

商标品牌指导站建设服务规范

Specification for construction and service of trademark brand guidance station

(征求意见稿)

(本草案完成时间：2024年8月1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	II
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	1
4.1 设施建设	1
4.2 组织建设	1
4.3 制度建设	2
4.4 标识标牌	2
5 服务流程	2
5.1 标准流程	2
5.2 服务准备	2
5.3 服务实施	2
5.4 评价归档	3
6 服务提供	3
6.1 法律宣讲服务	3
6.2 注册指导服务	3
6.3 运作管理服务	3
6.4 品牌培育服务	3
6.5 维权援助服务	4
6.6 预警提示服务	4
6.7 分类培训服务	4
7 服务评价与改进	4
7.1 服务评价	4
7.2 改进实施	4
附录 A (资料性) 商标品牌指导站铭牌	6
附录 B (资料性) 指导站服务标准流程	7

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、×××。

本文件主要起草人：×××。

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

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

以区县（乡镇、街道）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，面向辖区市场主体提供商标品牌培育、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。

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本辖区行业主管部门工作人员承担。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。专家库成员由知识产权主管部门指派的联络员，行业协会、企业、高校院所、商标代理机构、法律服务机构等第三方机构的知识产权专家组成，主要负责法律宣讲、注册指导、运作

管理、维权援助、预警提示、分类培训、品牌培育等工作。

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。商标品牌指导站将工作职责、工作人员和辖区市场所联络人员的姓名、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。与辖区内市场主体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，动态更新市场主体的生产经营信息、未注册商标和注册商标信息资源、驰名商标信息、闲置商标信息、商标品牌培育发展信息、品牌荣誉信息、商标专用权质押贷款信息、地理标志资源信息等，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，组建专家库。根据工作需要，组织专家为市场主体提供咨询服务；
- 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，损害市场主体合法权益；
- 工作评价制度。商标品牌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 标识标牌

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。商标品牌指导站铭牌见附录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 走访并掌握辖区企业商标、地理标志建设情况，并对辖区内的实体企业的商标品牌基础信息进行采集和建档。

5.2.2 采集辖区企业商标、地理标志在创造、运用、管理和保护方面的需求信息及知识产权被侵权线索等。

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 服务内容包括但不限于：

- 组织开展商标品牌、地理标志等法律法规和政策宣讲；

- 提供商标、地理标志的注册（申报）指导、运作管理、品牌培育、维权援助、预警提示、分类培训、宣传推广等公益性服务；
- 指导各类主体开展商标、地理标志的创造、运用、保护和管理的工作；
- 收集整理辖区内政府及市场主体、社会公众的商标、地理标志需求。对辖区经济结构以及品牌发展状况深入开展实地调研，撰写品牌调研报告，为各级政府及知识产权管理部门优化政策措施提供支撑。

5.3.3 对企业咨询内容进行判断，对不属于服务范围的，指导站应向企业提供其他技术路径，可引入知识产权代理机构或律师事务所等第三方合作机构。

5.4 评价归档

5.4.1 服务完成后，应进行满意度调查，并评估服务效果。

5.4.2 建立服务档案，对服务实施中的咨询、投诉等记录进行整理、归档。

6 服务提供

6.1 法律宣讲服务

6.1.1 服务内容主要包括知识产权相关的法律法规宣传。

6.1.2 具体服务环节宜包括：

- 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；
- 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 服务内容主要包括地理标志、商标申请注册及后续业务的咨询和指导。

6.2.2 具体服务环节宜包括：

- 对辖区企业走访调研，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。

6.3 运作管理服务

6.3.1 服务内容主要包括商标品牌制度建设、资产运作管理、发展规划、项目申报等。

6.3.2 具体服务环节宜包括：

- 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、评估等运作管理；
- 向企业提供商标、地理标志指导服务建议书；
- 引导优势企业申报国家级、省级项目；
- 引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 服务内容包括辅助企业进行商标品牌培育。

6.4.2 具体服务环节宜包括但不限于：

- 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为可结合分类培训服务的形式对培育的品牌企业进行培训，每年组织培训宜保证至少一次；
- 充分利用“3.15”国际消费者权益日、“4.26”世界知识产权日等重要活动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 具体服务环节宜包括：

- 畅通线上、线下维权渠道，接受辖区内的维权咨询；
- 现场依法及时纠正、调节和处理维权申诉，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；
- 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，出口商品商标国际注册及申请提示，商标信息变更、转让、备案等手续提示。

