

T/SDIPSA

团 体 标 准

T/SDIPSA 021—2023

山东知名商标品牌评价规范

Standard for evaluation of Shandong well-known trademark brand

2023 - 12 - 28 发布

2024 - 01 - 01 实施

山东省知识产权服务业协会 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	2
4.1 自愿性	2
4.2 独立性	2
4.3 客观性	2
4.4 公正性	2
4.5 科学性	2
5 评价基本条件	2
5.1 申请人基本条件	2
5.2 申请商标品牌基本条件	2
6 评价程序	2
6.1 受理	3
6.2 评价	3
6.3 认定	3
6.4 公示	3
6.5 异议	3
6.6 发布	3
7 评价指标	3
7.1 评价指标构成	3
7.2 法律因素	3
7.3 市场因素	3
7.4 消费者因素	3
7.5 文化因素	4
7.6 管理因素	4
7.7 财务因素	4
7.8 创新发展因素	4
7.9 社会责任	4
7.10 资质荣誉	4
8 证书与标志的使用	5
9 动态评价与改进	5
9.1 撤销	5
9.2 变更	5
9.3 期限	5

附录 A（规范性） 山东知名商标品牌评价申请表..... 6

附录 B（规范性） 山东知名商标品牌评价审核评分表..... 16

山东省知识产权服务业协会

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。

本文件由山东省知识产权服务业协会提出并归口。

本文件起草单位：山东省知识产权服务业协会。

本文件参与起草单位：鲁商福瑞达医药股份有限公司、山东福瑞达医药集团有限公司、鲁南制药集团有限公司、单县湖西产业技术研究院（山东产业技术研究院湖西分院）、山东蓝色海洋科技股份有限公司、莱州诚源盐化有限公司、青岛大学、山东科技大学、青岛理工大学、聊城大学、山东女子学院、山东白酒协会、山东电线电缆协会、山东省医药行业协会、山东省老字号企业协会、泰安知识产权协会、山东现代创新发展促进中心、泰安市泰山知识产权研究院、济南鼎信专利商标代理事务所（普通合伙）、山东省齐鲁商标事务所有限公司、佩敏（山东）知识产权有限公司、山东恒达知识产权股份有限公司、国盾（山东）知识产权运营管理有限公司、山东通德律师事务所、利商（山东）知识产权有限公司、国信（山东）知识产权鉴定评估有限公司、山东科信融创科技服务有限公司、山东泽谊律师事务所、济南商标审查协作中心、山东省标准化研究院。

本文件主要起草人：贾庆文、窦茜茜、李倩倩、董蓬、于艳艳、马庆文、杨本官、谢飞、邱立君、王维忠、徐栋、宋坤之、王清标、范丽敏、肖夙、何倩、李宝山、翟建飞、于小鸽、曹玉琳、王超、宋益敏、张琦、徐伟才、李德均、王帅、刘跟鹏。

引 言

党的二十大把高质量发展明确作为全面建设社会主义现代化国家的首要任务,知识产权作为连接创新和市场的纽带,已经成为提升区域竞争力的核心要素和推进高质量发展的关键支撑。商标品牌是知识产权的重要组成部分,同时,品牌的发展离不开商标、专利、地理标志等知识产权的全方位支撑,其中商标是品牌的法律载体和主要表现形式,是加强品牌法律保护、实现品牌市场价值、发挥品牌经济和社会效益的基础保障。如何通过加强商标品牌建设来推动经济高质量发展,成为当下商标品牌工作中实现自我突破和创新发展的新课题。

《知识产权强国建设纲要(2021-2035年)》《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》提出要推进商标品牌建设,大力培育具有市场竞争力、国际影响力的知名商标品牌。2022年12月,中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》指出,要深入实施商标品牌战略,打造和培育更多享誉世界的中国品牌。

