收到美国商标"装饰性驳回"怎么办？一次替换包装样本答辩的真实案件拆解

原创 PaulCY 乾远知产ChanYond 2026年8月31日 18:30 广东

> 本文基于 USPTO 公开审查档案整理（TSDR 查阅日：2026-08-30），所引文件均可通过文末链接在 USPTO 官方系统中核验。

贴纸、胸针、T 恤上印一句标语，是跨境电商最常见的产品形态之一。但这类产品申请美国商标时，很容易收到一种特别的驳回——**装饰性驳回（Ornamentation Refusal）**：官方认为你的商标只是商品上的装饰，没有起到指示来源的作用。

收到这个驳回（Non-Final Office Action，即非最终审查意见），很多申请人以为申请没戏了。实际上它是美国商标审查里**常见的可克服驳回类型之一**，处理路径官方在驳回文书里写得很明白。本文用一份真实案件拆解完整过程：2025-10-28 收到驳回、2025-11-28 提交替代样本答辩、2025-12-02 核准公告——一次通过。

这篇文章要解决的问题：装饰性驳回到底是什么意思？为什么贴纸类产品容易中招？收到之后有哪些路可以走？本案又是怎么一次答复就翻盘的？

一、案件全景：从驳回到核准的 35 天

案件基本信息（来源：USPTO TSDR 状态页及申请文件原文）：

申请号	99433067
商标	I AM... UNSTOPPABLE（标准字符）
申请基础	§1(a) 实际使用（Use in Commerce）
类别	第 016 类 Stickers（贴纸）、第 026 类 Ornamental novelty pins（装饰性新奇胸针）
首次使用	2025-06-25（anywhere）/ 2025-06-30（commerce）
注册号	8145489（2026-02-17 注册）

本篇焦点时间线：



Trademark Documents

Expand All

Select All	Create/Mail Date	Document Description	Document Category	Document Type
	Feb. 17, 2026	Notice of Registration Email		XML
	Feb. 17, 2026	Registration Certificate		PDF
	Dec. 30, 2025	OG Publication Confirmation		XML
	Dec. 24, 2025	Notice of Publication		XML
	Dec. 24, 2025	Notification of Notice of Publication		XML
	Dec. 02, 2025	TRAM Snapshot of App at Pub for Opposin		MULTI
	Nov. 29, 2025	Amendment and Mail Process Complete		MULTI
	Nov. 28, 2025	Response to Office Action		MULTI
	Nov. 28, 2025	Specimen		JPEG
	Oct. 28, 2025	Non-Final Action		PDF
	Oct. 28, 2025	XSearch Search Summary		PDF
	Oct. 28, 2025	Petition to Director Granted		XML
	Oct. 27, 2025	Petition to Director Denied		XML
	Oct. 11, 2025	Petition to Make Special		MULTI
	Oct. 08, 2025	Application		MULTI

公众号 · 乾远知产ChanYond

从收到驳回到核准公告 35 天，一次答复通过。

二、装饰性驳回是什么：官方定义与判断标准

法律规定

装饰性驳回的法律依据是商标法第 1、2、45 条（15 U.S.C. §§1051–1052, 1127），官方手册 TMEP §§904.07(b)、1202.03 及后续小节，相关判例可追溯到 In re Villeroy & Boch S.A.R.L., 5 USPQ2d 1451 (TTAB 1987)。

驳回文书（2025–10–28，审查员 Brittany Johnson 签署）给出的定义：

> Registration is refused because the applied–for mark as used on the specimen of record is merely a decorative or ornamental feature of the goods and, thus, does not function as a trademark to indicate the source of applicant's goods and to identify and distinguish them from others.

翻译过来：申请商标在样本（specimen）上的使用方式，**仅仅是商品的装饰性特征，不发挥商标功能**——没有向消费者指示商品来源、没有把商品与他人区分开。

官方怎么判断"是不是装饰"？

文书引用了两个核心标准：

第一，看相关公众如何感知。 关键在于购买者是否会把标记当作来源指示（source–indicator）。引用的判例：In re Vox Populi Registry Ltd., 25 F.4th 1348 (Fed. Cir. 2022)。

第二，看标记在商品上的尺寸、位置、主导性和意义。 文书原文：

> The size, location, dominance, and significance of the alleged mark as used on the goods are all relevant factors in determining the commercial impression of the applied–for mark.

即：标记印得有多大、印在哪儿、在商品整体外观中占多大分量、对消费者来说意味着什么，共同决定它给消费者的印象是"牌子"还是"图案"。

案例中的申请为什么被驳回

> In this case, the mark as shown on the specimen would be perceived as merely a decorative or ornamental feature of applicant's stickers and pins because the wording, along with a design, dominates the overall appearance of the goods. … the applied–for mark appears to be a slogan that is used in a merely decorative manner that would be perceived by consumers as having little or no particular source–identifying significance.