6.6.2 具体服务环节宜包括：

- 多渠道识别预警服务需求；
- 向市场主体推送预警信息；
- 对企业实施情况进行跟进，协调过程中存在的问题。

6.7 分类培训服务

6.7.1 服务内容主要包括政策文件解读、深度案例分析、专题培训提升等。

6.7.2 具体服务环节宜包括：

- 需求调查：针对辖区内企业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；
- 向企业发送培训计划表；
- 培训实施：宜提供形式多样的培训活动，提供培训材料；
- 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 应建立考核体系，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，掌握市场主体评价情况。

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。

7.2 改进实施

应建立持续改进机制，根据自我评价、市场主体评价、第三方评价等，发现服务保障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
(资料性)
商标品牌指导站铭牌

铭牌样式参照图A.1执行。

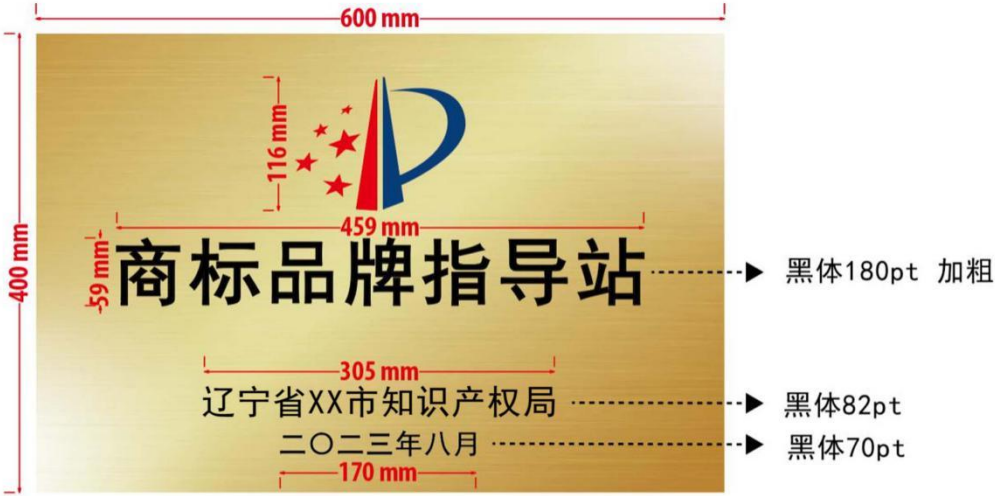


图 A.1 商标品牌指导站铭牌

附录 B
(资料性)
指导站服务标准流程

服务标准流程参照图B.1执行。

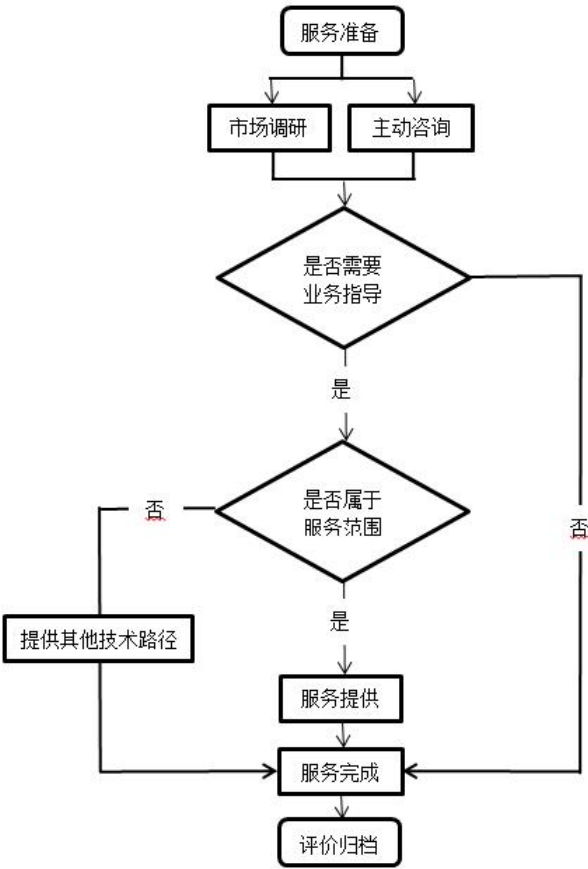


图 B.1 指导站服务标准流程