2023年3月国家知识产权局发布《国家知识产权局关于印发〈推动知识产权高质量发展年度工作指引(2023)〉的通知》指出要持续提升商标品牌价值,提出启动实施“千企百城”商标品牌价值提升行动,从商标品牌创造、培育、运用、管理等方面提出了更高的要求 and 进行了全方位部署,为下一步做好新时期商标品牌建设指明了方向。

《山东知识产权强省建设纲要(2021-2035)》明确指出实施商标品牌战略,有序开展商标品牌指导站建设,加强驰名商标保护和商标海外布局,发展传承好传统品牌和老字号,大力培育具有国际影响力的知名商标品牌。大力培育具有市场竞争力的知名商标品牌已然成为创新商标品牌战略实施的工作举措,是企业提升核心竞争力的重要手段,更是推动经济高质量发展、提升国际竞争力的核心要素之一。

知名商标品牌是市场影响力较大,具有较高知名度和美誉度且具有高附加值的品牌,能够让企业产生获利能力、持续竞争能力和高风险防范能力,消费者对其产品或服务表现出高忠诚度。科学评价企业商标品牌价值,有利于企业充分发挥商标品牌在企业经营、组织管理、产权融资等方面的积极作用。

为保护山东省行政区域内依法设立的市场主体的知名商标品牌合法权益,增强企业核心竞争力,塑造山东知名商标品牌形象,山东省知识产权服务业协会根据《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国标准化法》、《山东省知识产权保护和促进条例》等有关法律法规的规定,制定山东知名商标品牌评价规范,将山东知名商标品牌评价工作标准化,由山东省知识产权服务业协会负责山东知名商标品牌的评价和发布。

山东知名商标品牌评价规范

1 范围

本文件规定了山东知名商标品牌评价的术语和定义、评价原则、评价基本条件、评价程序、评价指标、证书与标志的使用、动态评价与改进。

本文件适用于山东知名商标品牌的评价活动。

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/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 trademark

能够将一个企业的商品或服务与其他企业的货物或服务区分开来的，受到法律保护的符号或符号的任意组合，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。

[来源：GB/T 29185-2021，6.1，有修改]

3.2 注册商标 registered trademark

经国务院商标行政管理部门依法核准注册的商标。

3.3 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]

3.4 商标品牌 trademark brand

组织拥有的、能持续发挥作用且带来经济利益的以注册商标为载体的产品或服务的品牌。

3.5 知名商标品牌 well-known trademark brand

在一定地域及相关行业被相关公众所知晓并享有较高声誉的商标品牌。

3.6 山东知名商标品牌 Shandong well-known trademark brand

在山东省内乃至国内、外具有较强综合实力、享有较高知名度和良好市场声誉且经山东省知识产权服务业协会评价后给予认定的注册商标。

3.7 申请人 applicant

拟申请其商标为山东知名商标品牌的被评价对象。

3.8 申请商标 trademark under review

申请人向山东省知识产权服务业协会提出申请为山东知名商标品牌的注册商标。

3.9 品牌知名度 brand popularity

顾客及其他利益相关方对特定品牌的知晓程度。

4 评价原则

4.1 自愿性

由申请人自愿申报山东知名商标品牌评价。

4.2 独立性

独立于利益相关方开展评价。

4.3 客观性

以客观事实为依据来开展评价，根据被评价组织的实际情况和发展预期进行专业的系统评价。

4.4 公正性

秉持公正公平态度，不偏袒任何利益方。

4.5 科学性

科学合理设置评价指标体系，评价结论真实可靠。

5 评价基本条件

5.1 申请人基本条件

参评山东知名商标品牌申请人的基本条件应包括：

- a) 依法设立，运营状况良好；
- b) 拥有注册商标，以注册商标为载体的商品/服务不涉及法律诉讼；
- c) 三年内未发生重大质量、安全、环保责任事故，未发生重大侵犯知识产权或消费者权益事件，未被相关部门列入严重失信主体名单。

