保障措施。系统分析与研究该问题，为地方政府、企业及立法机构提供借鉴，促进法制完备与市场环境改善，助力字号权在地区间公正使用与保护中达到共益。

1 区域间字号权概述

1.1 字号权的定义及特征

企业字号亦称商号，在市场运营中运用，并据此获得法律赋予的保护权限，此乃字号权。在中国，作为企业身份标识核心的名称权利，字号权不仅用于识别，而且代表企业的品牌价值和市场形象。在遵循《企业名称登记管理规定》及相关法律法规的前提下，字号权所受

保护，不仅涉及商业信誉的保障，还包括名称使用的独占性以及对不正当竞争的预防。

1.2 字号权的特征

专有性是字号权的一项显著特点。专有标识，即字号权，属于企业独有，未经授权，其他企业不得模仿或使用近似名称及风格^[1]。字号所具备的，是能被辨识的独特性质。在商业环境中，公司名称与标志的显著相似性，提供了显著的辨识能力，这对于顾客在众多选项中辨别各家公司提供的商品与服务至关重要。字号权的地域性特点表明，其保护力度受企业注册地的地域管理范围限制。因此在不同区域可能存在差异，字号权的维护与其所属企业的持续状态保持一致，一旦企业被注销，该字号权的法律防护功能亦将终止。

2 区域间字号权冲突的表现

2.1 字号权的相似与重叠

字号权的相似性指的是，不同公司所使用的名称在文字表达、发音或者字形构造方面存在显著的相似或一致性。市场的相似性特征常常引发消费者识别上的难题，由此产生市场的混淆现象。如存在两家异地企业，分别取名“长安药业”与“长康药业”，其名称发音接近，致使顾客在辨识时易产生混淆。

所谓重叠现象，是指在不同区域中出现的相同名称的注册现象。在无任何联系的企业实体中，时常出现这样的现象，尽管它们使用相同的企业名称，却分属于截

然不同的行政区划。在众多城市中，不同企业可能同时使用名为“东亚”的品牌标识，这导致了品牌识别的交叉和法律保护的潜在冲突。

2.2 冲突案例分析

案例 1：在湖南省和广东省，两家名为“山川”的建材企业均开展相应业务。各自领域内，双方均占有一席之地，然而，由于字号的雷同，拓展业务的进程中被名称的争议所困扰，企业的市场扩张进程受到干扰，同时，其品牌声誉遭受损害。

案例 2：在北京和上海两地，分别有以“海星”命名的两家公司，它们均投身于信息科技服务行业。在各自的地理范围内，两家公司各自独立运作，然而，随着业务的发展和扩展，它们开始跨区域运作，这导致了双方之间强烈的商业名称争议，最终只能诉诸法律手段来解决这场纷争。

2.3 冲突产生的原因及后果

2.3.1 区域间字号权冲突原因

地方政府为了提高税收收入和刺激本地就业，常常激励公司在其管理区域内采用类似的商业名称，这样做可以加强区域品牌的影响力。各地对于商号注册及监管的具体规范存在差异，这使得涉及多个区域的商业实体在遵循相关法律规制时面临调整障碍。在企业进行名称登记过程中，由于所依赖的信息途径存在局限，往往难以全面掌握其他地区是否已有相同字号或类似名称的现状。

2.3.2 区域间字号权冲突后果

市场竞争中的字号纠纷使得环境变得复杂及不稳定，进而减少消费者信任。字号重叠可能会使得企业面临市场份额的减少以及品牌形象的损害，在冲突情境下，企业倾向于采用法律途径以解决分歧，进而引发法律资源的耗费，此现象揭示了区域之间字号权的争议，不仅打乱了市场的正常运作，还侵害了企业的合法利益。针对这些难题，需要从法律法规、政策制度以及管理策略等多元角度进行深入探讨与化解。

