

T/SDIPSA

团 体 标 准

T/SDIPSA 003—2024

商标品牌指导站服务规范

Specification for the service of trademark brand guidance station

2024 - 7 - 24 发布

2024 - 7 - 25 实施

山东省知识产权服务业协会 发布

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 基本原则	1
5 基本要求	1
6 工作流程	2
7 工作内容	3
8 服务改进	3

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相关专利的责任。

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：济南商标审查协作中心、潍坊市知识产权保护中心、滨州市知识产权事业发展中心。

本文件主要起草人：成君、于红雷、李炳忠、王兴玲、王韶华、王永超、宋维琪、徐楠楠、张娅婷、杨鲁天、朱晓梅、刘洋、齐宝杰、赵正杰、孙祥祥、张伊帆、王磊、甄诚、薛玉燕、王中秀、邢梦雪、陈浩彬、王大海、马海森、王煦、贾敬。

山东省知识产权服务业协会

商标品牌指导站服务规范

1 范围

本文件规定了商标品牌指导站（简称“指导站”）服务的基本原则、基本要求、工作流程、工作内容和改进等内容。

本文件适用于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/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

GB/T 21374-2008 知识产权文献与信息 基本词汇

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商标 trademark

任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品或服务与他人的商品或服务区别开的标志，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。

3.2

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 39654-2020, 3.1]

3.3

知识产权 intellectual property

在科学技术、文学艺术等领域中，发明者、创造者等对自己的创造性劳动成果依法享有的专有权，其范围包括专利、商标、著作权及相关权、集成电路布图设计、地理标志、植物新品种、商业秘密、传统知识、遗传资源以及民间文艺等。

[来源：GB/T 21374-2008, 3.1]

3.4

商标品牌指导站 trademark brand guidance station

经知识产权行政管理部门备案，以指导商标品牌创造、运用、管理、保护等服务工作为核心，为经营主体等服务对象提供商标公共服务的公益性工作平台。

4 基本原则

指导站应有明确的服务基本原则，为经营主体等服务对象提供商标品牌指导和咨询服务。

5 基本要求

5.1 工作场所

- 5.1.1 应在显著位置悬挂商标品牌指导站铭牌。
- 5.1.2 指导站宜选择在交通便利、位置适中、便于开展服务的地点。
- 5.1.3 指导站应有固定办公场所和服务窗口。
- 5.1.4 指导站宜依托产业聚集区、开发区或行业协会等，开展商标指导服务工作。

5.2 工作人员

- 5.2.1 指导站应配备专职工作人员。
- 5.2.2 工作人员应满足以下要求：
 - a) 品德良好、责任心强，热爱知识产权事业；
 - b) 了解商标相关法律、法规、规章及政策；
 - c) 了解商标品牌相关业务的基本知识；
 - d) 了解本服务区域内经营主体商标品牌基本情况。
- 5.2.3 指导站工作人员应接受岗前业务培训。

5.3 管理制度

指导站应建立服务对象名录，并建立健全相关管理制度，包括但不限于以下内容：

- a) 企业联络员制度：建立企业联络员名单；
- b) 服务台账制度：包括服务对象名称、服务时间、服务内容等；
- c) 保密工作制度：包括保密范围、保密措施、保密责任等内容。

6 工作流程

6.1 工作流程图

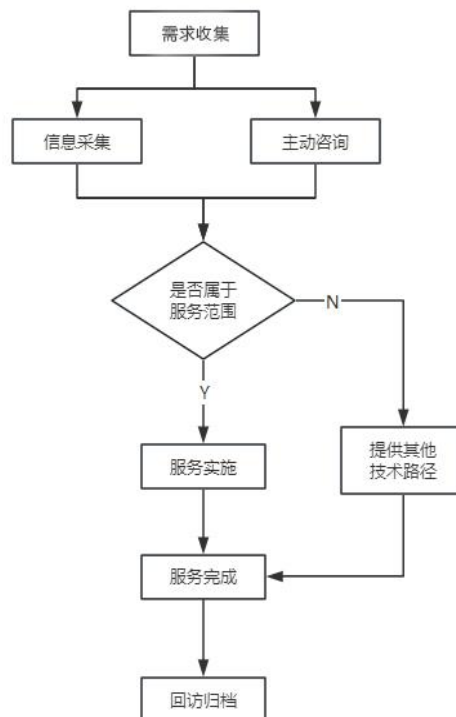


图1 商标品牌指导站工作流程图

6.2 需求收集

- 6.2.1 通过调研走访和窗口受理等形式，掌握本服务区域内经营主体商标品牌建设情况。
- 6.2.2 定期收集本服务区域内经营主体在商标品牌创造、运用、管理和保护等方面的需求。

6.3 服务实施

- 6.3.1 根据 6.2 中需求收集情况，提供指导服务。
- 6.3.2 指导站可提供以下服务：
 - a) 商标注册指导服务；
 - b) 商标品牌运用指导服务；
 - c) 商标品牌维权保护服务；
 - d) 商标品牌知识培训服务。
- 6.3.3 服务范围之外的，可提供其他解决途径。

6.4 回访归档

指导站应定期对服务情况进行回访，并对服务过程产生的各种记录归档整理。

7 工作内容

7.1 商标注册指导服务

围绕商标品牌创造提供服务，主要包括以下内容：

- a) 商标注册申请及后续业务的咨询和指导；
- b) 指导出口型企业进行海外商标布局。

7.2 商标品牌运用指导服务

围绕商标品牌运用提供服务，主要包括以下内容：

- a) 指导服务对象利用商标进行许可、转让等，有效运用管理商标；
- b) 指导服务对象利用商标质押登记进行融资。

7.3 商标品牌维权保护服务

指导服务对象针对商标品牌侵权问题进行证据收集，及时有效维权。

7.4 商标品牌知识培训服务

围绕商标品牌知识开展培训，主要包括以下内容：

- a) 开展相关法律法规及政策解读；
- b) 组织开展商标品牌业务专题培训。

8 服务改进

- 8.1 指导站应记录服务对象的意见和建议，制定并执行改进计划。
- 8.2 指导站应定期评估改进成效，提出优化建议，形成持续改进机制。