

工商总局关于深入实施商标品牌战略推进 中国品牌建设的意见

工商标字〔2017〕81号

各省、自治区、直辖市、计划单列市及副省级市工商和市场监督管理部门，总局机关各司局、直属单位：

2009年商标战略实施以来，我国商标工作取得了显著成效，实现了商标战略的阶段性目标。当前，我国经济发展进入新常态，党中央、国务院高度重视品牌工作，在《国家创新驱动发展战略纲要》《中国制造2025》《国务院关于新形势下加快知识产权强国建设的若干意见》《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》《中共中央国务院关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》等文件中，对品牌建设作出了一系列新的重大部署。在新形势下实施商标品牌战略，是对商标战略的深化和发展，是贯彻落实创新驱动发展战略的必然选择，是推动中国制造向中国创造转变、建设商标品牌强国的迫切要求，是引领供需结构升级的重要举措。为深入实施商标品牌战略，提出如下意见。

一、总体思路

深入实施商标品牌战略，要全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，统筹推进“五位一体”总体布局和协调推进“四个全面”战略布局，坚持创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，进一步理顺政府、企业和市场的关系，立足职能，优化服务，以深化商事制度改革为契机，以商标注册便利化改革为突破口，以商标品牌有效运用和依法保护为重点，以提升中国品牌竞争力为目标，创新商标品牌战略实施工作理念和举措，着力构建企业自主、市场主导、政府推动、行业促进和社会参与的实施商标品牌战略工作格局，推动实现中国产品向中国品牌转变，促进经济社会持续发展。

二、深化商标注册管理体制改革

（一）持续推进商标注册便利化。稳步提高我国企业注册商标平均拥有量，夯实品牌保护的法律基础。持续拓宽商标申请渠道，增设地方商标受理窗口，大力推行商标网上申请。不断提升商标注册服务水平，引导和推动商标业务办理电子收发文，推广使用电子注册证，为市场主体注册使用自主商标提供更多便利。及时研究修订商品和服务分类，完善更新可注册商品和服务项目。提升商标管理电子化水平和注册商标数据库在基层商标管理中的运用水平。

（二）加强商标注册体制机制建设。积极推进京外商标审查协作中心试点工作，及时推广试点经验，优化京外审查协作中心布局。修订公布《商标申请形式审查标准》和《商标审查审理标准》，积极推行商标独任审查制。探索推进初步裁定和合议环节“双随机”商标评审案件审理模式。

（三）完善商标确权程序。以诚实信用为原则，完善确权机制，在审查、异议、评审等环节加大驰名商标的保护力度。从严从快审理大规模恶意抢注商标案件，有效制止恶意抢注行为。探索完善商标与字号、域名等权利冲突的解决机制。

三、切实加强注册商标行政保护

（四）加大注册商标专用权保护力度。以驰名商标、地理标志、涉外商标、老字号注册商标为重点，加大商标行政保护力度。立足驰名商标制度立法本意，充分运用驰名商标保护手段加大对知名品牌合法权益的保护，引导企业通过诚实守信和公平竞争做大做强。严厉打击网络商标侵权假冒违法行为，推进线上线下一体化监管。加强对地方商标监管执法工作的指导和协调，制定出台商标行政执法指导意见，积极推动商标行政执法信息共享平台的有效应用，定期发布商标侵权假冒典型案例。推进统一市场监管框架下的知识产权综合管理执法，支持有条件的地方开展试点工作。

（五）推进商标监管规范化。加强商标信用监管，将因商标侵权假冒、违法商标代理行为受到行政处罚等信息纳入国家企业信用信息公示系统，形成对商标失信行为的协同监管和联合惩戒。实施商标“双随机、一公开”监管，根据总局随机抽查事项清单，加强对商标违法行为的检查。有效利用抽查检查结果，积极探索实行风险分类监管。创新商标监管方式，充分利用大数据、云计算等现代信

息化手段，探索实行“互联网+监管”模式，增强对商标违法行为线索的发现、收集和甄别能力。

（六）加强商标执法协作。加强工商和市场监管部门内部商标执法与竞争执法、消费者权益保护、市场监管、企业登记注册、企业监管、广告监管等各业务条线的协同配合，强化与公安、海关、质监等部门的执法协作，推进落实商标行政执法与刑事司法衔接机制，创新与行业协会、电商平台、中介组织合作机制。深入推动京津冀、长三角、泛珠三角地区、西部五省打击商标侵权假冒区域合作，积累经验并在全国推广。促进跨部门、跨区域商标执法信息共享，建立健全联席会议、线索通报、证据移转、案件协查等制度。

