

# 「千企百城」商標ブランド価値向上行動方案 (2023～2025年)

商標制度は、ブランドに対する法的保護を強化し、ブランドの市場価値を実現し、ブランドの経済的、社会的効果を発揮させる基礎保障である。中国共産党中央委員会、国務院が印刷・配布した「知的財産権強国建設綱要（2021～2035年）」および「内需拡大戦略計画綱要（2022～2035年）」、国務院が印刷・配布した「『第14次5か年計画』国家知的財産権保護および運用計画」の決定・手配を深く貫き、国家発展改革委員会等の7部門が共同で印刷・配布した「新時代のブランド建設推進に関する指導意見」を着実に遂行し、商標ブランド戦略の実施を推進し、商標制度の基礎保障の役割を十分に発揮させ、企業および地域の商標ブランド価値の向上を効果的に促進し、中国製品から中国ブランドへの転換を急ぎ促進するために、本方案を制定する。

## 一. 全般的要求

(一) **方針**。習近平新時代の中国の特色ある社会主義思想を指針とし、中国共産党第20回全国代表大会および第20期中央委員会第1回、第2回全体会議の主旨を深く貫き、実行し、新発展段階に立脚し、新発展理念を完全、正確かつ全面的に貫き、新発展構造を構築し、国民の日々高まる美しい生活に対するニーズを満たすことを動機および目標とし、知的財産権の法治保障を強化し、知的財産権の創造、運用、保護、管理、サービスの全チェーンをさらに繋げ、商標ブランドの創設を深く推進し、企業と地域を重点とし、商標ブランドの育成および評価体系を急ぎ確立・整備し、市場主体が商標等の各種知的財産権の相乗効果を十分に発揮できるように支援・指導し、ブランド価値の向上に尽力し、産業の総合競争力を高め、商標ブランドにけん引されて企業が強大になり、地域が発展し、産業が高度化するブランド経済モデルの形成を促進し、実体経済により良く貢献し、消費の回復と拡大をサポートし、経済の質の高い発展を促進する。

(二) **主要目標**。第14次5か年計画期末までに、本行動に参加する商標ブランドの中で、何千もの企業ブランドと何百もの地域ブランドが市場価値と競争力を顕著に高め、商品や役務の生産高、利益、消費者満足度、知名度等を総じて高め、就労ポストおよび就業人員の収入の明らかな増加をけん引し、より多くの影響力のある民族ブランドおよび国際有名ブランドを形成する。各地方の商標ブランド指導施設のサービスをより高効率にし、創設管理をより規範化し、市場主体にサービスを提供する役割を効果的に発揮させる。新時代の中国の特色ある商標ブランド価値評価体系をおおむね確立し、商標ブランド創設活動メカニズムおよび支援体系をより整備し、知的財産権強国およびブランド強国の建設を力強くサポートする。

## 二. 重点任务

(一) **企業商標ブランド価値向上特別キャンペーン**。企業による商標ブランド創設を指導および支援し、専精特新（専門性を有し、精密な技術力を持ち、差別化された、革新的な企業——訳注）等の中小企業の新興ブランドを発掘・育成し、大手リーディングカンパニー等による国際有名ブランドの創設を促進し、伝統ブランドの刷新・高度化を支援し、「千企千標（1,000企業1,000商標——訳注）」による企業商標ブランド価値向上の模範例を作り上げる。

1. **商標ブランドの管理を強化する**。企業商標ブランド戦略を制定・実施し、企業商標ブランド活動指導メカニズムを強化する。ブランド創設と結びついた企業知的財産権コンプライアンス管理体系を構築し、商標の出願、使用、宣伝を規範化し、商標ブランドのリスク予防と信用維持を強化する。

2. **商標ブランドの育成を最適化する**。商標や専利等の多様な種類の知的財産権の相乗効果を十分に発揮させ、企業による技術イノベーション、品質向上、サービスの高度化を促進し、ブランドの豊かな構成要素を育成し、企業のコアコンピタンスを高める。商標先行のブランド意識を確立し、商標設計のレベルと出願登録の質を高め、製品意匠

