ICS 03.100.01
CCS A.00

DB2101

沈 阳 市 地 方 标 准

DB2101/T 0129—2025

商标品牌指导站服务评价规范

2025-05-30 发布　　2025-06-30 实施

沈阳市市场监督管理局　　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　指导原则 1
5　评价内容 1
6　评价流程与方法 2
7　评价分级 3
附录A（规范性）　商标品牌指导站评价表 4
参考文献 6

沈阳地方标准

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。

本文件由沈阳市知识产权局提出并归口，同时负责标准的宣传贯彻、监督实施等工作。

本文件主要起草单位：沈阳东智知识产权代理有限公司、沈阳市知识产权保护中心（沈阳市知识产权服务促进中心）、沈阳兴齐眼药股份有限公司、沈阳知慧知识产权有限公司

本文件主要起草人：张春娜、秦冰、李佳、李文刚、王烁、李加立、靳阳、于婧、祝国飞、高宇博、薛红梅、杨强、梁惜雯、王耀博、程亮。

本文件发布实施后，任何单位和个人如有问题和意见建议，均可以通过来电、来函等方式进行反馈，我们将及时答复并认真处理，根据实施情况依法进行评估及复审。

本文件归口部门联系地址：沈阳市知识产权局（沈阳市沈河区南关路118号）；联系电话：024-83779290。

本文件起草单位联系地址：沈阳东智知识产权代理有限公司（沈阳市和平区光荣街36号）；联系电话：024-31991186。

沈阳地方标准

商标品牌指导站服务评价规范

1 范围

本文件规定了商标品牌指导站服务评价指导原则、评价内容、评价流程与方法和评价分级。

本文件适用于商标品牌指导站（以下简称指导站）服务评价工作。

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 2894 安全标志及其使用导则

GB/T 10001.1 公共信息图形符号第1部分:通用符号

GB/T 15566.1 公共信息导向系统设置原则与要求第1部分:总则

DB21/T 4084 商标品牌指导站建设服务规范

3 术语和定义

DB 21/T 4084-2024 界定的术语和定义适用于本文件

4 指导原则

4.1 客观性：对指导站所提供的服务信息，运用科学的量化评分体系进行全面、客观地评价，确保评价结果的准确性和真实性，客观反映服务的质量和水平。

4.2 专业性：指导站服务评价应基于专业的知识体系和标准，由专业人员实施，对基础条件、服务内容、过程及成果进行全面、深入的分析与评估，以体现服务的专业水平。

4.3 独立性：服务评价过程应完全独立，不受任何外部因素或利益相关方的干扰和影响，确保评价结果的客观、公正和独立，真实反映指导站的服务状况。

4.4 保密性：严格保护在评价过程中获取的指导站及其服务对象的信息，未经相关方同意，不得泄露给任何第三方。确保信息安全，维护相关方的合法权益。

5 评价内容

5.1 基础条件

基础条件评价要点包括：

——指导站具有相对独立、固定的办公场所，配备必要的办公服务设备；

——指导站人员配置齐全，职责分工明确。组建涵盖多领域的专家库；

——指导站制定明确的建设方案、发展目标和工作计划，建立健全组织管理机制和各项制度；

——指导站铭牌设置符合 DB 21/T 4084-2024 规范要求。指导站标识标志设置符合 GB 2894、GB/T 10001.1、GB/T 15566.1 规范要求。

5.2 服务效果

服务效果评价要点包括：

——开展法律宣讲问题调研，因地制宜收集典型案例。法律法规政策宣讲形式应具有多样性；

——对服务对象进行走访，开展注册评估、注册指导工作，及时指导服务对象应对确权纠纷；

——指导服务对象建立健全商标品牌管理制度体系，引导服务对象利用商标拓宽其融资渠道和商业合作范围。指导服务对象合理有效利用专业第三方服务，提升其市场竞争力和品牌影响力；