3 区域间字号权冲突的法律问题

3.1 法律保护的不足

字号权的法律保护机制在实施过程中存在诸多缺陷，主要表现为登记难度较大以及审查程序不够严格。字号的注册过程尽管受到《商标法》与企业名称登记管理规定的规范，在实际审批流程中，却常见各地商标局与企业登记机关的审查漏洞。在注册过程中，若干字体因辨识问题未被准确识别，使得多家公司在不同地区登记了雷同或相近的名称。保护字号权现行法律依据注册原则，对未经注册的字号，法律不提供充分保护。在企业尚未对其名称进行商标注册之时，所使用的名称可能面临在注册过程中被侵权的风险，而无法获得法律的全面庇护，从而加剧了识别市场参与者的难度。市场竞争中虚构历史品牌策略的实施与老字号企业改制后的承续诱发了权属争议，同时，老字号企业商业标识保护意识的不足，司法层面裁判标准的分歧与维权成本的高昂也进一步引发了权利保护的挑战^[2]。在字号权发生冲突的情况下，企业通常需投入大量人力资源与财务资源以涉诉，导致部分中小企业因诉讼费用过高而放弃维护自身合法权益，从而使它们的正当资源权益遭受损害。

3.2 地区差异造成的法律适用问题

在中国不同地区，经济的发展水平与法律环境的差异对字号权的应用及其保护产生直接作用，各地政府对于商号权的诠释及运用各不相同，某些地区可能在法律条文的解析与实施上更为放宽，从而使得商号权的保护标准呈现出不一致性，这在法律适用上造成了所谓的“盲区”。在不同区域，执法严格程度与资源分配的不同，导致在字号权争议的解决过程中，某些地方更偏向于维护当地企业的利益，而非对所有市场参与者平等对待^[3]。法律执行的不平衡不仅减弱了法律保护的实际效果，也加深了不同地区间的商号权纠纷。

3.3 地方政府的政策差异

在字号权的管理政策上，不同地方政府呈现出明显区别，某些地方政府为了吸引外资，采取了相对宽容的字号权认可与保护措施，甚至鼓励当地企业采用相近的字号，目的是增强当地品牌的影响力。政策的滥用导致

了字号权益的损害，同时干扰了市场竞争环境的平衡。在不同地区，对于公司名称注册的审查规则各异，有的地区审批流程不够严格，导致不同公司采用了接近的名字，这进一步助长了地区间的法律矛盾。诸多行业协会在字号权益的监管与维护上，并未建立起有效的自我约束体系。在使用字号方面，企业常常缺乏诚信与自律，从而使得相似字号被广泛不当使用，尽管相关法律规定已存在，行业内部却尚未形成普遍遵从的自我约束环境。市场监管的薄弱环节，使得商业活动中不正当的竞争行为往往无法得到迅速地抑制。

法律领域的字号权纠纷，其根源不仅是保护机制的不健全和地区法律运用的差异，还与行业内自我约束及市场监管的漏洞紧密相关。为了增强字号权的法律保障，并促进市场环境的规范与健康发展，需从完善法律体系、优化地方管理机制以及加强行业自律等多角度出发，全方位着手解决。

4 解决区域间字号权冲突的法律路径

4.1 完善相关法律法规

为化解不同地区间字号权益的矛盾，首要任务在于通过法律途径。对字号权的法律等级和含义进行规范与整合，有关企业名称的权利法律条文分布在《企业名称登记管理规定》《商标法》以及《反不正当竞争法》等多个法律文件之中，这些条文呈现碎片化特征，并未形成完整的体系，提升字号权的法律地位，需通过立法程序，明晰其定义、权利属性以及保护范畴，进而使之纳入一个更加完整的法律体系，该体系应与商标权的保护机制相类似。提升字号的知识产权保障范畴，法律在注册过程中对字号提供了主要保护，但对于那些未经注册但在市场上已具有较高认知度的字号，法律的保护力度不足。在市场条件下，对于那些已经取得较高知名度的商号，即使未注册为商标，亦应通过立法手段授予一定的防止不正当竞争的法律保护，以禁止其他公司进行恶意注册或模仿。专门针对字号权引起的争议，构建一套独立的解决机制，在法律制定过程中，应考虑对字号权益争议实施行政层面的调解或裁决，成立专门机构，以