や企業文化の創出等と連携して推進し、深く人々の心に入る企業ブランドイメージを作り上げる。

**3. 商標ブランドの運営を強化する。**新技術、新媒体、新モデルを十分に活用し、商標を中核的担い手としてブランドの宣伝プロモーションを展開し、ブランド市場運営モデルにイノベーションを起こし、商品や役務の知名度と付加価値を高める。主要事業に焦点を合わせ、商標マトリックスを合理的に構築し、商標等の知的財産権資産の管理体系を整備し、担保融資、保険、証券化等の手段を十分に活用し、企業による資本運営のレベルと効果を高める。

**4. 商標ブランドの国際的影響力を高める。**商標の海外分布レベルを高め、商標の法律制度を活用し、企業の海外権益を力強く守り、ブランドの国際競争優位性を強化する。企業の海外事業開拓を主軸に、商標のグローバルイズ、ローカライズの宣伝および管理を強化し、国際市場に向けて中国ブランドの物語を伝え、中国商標ブランドの国際的影響力を高める。

**(二) 商標ブランド優位地域創出特別キャンペーン。**各地方が団体商標や証明商標等を主な足掛かりとして、地域ブランドを大々的に育成・発展することができるように指導および支援し、製造業の地域ブランド創設を優先的に支援し、現代サービス業、新型農業のクラスター化、ブランド化を奨励し、「百城百品（100 都市 100 製品——訳注）」による産業集積地のブランド経済発展の重要拠点を作り上げる。

**1. 地域ブランドの管理メカニズムを整備する。**団体商標や証明商標等を媒体とし、地域ブランド創設の統括・協調を強化し、地域ブランド発展計画を制定・発表し、発展戦略の方向と目標を確定し、地域ブランドの育成、管理、運用、保護活動を体系的に展開する。地位ブランドに関連する商標使用管理規則を整備し、地域ブランド使用者の権利、義務、違約時の責任を明確にし、参入および撤退のメカニズムを整備する。

**2. 地域ブランドの品質保障を強化する。**団体商標や証明商標等の使用管理規則を遵守し、地域ブランドの検査監督制度および具体的な規格を確立・整備し、商品または役務の産地、原料、製造方法、特定品質等の規範化保障を強化し、地域ブランド創設管理と規格や専利等の深い融合を促進し、ブランドの技術優位性と市場競争力を高める。

**3. 地域ブランドのイメージを作り上げる。**地域ブランド使用者の一括商標許諾を推進し、商標表示の使用を規範化し、製品のトレーサビリティメカニズムを確立し、業界による自主規制を強化し、法に基づき商標ブランドのプロモーションと権利主張を行い、リスク管理策を制定し、地域ブランドのイメージと信用を適切に守る。地域ブランドの文化的要素の発掘を奨励し、国内外での展示・プロモーションを強化し、商標ブランドを特色が鮮明な地域の名刺にする。

**4. 地域ブランドの共同創設・共同享有を推進する。**産業集積地内のリーディングカンパニーが地域ブランドに関連する商標表示を積極的に使用することを奨励し、企業ブランドと地域ブランドの優位性の相乗的、融合的な発展を促進する。商標ブランドを紐帯に中小企業支援メカニズムを強化し、中小企業の商標に対する意識と商標使用の規範化レベルの向上を指導し、団体与信等の手段を通じて、地域ブランド表示使用企業の資金調達効率を高め、企業の協調発展と資金流通イノベーションを促進し、資源の共有、イメージの共同形成、文化の共存を実現し、ブランド効果とスケールメリットを形成する。

**5. 地域の特色ある産業の質の高い発展を促進する。**地域ブランドのけん引・主導作用を発揮させ、地域の関連する産業チェーンの再建とバリューチェーンの向上をサポートし、就労ポスト、就業人員の収入、財政・税務への貢献を増やし、特色ある優位産業を育成・強化し、地域経済の質の高い発展を力強くサポートする。地域ブランドが商標等の知的財産権を積極的に運用することで国内・国際市場を開拓することを奨励し、伝統産業がグローバル産業チェーン・バリューチェーンの高みへ歩むことを推進する。