5.2 申请商标品牌基本条件

申请商标及其载体所涉及的商品或服务，应满足以下基本条件：

- a) 注册商标，且注册商标权利人或者被许可使用人名义、地址与企业登记信息相符；
- b) 申请商标连续使用时间届满3年以上；商标法律状态稳定；
- c) 申请商标是与企业品牌保持名义一致的核心商标；标识申请商标的商品或服务的质量、安全应达到国家标准、行业标准的相关要求，拥有自主知识产权，掌握核心技术，质量稳定、可靠、安全，符合国家环保、节能及资源节约要求，代表产业和技术发展方向，成长性强，具有持久发展壮大的抗逆性和综合活力；
- d) 标识申请商标的商品或服务近3年在质量监督抽查中无不合格记录，具有良好的质量，安全可靠并具有良好的市场信誉；
- e) 标识申请商标的商品或服务近3年的年销售额、市场占有率、利润或纳税额等主要经济指标在本省同行业中居领先地位，对经济社会具有重大贡献；
- f) 标识申请商标的商品或服务近3年进行宣传推广，为相关公众所熟知，知名度高；
- g) 申请人已建立安全和完善的商标档案管理体系，以及商标注册、使用、运用、保护、监控、预警及管理制度。

6 评价程序

6.1 受理

申请人向山东知识产权服务业协会提交评价申请（申请表参见附录A），山东省知识产权服务业协会秘书处对申请材料进行形式审查，符合条件的予以受理。

6.2 评价

由山东省知识产权服务业协会成立山东知名商标品牌评价专家委员会开展评价工作，专家委员会由来自山东省内公共服务机构、行业协会、高等院校、科研院所、大型企业等商标品牌管理专家、商标品牌法律专家、知识产权专家、专业技术专家、经济财务专家等相关人员组成。专家委员会对申请材料进行评价，并提交评价报告。

6.3 认定

山东省知识产权服务业协会对评价结果进行认定，根据工作需要可实地考察。

6.4 公示

认定结果通过山东省知识产权服务业协会官网、官方微信公众号及其他公共平台向社会公示，接受社会监督。

6.5 异议

公示期内，任何单位或个人可以实名方式向认定机构提出异议，认定机构认为异议成立的，向申请人发送通知，对非实名提出的异议申请不予受理。

6.6 发布

认定机构对公示期满无异议的，由山东省知识产权服务业协会下发认定文件，颁发证书、匾牌，并通过山东省知识产权服务业协会官方网站、官方微信公众号及媒体向社会公告，纳入山东知名商标品牌数据库进行管理，并向知识产权行政管理部门、法院、检察院等司法部门、中华商标协会等推送。

7 评价指标

7.1 评价指标构成

山东知名商标品牌评价分别从法律因素、市场因素、消费者因素、文化因素、管理因素、财务因素、创新发展因素、社会责任及资质荣誉共9个维度进行评价，评价审核评分表参见附录B。

7.2 法律因素

法律因素主要包括以下内容：

- a) 商标获权，即商标注册情况及商标使用时间等；
- b) 商标确权，即商标确权的纠纷情况；
- c) 商标品牌维权，即商标品牌维权情况，申请人对该商标的保护力度；
- d) 延展保护，即商标布局及前瞻性商标注册情况、续展情况及其它。

7.3 市场因素

市场因素主要包括以下内容：

- a) 市场影响；
- b) 广告宣传及品牌知名度；
- c) 国内、国际市场开拓情况；
- d) 市场占有率；
- e) 行业地位。

7.4 消费者因素

消费者因素主要包括以下内容：

- a) 消费者对该商标品牌的知晓程度；
- b) 商标品牌差异度；
- c) 商标品牌信誉度；
- d) 商标品牌忠诚度；
- e) 商标品牌与购买力的结合度。

