ICS 03.80
CCS A 12

DB4420

中　山　市　地　方　标　准

DB4420/T 32—2023

镇街商标品牌培育指导站服务规范

地方标准信息服务平台

2023－09－27 发布　　2023－11－27 实施

中山市市场监督管理局
中山市知识产权局　发布

地方标准信息服务平台

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　服务场所 2
6　服务组织 2
7　服务范围和要求 3
8　服务形式 4
9　服务评价与改进 7
附录 A（资料性）　商标指导站建设和空间配置 8
参考文献 9

地方标准信息服务平台

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这些专利的责任。

本文件由中山市市场监督管理局（知识产权局）提出并归口。

本文件起草单位：广东省中山市质量技术监督标准与编码所、中山市市场监督管理局（知识产权局）、中山市深中标准质量研究中心。

本文件主要起草人：樊哲、彭诚、王莎莎、李盈盈、万雨龙、王识博、黄欣昊、钟敏。

地方标准信息服务平台

镇街商标品牌培育指导站服务规范

1 范围

本文件规定了商标品牌培育指导站（简称“商标指导站”）的基本原则、服务场所、服务组织、服务范围和要求、服务形式、服务评价与改进。

本文件适用于中山市镇街商标品牌培育指导站的建设、运行和管理。

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 10001.1 公共信息图形符号 第1部分：通用符号

GB/T 21374 知识产权文献与信息 基本词汇

3 术语和定义

GB/T 21374界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商标品牌培育指导站 trademark brand cultivation guidance station

由政府建设的为企业提供商标品牌咨询、商标注册受理、品牌建设、运用促进、维权援助等知识产权服务的机构。

3.2

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—2008，3.1.1]

3.3

商标 trademark

任何能够将个人、单位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可视性标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合以及上述要素的组合。

[来源：GB/T 21374—2008，3.3.1]

4 基本原则

根据区域创新发展需要，以统一规划、覆盖全市的原则有序推进商标指导站的建设工作。

地方标准信息服务平台

5 服务场所

5.1 场所建设

商标指导站的选址、建设和空间配置参见附录 A。

5.2 服务设施

5.2.1 服务设施设备应完善且布局合理，满足日常公共服务需要。

5.2.2 商标指导站应规范使用相关数据库，包括但不限于：

a） 商标数据库；

b） 专利检索数据库；

c） 标准文献数据库。

5.3 标识标牌

5.3.1 商标指导站名称应统一为“中山市 XX 镇（街道）商标品牌培育指导站”。

5.3.2 商标指导站标识应精确直观，指示简洁清晰，公共图形符号满足 GB/T 10001.1 的要求。

5.3.3 商标指导站应公开以下信息：

a） 工作人员身份信息，包括照片、姓名、职务等；

b） 工作职责和制度；

c） 指导服务工作流程。

5.3.4 商标指导站的工作动态宜以手册、图册等形式或通过线上方式（如网站、公众号、小程序等）展示。

5.4 服务环境

5.4.1 商标指导站环境应整洁卫生。

5.4.2 指导服务设施、用品、图文资料等摆放有序，规范整齐。

6 服务组织

6.1 举办单位

商标指导站的举办单位为火炬开发区管委会、翠亨新区管委会及各镇街人民政府（办事处）。

6.2 服务人员

6.2.1 商标指导站应配备与服务规模相适应人员，至少配备工作人员 2 名，人员配置见表 1。

表 1 商标指导站人员配置

序号	人员	数量	专兼职	职位
1	站长	1 人	兼职	承建单位主要负责人
2	副站长	2 人	兼职	承建单位分管负责人
3	工作人员	不少于 2 人	专职	承建单位工作人员

6.2.2 工作人员应满足以下要求：

a） 品德良好、责任心强，热爱商标品牌事业；
b） 具备与所从事工作相适应的专业知识、业务水平和工作技能；
c） 掌握各级政府及部门制定出台的支持商标品牌等知识产权发展文件和扶持政策；
d） 熟悉各类商标注册、品牌创建、知识产权管理、示范申报、项目建设、帮扶补助等基本工作流程。

