

# 关于正确理解商标注册用商品和服务分类的指引

为帮助经营主体正确理解商标注册用商品和服务分类目的、作用、方法等相关内容，提升商标申请注册、维护及保护等方面的水平及效能，制定本指引。

## 一、商标注册用商品和服务分类的概念及作用

注册商标专用权是商标注册人对其注册商标在所注册的商品或者服务上享有独占使用的权利，他人未经许可不得在相同或者类似的商品或者服务上使用与该商标相同或者近似的商标。

注册商标核定使用的商品和服务范围与商标图样相同，对注册商标专用权的范围具有决定性作用。相关经营主体应当正确理解商标注册用商品和服务分类目的、作用、方法等内容，并在商标申请注册和使用过程中正确运用。

## 二、我国商标注册用商品和服务分类方式及特点

为建立统一的分类标准，形成共同的分类体系，各国于1957年在法国尼斯缔结协定，建立《商标注册用商品和服务国际分类》（即“尼斯分类”）。我国于1988年开始采用尼斯分类商品部分，1993年开始采用尼斯分类服务部分，并于1994年加入该协定。

我国商标主管部门以尼斯分类为基础，沿用其体系、内容和规则，结合实际情况增加我国常用的商品和服务项目名

称，并将各类别的商品和服务项目划分了类似群，编制形成了《类似商品和服务区分表》（以下简称“《区分表》”）。《区分表》是商标审查时判断类似商品和服务的参考，也可以作为行政机关和司法机关在处理商标案件时判断类似商品和服务的参考。

《区分表》与现行尼斯分类相同，将商品和服务分为 45 个类别，其中 1-34 类为商品，35-45 类为服务，共包含一万多个标准商品和服务项目。尼斯分类每年修订一次，《区分表》随之予以调整<sup>1</sup>。同时，商标主管部门还会定期公布《区分表》之外可接受的商品和服务项目名称<sup>2</sup>。

《区分表》中每个类别有相应的标题、注释、类似群、具体商品或者服务项目。类别标题指出了归入本类的商品或者服务项目大致范围（如：《区分表》第 41 类标题为“教育；提供培训；娱乐；文体活动”）；注释对本类主要包括及不包括哪些商品或者服务项目作了说明（如：《区分表》第 32 类注释部分指出该类主要包括不含酒精的饮料及啤酒，且列明了尤其包括及尤其不包括的具体商品项目）；类似群对相关群的商品或者服务进行了归纳（如：类似群“0613 金属容器”）；类似群中列明了具体商品或者服务项目（如：手风琴 150001）；部分类似群下以“注”的形式，对未处于同一类似群但构成类似商品或者服务的交叉检索等相关特殊情况进行了详细说明（如：类似群 1207 “注”部分指明该类似群与 1211 类似群类似）。

---

<sup>1</sup> 《区分表》的调整可能对商品和服务的类似关系判断产生一定影响，相关判断标准可参考《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》中 15.13 及 19.10 等的规定

<sup>2</sup> 同标准商品和服务一样，可以在中国商标网-商标查询页-商品/服务项目栏目进行查询

《区分表》中列明的商品或者服务不一定是完全的并列关系，某些商品或者服务之间可能存在包含或者交叉关系，申请人在使用时可根据实际经营和使用需要合理选择。

### 三、商品和服务项目申报

按照商标法及其实施条例相关规定，申请人申请注册商标时，应当依据尼斯分类，并依照提交申请时施行的《区分表》进行申报，既可以申报《区分表》中列明的标准商品或者服务名称，也可以申报未列入《区分表》中的可接受商品或者服务名称。

对于未列入《区分表》的商品或者服务，应比照标准名称，根据类别标题、注释等进行申报，根据上述标准无法分类的，按照商品和服务分类原则<sup>3</sup>申报。

申请人在以未列入《区分表》的商品或者服务名称进行申报时，应当确保名称清晰准确，并足以使申报商品或者服务与其他项目进行有效区分，应避免使用模糊或者指代不清、范围或者含义不定以及有害社会主义道德风尚或者其他不良影响词句等，同时，申报名称应符合我国通用语言文字及标点符号表达方式，并应使用简体汉字表述，相关具体注意事项及示例可参考中国商标网相关内容<sup>4</sup>。

申请人可以对商品或者服务附送相关说明材料，该材料的作用应仅限于对商品或者服务名称进行解释说明，不属于具体项目的组成部分。

### 四、同一种或者类似商品或者服务的判断

<sup>3</sup> 可参见《商标审查审理指南》第二部分第六章相关内容

<sup>4</sup> 商标注册用商品和服务项目申报指南 <http://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/sbsq/sphfwfl/>

按照商标法第三十条及第三十一条的规定，在同一种或者类似商品或者服务上已经存在在先申请或者已注册商标的，在后相同或者近似的商标不能获准注册。因此，对于具体商品或者服务之间是否构成类似关系对商标申请注册及保护具有重要意义。