**(三) 商標ブランド創設サービス指導特別キャンペーン。**「国家知識産権局 商標ブランド指導施設建設の一層の強化に関する通知」の遂行を推進し、商標ブランド指導施設（以下、「指導施設」という）が「千企千標」と「百城百品」の創出を主軸に特別サービス指導を展開することを指導・奨励し、商標ブランドの価値向上に良好なサービス環境

を創造する。

1. **マッチングメカニズムを確立する。** サービス地域内の商標ブランド価値向上行動に参加している企業および地域ブランド主体に向けて、サービス指導マッチングメカニズムを確立し、効率的で便利なコミュニケーションチャネルを開設し、特別専門サービスを展開する。

2. **特別サービス指導を展開する。** サービス対象者が商標や専利等を組み合わせた戦略を効果的に利用できるように協力し、知的財産権の保護および運用効果を高める。法律・規則に基づき商標紛争を協調的に処理し、合理的に商標権者と公衆の利益の均衡を図る。商標の国際登録および海外紛争対応の指導サービスの展開を検討する。重点商標リスクの監視や警告等の活動を強化し、サービス対象者と地方政府の参考に供する。地方の人文的特色と結びつけて商標ブランドマーケティング計画を強化し、良質な国産品を宣伝・推奨し、ブランド消費を促進し、地域産業のブランド化を促進する。需給のマッチングを積極的に促進し、商標ブランド価値の実現に対する知的財産権の融資、保険、許諾等のサポート的役割を十分に発揮させる。

3. **総合サービス能力を高める。** 指導施設の質の高い設立と規範的な運用を強化し、人材プールの拡充、費用保障の強化、内部管理の規範化、運用効率の向上を進め、商標ブランドサービス指導の専門化、円滑化レベルを高める。サービスニーズを方向性として、関連する政府部門、専門家、機関等の資源を集約、連携させ、支援指導総合プラットフォームを作り上げる。地方の実情と特色ある優位性を踏まえて、商標ブランドのイノベーション・起業基地の設立、ブランドインキュベーション園區の建設、市場化した商標ブランド発展基金の設立等の多様な手段を通じて、指導施設の媒体形式とサービス範囲を開拓し、商標ブランドの育成、管理、研究等の多元的な方向に発展することを奨励する。

### 三. 実施保障

#### (一) 手配・実施

1. **届出の手配** 2023～2025年の期間中、各省級の知的財産権管理部門は、年度を一周期として、省（自治区、直轄市）内の意欲のある企業、地域ブランド主体、指導施設が届出表（付属文書1～3参照）に記入し、商標ブランド価値向上行動への参加を申請することを数回に分けて手配する。

(1) 企業商標ブランド価値向上特別キャンペーンへの参加を届け出る主体は、国家知識産権示範企業および優勢企業（国家知的財産権モデル企業および優位企業——訳注）、またはその他商標ブランドの優位性が特に際立っている企業でなければならない。届け出る商標は、企業を代表する主要商標で、指定商品または役務の区分は企業の主要事業と合致し、権利帰属は明確で安定していなければならない。

(2) 商標ブランド優位地域創出特別キャンペーンへの参加を届け出る主体は地域ブランドの商標権者または出願人でなければならない。指定商品または役務の区分は当該地域ブランドの産業領域と合致し、権利帰属は明確で安定していなければならない。届け出る商標は、通常、団体商標または証明商標であり、所属地域は副省級以下の市、区、県でなければならない。届け出る商標が一般商標の場合は、所在地の県級以上の人民政府または業界主管部門の許可を受けた上で、5社以上のその他市場主体が当該商標を合法的に使用していることを示す法的文書等の証明書を提出する必要がある。知識産権強国建設試点／示範市／県／園區（知的財産権強国建設試験モデル市／県／園區——訳注）内の地域ブランドは優先的に届け出ることができる。初級農産品ブランドは原則として届出を許可しない。

(3) 各地方の知的財産権管理部門が設立を許可した指導施設はすべて、商標ブランド創設サービス指導特別キャンペーンへの参加を届け出ることができる。申請時にはサービスをマッチングさせて行動に参加する企業または地域商標ブランドを1件以上明示し、それを相応の企業または地域届出主体が各自の届出表の中で確認できるようにする必要がある。

