

# 4. 商号

商号的概念和特征

商号的取得

商号权及其保护



## 4. 商号

### 一、商号的概念和特征

#### (一) 概念

商号，又称商事名称、商业名称，商主体从事商行为所使用的名称。

#### 1、功能

商主体特定化

表白商主体性质与法律地位

表白商主体的地域

# 4. 商号

## 2、 广义与狭义

狭义： 字号

广义： 商业名称的同义语

### （二） 特征

- 1、 商号是商主体所使用的名称
- 2、 商号是商主体从事商行为时所使用的名称
- 3、 商号是商主体用以彰显自己营业的名称

## 4. 商号

引例4—1：“狗不理”以1.06亿元的高价成交  
天津狗不理包子始创于1858年，系有着150数年的历史老字号。目前，已成为一种拥有狗不理总店、大酒店、速冻食品销售中心、快餐有限企业、物流有限企业以及

80余家特许连锁企业在内的大型企业集团，在日本、韩国、美国开有分店，已是天津一张“城市名片”。狗不理在职职员565名，退休职员477人，百分比接近1：1。

## 4. 商号

2023年，狗不理集团企业经营效益再创历史新高，是经营史上效益最佳的一年。2023年2月28日，伴随拍卖槌重重落下，政府最终以1.06亿元的高价卖掉了天津狗不理集团，成交价格远远超出了原先的市场预期。

然而，狗不理集团总资产1.17亿元，负债8000多万元，其中涉及2000多万元金融债务和6000多万元其他债务，后者主要是贷款、工程款。“狗不理”商号的价值可见一斑。

# 4. 商号

## 二、商号与商标

### (一) 异同

	对象	构成			登记原则	地域性
		文字	图形	两者的组合		
商号	商主体	√	×	×	强制登记	登记机关辖区内
商标	商品、服务	√	√	√	自愿与强制登记结合	全国

# 4. 商号

## (二) 两者混同的处理

### 1、两种情形

以与别人商号中字号相同或相同的文字为商标  
义与别人商标中相同或相同的文字为商号

### 2、处理

登记在先者5年内主张权利

省级工商局主管

跨省的，国家工商局主管

## 4. 商号

### 三、商号的取得

#### (一) 原则

##### 1、三种模式

(1) 真实主义：名与实彼此相符，德、法、瑞士等国

《德国商法》18条：禁止附加使人误解其营业的种类或范围以及其营业主体的文字。

无限企业的商号应有企业组员商人的姓名，能够一人为代表，其别人省略。非法人商主体的商号与营业主的民事名称以及营业种类彼此相符。

商号中附加的字样足以引起第三人误会，法律一概禁止。

## 4. 商号

(2) 自由主义：英、美、日等

商号与营业主的民事名称(姓名)及所营业种类是否相符，法律但是问。

《日本商法典》第16条：商人能够以其姓、姓名或其他名称作为商号。

当然，仍有诸多限制：

不允许非法人营业体冒称企业等商法人。

企业名称须标明企业种类，不许只称企业。

同类业务企业不得使用相同或类似的名称。

不允许用国名、国际、联邦等字样和可能造成公众误解或有欺骗性的字样，以及法律明文禁止的其他字样。

## 4. 商号

(3) 折中主义：限制自由主义，多数国家最初选择为真实主义，但转让、继承时能够不变更该名称

2、中国：

真实主义：范健；自由主义：施天涛

本书：真实主义

(二) 选用规则

1、商号单一原则

2、商号构造

## 4. 商号

商号类型不同，商号构造亦不同。

### (1) 构成与顺序

企业类型	商号的构成与顺序			
一般企业	行政区划	字号	行业	组织形式
企业集团	行政区划	字号	行业	集团

### (2) 行政区划

一般应该冠用行政区划

经SAIC同意，6种豁免情形：

国务院同意的企业法人

国家局登记的企业

注册资本5000万以上的企业

历史悠久、字号驰名的企业。

外商投资的企业等。

# 4. 商号

## (3) 字号

中文；不得与同一登记机关辖区同行业企业的字号相同

## (4) 行业属性

## (5) 组织形式

## (三) 特殊字词

1、中华、中国：4种情形并经同意方可用

2、禁用文字

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/476000052213010210>