为稳定商标注册秩序，提高审查审理效率，统一审查审理标准，类似商品或者服务的判定应当参照《区分表》。

同一种商品或者服务，一般指名称相同的商品或者服务，或者也存在名称不相同，但实质相同，相关公众一般认为属于同一事物的商品或者同一方式的服务。

类似商品是指商品在功能、用途、生产部门、销售渠道、消费对象等方面有密切联系的商品。类似服务是指在服务的目的、内容、方式、对象等方面有密切联系的服务。

《区分表》将存在类似关系的商品或者服务划分为类似群，类似群是判断商品或者服务类似关系的主要参考。大多数情况下，《区分表》中同一个类似群内的商品或者服务之间构成类似，不同类似群的商品或者服务之间原则上不构成类似。

例如：

类似群“2111 隔热用具”中的商品与类似群“2112 家务用具”中的商品不构成类似商品。

在一些特定的情况下，同一个类似群内的商品或者服务项目之间并不全部构成类似，区分表按照类似关系将此类商品或者服务项目进一步分为若干部分（一般用（一）（二）

表示），同一部分内的商品或者服务之间原则上构成类似，不同部分间的商品或者服务项目的类似关系需结合相关类似群后的“注”部分进行具体判断。

例如：

类似群“1703 橡胶，树脂，纤维制品”中将商品分为四个部分，并在随后的“注”中指明，各部分之间商品不类似，且第（四）部分各商品之间互不类似。

对于某些特定的类似群或者单独的商品或者服务项目，可能存在与其他类似群或者其他类似群中相关商品或者服务构成交叉检索或者类似的情况，此类情形也需结合相关类似群后的“注”部分进行具体判断。

例如：

类似群“0907 通信导航设备”后的“注”表明，该类似群中的“电话机”商品与类似群 0903 中的“电传真设备，传真机”构成类似商品。且该类似群与第九版及以前版本类似群“2601 手机带”交叉检索。

对于《区分表》中未涵盖的商品或者服务的类似关系判断，应基于相关公众的一般认知力，并综合考虑具体商品的功能、用途、主要原料、生产部门、消费对象、销售渠道等因素，或者服务的目的、内容、方式、对象、场所等因素进行综合判断。

在商标注册审查和驳回复审案件审理中，原则上以《区分表》为判断依据，在商标异议、不予注册复审、无效宣告案件审查审理中涉及商品或者服务类似判定的，参照《区分

表》，并结合《商标审查审理指南》相关原则进行个案判定。在个案审查审理中，可以结合实际情况，对不在《区分表》范围内，但仍有一定类似关系的商品或者服务，在混淆可能性判断中进行处理。

## 五、不同环节的相关注意事项

在商标申请注册、使用及权利维护等不同环节，经营主体应积极了解商品和服务分类本意并正确运用，具体注意事项包括但不限于以下内容。

在提出商标申请注册时，首先应结合自身实际需求，基于《区分表》合理选择指定的商品或者服务项目，应避免因对分类标准及作用等的不理解，大量提出无实际使用意图的商标注册申请，也应避免因对具体商品或者服务项目的误解而导致的相关商标注册申请。

例如：

1. 以生产相关服装为主营业务的企业，可结合自身需要在第 25 类选择相关商品进行申请注册，但一般没有必要在与经营范围无关的，如类似群“0713 缝纫、制鞋工业用机械”“3501 广告”“3901 运输及运输前的包装服务”等商品或者服务上提交商标注册申请。

2. 类似群“3503 为他人推销”指的为帮助他人提升其商品或者服务在市场上的销量或者需求，提供具体建议、策划、咨询等服务。普通从事零售或者以批发方式直接向消费者出售自己的商品或者服务的经营主体不需要在此类申请注册商标。

在初步确定了指定的商品或者服务项目后，申请人应当进行充分的事先检索，具体应在与指定商品或者服务项目同一种或者类似商品或者服务项目上，就相同或者类似标志进行检索，以避免商标申请因存在在先商标而被驳回。

例如：

经营主体欲在“皮革保养、清洁和修补”服务上提出商标注册申请，通过查询《区分表》，确定该商品属于第三十七类类似群“3716 衣服、皮革的修补、保护、洗涤服务”中商品，同时，该类似群后“注”部分表明，该服务还与类似群 4010 中“皮革修整，鞣革”等商品类似，因此，检索时需要同时对上述两个类似群进行检索。

在应对撤销连续三年不使用商标申请过程中，经营主体可以基于《区分表》判断商标实际使用业务是否满足在“核定商品”上使用的要求。原则上，实际使用的商品服务项目应当与核准注册的商品服务保持一致<sup>5</sup>。

在商标权维护过程中，经营主体可以基于《区分表》对类似商品和服务的划分情况，对相关商标在相同或者类似商品服务上进行监测，并可结合商标自身知名度、显著性等情况，对部分商标适当地扩大监控范围。

在借助商标异议、无效宣告、撤销、诉讼等手段维护自身权利或者权益时，也需基于《区分表》对类似商品服务的划分情况，确定合理的主张范围。

<sup>5</sup> 实践中，对于实际使用与核定使用的是否为“同一商品”的判断，可参考《北京市高级人民法院商标授权确权行政案件审理指南》19.8 相关规定