2. **推薦・報告** 各省級の知的財産権管理部門は活動の実情を踏まえて、審査や選抜等

を経て、所定の定数および比率（付属文書 4 参照）の上限内で国家知識産権局に本年度の行動参加に推薦する商標ブランドおよび指導施設の名簿（付属文書 5 参照）を報告する。

**3. 再審査・確定** 国家知識産権局は再審査した上で、行動に参加する商標ブランドおよび指導施設の正式な名簿を確定する。

**(二) 総括・評価** 国家知識産権局は年度を一周期として、行動に参加する商標ブランドおよび指導施設の評価を行い（評価ポイントは付属文書 6～7 参照）、行動の成果を統括・評価し、数回に分けて「千企千標」、「百城百品」、優秀指導施設名簿を発表する。各地方および社会機関は行動の実施と結びつけて、商標ブランドの創設・育成、価値評価等の研究を積極的に展開し、人工知能やビッグデータ等の技術手段を効果的に利用し、客観的、科学的、効率的な商標ブランド評価ツールを開発・応用し、中国の現代化建設のニーズに適応して国際的に通用する規格に適合した中国の特色ある商標ブランド価値評価体系の構築を共同で推進する。

**(三) 指導・支援** 国家知識産権局は商標ブランド価値向上行動に対して全面的な指導を行い、各関連部門の政策との連携を強化し、推進の相乗効果を高める。行動に参加する企業および地域に対しては、知的財産権強国建設試験モデル活動において、重点的に支援をする。「千企千標」、「百城百品」、優秀指導施設に入選した主体に対しては、知的財産権の運用促進に関する特別政策および資金を偏重させ、さらに国家知的財産権監督査察・奨励、知的財産権保護モデル区建設等の重要な根拠とする。入選した商標ブランドに対して共同保護を強化し、地域ブランドの団体商標・証明商標審査においては、関連する証拠を状況に応じて信用して採用し、法律・規則に基づき関連する地域ブランド商標登録審査活動を適切に遂行する。各地方の知的財産権管理部門と知識産権強国建設試点／示範市／県／園區は、商標ブランドの価値向上に係る行動を高く重視し、実情に立脚して付帯支援政策をすみやかに発表し、投資保障を拡大し、指導とサービスを強化し、確実に行動の効果をあげなければならない。地方がイノベーションと探求を強化し、部門間の連携を強化し、社会の力を広く動員し、ブランド共同育成の展開、マッチングサービスメカニズムの確立、ブランドサービス機関の設立支援等の多様な手段を通じて、商標ブランドの価値を適切に高めることを奨励する。

**(四) 宣伝・普及** 中国ブランドデー、中国国際商標ブランドデー等のイベントや各種媒体プラットフォームを十分に活用して宣伝を行い、社会の各界、関連部門、国際機関に行動の成果を紹介し、商標ブランド価値向上の優れた経験と手法を普及させる。地方が当地域の商標ブランド価値向上活動を参照して、広く宣伝を行い、より多くの企業および地域による商標ブランド創設の強化を推進し、経済の質の高い発展を促進することを奨励する。

**(五) 規範化・管理** 各省級の知的財産権管理部門は、行動の手配・実施の手順を厳格に規範化し、監督の職責を真摯に履行し、汚職等の各種リスクを厳重に予防しなければならない。行動に参加する企業、地域ブランド主体、指導施設は信義に従い誠実に行動し、要求に従って各種資料を事実のままに提出し、虚偽等の法律・規則違反行為を断固として撲滅しなければならない。

- 付属文書：1. 企業商標ブランド価値向上特別キャンペーン届出表  
2. 商標ブランド優位地域創出特別キャンペーン届出表  
3. 商標ブランド創設サービス指導特別キャンペーン届出表  
4. 推薦定数および比率（2023 年度）  
5. 「千企百城」商標ブランド価値向上行動推薦表  
6. 企業商標ブランド価値評価参考ポイント  
7. 地域商標ブランド価値評価参考ポイント

