

商标品牌指导站建设服务规范

Specification for construction and service of trademark brand guidance station

（报批稿）

（本草案完成时间：2024 年 11 月 27 日）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

2024 - XX - XX 发布

2024 - XX - XX 实施

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基础建设 2

5 服务流程 3

6 服务提供 3

7 服务评价与改进 5

附录 A （规范性） 商标品牌指导站铭牌样式 6

附录 B （规范性） 指导站服务标准流程 7

参考文献 8

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由辽宁省知识产权局提出并归口。

本文件起草单位：辽宁省知识产权局、辽宁省标准化研究院、辽宁省知识产权保护中心。

本文件主要起草人：吴溪、潘禹廷、刘浩、文武、张博乔、李昂、吴景刚。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可通过来电和来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实际情况依法进行评估及复审。

归口管理部门通讯地址：沈阳市和平区十纬路16号，联系电话：024-86916066。

文件起草单位通讯地址：沈阳市和平区十纬路16号，联系电话：024-86916066。

商标品牌指导站建设服务规范

1 范围

本文件规定了商标品牌指导站的基础建设、服务流程、服务提供、服务评价与改进等内容。
本文件适用于辽宁省商标品牌指导站的建设、管理和服务工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB 2894 安全标志及其使用导则
- GB/T 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号
- GB/T 15566.1 公共信息导向系统 设置原则与要求 第1部分：总则
- GB/T 29185—2021 品牌 术语

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商标品牌指导站 trademark brand guidance station

以政府部门、各类政务服务中心、知识产权公益事业单位、行业协会、高校院所等实体机构为依托，面向服务范围内服务对象提供商标品牌培育、保护、运用、管理、推广和相关业务咨询等指导服务的公益性工作平台（本标准以下简称为指导站）。

3.2

商标 trademark

任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。

[来源：商标法（2019年第四次修正）第一章第八条]

3.3

知识产权 intellectual property

知识产权是权利人依法就下列客体享有的专有的权利：

- 作品；
- 发明、实用新型、外观设计；
- 商标；
- 地理标志；
- 商业秘密；
- 集成电路布图设计；

- 植物新品种；
- 法律规定的其他客体。

[来源：民法典（2020 年）第一百二十三条]

3.4

品牌 brand

无形资产,包括但不限于名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合,用于区分产品、服务和(或)实体,或兼而有之,能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想,从而产生经济利益(价值)。

[来源：GB/T 29185—2021, 3.1]

4 基础建设

4.1 设施建设

4.1.1 具有相对独立、固定的办公场所。办公场地、场地规模和功能布局应满足日常接待、会议、宣传、培训、指导等活动开展需要。

4.1.2 宜配备必要的办公服务设备,包括但不限于能够完成培训、宣传、指导、归档等活动的软硬件设备以及商标、地理标志、标准等信息查询系统。

4.2 组织建设

4.2.1 指导站应配备熟悉商标、地理标志等相关业务的工作人员,应设 1 名站长和至少 1 名工作人员。

4.2.2 指导站站长、工作人员可由承建单位或服务范围内行业主管部门工作人员专(兼)职。主要负责培训、指导、咨询、日常管理等工作。

4.2.3 宜组建专家库。专家库成员可由政府部门、行业协会、企业、高校科研院所、商标代理机构、法律服务机构的知识产权专家组成。

4.3 制度建设

4.3.1 应有明确的建设方案、发展目标和工作推进计划。

4.3.2 应有健全的组织管理机制,有完善的管理制度、工作流程和服务标准。

4.3.3 指导站应建立健全工作制度,确保规范化运行。

——信息公示制度。指导站将工作职责、工作人员和服务范围内知识产权管理部门联络人员的姓名、联系电话等信息上墙公示,展示最新商标、地理标志法律法规及相关政策;

——联络指导制度。与服务对象建立双向定期联络制度,及时互通信息、了解需求,增强商标品牌工作的针对性和有效性;

——信息管理制度。建立服务对象信息清单,动态更新服务对象商标的注册、保护、运用等信息,有条件的可建立相应的电子信息数据库,为分级分类管理和开展接续服务提供参考依据;

——专家咨询制度。建立专家咨询制度。根据工作需要,组织专家为服务对象提供咨询服务;