——制定年度重点商标品牌培育名单及详细计划，积极收集并总结发展成熟的品牌经验，组织品牌培训活动，运用国际商标注册手段，开拓海外市场，举办特色商标品牌活动；

——畅通线上、线下维权渠道，及时反馈处理信息，协调知识产权行政司法保护部门给予专业指导。定期整理维权案件，对案件进行汇总、分析，形成典型案例；

——多渠道识别服务对象的预警服务需求，积极推送预警信息，对即将到期的注册商标进行提醒，增强其风险防范意识，及时了解并协调解决过程中存在的问题；

——对服务对象的培训需求进行调查分析，汇总共性问题，制定培训计划。开展培训满意度调查。

6 评价流程与方法

6.1 由商标品牌领域具有丰富经验和深厚专业知识的专家组成评价小组。

6.2 评价小组对指导站提供的资料进行审核，包括服务记录、培训材料、活动组织情况、问题解决记录等。

6.3 评价小组指导站现场，对现场情况及台账资料进行详细查看。

6.4 指导站现场时可采用随机抽样的方式，对服务对象进行问卷调查或访谈，收集其对指导站服务的满意度和改进建议，问卷调查或访谈结果不参与评价定级。

6.5 评价小组应先对基础条件进行评价。

6.6 基础条件评价主要评价指导站的基础设施、人员配置、管理制度等是否满足服务要求。基础条件小于 30 分，不予进行服务效果评价。

6.7 基础条件评价大于等于 30 分继续进行服务效果评价，服务效果评价主要评价指导站的服务质量、服务效率、服务对象满意度等实际效果。

6.8 两部分得分总和为该指导站最后评价得分。

6.9 评价结束后，评价小组将向指导站反馈评价结果，并提出改进建议。评价服务流程见图 1。

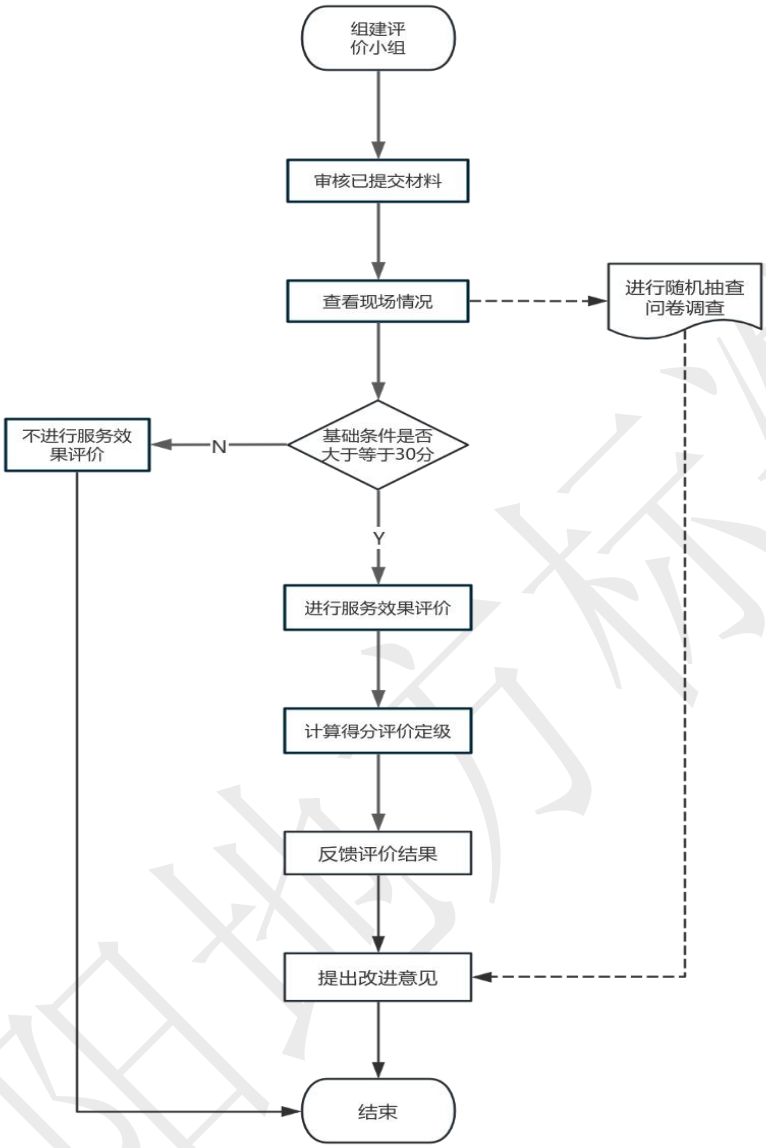

图 1　商标品牌指导站评价流程图

7 评价分级

商标品牌指导站服务评价分 4 个等级：优秀、良好、合格和不合格。具体评价标准参见附录 A。

附 录 A

（规范性）

商标品牌指导站服务评价表

表 A 商标品牌指导站服务评价表

一级指标	分值	二级指标	分值	评价内容
基础条件	40	设施建设	10	具有相对独立、固定的办公场所。办公场地、场地规模和功能布局应满足日常接待、会议、宣传、培训、指导等活动开展需要。
				配备必要的办公服务设备，包括但不限于能够完成培训、宣传、指导、归档等活动的软硬件设备以及商标、地理标志、标准等信息查询系统。
		组织建设	10	配备熟悉商标、地理标志等相关业务的工作人员，应设 1 名站长和至少 1 名工作人员。
				指导站站长、工作人员可由承建单位或服务范围内行业主管部门工作人员专(兼)职。主要负责培训、指导、咨询、日常管理等工作。工作职责分工明确。
				组建专家库。专家库成员可由政府部门、行业协会、企业、高校科研院所、商标代理机构、法律服务机构的知识产权专家组成。
		制度建设	10	有明确的建设方案、发展目标和工作推进计划。
				有健全的组织管理机制，完善的管理制度、工作流程和服务标准。
				建立健全工作制度，包括但不限于：信息公示制度、联络指导制度、信息管理制度、专家咨询制度、保密工作制度、工作评价制度。
		铭牌、标牌和标识	10	铭牌采用专用标识统一设置。指导站铭牌样式按照 DB 21/T 4084-2024 执行。
