

2012 年度商标发展报告

基于 *SAEGIES* 数据库的全球商标活动概览



THOMSON REUTERS™
汤森路透

引言

2012年商标活动是媒体关注的热点。法国的两位著名设计师克里斯琴·劳勃迪(Christian Louboutin)与伊夫·圣·劳伦特(Yves Saint Laurent)之间的设计纠纷就是其中一个案例。前者因其高跟鞋底部鲜艳红色与鞋身形成色彩反差的设计而著名,这一设计也是巴黎街头时尚奢侈品的代名词;后者则在一款产品的设计上与前一创意出现了雷同而引发一场纠纷。名人、运动明星总打算从一个婴儿名字到签名活动都冠以商标标识,从而标志自己的与众不同——这也是商标的作用。同年,中国开始有意着手清理整顿商标恶意注册行为,这也是对假冒商品愈演愈烈的有力回应。还是这一年,通用顶层域名项目(Generic Top-Level Domain Program)开启了相对以前更为开放的时代,这也将是互联网域名系统历史上飞跃发展的阶段,我们可以认为这将引发一场互联网域名的“品牌”革命。

毫无疑问,这将成为“品牌保护”领域划时代的历史事件,为经济繁荣带来动力,同时成为商品进入市场的重要标志。

SERION 在线平台上的 SAEGIS 数据库是全球最大的商标数据库。Thomson Reuters 的分析师分析跟踪了 2012 年全球的商标注册情况,与上一年只分析了 2011 年 50 个国家/地区商标信息不同的是,此次我们分析了 2012 年 186 个国家/地区的商标注册情况,增加了 136 个国家/地区商标公开数据,使 Thomson Reuters 成为全球最大的商标检索分析提供商。

SAEGIS 集成了全球 186 个国家及商标注册机构的商标信息,提供方便而强大的商标筛查功能(包括来自南美、亚洲、中东地区的经济快速增长国家),真正做到“一站式”检索。这是我们的第二份年度

世界商标发展报告,我们会分析哪些国家/公司是商标领域最活跃的国家/公司,并且按照商标商品服务分类分析各行业的商标申请趋势,试图为您呈现出一幅全球商标发展全景图。

从 2012 年注册商标公开数量看,中国位列榜首,进入前十位的其他国家分别是:美国、巴西、土耳其、法国、韩国、日本、德国、加拿大,以及英国。2012 相比 2011 年,前十位国家商标总公开量略微下降了 0.25%,这也是全球经济危机的影响,目前衰退应该已经日趋平稳。

在前十位国家中保持了增长的国家是英国与土耳其,分别增长了 10% 与 8%。看上去英国或许已经进入了经济好转的转折期,2012 年其 GDP 增长了 0.2%,好于此前 0% 增长的预测。

土耳其商标公开量年复一年的稳定增长,预示着它不断在商标世界中试图登上中心舞台。大的飞跃肇始于 2011 年,相比 2010 年增长了 27%。最近这些年,土耳其为经济发展不断在积蓄能量,发展向好将为土耳其加入欧盟增加谈判砝码,并且为其到 2023 年成为世界前十大经济体的国家梦想奠定基石。2011 年,土耳其是欧洲经济增长最快的国家,GDP 完成了 8.5% 的增长,虽然相比 2010 年的 9% 略微有所下降。2012 年土耳其商标公开量保持了增长的态势,这反映了这些商标持有人在国家经济繁荣中起了举足轻重的作用,他们使这个国家历史性地成为了沟通东西方贸易的桥梁。

下面我们会列出分析数据的其他要点,关于这些要点的详细信息会在这份报告中一一展开。我们这里的数据收集日期截止至 2012 年 12 月 18 日。

注册商标公开趋势

- 按照所有商标商品服务分类汇总数据, 中国位居榜首, 进入前五位的其他国家分别是: 美国、法国、土耳其、日本。
- 在所有分类中, 第 35 类 (广告与实业经营、实业管理, 办公事务) 是 2012 年商标公开最为活跃的领域, 186 个国家 / 地区共公开了 393,000 个注册商标。
- 欧洲有两个国家年增长非常突出, 英国在 2012 年显示了 10% 的增长, 土耳其则表现出了 8% 的增长。
- 紧随第 35 类, 第二活跃的是第 25 类 (服装、鞋、帽) 将近 270,000 个公开商标。

公开商标领先国家趋势

- 中国在第 25 类 (服装、鞋、帽) 的商标公开领域最为活跃, 占该类别的 69%, 美国则占 15%。
- 中国商标公开领域较为活跃的第二个领域是第 35 类 (广告, 实业经营、实业管理, 办公事务)。
- 第 35 类 (广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务) 则是法国商标公开中最多的类别。
- 土耳其最多的类别也是第 35 类 (广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务)。
- 日本最活跃的类别是第 9 类 (科学、航海、计算机) 等领域。

商标活动更多细节, 及其对全球品牌生成与保护的影响, 请详询报告正文部分。

1. BBC News, "GDP: UK Economy Grew More Than Thought in 2012," February 27, 2013
<http://www.bbc.co.uk/news/business-21598509>
2. Huffington Post, "Merkel Backs 'Open-Ended' Turkey's EU Talks," February 25, 2013.
http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20130225/eu-turkey-germany/?utm_hp_ref=style&ir=style
3. Can Turkey Become 'the China of Europe'?, January 13, 2013.
http://www.cnbc.com/id/100390252/Can_Turkey_Become_039the_China_of_Europe039
4. The Economist, "Istanbuls and Bears," April 7, 2012.
<http://www.economist.com/node/21552216>

NOTE: The scale of each chart carries by country

分析与结论

下图显示出了 2012 年商标公开最活跃的前 10 位国家, 以及这 10 个国家 2006-2012 年的商标公开发展趋势。该数据没有将商标公开按照商标分类加以区分, 而是把一个国家一年的商标公开数量合并计算后进行比较。中国 2008-2010 年经历了商标公开快速增长的过程, 这与中国政府加快公开积压申请的努力是分不开的。

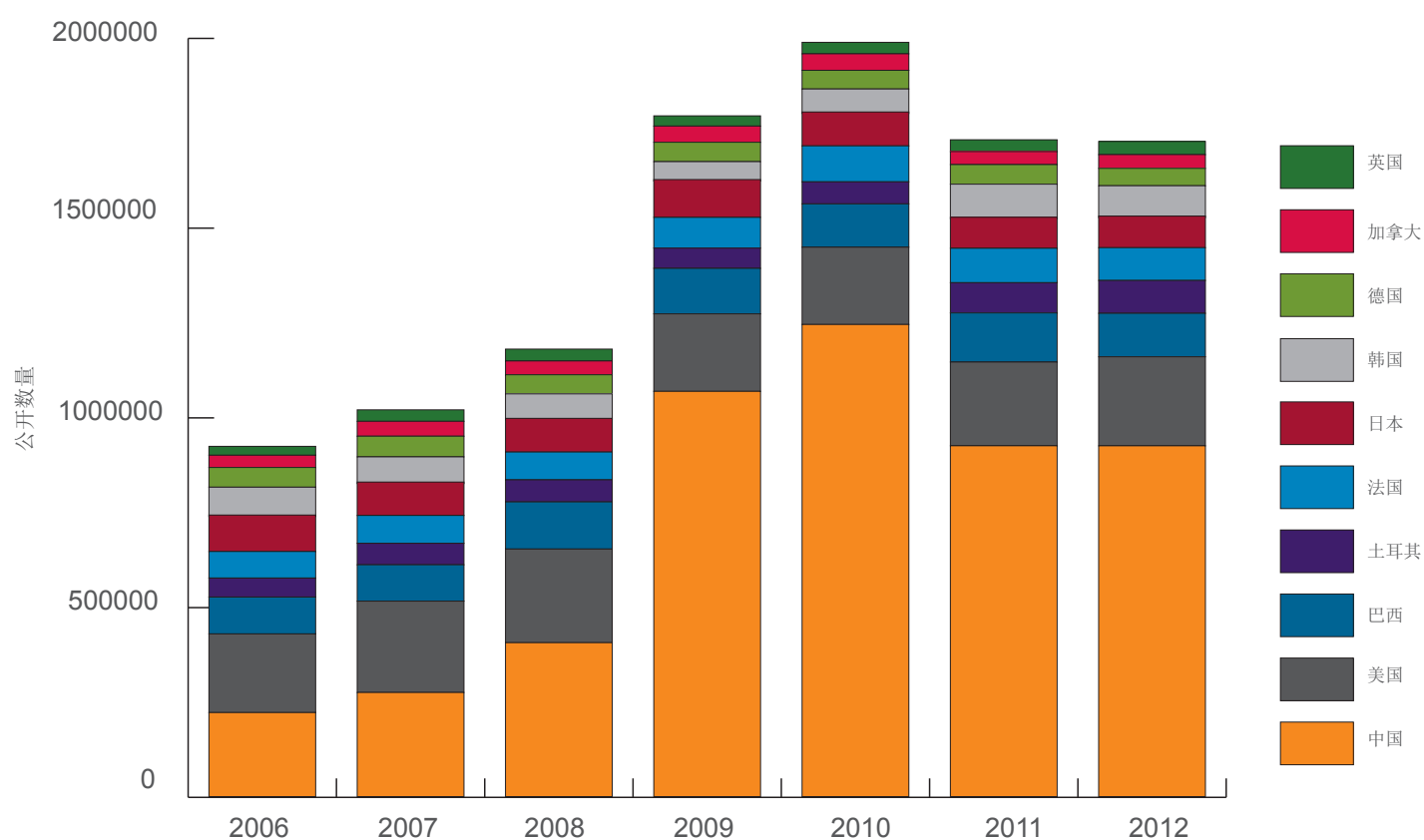
2011-2012 年商标公开量表现平平, 这与全球经济依旧处于弱势状态有关系。前十位国家(中国, 美国, 巴西, 法国, 日本, 韩国, 土耳其, 德国, 加拿大, 英国)作为整体统计出现了 0.25% 的下降趋势。但是作为单独国家统计, 美国, 日本, 加拿大, 土耳其, 英国则有微小且稳步的增长, 其中英国以 10% 的增长率领先于其他国家。如果从学院派的视角将商标领域的活动作为经济增长风向标的话, 无疑这对英国经济增长是个好兆头, 作为 2012 年夏季奥运会的东道主, 其 GDP 在二季度出现了 1% 的增长, 避免了三季度经济二次探底衰退的危险。英国首相卡梅伦非常关注 GDP 数据, 他认为要使经济复苏还有很多事情需要做, 到 2012 年底, 英国全年 GDP 增长了 0.2%。

另一方面巴西、中国、法国、韩国, 以及德国则在商标公开数量上呈现略微下降的态势, 巴西与德国居首位分别下降了 11%。作为欧洲第一, 世界第五的经济体——德国在 2012 年经济增长骤然趋缓, 巴西则仅增长了 0.9%, 这是过去 3 年里面这两个国家表现最为逊色的一年。

注: 中国的统计数据会受到中国商标注册流程中按商品不同类别在不同分类中提出申请的影响。

5. UN News Centre, "Global Economy Risks Falling into Renewed Recession, Warns UN Report," December 18, 2012. <http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=43803#.UTNEmTCyCul>
6. Bloomberg, "U.K Economy Surges 1% as Britain Exits Recession," October 25, 2012. <http://www.bloomberg.com/news/2012-10-25/u-k-economy-surges-1-as-britain-exits-double-dip-recession.html>
7. BBC News, "Germany's Economic Growth Slows Sharply in 2012," January 15, 2013. <http://www.bbc.co.uk/news/business-21023478>
8. BB News, "Brazil economy grew .9% in 2012," March 1, 2013. <http://www.bbc.co.uk/news/business-21630930>