——保密工作制度。指导站工作人员对在工作中掌握的未公开的商标注册需求和商业秘密等信息予以保密,不应向非相关人员透露,不应利用以上信息牟利,损害服务对象或其他主体的合法权益;

——工作评价制度。指导站应定期进行工作自评,不断提升工作水平。开展服务满意度评价,形成指导站年度工作满意度评价报告。

4.4 铭牌、标牌和标识

- 4.4.1 指导站命名为“商标品牌指导站”铭牌应采用专用标识统一设置。指导站铭牌样式见附录 A。
- 4.4.2 指导站应设置信息公开标牌，主动公开服务流程，咨询及投诉电话。
- 4.4.3 指导站标识标志应规范准确，按照 GB 2894、GB/T 10001.1、GB/T 15566.1 执行。

5 服务流程

5.1 标准流程

指导站应建立服务标准流程，见附录B。

5.2 服务准备

5.2.1 市场调研，走访并掌握服务范围内服务对象商标、地理标志建设情况，并对服务对象的商标品牌基础信息进行采集和建档。

5.2.2 收集服务对象商标、地理标志等在创造、运用、保护、管理和服务方面的需求信息及商标被侵权线索等。

5.3 服务实施

5.3.1 应遵循“需求导向、问题导向、政府推动、整合资源、精准服务”的原则。

5.3.2 指导站应依据 5.2 信息采集情况，对服务对象提供指导服务。

5.3.3 对服务对象咨询内容进行判断，对不属于服务范围的，指导站应向服务对象提供其他服务方案，必要时可建议咨询第三方服务机构。

5.4 服务归档

建立服务档案，对服务情况包括但不限于咨询、投诉、处理结果等信息进行记录、整理和归档。

6 服务提供

6.1 法律法规政策宣讲服务

6.1.1 服务内容主要包括以商标为主的知识产权相关的法律法规、政策及典型案例等的宣传。

6.1.2 具体服务包括但不限于：

- 信息统计：组织宣讲前，应开展问题调研，针对集中问题设置宣讲内容或根据本地服务对象情况因地制宜收集典型案例；
- 信息发布：提前发布宣讲信息；
- 宣讲开展：宣讲形式应具有多样性，宜采用主动上门宣讲、线上线下集中宣讲等形式。

6.2 注册指导服务

6.2.1 服务内容主要包括商品商标、服务商标、集体商标、证明商标等注册及后续业务的咨询和指导。

6.2.2 具体服务包括但不限于：

- 对服务范围内企业走访调研，获取企业申请注册需求；
- 根据调研情况，结合企业意愿，开展注册评估；
- 开展注册指导；
- 跟踪注册进度和注册结果，指导企业应对确权纠纷；
- 注册成功后，及时更新商标注册信息。

6.3 运用促进服务

6.3.1 服务内容主要包括商标品牌制度建设、发展规划、项目申报等。

6.3.2 具体服务包括但不限于：

- 指导企业建立相应的商标品牌管理制度体系；
- 指导企业利用商标开展投资、交易、许可、质押融资等运作管理；
- 向企业提供商标、地理标志指导服务建议书；
- 指导企业申报国家级、省级项目；
- 指导企业合理有效利用专业第三方服务；
- 持续跟踪服务效果，并适时改进。

6.4 品牌培育服务

6.4.1 服务内容主要包括辅助企业进行商标品牌培育。

6.4.2 具体服务包括但不限于：

- 制定年度重点商标品牌培育企业名单和计划；
- 指导重点企业制定品牌培育计划；
- 收集发展成熟的品牌企业经验，并转化和推广，对服务对象开展培训，每年组织培训宜保证至少一次；
- 辅助外向型企业运用国际商标注册开拓海外市场，打造更多适合国际市场需求、具有国际影响力的中国品牌；
- 充分利用“3.15”国际消费者权益日、“4.26”世界知识产权日、“5.10”中国品牌日等重要时间节点以及各地有关商标品牌的特色活动，多途径提升被培育商标品牌知名度和影响力。

6.5 维权援助服务

6.5.1 服务内容主要包括受理商标、地理标志的维权咨询、投诉及指导证据收集等。

6.5.2 具体服务包括但不限于：

- 畅通线上、线下维权渠道，接受服务范围内的服务对象维权咨询；
- 现场依法及时做出处理，对不能解决的移交相关部门并做好证据留存工作；
- 跟踪问题解决情况，及时反馈处理信息，必要时提供协助；
- 定期整理维权案件，汇总、分析形成典型案例，适时发布。