6.2.3 商标指导站宜积极构建商标品牌等知识产权志愿服务体系，汇聚各方志愿者参与指导服务。

6.2.4 商标指导站应开展以提高工作效能、实现服务满意为核心的教育培训，包括但不限于：
a） 商标品牌等知识产权法律法规；
b） 信息采集、录入和维护的规范性要求；
c） 指导服务的工作流程和质量要求；
d） 维权保护的要求；
e） 纠正违法行为，调解纠纷以及信息上报的要求；
f） 工作督查、考核要求等。

6.3 服务制度

商标指导站应建立健全各项制度，逐步形成管理体系，包括但不限于：
a） 站点职能和人员职责；
b） 服务范围；
c） 服务流程；
d） 议事、信息征集、考评等工作制度。

7 服务范围和要求

7.1 服务范围

商标指导站应提供以下服务：
a） 基础服务，包括：
1） 法律法规宣传；
2） 注册申请咨询；
3） 受理商标申请；
4） 知识产权管理指导；
5） 商标品牌创建指导；
6） 政策推广。
b） 延伸服务，包括：
1） 知识产权战略制定和管理咨询；
2） 国家、省级各类知识产权荣誉项目申报；
3） 分析评议服务；
4） 数据和金融等服务；
5） 风险预警指导。

7.2 服务要求

7.2.1 商标指导站应对接国家知识产权局商标业务中山受理窗口开展商标申请服务，提供商标注册申请咨询和业务指导。

广东省标准信息服务平台

7.2.2　商标指导站应开展区域商标品牌培育，推进镇街知名村居街道名称保护，域内优势产业、农林渔业、特色文化等商标品牌化发展，引导区域行业协会进行区域集体、证明商标品牌注册。

7.2.3　商标指导站应开展地理标志挖掘培育工作，推动地理标志证明商标、集体商标申报充分发挥区域优势，形成具有影响力的区域品牌。宜积极引导符合条件的生产、种养企业申请使用地理标志专用标志。