2006-2012 年间不同国家 / 地区商标公开数量比较



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

所有国家 / 地区商标公开最多的 前 5 个商标分类



第 35 类: 全球共公开 392,995 个注册商标

广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务



第 25 类: 全球共公开 269,256 个注册商标

服装, 鞋, 帽



第 9 类: 全球共公开 263,198 个注册商标

科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验 (监督)、救护 (营救) 和教学用具及仪器, 处理、开关、传送、积累、调节或控制电的仪器和器具, 录制、通讯、重放声音和形象的器具, 磁性数据载体, 录音盘, 自动售货器和投币启动装置的机械结构, 现金收入记录机、计算机和数据处理装置, 灭火器械。



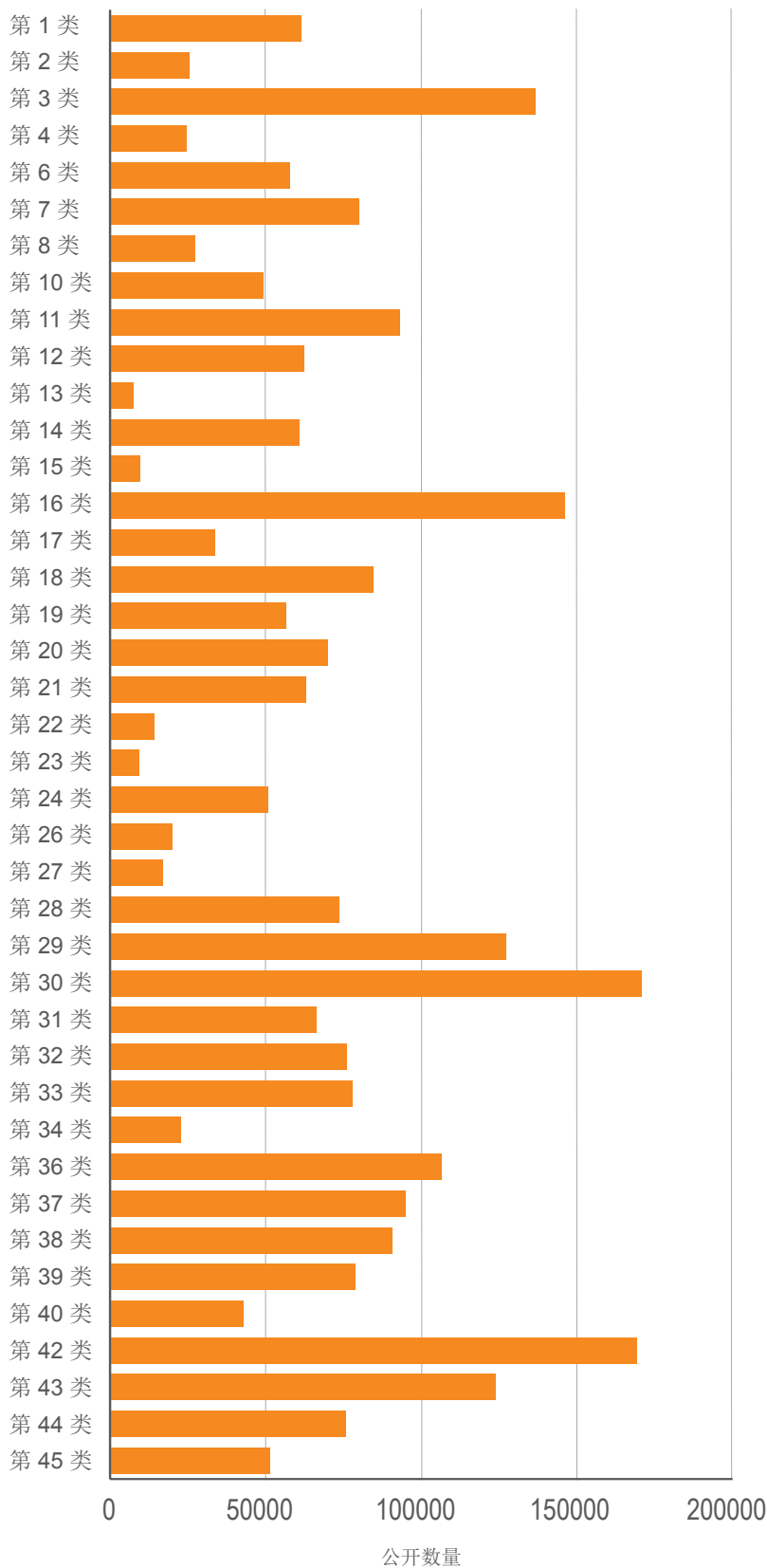
第 41 类: 全球共公开 249,958 个注册商标

教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动



第 5 类: 全球共公开 181,395 个注册商标

医用和兽医用制剂, 医用卫生制剂, 医用营养品, 婴儿食品, 膏药, 绷敷材料, 填塞牙孔和牙模用料, 消毒剂, 消灭有害动物制剂, 杀真菌剂, 除莠剂。



其他商标分类
所有国家其他分类公开商标
数量分析数据

关于这些分类的解释请查询附录

注: 因为 2012 年新增了 136 个国家 / 地区的数据, 因此与 2011 年可以进行比较的主要是这 136 个新增国家 / 地区以外的 50 个原有国家 / 地区的数据。

来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

前五位申请商标分类详细解读



第 35 类:

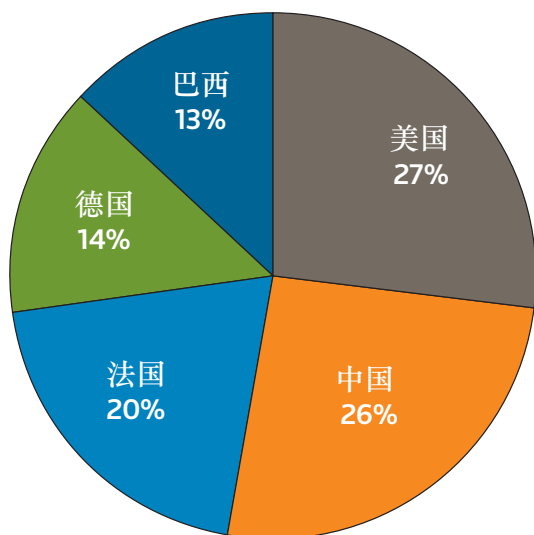
广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务

(关于此类别的更详细解释请查阅附录)

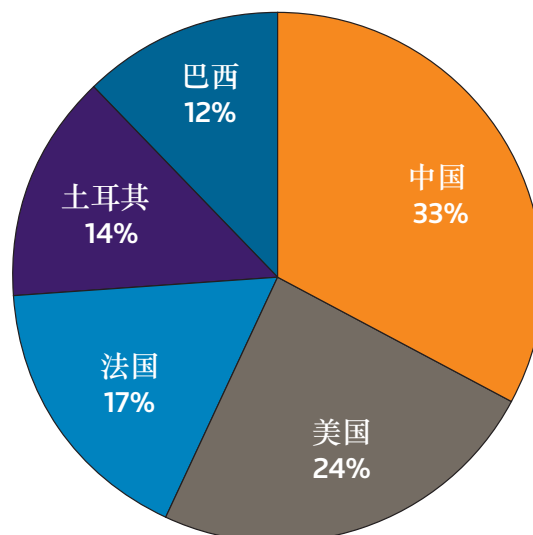
比较第 35 类 2011 年与 2012 年商标公开前五位的国家 / 地区数据时, 会发现有 4 个国家始终处于两组数据 (2011 与 2012) 中岿然不动, 而有两个国家却发生了戏剧性的变化: 土耳其在 2012 年将德国挤出了前五甲。这与土耳其在该类别下的商业体不断面临诉讼有关, 为了应对这种

局面 2011 年 10 月土耳其专利商标管理部门鼓励商标持有者对商标进行注册, 并且敦促已经提交申请的公司或人员再次提交申请, 分商品 / 商品类别加强对品牌的保护, 摆脱易于被攻击的局面。在这种情况下, 引发了该类别下企业的大量新的申请, 导致 2012 年土耳其在该类别下的急速增长。

2011



2012



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

9. Alimoglu Oruc, "Turkish Patent Institute revises its practice in Class 35."
<http://www.alimogluoruc.com/class35.pdf>



第 25 类:

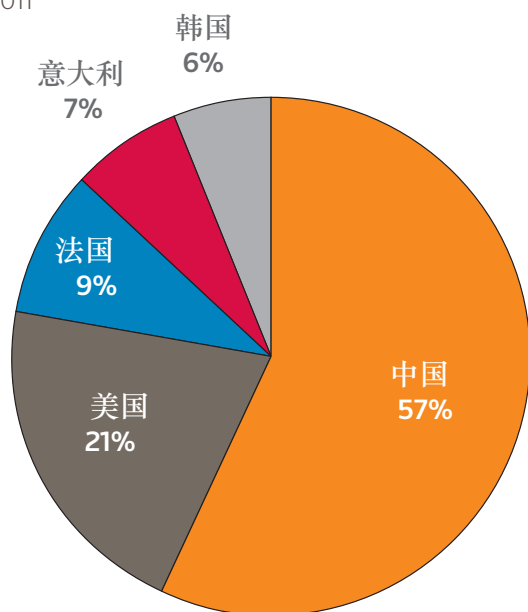
服装, 鞋, 帽

(关于此类别的更详细解释请查阅附录)

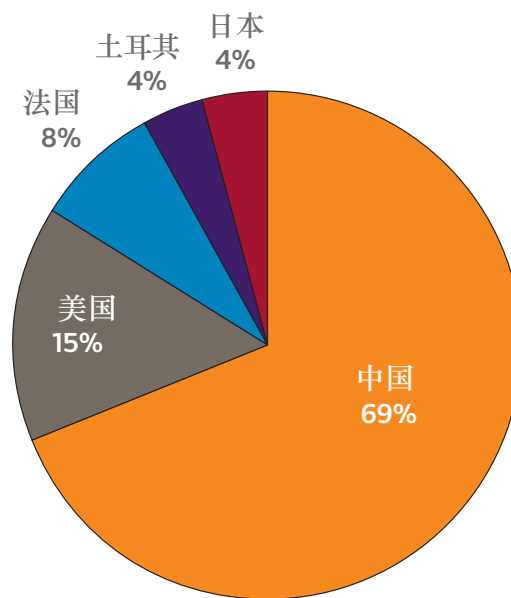
2012年意大利与韩国被挤出了该大类下的前五甲, 日本与土耳其取而代之成为该类别下的重要玩家。中国则更不容小觑, 相比 2011 年中国在该类别下增加了 12% 的申请量, 占据服装工业商标申请 69% 的份额。时装产业一直以来都是意大利的骄傲, 但是由于经济衰退的打击, 2012 年很多独

立时装公司被迫关门, 随着这股大潮还会有更多的此类公司面临倒闭冲击。相反, 中国的服装工业却迎来了商标注册的增长, 以期在法国、意大利建立自己良好的品牌形象, 以期增加销量, 打造国家著名品牌。根据中国服装产业年度利润报告, 过去两年中国的服装产业增长了 30%。

2011



2012



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

10. Aljazeera, "Economic Woes Hit Italy's Fashion Industry," September 5, 2012.
<http://www.aljazeera.com/news/europe/2012/09/2012955194542131.html>