7.5 文化因素

文化因素主要包括以下内容：

- a) 商标品牌文化内涵；
- b) 商标品牌文化形象。

7.6 管理因素

管理因素主要包括以下内容：

- a) 生产水平及技术先进程度；
- b) 商标品牌管理；
- c) 产品/服务质量管理。

7.7 财务因素

财务因素主要包括以下内容：

- a) 申请人的盈利能力；
- b) 申请人的纳税状况；
- c) 商标品牌效益。

7.8 创新发展因素

创新发展因素主要包括以下内容：

- a) 商标品牌成长与发展预期；
- b) 商品品牌创新；
- c) 产品与服务创新。

7.9 社会责任

社会责任主要包括以下内容：

- a) 环境保护；
- b) 公共责任；
- c) 社会信用；
- d) 公益支持。

7.10 资质荣誉

资质荣誉主要包括以下几种：

- a) 获得中国驰名商标称号的；
- b) 产品或服务被认定为“好品山东”或“泰山品质”的；
- c) 获得中华老字号称号的；
- d) 获得山东老字号称号的；
- e) 地理标志商标；
- f) 非物质文化遗产；
- g) 曾被评为著名商标的；
- h) 拥有核心专利的；
- i) 产品或服务参与制订团体标准、地方标准、行业标准或国家标准的；

- j) 获得国家、省、市相关荣誉的；
- k) 其他资质荣誉。

8 证书与标志的使用

证书和标志的使用条件和范围应符合以下要求：

- a) 获证组织在有效期内使用其证书和标志；
- b) 获证组织可在通过评价认定的山东知名商标品牌相关的商品或服务、包装、广告宣传及经营场所等使用证书和标志；
- c) 获证组织不得利用山东知名商标品牌标志误导公众, 使公众认为组织的其他商标品牌也通过山东知名商标品牌评价；
- d) 获证组织发生重大变更时, 未经认定机构确认, 不得使用。

9 动态评价与改进

9.1 撤销

有下列情形之一的, 认定机构作出停止其使用山东知名商标品牌标志的决定, 撤销相关被认定的山东知名商标品牌资格, 并予以公示:

- a) 申请人弄虚作假, 或者以其它不正当手段取得认定的;
- b) 获证人或者使用人严重侵害消费者合法权益, 或在市场监管部门的质量抽检中, 多次不合格, 造成社会不良影响的;
- c) 获证人主观故意、严重侵犯知识产权的;
- d) 评价、认定过程中存在有失公正行为的;
- e) 丧失了商标专用权资格或者被撤销、注销注册商标专用权的;
- f) 获证人发生重大质量、安全、环保责任事故, 被列入严重违法失信企业名单的;
- g) 获证人主动请求撤销的;
- h) 其他应撤销的情形。

9.2 变更

有下列情形之一的, 应向认定机构提出变更:

- a) 被认定的山东知名商标品牌的注册商标发生转让的;
- b) 被认定的山东知名商标品牌的注册商标依法变更注册人名义、地址的。

9.3 期限

山东知名商标品牌有效期3年(自标准公告之日起计算), 3年期满后, 由认定机构重新认定。

附录 A
(规范性)

山东知名商标品牌评价申请表

申请认定商标：
(每份申请表限申请一件商标)

申请人(公章)：

申请日期：

申请人 全称					
申请人 类别	<input type="checkbox"/> 企业 <input type="checkbox"/> 事业单位 <input type="checkbox"/> 个体工商户 <input type="checkbox"/> 个人合伙 <input type="checkbox"/> 其他组织				
法定 代表人		联系人		电话	
地 址				邮政 编码	
申请评价商标： 商标注册证号： (标 识 粘 贴 处) (需 与 注 册 证 一 致)			核定类别：第	类	使用商品或服务：
企业商标知名度情况，是否为驰名商标、“好品山东”或“泰山品质”、中华老字号商标、山东老字号商标、地理标志商标、非物质文化遗产、著名商标等（请附证明材料）					
近3年内未因重大知识产权违法行为被给予行政或刑事处罚	<input type="checkbox"/> 有	如果有请做情况说明：			
	<input type="checkbox"/> 无				
标识此商标的商品或服务近3年在质量监督抽查中有无不合格记录	<input type="checkbox"/> 有	如果有请做情况说明：			
	<input type="checkbox"/> 无				