四、全面构建品牌培育服务体系

（七）规范发展商标品牌服务业。支持和鼓励商标品牌服务机构不断提升服务水平，在商标品牌设计、价值评估、注册代理、法律服务等环节有力支撑品牌发展。优化空间布局，形成一批商标品牌服务业集聚区。充分发挥商标代理机构在品牌建设中的作用，拓宽服务内容，提高服务能力。建立健全商标代理机构信用档案，完善执业信息披露制度，加强信用监管。发挥商标品牌服务行业组织作用，加强行业自律，制定服务标准，建立健全守信激励、失信惩戒工作机制。

（八）分类指导企业实施商标品牌战略。支持鼓励企业制定符合自身发展特点的商标品牌战略。出台企业商标品牌工作指南，分类指导企业实施商标品牌战略，健全商标品牌管理体系，发挥商标品牌引领作用，带动技术创新能力、产品和服务质量、市场营销水平、企业文化等全面协调发展，打造知名品牌，提升我国品牌在国际知名的品牌价值排行榜位次和上榜数量。

（九）提高企业商标品牌资产运用能力。积极拓宽融资渠道，推进地方注册商标质权登记申请受理点建设，帮助企业特别是中小微企业解决融资难题。引导企业开展商标品牌资本化运作，在企业并购、股权流转、对外投资等活动中，加强商标品牌资产评估管理。创新商标授权使用形式。进一步加强注册商标连续三年不使用撤销审查，促进注册商标使用。强化商标交易监管，加强交易规则和监管制度研究设计，切实规范商标交易行为，防止恶意抢注并转让牟利。

（十）开展商标品牌创业创新基地建设。统筹推进商标受理窗口、注册商标质权登记申请受理点等公共服务资源与地方发展相结合，建设商标品牌创业创新基地，发挥基地的辐射带动作用，有效促进产业集群、地理标志产业区、商标密集型产业集聚区、商标品牌服务业集聚区的品牌培育。

（十一）规范发展商标品牌价值评价体系。加强品牌商誉保护，完善商标产权评估制度，有效促进商标产权的运用与保护。支持中国商标品牌研究院等研究机构建立科学的商标品牌价值评价体系和标准，稳步开展商标品牌价值评价工作，发布《中国商标品牌价值排行榜》和《中国商标品牌发展报告》。

五、统筹推进产业区域品牌建设

（十二）加强部门行业协作。促进商标品牌政策与产业、科技、贸易政策等的衔接，推动商标品牌建设各支撑要素的协同发展。积极推进与产业、行业协会的合作，开展产业、行业商标品牌发展规划研究，结合行业发展特点引导行业商标品牌管理精细化。积极引导战略性新兴产业加强商标品牌培育和保护。推动中华老字号改革创新发展。

（十三）推进农业品牌化建设。坚持把提高质量效益作为主攻方向，向品牌经营要利润。加强对农民、农村经济组织和涉农企业的商标法律宣传，积极引导注册并依法规范使用农产品商标以及地理标志商标。适时开展地理标志资源调查工作，运用地理标志精准扶贫。及时总结推广“商标富农”工作经验，搭建交流平台，不断健全农业商标品牌建设工作机制，推动农业加快转变发展方式。大力推行“公司+商标品牌（地理标志）+农户”产业化经营模式，进一步提高农民进入市场的组织化程度。

（十四）提升制造业品牌建设水平。贯彻落实《中国制造 2025》，按照大力发展先进制造业，改造提升传统产业，推动生产型制造向服务型制造转变的要求，加强自主品牌培育。健全集体商标、证明商标注册管理制度，推动产业集群品牌的注册和保护。研究制定产业集群品牌管理措施，打造一批特色鲜明、竞争力强、市场信誉好的产业集群区域品牌。推进制造业企业信用体系建设，建设中国制造信用数据库。

（十五）促进服务业品牌发展。在大力推进传统服务业以商标品牌为核心转型升级的基础上，以研发设计、信息、物流、商务、金融、会展、广告等现代服务业为重点，加强品牌建设，提升对生产的服务支撑能力。加快发展生活性服务业，推动服务业向高端发展。鼓励商业模式创新和业态创新，及时对新业态、新服务提供商标保护。