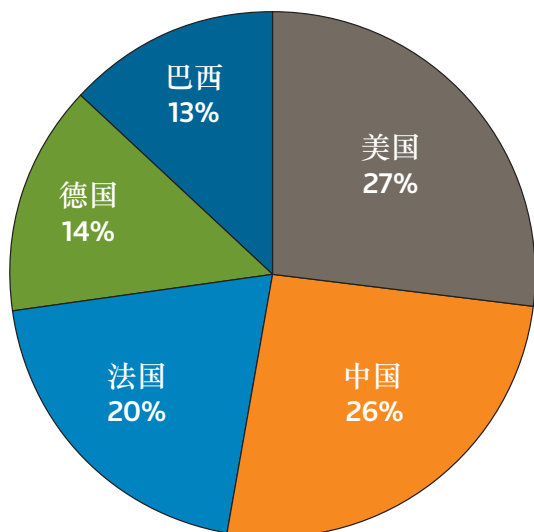
11. China Daily, "Overseas Trademark a Hot Item," March 22, 2011.
http://europe.chinadaily.com.cn/epaper/2011-04/22/content_12377801.htm



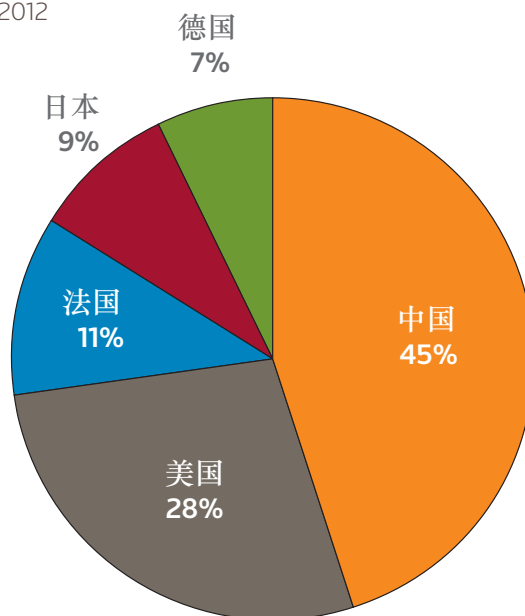
第9类:
科学、航海、测地……
(关于此类别的更详细解释请查阅附录)

与2011年比较,在该大类下德国2012年的公开量下降了50%,巴西则被日本取代,中国在该领域却增长了19%。该大类下涵盖了许多行业领域,其中包括航海业,这与中国的海洋工业密切相关,2012年海洋工业贡献给中国GDP 10%的份额。

2011



2012



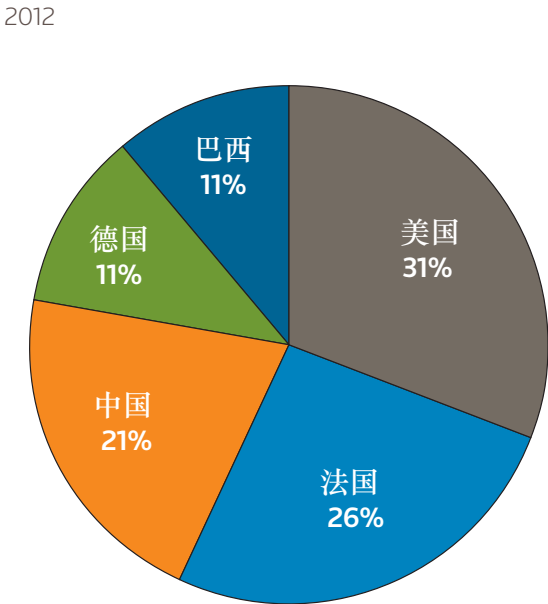
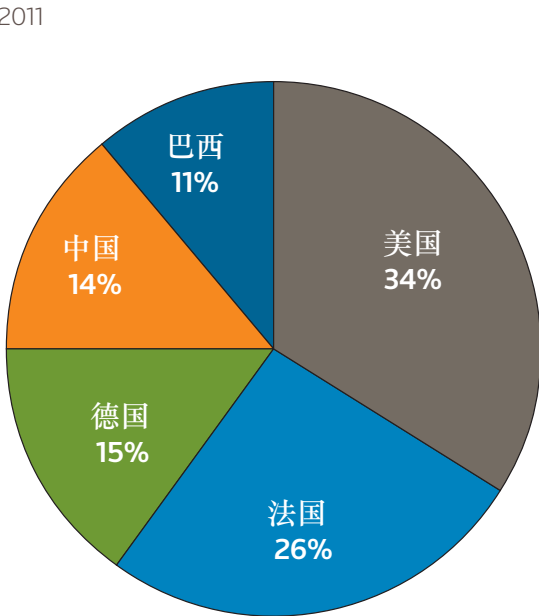
来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

12. China Economic Net, "Marine Industry: An Engine of Economic Growth," March 3, 2013
http://en.ce.cn/Insight/201210/16/t20121016_23759222.shtml



第 41 类:
教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动
(关于此类别的更详细解释请查阅附录)

该大类下, 2012 相比 2011 年数据, 进入前 5 甲的国家没有不同, 只是中国增长了 7%, 超越了德国。



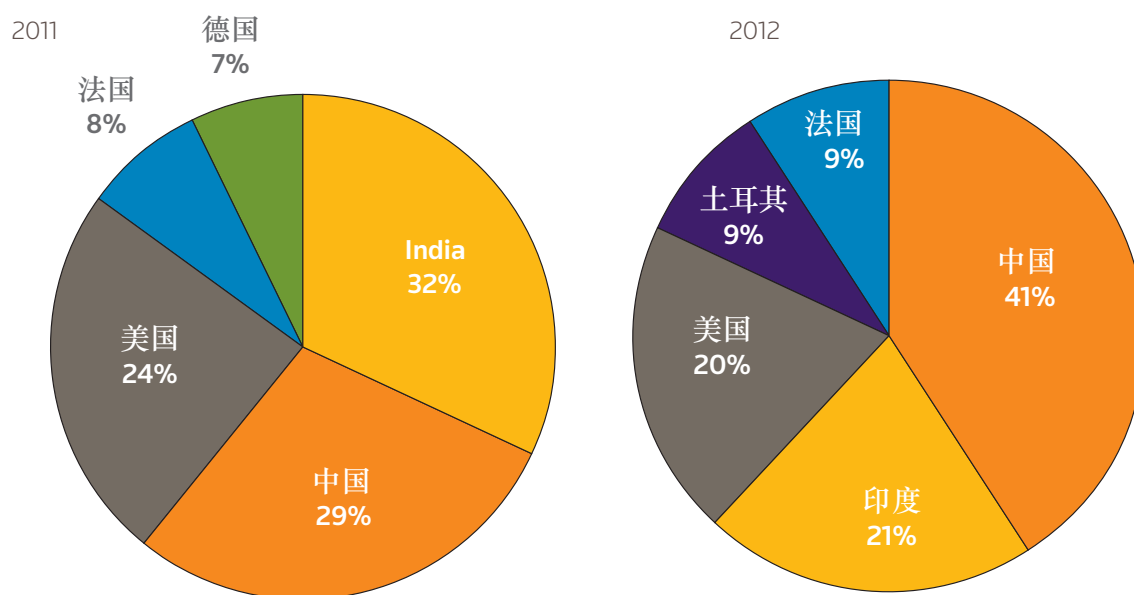
来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION



第 5 类:
医用和兽医用制剂, 医用卫生制剂, 医用营养品……
(关于此类别的更详细解释请查阅附录)

相比 2011 年的数据, 可以看到 2012 年土耳其取代了德国进入该类别的前 5 强, 中国经历了 12% 的增长, 与之形成鲜明对比的是印度, 下降了 11%。中国的这种增长更多来源于政府对医疗系统的投入, 也是在未来十年两位数增长预

期的推动结果。从 2012 年数据看, 德国已经被一些新兴经济体挤到了第 11 位, 这些新兴国家都加大了对医疗系统的投入, 包括越南, 巴西与阿根廷。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

13. China.org.cn, "China's Pharmaceutical market to hit US \$369.2 BLN by 2020," December 29, 2012.
http://www.china.org.cn/business/2012-12/29/content_27545539.htm

14. DW.de, "Pharmaceutical Industry Neglects Developing Countries," October 26, 2012.
<http://www.dw.de/pharmaceutical-industry-neglects-developing-countries/a-16331939>

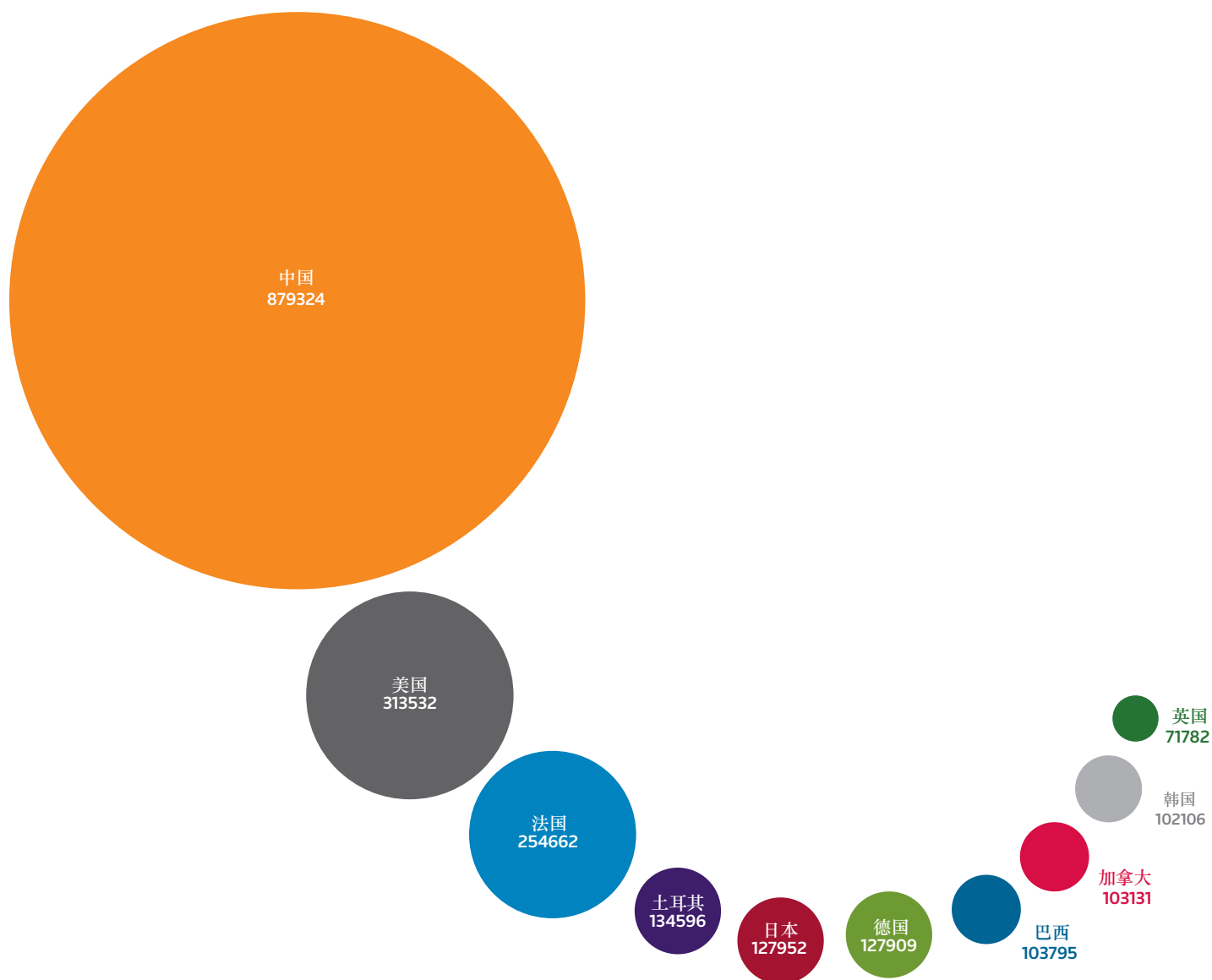


REUTERS/Amir cohen

品牌保护带来了经济繁荣，
无疑也捍卫了企业的市场
地位，其重要性不言而喻。

商标公开国家分析

所有商标分类汇总后排名前十位的国家分析



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

其他国家汇总分析

阿富汗	755
阿尔巴尼亚	1119
安道尔	1542
安哥拉	2831
安圭拉	227
安提瓜和巴布达	272
阿根廷	58218
ARIPO (非洲地区工业产权组织)	265
亚美尼亚	2919
阿鲁巴	1005
澳大利亚	59329
奥地利	12002
阿塞拜疆	677
巴哈马	2201
巴林	2005
巴巴多斯	436
白俄罗斯	8068
伯利兹	1072
比荷卢经济联盟	56528
百慕大	863
BES 岛屿	6398
不丹	468
玻利维亚	6167
波斯尼亚和黑塞哥维那	2774
博茨瓦纳	400
英属维尔京群岛	628
文莱达鲁萨兰国	1463
保加利亚	7789
柬埔寨	1275
开曼群岛	717
智利	30320
哥伦比亚	28694
欧共体商标 *	70000
哥斯达黎加	9822
克罗地亚	4880
古巴	2250
库拉索	165
塞浦路斯	3424
捷克共和国	20290
丹麦	8155
多米尼加	355