				设置信息公开标牌，主动公开服务流程，咨询及投诉电话。
				指导站标识标志应规范准确，按照 GB 2894、GB/T 10001.1、GB/T 15566.1 执行。
服务效果	70	法律法规政策宣讲服务	10	信息统计：组织宣讲前，应开展问题调研，针对集中问题设置宣讲内容或根据本地服务对象情况因地制宜收集典型案例。
				信息发布：提前发布宣讲信息。
				宣讲开展：宣讲形式应具有多样性，宜采用主动上门宣讲、线上线下集中宣讲等形式。
		注册指导服务	10	对服务范围内服务对象走访调研，获取申请注册需求。
				结合服务对象意愿，开展注册评估。
				开展现场咨询和品牌建设指导，有服务日志或记录。
				跟踪注册进度和注册结果，指导服务对象应对确权纠纷。
				商标注册信息更新及时。
		运用促进服务	10	指导服务对象建立相应的商标品牌管理制度体系。
				指导服务对象利用商标开展投资、交易、许可、质押融资等运作管理。
				向服务对象提供商标、地理标志指导服务建议书。
				指导服务对象申报国家级、省级项目。

（续）表 A　商标品牌指导站服务评价表

一级指标	分值	二级指标	分值	评价内容
服务效果	70	运用促进服务	10	指导服务对象合理有效利用专业第三方服务。
				持续跟踪服务效果，并适时改进。
		品牌培育服务	10	制定年度重点商标品牌培育名单和计划。
				指导重点服务对象制定品牌培育计划。
				收集发展成熟的品牌经验，并转化和推广，对服务对象开展培训，每年组织培训至少一次。
				辅助外向型服务对象运用国际商标注册开拓海外市场，打造更多适合国际市场需求、具有国际影响力的中国品牌。
				充分利用“3·15”国际消费者权益日、“4·26”世界知识产权日、“5·10”中国品牌日等重要时间节点以及各地有关商标品牌的特色活动，多途径提升被培育商标品牌知名度和影响力。
		维权援助服务	10	畅通线上、线下维权渠道，接受辖区内的服务对象维权咨询。
				现场依法及时作出处理，对不能解决的移交相关部门并做好证据留存工作。
				跟踪问题解决情况，及时反馈处理信息，必要时协调知识产权行政司法保护部门给予指导。
				定期整理维权案件，汇总、分析形成典型案例，适时发布。
		预警提示服务	10	多渠道识别预警服务需求。
				向服务范围内的服务对象推送预警信息。
				对即将到期的注册商标进行提醒。
				对预警提示实施对象情况进行跟进，协调过程中存在的问题。
		分类培训服务	10	需求调查：针对服务范围内服务对象的培训需求进行调查分析，结合经营特点、产业特色及梳理汇总的共性问题，制定相应培训计划。
				向服务对象发送培训计划表。
				培训实施：宜提供形式多样的培训活动，提供培训材料。
				邀请服务对象、政府相关部门和相关领域专家就品牌建设、商标保护或服务对象出海等话题进行交流，并收集整理相关信息。
				开展培训满意度调查。

参考文献

[1]《关于新时代推进品牌建设的指导意见》(发改产业〔2022〕1183号)

[2]《关于进一步加强商标品牌指导站建设的通知》(国知发运字〔2021〕24号)

沈阳地方标准