7.2.4　商标指导站宜推进证明商标、集体商标许可使用及管理。

7.2.5　商标指导站宜引导企业建立知识产权管理制度，增强重点企业知识产权管理能力，强化重点企业知识产权保护意识，提升重点企业知识产权综合实力和市场竞争力。

7.2.6　商标指导站应积极推广国家、省、市知识产权政策，组织辖区内企业开展知识产权政策宣讲活动、知识产权质押融资政策宣讲活动。

8　服务形式

8.1　现场指导

8.1.1　概述

商标指导站工作人员或专家顾问应提供面对面的指导服务，包括咨询指导、宣传推广、实务讲座、公益活动等。现场服务提供流程见图 1。

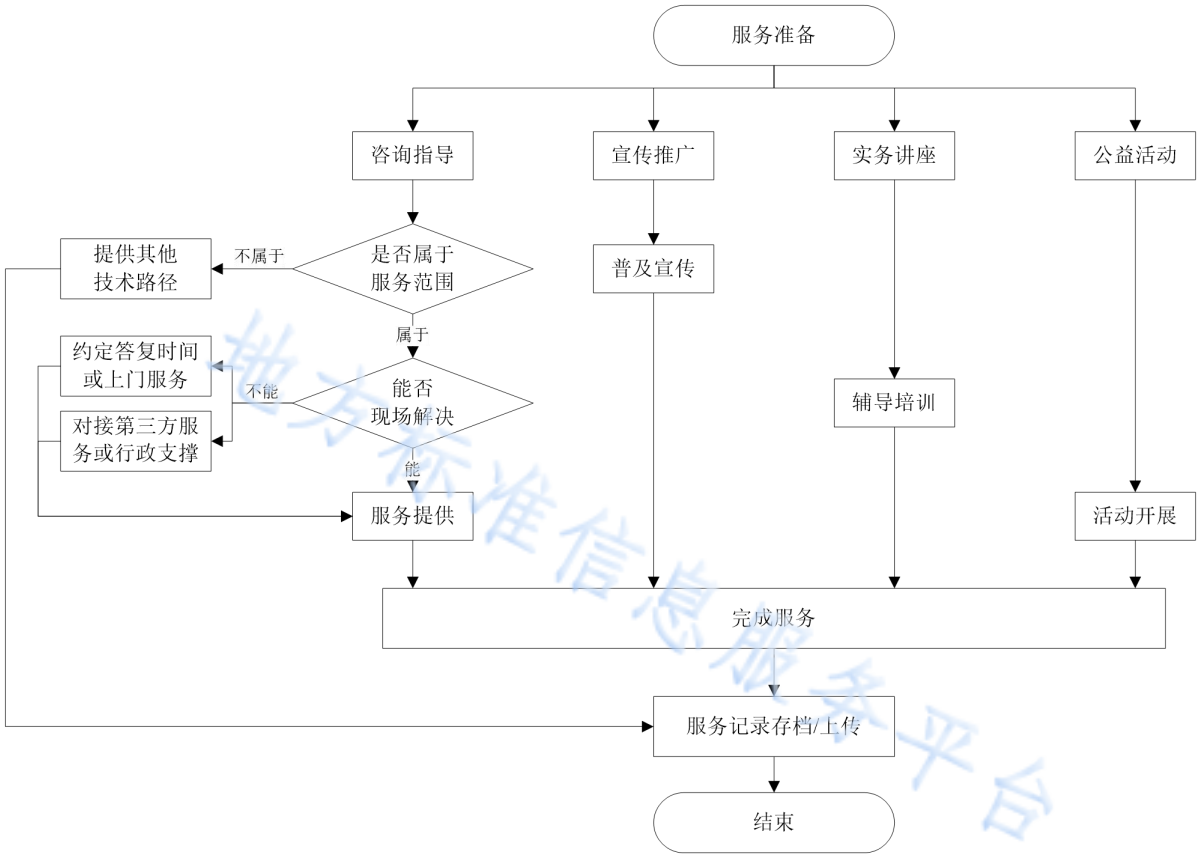

图 1　商标指导站现场指导服务提供流程

8.1.2 咨询指导

8.1.2.1 工作人员应着装整洁，言行端正，态度周到，自然亲切，用语规范文明。

8.1.2.2 工作人员应主动了解市场主体需求，准确研判需求内容，给予解答和协助：

a） 掌握确切答复信息的，应给予即时答复，答复信息应完整、有效、正确；

注：答复信息可以是工作人员和专家顾问已掌握的知识、实践经验，或是借助资料、网络及数据库查询获得的信息。

b） 现场能解决的问题，应给予有效的技术指导；

c） 未能现场解决问题，应记录并约定解决时间，或上门为市场主体提供指导服务；

d） 对无法解决的问题，应说明原因，提供可解决的其它技术路径。

8.1.2.3 商标指导站应指导市场主体申请商标、专利，指导新设立的市场主体积极开展商标注册。

8.1.2.4 需要对接行政支撑解决的投诉举报、违法案件等，按 8.2.4 的要求进行处理。

8.1.3 宣传推广

8.1.3.1 商标指导站应开展商标品牌等知识产权法律法规、政策的普及宣传，向公众积极宣传相关知识、理念、建设项目和典型案例。

8.1.3.2 商标指导站应宣传工作动态，留存典型活动、指导服务案例等信息，内容完整、定时更新。

8.1.3.3 商标指导站应定期发放相关普及读物，如公开出版物、内部刊物、宣传资料等。

8.1.4 实务讲座

8.1.4.1 商标指导站应对辖区商标品牌、专利等知识产权建设需求进行调研分析，制定培训辅导计划。

8.1.4.2 辅导培训内容应切入热点课题，提升辖区市场主体意识和能力，包括：

a） 法律法规、政策宣传和解读；

b） 商标品牌等知识产权建设基本知识，发展状况和趋势等；

c） 商标品牌等知识产权建设的组织管理与实务指导。

8.1.5 公益活动

8.1.5.1 商标指导站应制定公益传播活动方案或指南，内容简明扼要，可操作性强。