原因写得很直白：**文字加图形主导了商品整体外观**——对贴纸和胸针来说，"印在商品正面的标语"天然容易被理解为装饰；而且这句标语看起来像一句口号（slogan），消费者不会把它当成来源标识。

这就是这类商品的高频雷区：**商品本身就是"印字的载体"**，商标的使用方式稍不当，就被认为是"装饰"而不是商标性质的使用。

三、收到驳回后：答复期、官方五条路、替代样本怎么交

答复期：3 个月，可付费延长至 6 个月

驳回文书开头就写明：

> File a response to this nonfinal Office action within three months of the "Issue date" below to avoid abandonment of the application. … For a fee, applicant may request one three–month extension of the response deadline … the USPTO must receive applicant's response to this letter within six months of the "Issue date" to avoid abandonment of the application.

– 答复期**自发出日起 3 个月**（本案为 2026–01–28 前），逾期申请作废（abandonment）

– 可以**付费延期一次 3 个月**，最长拖到 6 个月

– 延期费：电子提交 $125/次（37 CFR §2.6(a)(28)(ii)，2025–07–01 版）

– 延期请求本身也必须在 3 个月答复期内提出

官方给出的五条应对路径

驳回文书原文逐条列出（节选）：

> (1) Submit a different specimen (a verified "substitute" specimen) that was in actual use in commerce at least as early as the filing date of the application (or prior to the filing of an amendment to allege use) and that shows proper trademark use for the identified goods. … Examples of acceptable specimens that show non–ornamental use on clothing include hang tags and labels used inside a garment.
>
> (2) Amend to the Supplemental Register, which is a second trademark register for marks not yet eligible for registration on the Principal Register, but which may become capable over time of functioning as source indicators.

> (5) Amend the filing basis to intent to use under Section 1(b). This option will later necessitate additional fee(s) and filing requirements.

路径	做法	适合场景
① 换样本	提交申请日当天已在商业中使用的替代样本（substitute specimen），证明商标有正当使用方式	商品本身印字、但包装/标签上有正常商标使用的
② 改副簿	改注册到副簿（Supplemental Register）——第二条注册簿，暂不能上主簿但可能随时间获得显著性	商标使用时间短、暂时无法证明显著性的
③ 主张获得显著性	依据 §2(f) 提交证据，证明通过广泛使用和宣传，消费者已把标记与你直接关联	已使用多年、有大量销售和宣传证据的
④ 证明次要来源	证明标记已被认可为你其他商品/服务的来源指示	商标已在其他品类打出知名度的
⑤ 改意图使用	把申请基础改为 §1(b) 意图使用，后期需额外费用和申报	暂时没有合格样本可交的

（注：路径③④在文书中的完整表述为：③提交 §2(f) 获得显著性证据——"extensive use and promotion of the mark allowed consumers now directly to associate the mark with applicant as the source of the goods"；④提交次要来源证据——"the mark is already recognized as a source indicator for other goods or services that applicant sells/offers"。）

替代样本的提交要点（官方指引）

驳回文书附了详细操作指引（How to Submit a Substitute Specimen），要点：

1. 在电子应答表单中回答"是否提交样本"选"是"
2. 勾选"修改类别/商品/使用日期/申请基础或提交替代样本"声明框（不勾则修改无效）
3. 上传样本文件（不超过 5 MB）
4. 在描述框说明样本内容
5. 勾选声明：替代样本在**申请日当天已在商业中使用**（§1(a) 申请）或在使用声明前已使用（§1(b) 申请）
6. 表单需要双签名（声明签名 + 应答签名）

四、本案答辩实录：一份包装样本，35 天翻盘

2025-11-28，距驳回整整 31 天（答复期内，无需延期）。答辩通过 TEAS 电子应答表单提交，核心内容只有一句（原文）：

> The applicant submits the attached substitute specimen of packaging, in use at the time of the application, which features the mark.

即：**提交一份申请日当天已在使用的产品包装样本，包装上带有商标**。016 类（贴纸）和 026 类（胸针）各附一张包装样本照片，连同证据文件共 3 张图。首次使用日期维持不变（2025-06-25 / 06-30），申请基础保持 §1(a) 不动，本件答辩未缴任何官费（表单注明认为无需费用，官方如审核后认定需缴费会另行通知）。



申请提交的样本

为什么一份"包装样本"就能过关？关键在于把商标的**使用位置从"商品本身"挪到"商品包装"**：

– 原样本：商标直接印在贴纸/胸针上，文字与图形主导商品整体外观 → 消费者看到的是"图案"

– 替代样本：商标印在产品包装上 → 包装是商品流通过程中的标准标识位置，消费者在包装上看到商标，第一反应是"这是哪个牌子的"，而不是"这句标语挺好看"

位置决定感知。 官方判断的核心不仅在"商标有没有印"，更在"印在哪儿、怎么印"。包装样本恰好落在"来源指示"的典型位置上，一次通过。



答辩提交的样本

2025-12-02，也就是答辩 4 天后，案件核准公告（APPROVED FOR PUB）；12-30 正式公告（PUBLISHED FOR OPPOSITION）进入 30 天异议期，无人异议后，2026-02-17 正式注册——从申请到注册全程 132 天（详见系列篇 1）。