付属文書 1

企業商標ブランド価値向上特別キャンペーン届出表

企業名		
統一社会信用コード		
担当者および連絡先		
企業を代表する主要商標（文字または図形） および登録番号		
商標ブランド所属領域 （製造業、サービス業、または農業と記入）		
企業規模 （大型企業、中型企業、小型企業等と記入）		
国家知識産権優勢／示範企業であるか否か （国家知識産権示範企業、国家知識産権優勢企業、 または該当せずと記入）		
専精特新／単項冠軍企業であるか否か （製造業単項冠軍（単項冠軍示範企業と単項冠軍産 品を含む）、専精特新「小巨人」企業、省級専精特 新中小企業、または該当せずと記入）		
老舗企業であるか否か （中華老舗企業、省級老舗企業、または該当せずと 記入）		
主要事業収入額（万元）	2020年	
	2021年	
	2022年	
2022年に企業がブランド商品（役務）の研究 開発に投資した金額（万元）		
2022年に企業がブランド商品（役務）の宣 伝・マーケティングに投資した金額（広告宣 伝、フォーラム運営等、単位：万元）		
2022年に企業が商品ブランドの権利主張方面 に投資した金額（万元）		
現時点の企業の主要事業商品（役務）に 含まれる知的財産権の数（件数）	国内有効登録商標	
	マドリッド商標国際登録	
	専利	
	著作権	
	集積回路配置図設計	
	植物新品種	
2022年に企業が公益事業、社会的責任の履行 方面で支出した総額 （社会的配慮、公益環境保全寄付等、単位：万元）		
2022年の企業の社会的責任履行状況 （ESGレポート、公益プロジェクト等）		
省・部級以上からの受賞、マスメディアによ る報道の状況		
近年に国内外の有名ブランド評価機関から受 けたブランド価値評価の状況		
著名商標認定の状況		
直近3年に法令違反により冒認出願、買いた め、重大な悪影響と認定を受けた状況		
直近3年に法令違反により行政処罰を受けた		

状況	
サービスをマッチングする商標ブランド指導 施設	
企業商標ブランド戦略の制定、商標ブランド 活動指導メカニズム、商標資産管理体系等の 状況	
企業の海外事業展開、商標の海外分布の状況	
届出主体の意見	(届出企業印)

付属文書 2

商標ブランド優位地域創出特別キャンペーン届出表

商標権者名（協会、団体等）			
統一社会信用コード			
担当者および連絡先			
地域ブランド名			
商標および登録番号			
商標の種類 （団体商標、証明商標、または一般商標と記入、 地理的表示の場合は別途明記）			
地域ブランド所属領域 （製造業、サービス業、または農業と記入）			
地域ブランドの所在地域名（市、区、県）			
所在地域が知識産権強国建設試点／示範市／県 ／園区であるか否か （国家知識産権強市建設示範（または試点）城市、国家 知識産権強県建設示範（または試点）県、国家級知識 産権強国建設示範（または試点）園区、または該当せず と記入）			
地域ブランドが対象とする主要商品／役務			
地域ブランドを使用する企業総数と中小企業数			
地域ブランドの生産高と現地 GDP への寄与率			
地域ブランドが制定に参加または採用する規格 （国際、国家、業界）			
2022 年の地域ブランド宣伝投資額（万元）			
2022 年末時点の地域ブランド関連就業者数			
2022 年の地域ブランド就業者の平均年収（元）			
2022 年の就業者平均年収の前年度比伸び率			
2022 年の地域ブランド研究開発投資額（万元）			
地域ブランドに直接関連する専利の数			
2022 年の地域ブランド関連産業が環境保護方面 に投資した総額 （企業投資と政府投資を含む、単位：万元）			
2022 年の地方政府による地域ブランド産業への 投資状況 （インフラ、産業支援基金等を含む）			
省・部級以上からの受賞、 マスメディアによる報道の状況			
近年に国内外の有名ブランド評価機関から受け たブランド価値評価の状況			
著名商標認定の状況			
直近 3 年に法令違反により行政処罰を受けた状 況			
サービスをマッチングする商標ブランド指導施 設			
商標ブランド戦略の制定、地域ブランド活動指 導メカニズム、商標使用管理規則等の状況			
地域商標ブランドの育成、創設、産業発展の状 況			
届出主体の意見	（届出協会、団体印）	所在地の県級以上	（印）

