

企业申请商标注意事项

产品名称	企业申请商标注意事项
公司名称	广东省国瑞企业管理服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	龙华区龙华街道大和路金鼎盛科创园A座408
联系电话	13244727632 13244727632

产品详情

商标是区分不同商品或者服务来源的标志，是企业无形资产和知识产权的重要组成部分。现在激烈的市场竞争中，商品价格优势已经逐渐被品牌价值优势所取代，谁拥有高知名度的品牌，谁就能获得更多的用户。

就商标保护而言，直接的方法就是及早申请商标注册，取得注册商标专用权，从而受到商标法的保护。下面就企业的商标注册保护问题简单谈一些粗浅的看法。

一、商标本身的显著性问题

商标的显著性，是商标本身在指定商品或者服务上向消费者所传达出来的可识别性。商标图样过于简单或者过于复杂都很难被认定为具有显著性，可以说显著性是商标注册的核心。

很多企业在选择商标名称的时候，会直接对产品功能或者服务品质进行直接描述，或者商标名称中出现产品或服务所在行业内的通用名词，这些都无法体现出商标与其他商标的区别性，这样的商标由于缺乏显著特征，很难通过审查而获得专用权。

从注册策略的角度，企业可以采取将此类商标与企业名称组合注册，或者是增加臆造的词汇，使其具有区别特征，从而增加授权几率。

此外，对于显著性较低的商标，企业可以对此类商标进行大范围、长时间的持续使用，通过“怒刷存在感”的方式使申请的商标与企业建立唯一对应的关系，从而获得显著特征，即使商标注册申请被驳回，在复审阶段通过提交大量的商标使用证据仍有获得授权的可能。

二、商标申请时的两大策略

对于注册商标保护来说，企业可以通过不同的申请策略进行保护，确保商标保护范围全面，比较常见的注册商标保护策略包括：

1. “多商标”策略：就是一家企业可以根据不同的消费群体与目标受众，为自己旗下的细分产品注册相对应的商标，这就是通常的“主商标+子商标”的保护模式。

这种保护模式就像是一颗大树，主商标就像是大树的根，是企业让相关公众识别和记忆的重要、关键的标识，使用范围涵盖了企业所有的产品或者服务；子商标则是大树的枝叶，尽在企业某些商品或者服务上使用。

例如可口可乐公司的主商标是“可口可乐”，旗下的子商标有“雪碧”“美汁源”“冰露”，这就是典型的“主商标+子商标”的保护模式。

2. “多类别”策略：企业可以对自身产品的类别进行细分，通过核心类别、重要类别、关联类别将商标细化，从而加强对商标的管理与保护。

对于作为企业形象标识的主商标，尤其是对于独创性较强的主商标，在财力允许的情况下，应当申请全类注册。因为判定商标是否近似，除了判断商标标识本身的特征之外，还需要结合注册的商品类别进行判断。如果不同企业就相同的商标，注册在不同的商品类别，并不一定就认定为属于商标近似。所以对于主商标，与其事后补救，不如一开始就全类申请注册。

如果企业的预算资金较少，至少要保证主商标在核心类别、重要类别、关联类别上申请注册。对于子商标，则应当充分涵盖企业现在或者未来可能拓展的商品或者服务项目。

这样多类别的商标保护模式，可以有效预防日后被他人恶意抢注。

三、商标注册后的保护问题

商标局每年都会对《类似商品和服务区分表》进行修订，增加一些与时俱进的商品或服务。企业获得注册商标权之后，还需要密切关注和跟进《类似商品和服务区分表》中商品或服务的变动情况。同时企业结合自身的公司战略规划、商标图样的变动、商品拓展领域，及时做好后续的补充注册保护工作，这样才能为正当使用及后续商标维权打好坚实的基础。详情可致电咨询林经理18520239405