五、美国商标被驳回或者收到审查意见的常见问题

Q1：什么是美国商标装饰性驳回？

官方定义：申请商标在样本上的使用方式仅是商品的装饰性特征，不发挥指示来源的功能（merely a decorative or ornamental feature of the goods）。法律依据为商标法第 1、2、45 条，审查口径见 TMEP §1202.03。它是"未能发挥商标功能"类驳回的一种——官方就此发布过一份概览《常见"未能发挥功能"驳回》（2023-03-28 版），文末链接可查。

Q2：为什么贴纸、胸针、T 恤这类商品容易被装饰性驳回？

因为这类商品的形态就是"承载印刷的载体"，商标印在商品正面时，文字和图形主导了商品整体外观，消费者会把它当成图案或标语，而不是来源标识。官方判断看四点：尺寸、位置、主导性、意义（size, location, dominance, and significance）。

Q3：收到美国商标装饰性驳回，多久必须答复？

自驳回发出日起 3 个月内答复，逾期申请作废。可以付费延期一次 3 个月（最长 6 个月），延期费电子提交 $125/次，延期请求本身也须在 3 个月答复期内提出。

Q4：答复装饰性驳回有哪几条路？

官方给了五条：①提交申请日当天已在使用的替代样本；②改注册到副簿（Supplemental Register）；③主张 §2(f) 获得显著性；④证明次要来源；⑤改为意图使用（§1(b)，后期有额外费用和要求）。

Q5：替代样本要满足什么条件？

核心一条：样本上的商标使用方式必须是"正当的商标使用"（shows proper trademark use），且该使用在申请日当天（或更早）就已发生在商业中；§1(b) 意图使用申请则是"在使用声明提交前"已使用。官方举例（服装类）：吊牌（hang tag）和服装内标签。本案用的是产品包装——商标印在包装上，即落在来源指示的典型位置。

Q6：装饰性驳回答辩要花钱吗？

答复本身通常不产生官费（本案即未缴任何费用）。要花钱的是：延期（$125/次，电子提交）、改意图使用（§1(b) 后期费用）、或代理服务费。官费与代理费是两笔钱，别混在一起算。

结论速览

1. 装饰性驳回（Ornamentation Refusal）指商标在样本上仅作为商品装饰、不指示来源；法律依据为商标法第 1、2、45 条，审查标准看标记的尺寸、位置、显著性。

2. 贴纸、胸针、T 恤等"印字载体"型商品是装饰性驳回的高发区——商标印在商品正面、文字图形主导外观时，消费者感知的是装饰性"图案"而非该产品的"牌子"。

3. 答复期 3 个月，可付费延期一次 3 个月（$125/次，电子提交）；逾期申请作废。

4. 官方给出五条应对路径：替代样本、改副簿、§2(f) 获得显著性、次要来源、改意图使用。

5. 本案以"申请日当天已在使用的产品包装样本"答辩，31 天后提交、4 天后核准，一次通过——位置决定感知，包装是商标的天然位置。

数据与核验说明

– 数据截点：TSDR 查阅日 2026-08-30。费用条文以 37 CFR §2.6（2025-07-01 版，govinfo）为准。

– 本系列为乾远基于 USPTO 公开审查档案的整理与研究，不构成法律意见；个案情形不同，具体操作请咨询专业代理。

USPTO 官方核验链接

公众号正文不支持点击外部链接，以下链接可复制到浏览器打开核验：

档案	链接

案件状态页（TSDR）	https://tsdr.uspto.gov/#caseNumber=99433067&caseSearchType=US_APPLICATION&caseType=DEFAULT&searchType=statusSearch
全案 15 份文书清单与下载	https://tsdr.uspto.gov/documentviewer?caseId=sn99433067
首次审查意见（Non-Final Action，2025-10-28，含装饰性驳回）	https://tsdrsec.uspto.gov/ts/cd/tmcasedoc/downloadproxy?url=/api/casedoc/cms/case/99433067/office-action/OfficeAction7945166.pdf
答辩全文（Response to Office Action，2025-11-28）	https://tsdrsec.uspto.gov/ts/cd/tmcasedoc/downloadproxy?url=/api/casedoc/ts/cd/99433067/ROA20251128201522/1/webcontent
替代样本（Specimen，2025-11-28）	https://tsdrsec.uspto.gov/ts/cd/tmcasedoc/downloadproxy?url=/api/casedoc/ts/cd/99433067/SPE20251128201522/1/webcontent
37 CFR §2.6 费用条文（2025-07-01 版）	https://www.govinfo.gov/content/pkg/CFR-2025-title37-vol1/xml/CFR-2025-title37-vol1-sec2-6.xml
USPTO《常见"未能发挥功能"驳回概览》（2023-03-28 版）	https://www.uspto.gov/sites/default/files/documents/tm-trademarks-failuretofunction-20230328.pdf

乾远知产，专注跨境电商知识产权服务。

涉外商标 · 目录

上一篇
美国商标 130 天拿证：Make Special 加速申请为何先被拒、又为何获准?

下一篇
美国商标审查员是怎么检索商标的？13 步检索实录拆解

作者提示: 个人观点，仅供参考