多明尼加共和国	9732
厄瓜多尔	29064
埃及	6680
萨尔瓦多	6143
爱沙尼亚	2324
埃塞俄比亚	866
斐济群岛	2292
芬兰	8162
加沙	469
格鲁吉亚	1357
加纳	1440
直布罗陀	184
希腊	6396
格林纳达	244
危地马拉	7137
根西岛	430
圭亚那	318
海地	945
洪都拉斯	5537
香港	44682
匈牙利	7231
冰岛	2283
印度	64170
印度尼西亚	23771
爱尔兰	3499
国际注册 *	70000
伊朗	44411
伊拉克	1195
以色列	4038
意大利	65221
牙买加	3506
泽西	216
约旦	3606
哈萨克斯坦	4549
肯尼亚	3523
科索沃	15586
科威特	7003
吉尔吉斯斯坦	667
拉脱维亚	1984
黎巴嫩	7484
莱索托	731

利比里亚	479
列支敦士登	735
立陶宛	2702
澳门	5217
马其顿	1656
马达加斯加	7807
马拉维	1021
马来西亚	21408
马尔代夫	1260
马耳他	480
毛里求斯	3900
墨西哥	42254
摩纳哥	392
摩尔多瓦	3346
黑山	1871
蒙特塞拉特	420
摩洛哥	16508
莫桑比克	2046
缅甸	12597
纳米比亚	1074
尼泊尔	3140
新西兰	26962
尼加拉瓜	6915
尼日利亚	8405
挪威	14001
阿曼	2709
巴基斯坦巴拿马	3300
巴布亚新几内亚	9897
巴拉圭	473
秘鲁	11997
菲律宾	25834
波兰	24598
葡萄牙	21579
波多黎各	21428
卡塔尔	659
罗马尼亚	4302
俄罗斯联邦	20932
圣基茨和尼维斯	63107
圣卢西亚	17
圣马丁	621
圣马丁	160

塞恩文森特格林纳丁斯	351
萨摩亚	135
圣多美和普林西比	179
沙特阿拉伯	4659
塞尔维亚	1828
塞舌尔	684
塞拉利昂	703
新加坡	14455
斯洛伐克共和国	7822
斯洛文尼亚	4008
所罗门群岛	309
南非	21243
西班牙	60482
斯里兰卡	1855
苏丹	1424
苏里南	887
斯威士兰	978
瑞典	12879
瑞士	38929
阿拉伯叙利亚共和国	2791
台湾	64462
塔吉克斯坦	692
泰国	18399
汤加	121
特里尼达和多巴哥	1641
突尼斯	3866
北塞浦路斯土耳其共和国	333
特克斯和凯科斯群岛	319
乌干达	1282
乌克兰	19305
阿拉伯联合大公国	9537
坦桑尼亚联合共和国	1888
乌拉圭	9158
乌兹别克斯坦	2212
委内瑞拉	28178
越南	30685
西岸	1433
也门	2976
赞比亚	1698
桑给巴尔	738
津巴布韦	848

来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

*Represents a collection of countries

中国商标公开分析

公开量最大的前五位商标分类:

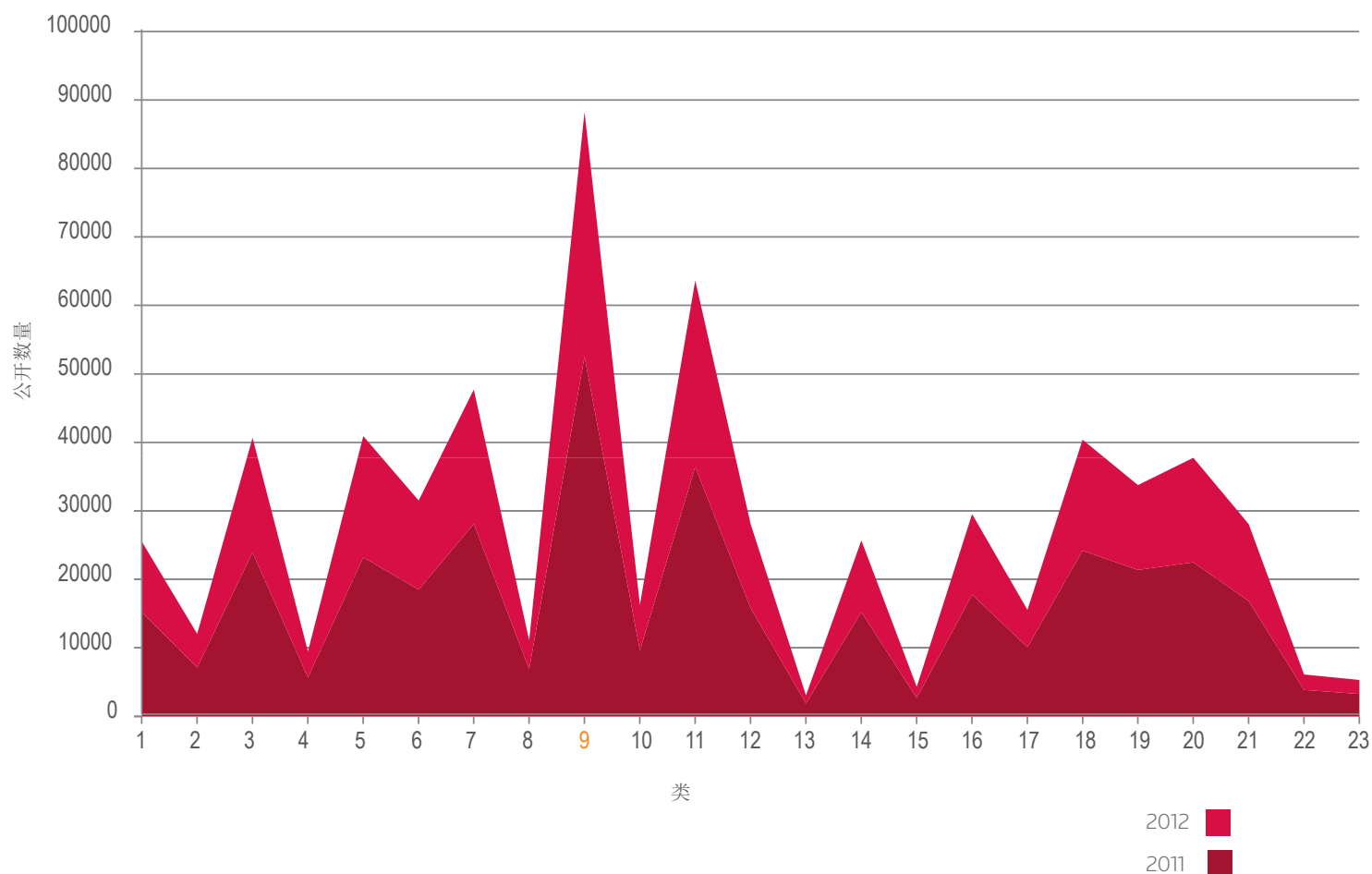
第25类 服装, 鞋, 帽。

第35类 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。

第9类 科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验(监督)、救护(营救)和教学用具及仪器, 处理、开关、传送、积累、调节或控制电的仪器和器具, 录制、通讯、重放声音和形象的器具, 磁性数据载体, 录音盘, 自动售货器和投币启动装置的机械结构, 现金收入记录机、计算机和数据处理装置, 灭火器械。

第30类 咖啡, 茶, 可可, 糖, 米, 食用淀粉, 西米, 咖啡代用品, 面粉及谷类制品, 面包, 糕点及糖果, 冰制食品, 蜂蜜, 糖浆, 鲜酵母, 发酵粉, 食盐, 芥末, 醋, 沙司(调味品), 调味用香料, 饮用冰。

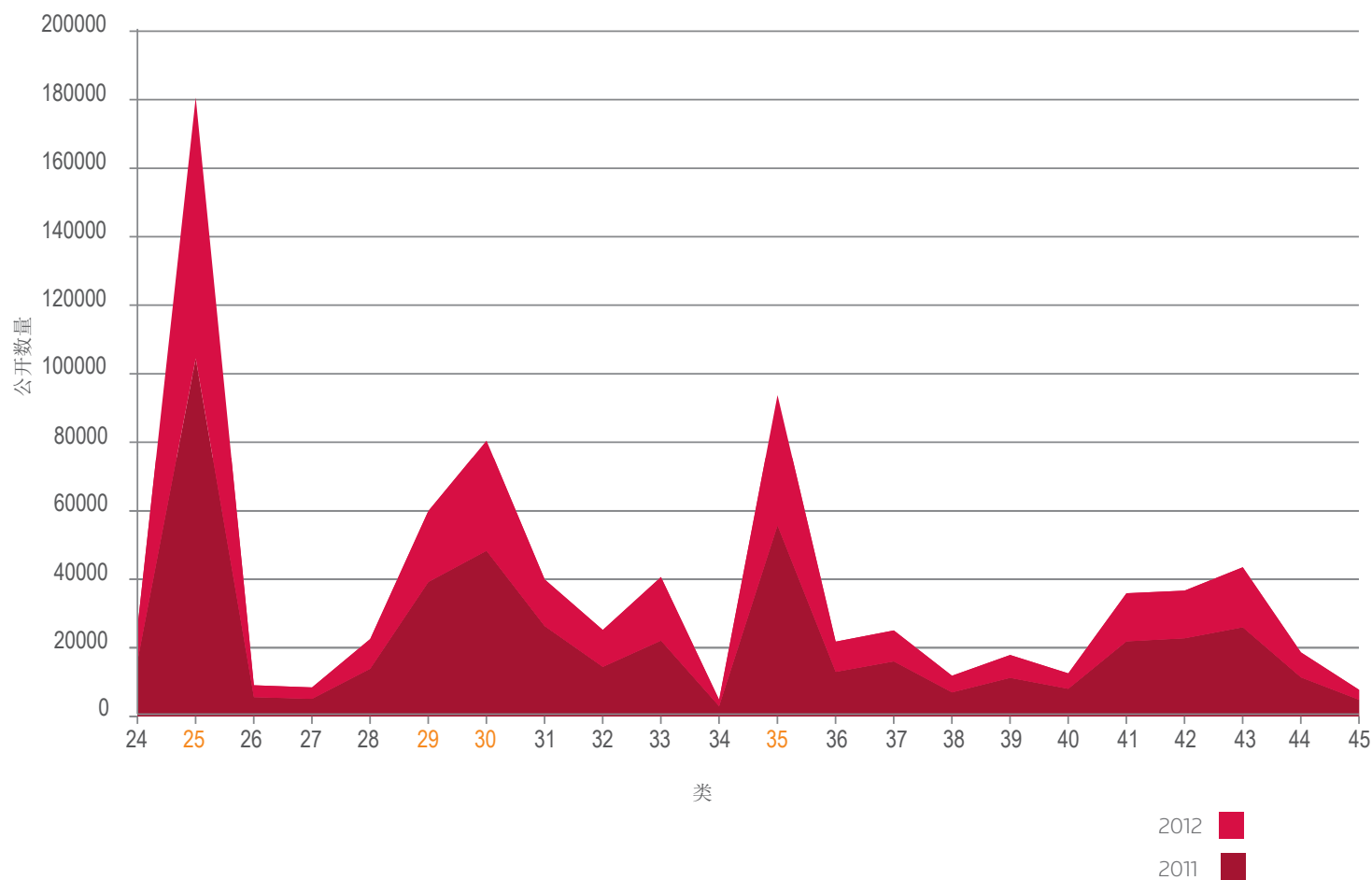
第29类 肉, 鱼, 家禽及野味, 肉汁, 腌渍、干制及煮熟的水果和蔬菜, 果冻, 果酱, 蜜饯, 蛋, 奶及乳制品, 食用油和油脂。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