8.1.5.2 公益活动应形式多样，特色鲜明，具有较高的综合满意度和社会美誉度。

8.1.5.3 商标指导站可以围绕法律法规宣传、知识培训、建设项目推介、典型案例示范推广等，进社区（村）、进学校、进单位开展公益活动。

8.1.5.4 在相关知识产权日、品牌日、质量月、标准化日等活动期间，商标指导站应组织市场主体开展或参与各种主题活动。

8.1.5.5 商标指导站应借力各方资源，协同商会、行业协会、中介机构等搭建公共交流平台，组织或支持市场主体参与各类公益活动：

a） 相关国内外主流展览场所进行展示活动；

b） 建设项目推介推广活动；

c） 建设项目相关的公益活动、志愿者活动等。

8.2 上门服务

8.2.1 概述

根据市场主体实际需求，商标指导站工作人员或专家顾问可提供上门指导服务，包括把脉需求、精确指导、权益维护等。上门服务提供流程见图 2。

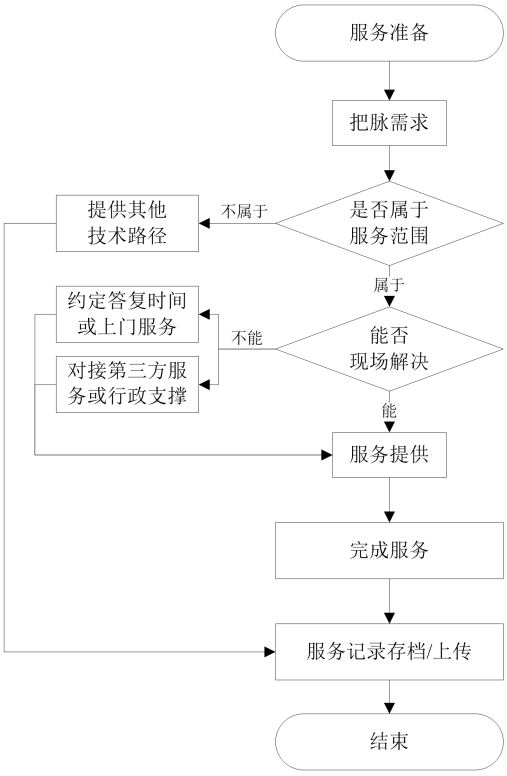

图 2　商标指导站上门指导服务提供流程

8.2.2　把脉需求

商标指导站应与市场主体互动，把脉市场主体相关需求，包括但不限于：

a）　了解市场主体基本信息、战略规划、组织架构、管理体系、品牌和知识产权建设现状等情况；

b）　分析市场主体品牌和知识产权管理理念、定位，评估市场主体开展相关工作的成熟度；

c）　分析市场主体现有及潜在品牌和知识产权建设需求。

8.2.3　精准指导

8.2.3.1　商标指导站应为市场主体提供精准指导，包括但不限于：

a）　宣传法律法规、方针政策，传达有关精神，开展贯彻实施的引导、教育工作；

b）　指导市场主体实施品牌、知识产权、质量和标准化等战略，培育和指导市场主体进行相关荣誉创建工作；

注：包括国家知识产权示范企业、国家知识产权优势企业、省知识产权示范企业、知识产权管理体系等创牌工作。

c）　指导区域品牌申请注册集体商标、证明商标；协助制定或跟踪了解相关商标统一使用规范及备案、归档；

d）　收集市场主体诉求，协调解决市场主体商标品牌等知识产权保护中遇到的问题；

e）　推进商标专用权保护等；

f）　牵线银企推动商标、专利权质押融资等知识产权价值运用；

g）　引导市场主体参与公益性活动。

8.2.3.2　上门走访新市场主体时，应核实或更新市场主体基本信息，了解商标品牌建设现状、发展趋势等相关事宜。提供有关政策解释、情况说明，培育开展商标品牌等知识产权建设工作。

8.2.3.3 上门走访重点培育市场主体时，宜给与市场主体提供指导建议或意见，指导开展商标品牌等知识产权相关业务，牵线第三方服务资源，推动商标品牌等知识产权价值应用。