（十六）健全区域商标品牌培育制度。鼓励支持各地结合区域产业特色加强区域品牌培育，制定区域商标品牌发展规划。支持有条件的地区率先发展，开展商标品牌建设局（部）省战略合作。支持和指导地方建立科学有效的商标品牌工作评价体系。加快推动条件成熟的地区成立品牌指导站。推广品牌基地建设等成功经验，促进品牌经济与产业发展、区域发展深度融合，不断提高区域经济的综合竞争力。

六、大力开拓品牌发展国际空间

（十七）参与构建更加公平合理的商标领域国际规则体系。主动参与商标领域国际规则制定，提高我国商标领域的制度性话语权和影响力。积极参与多边双边自贸区商标领域规则谈判，为中国品牌“走出去”构建更加公平的国际营商环境。

（十八）加强商标品牌对外合作机制建设。加强与世界知识产权组织合作，开展“中国商标金奖”评选活动。深化同主要国家商标主管部门合作，积极参与商标五方会谈项目合作，进一步扩大与其他国家商标主管部门合作范围。探索建立“一带一路”沿线国家和地区商标案件协处机制，维护我国企业商标合法权益。推动国内行业协会、服务机构与国外相关组织合作交流，服务中国企业参与竞争。

（十九）支持企业运用商标品牌参与国际竞争。引导企业在实施“走出去”战略中“商标先行”，通过马德里商标国际注册等途径，加强商标海外布局规划，拓展商标海外布局渠道。稳步提升我国企业马德里商标国际注册数量。鼓励企业持自主商标品牌出口产品，加快培育以商标品牌为核心的国际竞争新优势。引导鼓励有条件的优势企业打造全球知名品牌，收购海外知名品牌，向全球价值链高端延伸。

（二十）助力企业提升商标品牌国际影响力。加大自主商标品牌海外宣传支持力度。鼓励企业持自主商标品牌参加中国国际商标品牌节和其他国际展会、博览会，拓展商标品牌国际营销渠道。支持企业创新“互联网+品牌”营销新模式，综合运用跨境电商、外贸综合服务平台等新兴业态，扩大中国品牌国际影响。

（二十一）健全企业商标海外维权协调机制。探索建立中国企业商标海外维权信息收集平台。进一步加大海外商标维权援助力度，利用多边双边会谈机制，适时提出诉求，协助企业解决海外商标注册与维权问题。指导企业建立商标海外侵权预警和应对制度，提升海外风险防控能力。提升中介机构商标海外维权法律服务水平。

七、组织实施和保障措施

（二十二）加强组织领导。国家工商总局商标战略实施领导小组更名为商标品牌战略实施领导小组，统筹协调商标品牌战略实施的全局性工作，指导、督促、检查政策措施的落实。各地要高度重视，健全工作机制，细化政策措施，结合实际研究制定具体实施方案和配套政策，加强向当地党委、政府的请示汇报和与相关部门的协调配合，确保各项措施有效落实。

（二十三）加强宣传引导。做好舆论宣传，及时宣传报道商标品牌战略实施工作的新进展、新成效，增强全社会的商标品牌意识，为深入实施商标品牌战略营造良好氛围。鼓励支持学术界教育界推出优秀商标品牌研究成果和普及读物。在中小学、高校、各级行政学院、社会主义学院开展树立商标品牌意识和创新意识的宣传活动。建设中国商标品牌网上博物馆。

（二十四）加强理论研究。设立中国商标品牌战略专家委员会，完善商标品牌战略决策咨询机制。根据商标品牌战略实施的需要，适时推动《商标法》等法律法规的修订。开展商标密集型产业的跟踪、研究与分析。推动中国商标品牌研究院等商标品牌理论研究平台发展，探索构建商标品牌对经济发展贡献率的指标体系。支持商标品牌领域的智库建设和交流。

（二十五）加强人才培养。加大对商标品牌管理人员、审查审理人员、一线执法人员和商标代理人员的培训力度。加快建设国家和各省商标品牌人才库和专

业人才信息网络平台。支持高等院校有关专业开设商标品牌课程，培养商标品牌培育、运用、管理等专业人才。

(二十六) 加强经费保障。建立商标品牌战略实施经费专项预算和拨付制度。加强商标战略实施项目经费的立项、评审、申报和绩效管理工作，保障战略实施工作的相关经费。

工商总局

2017年5月17日

出所：2017年5月22日付け中華人民共和国国家工商行政管理総局ウェブサイト

http://www.saic.gov.cn/zw/wjfb/zjwj/201705/t20170522_265279.html