便对涉及不同地区的字号使用权冲突进行迅捷而有效的解决。

4.2 改进现有法律的实施方式

加强法律实施的统一性。在全国维度上，确保字号权法律法规的执行统一标准得到落实，发布具体的司法解释和指导性案例，以便于对法律条文进行明确，缩小不同地区在法律解读与实施过程中的分歧。为有效遏制恶意侵害字号权的行为，应当通过立法途径，实施更为严格的惩罚机制，这包括设置显著的罚金、强制终止侵权行为，以及在严重情况下，取消企业的经营许可。通过提高违法企业的经济成本，可以有效降低侵权事件的发生频率。在国家市场监管总局或中央主管部门的统筹安排下，构建一个跨越省市的管理协作体系，以字号权为管理核心，市场监管机构需定时交换企业名称的注册数据，以避免相似名称在不同区域的重复登记。建立一个由中央机构全面负责的字号注册平台，废除现行各区域分别操作的体系，字号作为企业名称的核心标识，其注册流程需借助特定系统完成，以实现全国范围内的唯一性和专有性保障。构建一个线上平台，可以进一步解决企业之间关于字号的权利争议，平台允许企业提交相关争议申请，并委托专门的行政或司法机构进行审查和处理，企业可通过此方法显著降低法律纠纷处理的时间和金钱投入。

4.3 促进企业的自我管理与行业自律

提升字号权利的法律保护意识，通过教育活动进行广泛宣传，政府与行业协会的引领下，强化对企业名称权的保卫宣传和教导，提高企业对名称权的关注，助力构建品牌保护观念，预防字号侵权可能引发的法律问题。公司应当构筑完善的自律体系，针对字号的设立与登记，开展全面的市场考察和法律隐患评估，以保障所选字号与现有字号不发生重复^[4]。对于企业而言，及时完成商标及商号的注册手续是至关重要的，这可以避免其他公司采取不正当手段进行抢注。行业组织需针对各个行业的独特性，拟定一套关于名称使用的自我约束规则，确立注册及使用名称的基本标准，引导企业如何妥善挑选

及应用名称，以减少名称之间的冲突。某些行业组织机构能够创建特殊机构，即名称权争议调解小组，处理行业内公司之间关于名称权的纠纷，协助公司迅速解决争议，降低法律诉讼的费用。

结束语

综上，揭示了在经济全球化和市场多元化发展的背景下，企业在日常经营中所面临的法律挑战。许多公司扩展至不同地理区域，商号对于保持市场竞争规则和消费者权益的保护作用越来越显著，不健全的现行法律体系、地区管理不一致性以及行业自我约束的空白，共同促成了不同区域间字号权益的频繁冲突，这不仅侵害了企业的合法利益，也动摇了市场的稳定基础。要应对这一难题，必须采取综合策略，提升对于字号权益的法律保护意识，并建立行业自律机制，以确保字号使用符合

法律法规。

参考文献

- [1] 张雅. 企业字号与注册商标权利冲突的问题研究 [J]. 文化学刊, 2023 (6): 97-100.
- [2] 陈伟蔚. 老字号企业商业标识权保护难题与应对 [J]. 经济研究导刊, 2023 (19): 159-161.
- [3] 何梦迪. "老字号"商标与字号共存的路径设计 [J]. 中华商标, 2023 (4): 61-64.
- [4] 谢有林. 关于企业名称与商标冲突的疑难问题及建议 [J]. 中华商标, 2022 (2): 24-26.

作者简介：阴秀王（1989.5—），男，汉族，山西太原，工商管理硕士，法学博士结业，高级经济师（高级知识产权师），研究方向：知识产权法、商法