

# 注册商标时怎么选商标类别

|      |                         |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 注册商标时怎么选商标类别            |
| 公司名称 | 国瑞中安集团-CRO服务商           |
| 价格   | .00/个                   |
| 规格参数 |                         |
| 公司地址 | 深圳市光明区光源五路宝新科技园一期2#一层   |
| 联系电话 | 13148813770 13148813770 |

## 产品详情

根据《类似商品和服务区分表》（基于尼斯分类第十一版）2020文本，第1层代表的是商品和服务类别，第1类、第二类、第三类、第四类……第四十五类，共45个类别。第二层是商品和服务的类似群，前两位代表商品和服务类别，后面两位数字表示类似群号，如“0506”即表示第5类商品的第6类似群组。企业在选择具体的商品时，找到大类（45个类别）后，再查看类似群组（若干），在类似群组下面的小项中选择商品（若干）。由于国家知识产权局是按照商品数量收费，一般情况下在选择商品时尽量选择有代表性的商品从而节约成本，通过有限的选择获得最大化的保护。对于商品的选择，下面以汽车制造行业从不同的角度分析如下：

### 一、核心商品

按照《商标法》的规定，我国实行申请在先的原则，当企业出现一个新的品牌想获得法律的保护就应及时向国家知识产权局申请注册商标，在选择商品时首先要定位核心商品是什么。核心商品的定位一般是根据产品功能、用途、消费对象等在《区分表》中找到对应的商品，例如汽车制造行业核心群组第12类1202群组摩托车、汽车。当然，随着科技的进步，有的产品可能在《区分表》中找不到对应的商品，就只能寻找最为类似商品或者申请非规范的商品。

### 二、关联商品

企业选择准确和恰当的关联商品是商标布局非常关键一步，但是从纷繁复杂的《类似商品和服务区分表》去挑选并非易事，一旦错选或漏选就会给他人埋下抢注的隐患。关联商品也可以细分两个层级，企业在选择商品时可以根据品牌定位、市场定位、产品定位、未来发展等方面综合考量，避免部分商品被竞争对手或他人抢注。

第1层级：包括现有业务如汽车制造行业第37类3707群组汽车维修和保养等。在现实中，很多互联网企业业务可能包括娱乐（第41类）、金融（36类）、网购（第35类）、配送（第39类）、系统（第42类）、医疗（第45类）等。企业在选择商品时要包括现有的一些基本业务，有时会选择多个类别进行全方位进

行保护。例如，我们每个人的手机都会安装各种各样的APP，企业通过APP向消费者提供产品或服务时，除了选定具体的商品外，还要在第9类0901群组中“ 计算机程序 ”、“ 可下载的手机应用软件 ”上进行布局，因为在互联网+的时代，APP功能兼具计算机软件和提供相关服务的双重属性，虽然法院部分判决具有争议，但从企业风险防范的角度要全面考虑。

第二层级：关联较大业务如汽车制造行业的第4类0401群组润滑油、第7类0748群组的发动机、第37类车辆加油站、第39类汽车运输等。企业可能并不生产上述产品或提供上述的服务，一旦有人抢注用在上述产品或服务上，会让相关消费者产生联想并误认为是其生产的产品或提供的服务，从而造成混淆和误认。本田技研株式会社的“ 本田 ”商标被他人抢注在“ 润滑油 ”产品上，最终认定了“ 本田 ”商标是驰名商标才得以保护，不是所有品牌都能轻易被认为驰名商标，因此对于企业的重要品牌，有必要在关联较大的业务进行布局，建立属于自己的品牌储备，防止他人抢注。

在选择关联类别时，需要注意《区分表》的规则。一般情况下群组和群组之间不类似，不同类别的商品之间原则上不类似，但有例外某些类别的部分商品，与另一类别的部分商品，进行交叉检索。比如，第3类0306群组“ 化妆品 ”之下，“ 化妆用棉签 ”与第21类2110群组“ 化妆用具 ”类似。

### 三、不关联的商品

企业在申请商标选定商品时可以占据其他热门日常用品业务，如第25类2501群组服装，企业有时会想不到有一天会生产不相关产品，受到近期中国疫情的影响，汽车企业也生产口罩了。上汽通用五菱称，到2020年2月底，还将建成一座2000平方米的无尘生产车间，4条N95口罩生产线，10条一般医用防护口罩生产线，预计日生产量将超过170万。紧接着，比亚迪也加入了“ 造口罩 ”的阵营。而且除了口罩，比亚迪还新增了消毒液产品的研发、生产、销售等。据比亚迪介绍，其口罩和消毒液将在2020年2月17日前后量产出货，口罩产能2月底可达500万只/天，消毒液产能5万瓶/天。

### 四、禁止商品

对企业品牌声誉产生负面影响产品，需要提前布局防止他人使用。例如：第5类0506失禁用尿布，卫生内裤，内裤衬里（卫生用），第10类1006避孕套，第11类1109坐便器，马桶座圈，第20类2011棺材，第25类2506花圈，第45类4504殡仪，举行葬礼等。

### 五、全类商品

全类注册作为一种防御性商标注册策略，适合企业的核心品牌进行布局。恶意抢注行为总是防不胜防，加之驰名商标的保护也是个案保护、有限保护，全类的保护可以说能够获得超越驰名商标的保护。全类的保护可以有效的防止他人攀附自己的品牌，有利于企业后期的发展，最终形成品牌的优势，为企业的今后发展壮大奠定基础。全类注册需要每个企业根据自己经济实力、后期管理、其他方面综合考虑，量力而行。

全类注册，并不等于全类商品的保护，因为商品的群组是存在跨类似群，各个自然段也有可能不类似等情况。另外，在不使用的情况下会被他人提出撤销三年不使用申请，商标很容易被撤销掉，与《商标法》规定的申请商标应当以使用为目的相背离。