6.6 预警提示服务

6.6.1 服务内容主要包括商标使用不规范现象提示、对商标侵权风险的预警、指导服务对象进行商标保护布局和商标海关备案、商标国际注册及申请提示，商标信息变更、转让、备案、许可等手续提示。

6.6.2 具体服务包括但不限于：

- 多渠道识别预警服务需求；
- 向服务范围内的服务对象推送预警信息；
- 对即将到期的注册商标进行提醒；
- 对预警提示实施对象情况进行跟进，协调过程中存在的问题。

6.7 分类培训服务

6.7.1 服务内容主要包括深度案例分析、专题培训提升等。

6.7.2 具体服务包括但不限于：

- 需求调查：针对服务范围内服务对象的培训需求进行调查分析，结合经营特点、产业特色及梳理汇总的共性问题，制定相应培训计划；
- 向服务对象发送培训计划表；
- 培训实施：宜提供形式多样的培训活动，提供培训材料；
- 邀请企业、政府相关部门和相关领域专家就品牌建设、商标保护或企业出海等话题进行交流，并收集整理相关信息有机嵌入到第六章服务提供中；
- 开展培训满意度调查。

7 服务评价与改进

7.1 服务评价

- 7.1.1 宜建立考核体系，定期对服务提供效果进行考核。
- 7.1.2 通过满意度调查、回访、投诉等信息汇总，掌握服务对象评价情况。
- 7.1.3 应定期开展自我评价活动，可适时引进第三方评价，形成评价报告。
- 7.1.4 考核结果及评价结果作为指导站改进实施的依据。

7.2 改进实施

应建立持续改进机制，根据考核结果、自我评价、服务对象评价、第三方评价等，发现基础建设和服务提供等方面存在的问题，分析原因，并制定改进措施，跟踪改进情况，持续提高指导站服务质量。

附 录 A
(规范性)