在所有 45 个商标分类中, 2012 年相比 2011 年都有所增长, 其中第 29 类(食品工业)增长了 47%, 是增长最多的类别。由于经济的增

长与大规模城镇化运动为冷冻食品市场创造了巨大的商机。



15. Research and Markets, "China Frozen Food Industry Report," February 5, 2013
http://www.researchandmarkets.com/research/6v37z6/china_frozen_food

美国公开商标分析

公开量最大的前五位商标分类:

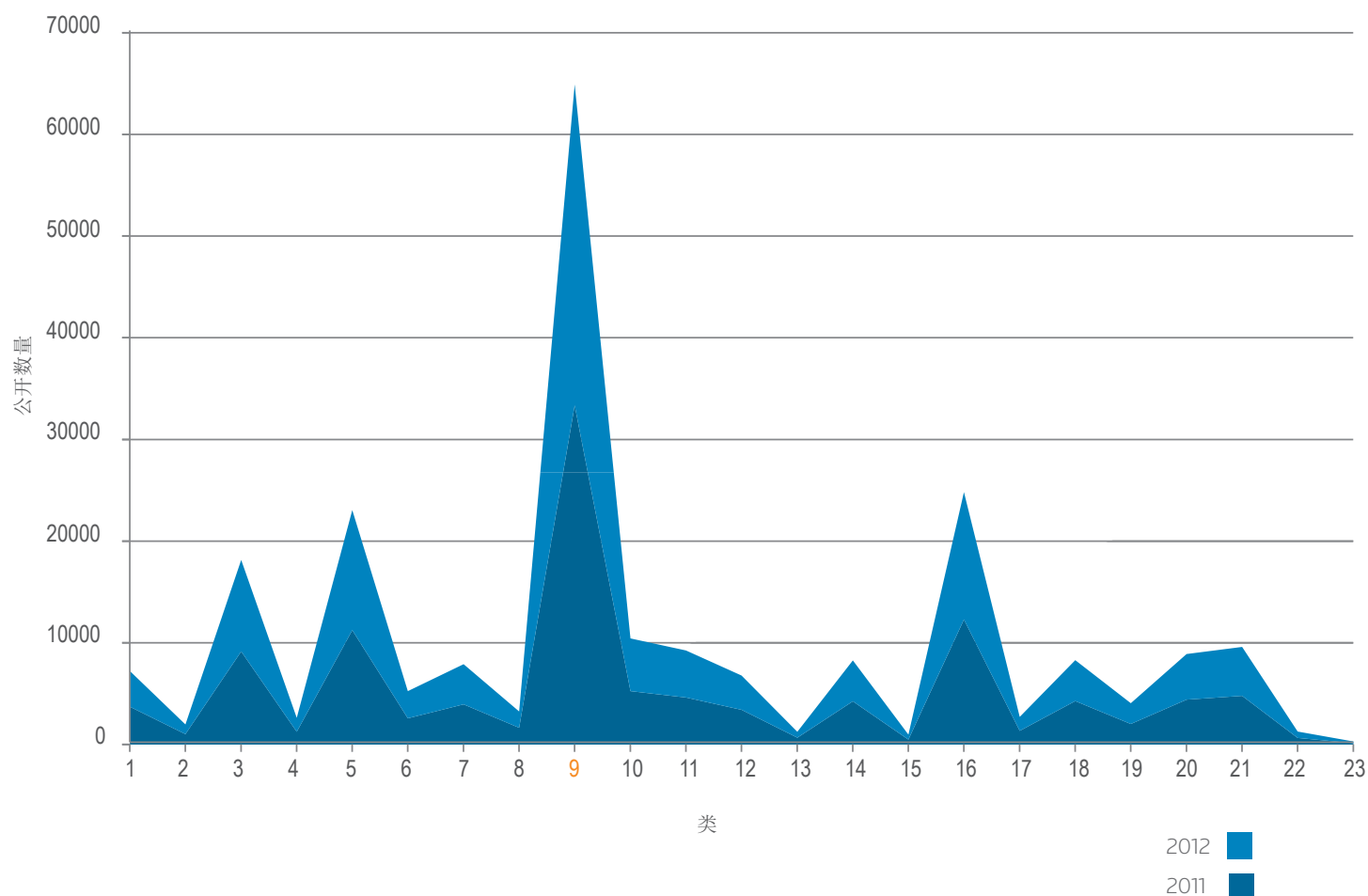
第 35 类 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。

第 9 类 科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验 (监督)、救护 (营救) 和教学用具及仪器, 处理、开关、传送、积累、调节或控制电的仪器和器具, 录制、通讯、重放声音和形象的器具, 磁性数据载体, 录音盘, 自动售货器和投币启动装置的机械结构, 现金收入记录机、计算机和数据处理装置, 灭火器械。

第 41 类 教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动。

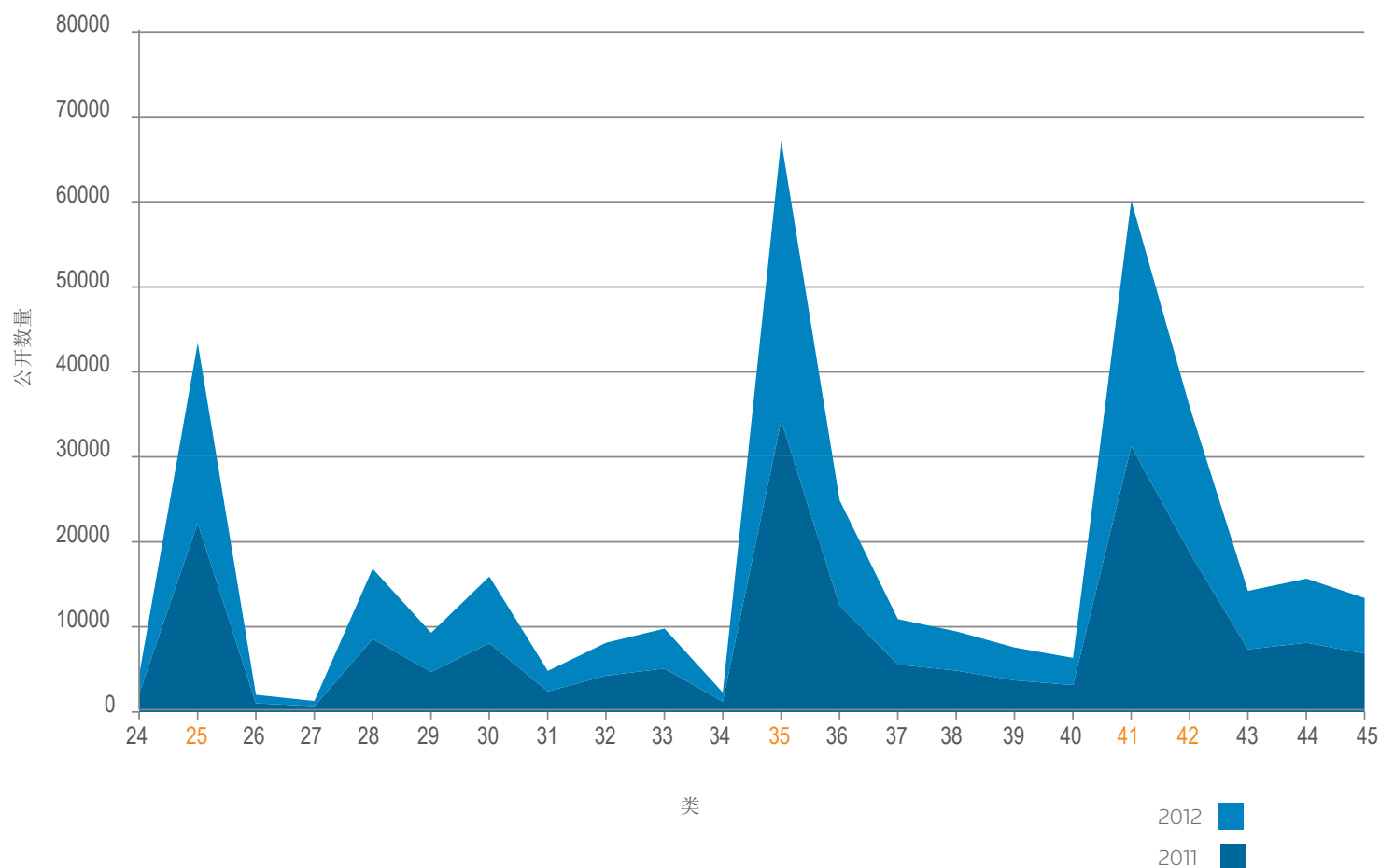
第 25 类 服装, 鞋, 帽。

第 42 类 科学技术服务和与之相关的研究与设计服务; 工业分析与研究; 计算机硬件与软件的设计与开发; 法律服务。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

2011 年与 2012 年数据比较, 看上去各类别美国都进入了平台期, 这也反映了受全球经济危机的拖累, 经济复苏步履蹒跚。2012 年的美国市场平淡无奇。



法国公开商标分析

公开量最大的前五位商标分类:

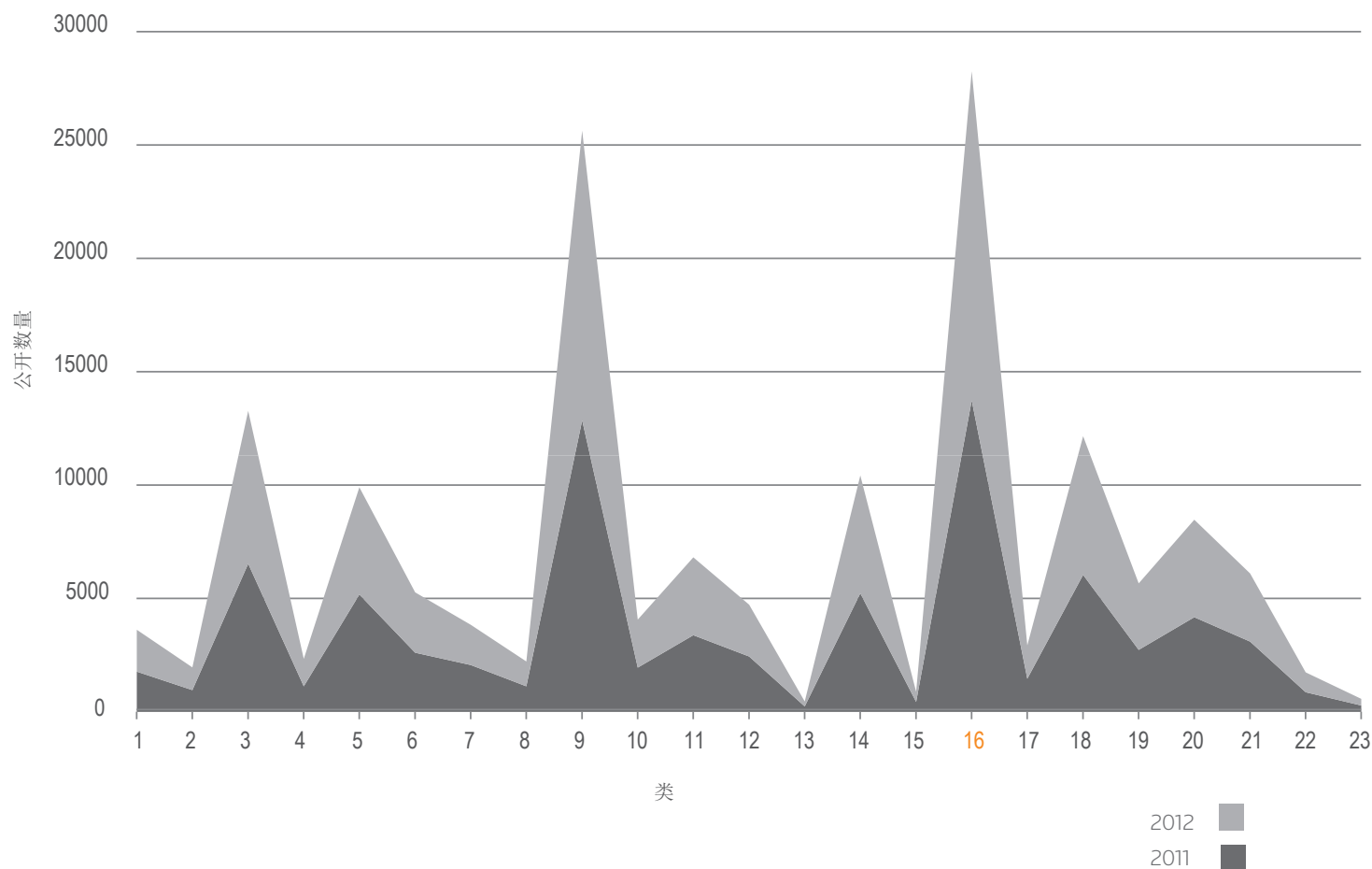
第 35 类 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。

第 41 类 教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动。

第 42 类 科学技术服务和与之相关的研究与设计服务; 工业分析与研究; 计算机硬件与软件的设计与开发; 法律服务。

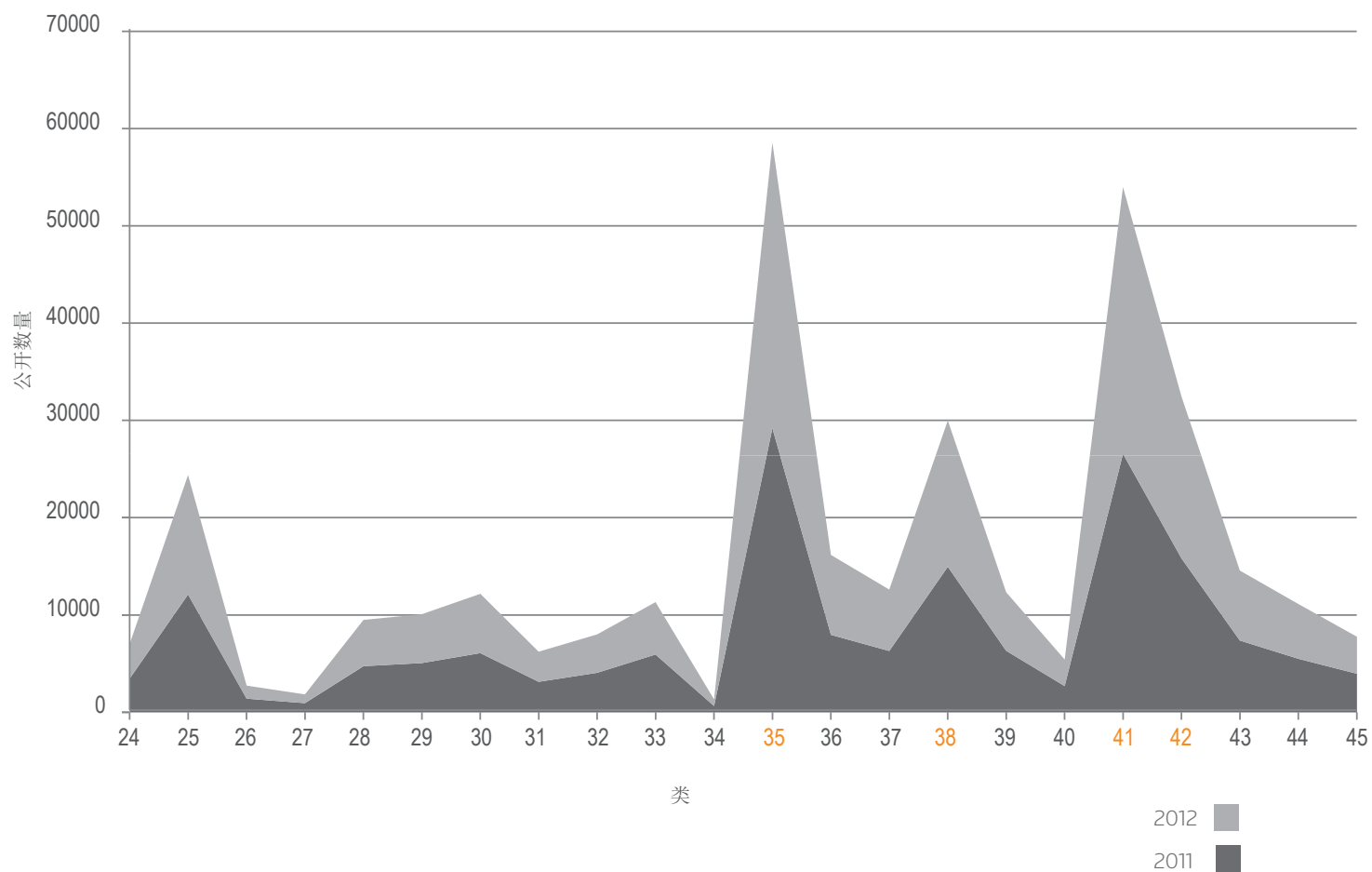
第 38 类 电信。

第 16 类 纸、纸板及其制品, 印刷品, 装订用品, 照片, 文具用品, 文具或家庭用粘合剂, 美术用品, 画笔, 打字机和办公用品 (家具除外), 教育或教学用品 (仪器除外), 包装用塑料物品 (不属别类的), 印刷铅字, 印版。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

两年的数据比较显示法国的变化很小, 这也是成熟市场的稳定特征所致。



土耳其公开商标分析

公开量最大的前五位商标分类:

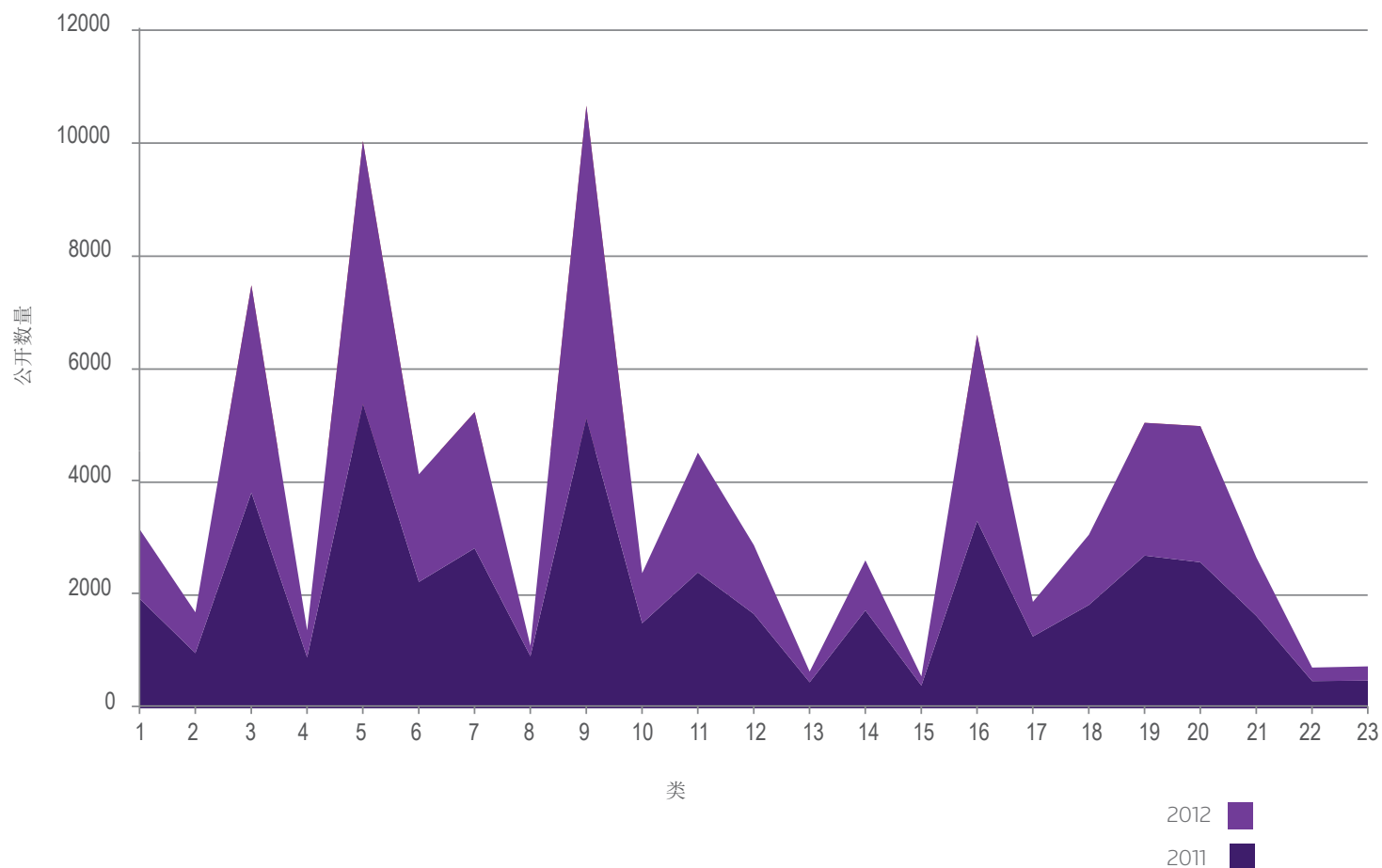
第 35 类 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。