		の人民政府または 業界主管部門の意 見	
--	--	---------------------------	--

注：他に地域ブランドに関する紹介資料またはまとめ資料（代表企業、権利主張事例、展示会の宣伝、産業発展のけん引状況等）がある場合は添付すること。



付属文書 3

商標ブランド創設サービス指導特別キャンペーン届出表

指導施設名		
設立機関		
許可機関		
所在地		
担当者および連絡先		
職員数		
経費の資金源と保障状況		
主要サービス地域とサービス対象者		
業務範囲		
直近3年のサービス対象の市場主体数	2020年	
	2021年	
	2022年	
サービスをマッチングして行動に参加する 企業商標ブランド		
サービスをマッチングして行動に参加する 地域商標ブランド		
指導サービス活動案		
届出主体の意見	(届出指導施設印)	

推薦定数および比率（2023 年度）

地域	企業商標ブランド 推薦定数	地域商標ブランド 推薦定数	商標ブランド指導施 設推薦定数
北京市	51	12	32
天津市	18	12	15
河北省	28	12	20
山西省	10	8	9
内モンゴル自治区	9	10	10
遼寧省	41	14	28
吉林省	21	12	17
黒竜江省	10	8	9
上海市	32	16	24
江蘇省	97	118	108
浙江省	98	66	82
安徽省	62	54	58
福建省	43	34	39
江西省	32	22	27
山東省	100	80	90
河南省	32	24	28
湖北省	45	24	35
湖南省	39	26	33
広東省	134	58	96
広西チワン族自治区	27	16	22
海南省	10	8	9
重慶市	41	20	31
四川省	46	54	50
貴州省	8	12	10
雲南省	20	20	20
チベット自治区	2	1	1
陝西省	16	20	18
甘肅省	14	8	11
青海省	3	2	3
寧夏回族自治区	6	8	7
新疆ウイグル自治区	13	10	12
新疆生産建設兵団	4	2	3
合計	1112	791	957

- 注：1. 企業商標ブランド推薦定数は、各省（同省計画単列市を含む）内の既存の国家知識産権優勢／示範企業総数の 10%および専精特新「小巨人」企業総数の 3%を分配する。そのうち、非国家知識産権優勢／示範企業の推薦比率は推薦総数の 30%を超えない。国務院国有資産監督管理委員会が出資管理する企業およびその他中央国家機関・部門直属の企業は所属先が推薦し、当地の定数を占めない。
2. 地域商標ブランド推薦定数は、各省の知識産権強国建設試点／示範市／県／園區の総数の 2 倍を分配する。そのうち、試点／示範市／県／園區内の地域商標ブランドは優先的に推薦できる。製造業およびサービス業のブランドは原則として推薦する地域商標ブランド総数の 70%を下回らない。農業ブランドが 30%を上回る場合、総数は 2 件を超えない。
3. 商標ブランド指導施設推薦定数は、各省の企業および地域商標ブランド推薦定

数の総数の 50%を分配する。

付属文書 5

「千企百城」商標ブランド価値向上行動推薦表

(省級知的財産権管理部門が記入)

機関名 (公印) : \_\_\_\_\_

担当者 : \_\_\_\_\_ 連絡先 (携帯電話を含む) : \_\_\_\_\_

No.	企業商標ブランド名	届出企業名	国家知識産権優勢/示範企業であるか否か (国家知識産権示範企業/国家知識産権優勢企業/該当せず)	所属領域 (製造業/サービス業/農業)	企業担当者	連絡先
1						
2						
3						
...						

No.	地域商標ブランド名	届出機関名 (商標権者)	所在地域が知識産権強国建設試点/示範市/県/園区であるか否か (国家知識産権強市建設示範(または試点)城市/国家知識産権強県建設示範(または試点)県/国家級知識産権強国建設示範(または試点)園区/該当せず)	所属領域 (製造業/サービス業/農業)	届出機関担当者	連絡先
1						
2						
...						