商标品牌指导站铭牌样式

铭牌样式参照图A. 1执行，牌体使用金属材料，表面颜色为金色，上方标志采用国家知识产权局局徽的标准色彩，下面两行字采用图示字体，颜色为黑色。

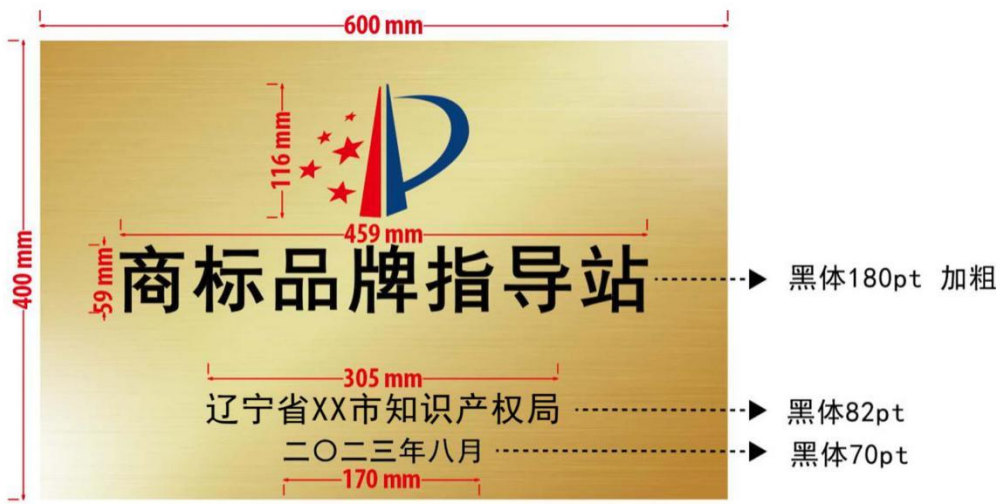


图 A. 1 商标品牌指导站铭牌

附录 B
(规范性)
指导站服务标准流程

服务标准流程参照图B.1执行。

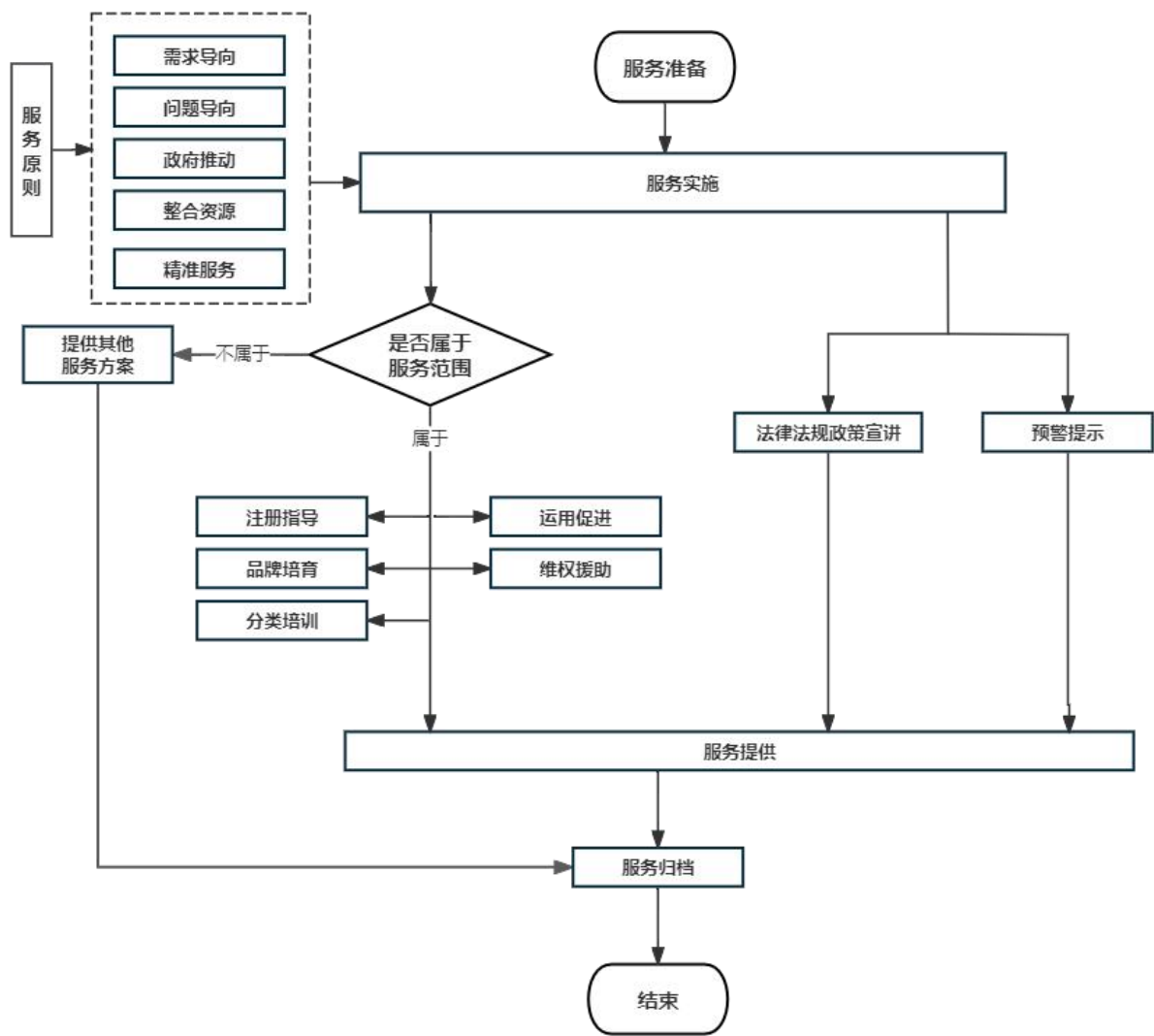


图 B.1 指导站服务标准流程

参 考 文 献

- [1] 《关于新时代推进品牌建设的指导意见》（发改产业〔2022〕1183 号）
 - [2] 《关于进一步加强商标品牌指导站建设的通知》（国知发运字〔2021〕24 号）
 - [3] GB/T 19273—2017 企业标准化工作 评价与改进
 - [4] DB31/T 1369—2022 《商标品牌指导站建设服务规范》
 - [5] DB4420/T 32—2023 《镇街商标品牌培育指导站服务规范》
-