8.2.4 权益维护

8.2.4.1 上门走访发现以下情形时，工作人员应了解相关信息：

a） 商标专利等使用不规范的；
b） 知识产权争议或纠纷的；
c） 知识产权举报投诉的；
d） 知识产权受到侵犯的；
e） 假冒伪劣等其它违法线索的。

8.2.4.2 现场能够解决的违法行为、纠纷或投诉应依法及时纠正、调解和处理。

8.2.4.3 无法现场解决的问题应向及时转接到相关部门。

8.2.4.4 商标指导站应积极跟踪转接问题的解决情况，及时反馈处理信息，提供必要的协助。

9 服务评价与改进

9.1 服务评价

9.1.1 评价活动应依据法律法规及相关标准，遵循客观、公正、公开等原则进行评价。

9.1.2 评价宜包括自我评价、初步评审、综合考核和通报等环节，评价要求：

——自我评价。各镇街应在规定时间内，根据评价要求，完成当年度所辖镇街商标指导站的自我评价工作，并将考核材料报送市知识产权行政主管部门。

——初步评审。市知识产权行政主管部门应在规定时间内，依据各镇街报送的材料和工作实际，对考核材料的完整性、准确性进行审核。

——综合考核。市知识产权行政主管部门应在规定时间内，组织专家，根据各镇街自我评价、材料审核、信息核实及相关数据等情况对各镇街商标指导站工作进行全面评价，综合评定考核级，形成考核结果建议。

——通报。市知识产权行政主管部门确定考核结果后，通报各镇街和有关部门。

9.2 结果应用

9.2.1 考核结果作为知识产权行政主管部门对商标指导站促进发展、指导规范的依据。

9.2.2 考核结果作为镇街申请市知识产权专项资金等资助的依据。

9.3 服务改进

9.3.1 对服务评价中发现的问题进行科学合理的分析，制定改进措施，提高服务水平。

9.3.2 应建立服务纠纷分析研判工作机制，定期分析服务纠纷的特点、成因等，提出改进措施，形成分析研判报告，提高服务水平。

9.3.3 对反馈信息进行统计，确定发生的原因是否为系统性、重复性问题，分析发生问题的根源，制定改进措施，由相关部门组织整改，并及时将改进结果反馈给商标指导站，验证改进效果。

9.3.4 宜将典型案例进行收集分析，作为培训素材予以管理。

9.3.5 如实记录公众意见或投诉事项及内容，及时处理和反馈，持续改进，提高服务质量。

附 录 A
（资料性）
商标指导站建设和空间配置

A.1 总体要求

A.1.1 商标指导站宜选择在交通便利、位置适中、环境及地质条件良好的地方。

A.1.2 建设应符合国家和地方有关环境保护、安全卫生、节约用地、节约能源的规定。

A.1.3 商标指导站宜有相对独用的场地。可与相关公共设施联合建设，将分散在不同部门的公共服务资源和项目进行有效整合，促进各项相关活动的开展。

A.2 场地和空间配置

A.2.1 建设规模应符合商标指导站基本情况、合理需求和发展趋势。

A.2.2 场地空间功能配置应满足指导服务的需要，包括但不限于表A.1规定场地。

表A.1 场地和空间配置

场地	配置要求
办公室	为工作人员配置的工作空间。
接待场地	满足指导现场服务，以及必要的接待、交流等多种用途的使用。
宣传场地	满足宣传推广需要；宜有较好的采光条件，可利用自然光，必要时辅以局部照明；展廊可以用建筑物的走廊，也可利用开放式走廊或露天场地。
活动场地	满足实务讲座、品牌体验活动等多种实用要求。
注：各类场地可根据其建设规模、项目特色和功能需求合理配置必需的专用设施设备及用品。	

A.2.3 商标指导站功能分区应明确，空间宜考虑一室多用或多室组合使用的灵活性以及管理的独立性。

A.2.4 对于有大量公众参与又相对集中的使用空间，如宣传、活动场地等，宜设在交通方便的位置。

地方标准信息服务平台

参 考 文 献

[1] 关于印发中山市进一步推进知识产权快速维权服务中心及商标品牌培育指导站建设管理的工作意见的通知（中市监函〔2021〕196 号）

[2] 关于印发中山市进一步推进知识产权快速维权服务中心及商标品牌培育指导站建设工作方案的通知（中市监函〔2021〕207 号）

[3] 关于印发中山市镇街商标品牌培育指导站工作考核实施方案的通知（中市监函〔2022〕70 号）

地方标准信息服务平台