申请人简介

（内容包括：设立时间、发展历史、经营范围、注册资本、资产总额、产品执行质量标准、企业经营状况、销售额等）

山东省知识产权服务业协会

商标品牌发展情况	
商标品牌创新力度(品牌企业有效授权知识产权数、是否为专精特新企业、商标品牌研发费用支出等,请附证明材料)	
商标品牌产品质量(通过产品质量认证数量、产品退货率、产品或服务在抽检中的表现情况等,请附证明材料)	
商标品牌扩张推广(企业宣传费用,具体数额大小及在销售额中占比,以及该占比与同行业平均水平相比等情况)	
商标品牌管理维护情况(包括商标品牌形象管理、商标品牌市场定位、商标品牌溢价管理、商标品牌危机公关等)	
商标品牌存在时长(商标品牌注册时间、上市时间、商标品牌历史时间等,请附证明材料)	

使用该商标的商品或服务近 3 年来的主要经济指标					
年度	销售额	利润总额	减：所得税	净利润	市场占有率
该商标的广告发布情况（需提供相关证明材料）					
年度	发布媒体	覆盖范围	资金投入（万元）		

营业执照复印件

山东省知识产权服务业协会

商标注册证复印件

山东省知识产权服务业协会

需附的其他证明材料：

山东省知识产权服务业协会

承 诺 书

山东省知识产权服务业协会：

本人/本单位郑重承诺向山东省知识产权服务业协会报送的山东知名商标品牌评价申报材料（包括：书面材料和影像资料等）均真实、准确。如有违反，本人/本单位愿承担一切责任。

个人签字：

单位（盖章）：

年 月 日

评价专家委员会意见	<p>评价专家委员会组长签字：</p> <p>日期：</p>
山东省知识产权服务业协会认定意见	<p>公章：</p> <p>日期：</p>
备注	

附 录 B
(规范性)
山东知名商标品牌评价审核评分表

序号	评价指标	分值因素	标准分	评分	备注
1	法律因素 (10分)	商标获权	2		
2		商标确权	2		
3		商标品牌维权	4		
4		延展保护	2		
1	市场因素 (14分)	市场影响	2		
2		广告宣传及品牌知名度	4		
3		国内、国际市场开拓情况	2		
4		市场占有率	4		
5		行业地位	2		
1	消费者 因素 (12分)	消费者对该商标品牌的知晓程度	2		
2		商标品牌差异度	2		
3		商标品牌信誉度	2		
4		商标品牌忠诚度	4		
5		商标品牌与购买力的结合度	2		
1	文化因素 (8分)	商标品牌文化内涵	4		
2		商标品牌文化形象	4		
1	管理因素 (10分)	生产水平及技术先进程度	4		
2		商标品牌管理	2		
3		产品/服务质量管理	4		
1	财务因素 (10分)	申请人的盈利能力	2		
2		申请人的纳税状况	4		
3		商标品牌效益	4		
1	创新发展 因素 (8分)	商标品牌成长与发展预期	4		
2		商品品牌创新	2		

序号	评价指标	分值因素	标准分	评分	备注
3		产品与服务创新	2		
1	社会责任 (8分)	环境保护	2		
2		公共责任	2		
3		社会信用	2		
4		公益支持	2		
1	资质荣誉 (20分)	获得中国驰名商标称号的	4		
2		产品或服务被认定为“好品山东”或“泰山品质”的	2		
3		获得中华老字号称号的	2		
4		获得山东老字号称号的	1		
5		地理标志商标	2		
6		非物质文化遗产	2		
7		曾被评为著名商标的	2		
8		拥有核心专利的	1		
9		产品或服务参与制订团体标准、地方标准、行业标准或国家标准的	1		
10		获得国家、省、市相关荣誉的	1		
11		其他资质荣誉	2		
总分数					
注：					