No.	商標ブランド指導施設名	指導施設所在地域	サービスをマッチングして行動に参加する企業商標ブランド	サービスをマッチングして行動に参加する地域商標ブランド	指導施設担当者	連絡先
1						
2						
...						

## 企業商標ブランド価値評価参考ポイント

評価ポイント	主な内容
一. 経済的効果	企業が商標ブランドを使用する商品および役務（以下、「ブランド商品」という）の販売収入、利益増加、輸出入等の状況 商標許諾、担保融資、査定・株式化等の状況
二. 社会的効果	雇用けん引、就業者の収入増加促進等の状況 企業の社会的責任の履行、公益寄付、環境保護等の状況
三. ブランドの構成要素	企業商標ブランドおよび知的財産権戦略計画の作成、機関の設置、意思決定体系、部門間協力、人材育成等の状況 知的財産権のリスク予防や紛争対応等の関連制度の構築および実践状況 企業のブランド商品への研究開発投資、先進的規格の制定または採用等の状況 企業の商標、専利、著作権、集積回路配置図設計等の知的財産権の保有状況 専利集約型製品の届出状況 商標ブランド指導施設による企業へのマッチングサービス提供状況
四. 影響力	企業商標ブランドの販売範囲、オンライン／オフラインの販売比率、業界ランキング、市場シェア等の状況 企業商標ブランドの海外分布、グローバル市場での割合、国際展示会への参加等の状況 消費者の企業商標ブランドに対する注目度、満足度、ロイヤルティ等の状況 企業の商標ブランドに対する広告宣伝、フォーラムイベント等の宣伝・マーケティング投資状況 国家知識産権優勢／示範企業、専精特新企業、製造業単項冠軍企業、中華老舗企業等の認定状況 大手メディアによる宣伝報道、受賞等の状況 国内外の有名ブランド評価機関による評価状況 商標の著名商標認定状況 最近、ネガティブな世論が生じたか否か

## 地域商標ブランド価値評価参考ポイント

評価ポイント	主な内容
一. 経済的効果	地域商標ブランドの商品および役務（以下、「ブランド商品」という）に関連する生産高、利益、税金、輸出入等の状況 商標許諾、担保融資、査定・株式化等の状況
二. 社会的効果	雇用けん引、就業者の収入増加促進等の状況 地域商標ブランドを使用する企業、特に中小企業の数と伸び状況 関連産業の発展けん引状況 公益寄付、環境保護等の状況
三. ブランドの構成要素	地域商標ブランド戦略計画の作成、業界団体の設立、商標ブランド管理規則の制定および実施等の状況 知的財産権のリスク予防や紛争対応等の関連制度の構築および実践状況 ブランド商品への研究開発投資、先進的規格の制定または採用等の状況 地域商標ブランドに関連する商標、専利、著作権、集積回路配置図設計等の知的財産権の状況 専利集約型製品の届出状況 商標ブランド指導施設による地域商標ブランドへのマッチングサービス提供状況
四. 影響力	地域商標ブランドの販売範囲、オンライン／オフラインの販売比率、業界ランキング、市場シェア等の状況 地域商標ブランドの海外分布、グローバル市場での割合、国際展示会への参加等の状況 消費者の地域商標ブランドに対する注目度、満足度、ロイヤルティ等の状況 地域商標ブランドに対する広告宣伝、フォーラムイベント等の宣伝・マーケティング投資状況 大手メディアによる宣伝報道、受賞等の状況 国内外の有名ブランド評価機関による評価状況 団体商標、証明商標の著名商標認定状況 最近、ネガティブな世論が生じたか否か

出所：2023年4月14日付け中国国家知識産権局ウェブサイト  
[https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/4/14/art\\_75\\_184270.html](https://www.cnipa.gov.cn/art/2023/4/14/art_75_184270.html)

※本資料はジェトロが作成した仮訳となります。ジェトロでは情報・データ・解釈などをできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、本資料で提供した情報などの正確性についてジェトロが保証するものではないことを予めご了承下さい。