第 25 类 服装, 鞋, 帽。

第 41 类 教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动。

第 43 类 提供食物和饮料服务; 临时住宿。

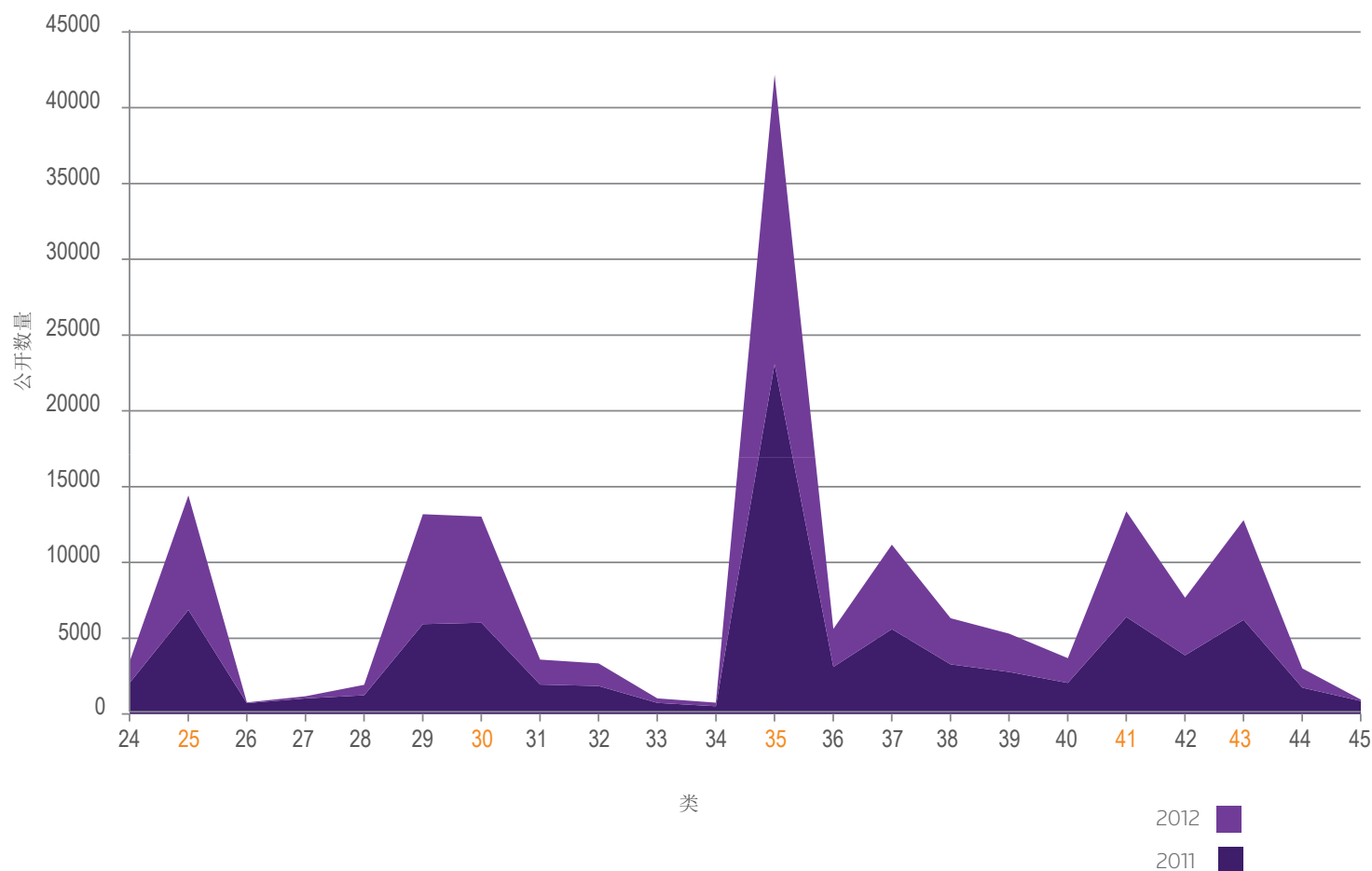
第 30 类 咖啡, 茶, 可可, 糖, 米, 食用淀粉, 西米, 咖啡代用品, 面粉及谷类制品, 面包, 糕点及糖果, 冰制食品, 蜂蜜, 糖浆, 鲜酵母, 发酵粉, 食盐, 芥末, 醋, 沙司(调味品), 调味用香料, 饮用冰。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

两年数据比较来看, 大多数类别都显示出了增长的态势, 其中增长最多的是第 35 类。这一现象与土耳其官方修改商标注册办法有关, 新修改的办法要求申请人列出与第 35 类有关的所有商品服务的清单, 在新办法下不可能为该类别下的商品

打包提交申请了事, 现在所有的申请人必须为商品与服务进行识别与归类, 例如“将家具、服装、布匹、饮料等分类区分开来, 以方便用户浏览、购买”。这样做的结果是, 官方要求品牌持有者要为 35 类下的商品与服务重新提交申请。

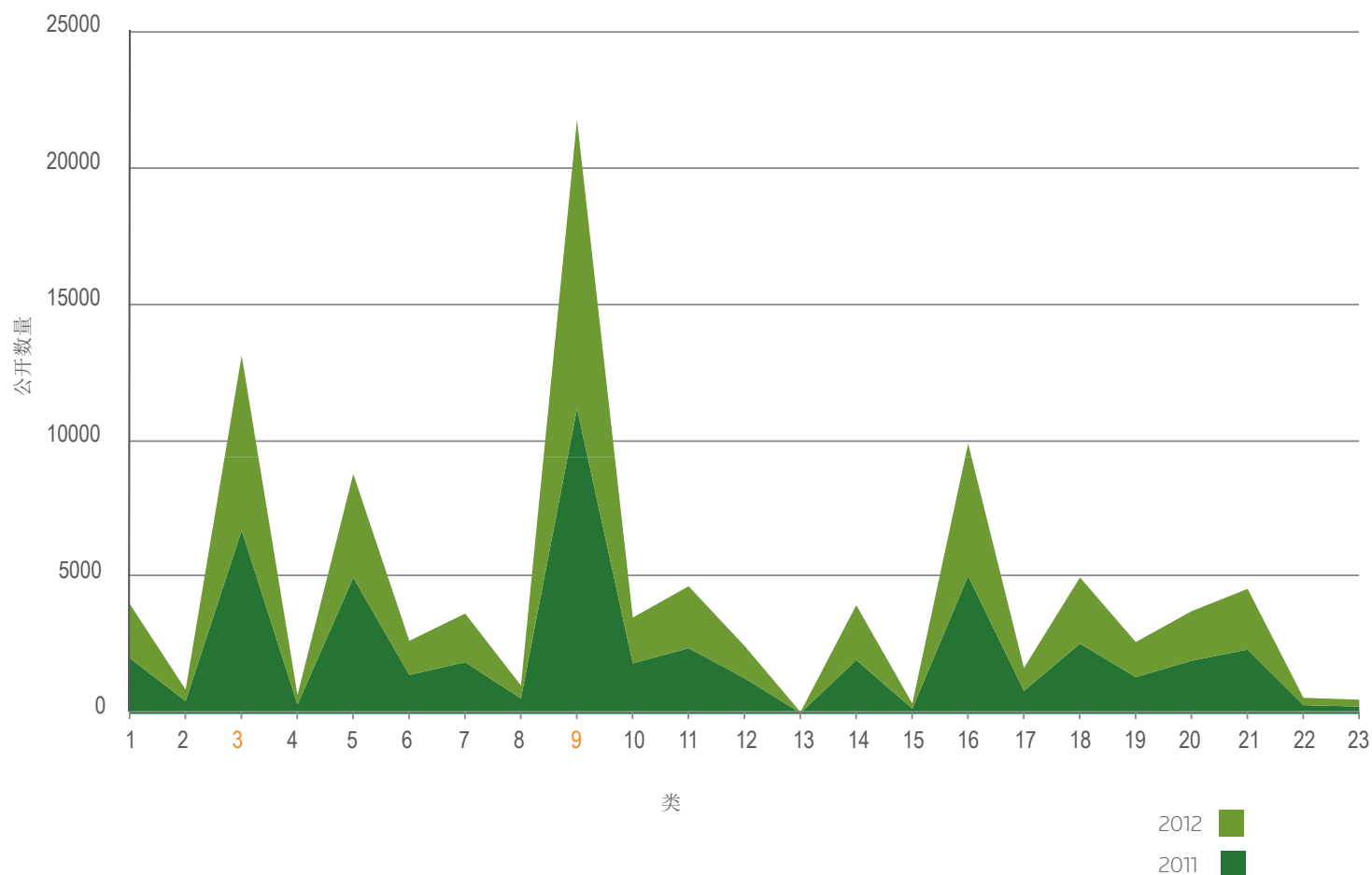


16. EFOR Patent, "New Regulation in Turkey for Registration of Trademarks in Class 35," May 26, 2012.
<http://www.eforpatent.com/en/portfolio/new-regulation-in-turkey-for-the-registration-of-trademarks-in-class-35/>

日本公开商标分析

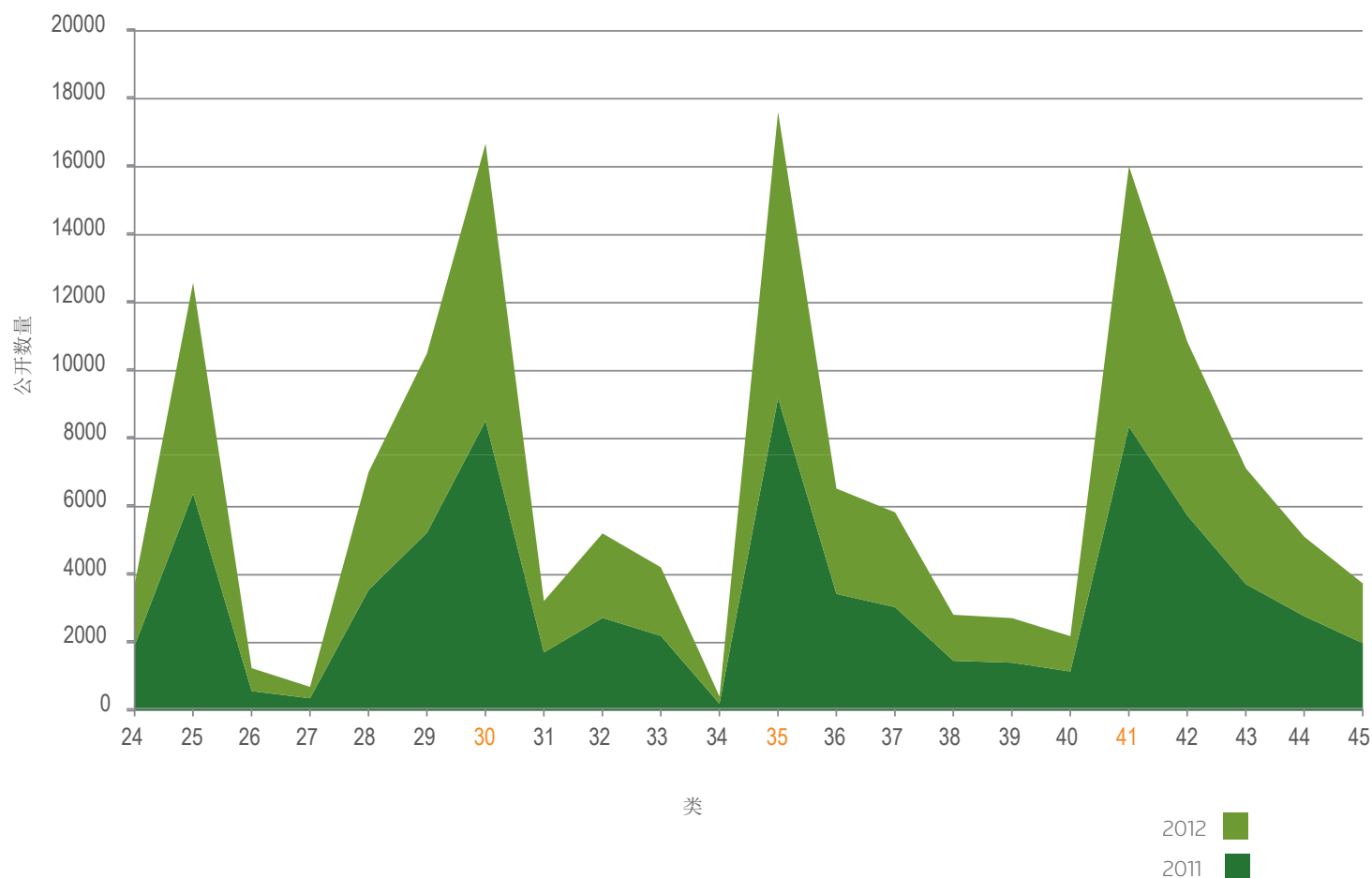
公开量最大的前五位商标分类:

- 第9类** 科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验(监督)、救护(营救)和教学用具及仪器, 处理、开关、传送、积累、调节或控制电的仪器和器具, 录制、通讯、重放声音和形象的器具, 磁性数据载体, 录音盘, 自动售货器和投币启动装置的机械结构, 现金收入记录机、计算机和数据处理装置, 灭火器械。
- 第35类** 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。
- 第30类** 咖啡, 茶, 可可, 糖, 米, 食用淀粉, 西米, 咖啡代用品, 面粉及谷类制品, 面包, 糕点及糖果, 冰制食品, 蜂蜜, 糖浆, 鲜酵母, 发酵粉, 食盐, 芥末, 醋, 沙司(调味品), 调味用香料, 饮用冰。
- 第41类** 教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动。
- 第3类** 洗衣用漂白剂及其他物料, 清洁、擦亮、去渍及研磨用制剂, 肥皂, 香料, 精油, 化妆品, 发水, 牙膏。



来源: Thomson compuMark SAEGIS on SERION

2011 年到 2012 年日本经历了健康成长, 2011 年日本经历了大地震与福岛核电站泄漏危机, 2012 年灾后重建成为增长的动力引擎。



商标公开公司分析

这里列出了 2012 年全球商标公开最活跃的前 10 位公司。消费品市场占据了商标申请量的 40%，紧随其后的是制药公司，占 30% 的比例。强生公司在公司中排名第一，该公司拥有众多生活用品产品的子品牌。除了专注于制药领域，强生公司还涉足医疗器械与消费品市场。

2012 年全球商标公开最活跃的前 10 位公司

机构	领域
Johnson & Johnson（强生）	医药
Norvartis（强生）	医药
Nestle（雀巢）	消费品
LG（LG 消费品）	消费品
Unilever（联合利华）	消费品
Disney Enterprises（迪斯尼）	娱乐
Procter & Gamble（保洁）	消费品
Nissan（日产）	汽车
Sanofi（赛诺菲）	医药
Philip Morris（菲利普·莫里斯）	烟草

来源：Thomson compuMark SAEGIS on SERION

结论

品牌扩张是驱动世界经济发展的重要因素。通过商标活动的分析可以帮助我们发现对全球经济发展作出重要贡献的行业, 以及这些行业背后活跃的公司。2012 年商标申请活跃的行业为第 35 类 (广告、实业经营) 和第 25 类 (服装、鞋、帽)。中国在服装工业中持续处于领先地位, 并且通过连续的增长夯实自己在该领域的领导地位。从全球

来看, 金融危机导致经济复苏步履维艰, 这使得商标申请量整体看来似乎触到了平台期。汇总各类商标活动分析, 可以看到中国处于领先地位, 美国紧随其后。而不同年份数据进行比较时, 却会发现在前十名国家中, 土耳其显示出了强劲的增长态势, 英国则是曙光乍现。

附录

Source: WIPO, Nice classification, 9th Edition

商品类

- 第 1 类 用于工业、科学、摄影、农业、园艺、森林的化学药品, 未加工人造合成树脂, 未加工塑料物质, 肥料, 灭火用合成物, 淬火和金属焊接用制剂, 保存食品用化学药品, 鞣料, 工业用粘合剂。
- 第 2 类 颜料, 清漆, 漆, 防锈剂和木材防腐剂, 着色剂, 媒染剂, 未加工的天然树脂, 画家、装饰家、印刷商和艺术家用金属箔及金属粉。
- 第 3 类 洗衣用漂白剂及其他物料, 清洁、擦亮、去渍及研磨用制剂, 肥皂, 香料, 精油, 化妆品, 发水, 牙膏。
- 第 4 类 工业用油及油脂, 润滑剂, 吸收、喷洒和粘结灰尘用品, 燃料 (包括马达用的汽油) 和照明材料, 照明用蜡烛, 灯芯。
- 第 5 类 医用和兽医用制剂, 医用卫生制剂, 医用营养品, 婴儿食品, 膏药, 绷敷材料, 填塞牙孔和牙模用料, 消毒剂, 消灭有害动物制剂, 杀真菌剂, 除莠剂。
- 第 6 类 普通金属及其合金, 金属建筑材料, 可移动金属建筑物, 铁轨用金属材料, 非电气用缆索和金属线, 小五金具, 金属管, 保险箱, 不属别类的普通金属制品, 矿砂。
- 第 7 类 机器和机床, 马达和发动机 (陆地车辆用的除外), 机器传动用联轴节和传动机件 (陆地车辆用的除外), 非手动农业工具, 孵化器。
- 第 8 类 手工用具和器械 (手工操作的), 刀、叉和勺餐具, 佩刀, 剃刀。
- 第 9 类 科学、航海、测地、摄影、电影、光学、衡具、量具、信号、检验 (监督)、救护 (营救) 和教学用具及仪器, 处理、开关、传送、积累、调节或控制电的仪器和器具, 录制、通讯、重放声音和形象的器具, 磁性数据载体, 录音盘, 自动售货器和投币启动装置的机械结构, 现金收入记录机、计算机和数据处理装置, 灭火器械。
- 第 10 类 外科、医疗、牙科和兽医用仪器及器械, 假肢、假眼和假牙, 矫形用品, 缝合用材料。
- 第 11 类 照明、加温、蒸汽、烹调、冷藏、干燥、通风、供水以及卫生设备装置。
- 第 12 类 车辆, 陆、空、海用运载器。
- 第 13 类 火器, 军火及子弹, 爆炸物, 焰火。
- 第 14 类 贵金属及其合金以及不属别类的贵金属制品或镀有贵金属的物品, 珠宝, 首饰, 宝石, 钟表和计时仪器。
- 第 15 类 乐器。
- 第 16 类 不属别类的纸、纸板及其制品, 印刷品, 装订用品, 照片, 文具用品, 文具或家庭用粘合剂, 美术用品, 画笔, 打字机和办公用品 (家具除外), 教育或教学用品 (仪器除外), 包装用塑料物品 (不属别类的), 印刷铅字, 印版。
- 第 17 类 不属别类的橡胶、古塔胶, 树胶、石棉、云母以及这些原材料的制品, 生产用半成品塑料制品, 包装、填充和绝缘用材料, 非金属软管。
- 第 18 类 皮革及人造皮革, 不属别类的皮革及人造皮革制品, 毛皮, 箱子及旅行袋, 雨伞、阳伞及手杖, 鞭和马具。
- 第 19 类 非金属的建筑材料, 建筑用非金属刚性管, 沥青, 柏油, 可移动非金属建筑物, 非金属碑。
- 第 20 类 家具, 玻璃镜子, 镜框, 不属别类的木、软木、苇、藤、柳条、角、骨、象牙、鲸骨、贝壳、琥珀、珍珠母、海泡石制品, 这些材料的代用品或塑料制品。
- 第 21 类 家庭或厨房用具及容器 (非贵金属所制, 也非镀有贵金属的), 梳子及海绵, 刷子 (画笔除外), 制刷材料, 清扫用具, 钢丝绒, 未加工或半加工玻璃 (建筑用玻璃除外), 不属别类的 2 的器皿, 瓷器及陶器。

- 第 22 类 缆, 绳, 网, 帐篷, 防水遮布, 帆, 袋 (不属别类的), 衬垫及填充料 (橡胶或塑料除外), 纺织用纤维原料。
- 第 23 类 纺织用纱、线。
- 第 24 类 本类主要包括纺织品和罩布。
- 第 25 类 服装, 鞋, 帽。
- 第 26 类 花边及刺绣, 饰带及编带, 钮扣领钩扣, 饰针及缝针, 假花。
- 第 27 类 地毯, 地席, 席类, 油毡及其他铺地板用品, 非纺织品墙帷。
- 第 28 类 娱乐品, 玩具, 不属别类的体育及运动用品, 圣诞树用装饰品。
- 第 29 类 肉, 鱼, 家禽及野味, 肉汁, 腌渍、干制及煮熟的水果和蔬菜, 果冻, 果酱, 蜜饯, 蛋, 奶及乳制品, 食用油和油脂。
- 第 30 类 咖啡, 茶, 可可, 糖, 米, 食用淀粉, 西米, 咖啡代用品, 面粉及谷类制品, 面包, 糕点及糖果, 冰制食品, 蜂蜜, 糖浆, 鲜酵母, 发酵粉, 食盐, 芥末, 醋, 沙司 (调味品), 调味用香料, 饮用冰。
- 第 31 类 农业, 园艺, 林业产品及不属别类的谷物, 牲畜, 新鲜水果和蔬菜, 种籽, 草木及花卉, 动物饲料, 麦芽。
- 第 32 类 啤酒, 矿泉水和汽水以及其他不含酒精的饮料, 水果饮料及果汁, 糖浆及其他供饮料用的制剂。
- 第 33 类 含酒精的饮料 (啤酒除外)。
- 第 34 类 烟草, 烟具, 火柴。

服务类

- 第 35 类 广告, 实业经营, 实业管理, 办公事务。
- 第 36 类 保险, 金融, 货币事务, 不动产事务。
- 第 37 类 房屋建筑, 修理, 安装服务。
- 第 38 类 电信。
- 第 39 类 运输, 商品包装和贮藏, 旅行安排。
- 第 40 类 材料处理。
- 第 41 类 教育, 提供培训, 娱乐, 文体活动。
- 第 42 类 科学技术服务和与之相关的研究与设计服务; 工业分析与研究; 计算机硬件与软件的设计与开发; 法律服务。
- 第 43 类 提供食物和饮料服务; 临时住宿。
- 第 44 类 医疗服务; 兽医服务; 人或动物的卫生和美容服务; 农业、园艺或林业服务。
- 第 45 类 由他人提供的为满足个人需要的私人和社会服务; 为保护财产和人身安全的服

关于汤森路透

汤森路透是全球最领先的智能信息服务提供商，服务于全球商务及专业精英。汤森路透结合专业知识与创新技术，为关键决策者提供涉及金融与风险、法律、税务与财会、知识产权与科技和媒体等领域的关键信息。同时，公司拥有全球最受信任的新闻机构 — 路透社。公司总部位于纽约，主要分支机构设于英国伦敦、美国明尼苏达州的伊根等地。公司共有 6 万多名员工，遍布在全球 100 多个国家与地区。更多信息，请访问 www.thomsonreuters.com

欲向 Thomson Reuters 了解更多知识产权解决方案方面的信息，请访问 ip.thomsonreuters.com。

汤森路透

北京市海淀区科学院南路 2 号融科资讯中心 C 座北楼 610

邮编：100190

电话：+86-10 57601200

传真：+86-10 82862088

邮箱：ts.info.china@thomsonreuters.com

网站：<http://ip-science.thomsonreuters.com.cn/>

1002126

