

“千企百城”商标品牌价值提升行动方案 (2023—2025年)

商标制度是加强品牌法律保护、实现品牌市场价值、发挥品牌经济和社会效益的基础保障。为深入贯彻中共中央、国务院印发的《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》和国务院印发的《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》的决策部署，扎实落实国家发展改革委等七部门联合印发的《关于新时代推进品牌建设的指导意见》，推进实施商标品牌战略，充分发挥商标制度的基础保障作用，有效促进企业和区域商标品牌价值提升，加快推动中国产品向中国品牌转变，制定本方案。

一、总体要求

（一）指导思想。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届一中、二中全会精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，以满足人民日益增长的美好生活需要为出发点和落脚点，加强知识产权法治保障，进一步打通知识产权创造、运用、保护、管理、服务全链条，深入推进商标品牌建设，以企业和区域为重点，加快建立健全商标品牌培育和评价体系，支持、引导市场主体充分发挥商标等各类知识产权的组合效应，着力提升品牌价值，提高产业综合竞争力，促进形成商标品牌带动、企业壮

大、区域发展、产业升级的品牌经济模式，更好服务实体经济，助力恢复和扩大消费，推动经济高质量发展。

（二）主要目标。到“十四五”期末，参加行动的商标品牌中，上千个企业和上百个区域品牌市场价值和竞争力显著提升，商品、服务的产值、利润、消费者满意度和知名度等普遍提高，带动就业岗位和从业人员收入明显增加，形成更多有影响力的民族品牌和国际知名品牌。各地方商标品牌指导站服务更加高效，建设管理更加规范，服务市场主体作用有效发挥。新时代具有中国特色的商标品牌价值评价体系初步建立，商标品牌建设工作机制和支撑体系更加健全，有力支撑知识产权强国和品牌强国建设。

二、重点任务

（一）企业商标品牌价值提升专项行动。引导和支持企业加强商标品牌建设，挖掘培育专精特新等中小企业新兴品牌，推动大型龙头企业等打造国际知名品牌，支持传统品牌创新升级，打造“千企千标”企业商标品牌价值提升范例。

1. 强化商标品牌管理。制定实施企业商标品牌战略，强化企业商标品牌工作领导机制。构建与品牌建设相结合的企业知识产权合规管理体系，规范商标申请、使用和宣传，加强商标品牌风险防控和商誉维护。

2. 优化商标品牌培育。充分发挥商标、专利等多种类型知识产权组合效应，推动企业技术创新、质量提升、服务升级，培

育品牌丰厚内涵，提升企业核心竞争力。树立商标先行的品牌意识，提高商标设计水平与申请注册质量，与产品外观设计、企业文化打造等协同推进，塑造深入人心的企业品牌形象。

3. 加强商标品牌运营。充分运用新技术、新媒体、新模式，以商标为核心载体开展品牌宣传推广，创新品牌市场运营模式，提高商品、服务知名度和附加值。聚焦主营业务，合理构建商标矩阵，健全商标等知识产权资产管理体系，充分运用质押融资、保险、证券化等方式，提升企业资本运营水平和效益。

4. 提升商标品牌国际影响力。提高商标海外布局水平，运用商标法律制度，有力维护企业海外权益，增强品牌国际竞争优势。围绕企业海外业务拓展，加强商标国际化、本土化宣传和管理，面向国际市场讲好中国品牌故事，提升中国商标品牌国际影响力。

（二）商标品牌优势区域创建专项行动。引导和支持各地方以集体商标、证明商标等为主要抓手，大力培育发展区域品牌，优先支持制造业区域品牌创建，鼓励现代服务业、新型农业集群化、品牌化发展，打造“百城百品”产业集聚区品牌经济发展高地。

1. 健全区域品牌管理机制。以集体商标、证明商标等为载体，加强区域品牌建设统筹协调，制定出台区域品牌发展计划，确定发展战略方向和目标，系统开展区域品牌培育、管理、运用和保护工作。完善区域品牌相关商标使用管理规则，明确区域品牌使用人的权利、义务、违约责任，完善准入和退出机制。

2. 强化区域品牌品质保障。遵循集体商标、证明商标等使用管理规则，建立健全区域品牌检验监督制度和具体标准，强化商品或服务的产地、原料、制造方法、特定品质等规范保障，推动区域品牌建设管理与标准、专利等深度融合，提升品牌技术优势和市场竞争力。

3. 打造区域品牌形象。推动区域品牌使用人统一商标授权许可，规范商标标识使用，建立产品溯源机制，加强行业自律，依法进行商标品牌推广和维权，制定风险控制预案，切实维护区域品牌形象和声誉。鼓励挖掘区域品牌文化内涵，加强国内外展示推广，将商标品牌塑造为特色鲜明的地区名片。

4. 推动区域品牌共建共享。鼓励产业集聚区内的龙头企业积极使用区域品牌相关商标标识，促进企业品牌与区域品牌优势叠加、融合发展。以商标品牌为纽带强化中小企业帮扶机制，引导提升中小企业商标意识和商标使用规范化水平，通过集体授信等方式，提高区域品牌用标企业融资效率，促进企业协同发展和融通创新，实现资源共享、形象共塑、文化共融，形成品牌效应和规模效应。

5. 促进区域特色产业高质量发展。发挥区域品牌引领带动作用，助力本地区相关产业链再造和价值链提升，增加就业岗位、人员收入和财税贡献，培育壮大特色优势产业，有力支撑区域经济高质量发展。鼓励区域品牌积极运用商标等知识产权开拓国内市场，推动传统产业向全球产业链价值链高端攀升。

（三）商标品牌建设服务指导专项行动。推进落实《国家知识产权局关于进一步加强商标品牌指导站建设的通知》，引导鼓励商标品牌指导站（以下简称指导站）围绕打造“千企千标”和“百城百品”开展专项服务指导，为商标品牌价值提升创造良好服务环境。

1. 建立对接联系机制。面向服务区域内参加商标品牌价值提升行动的企业和区域品牌主体，建立服务指导对接联系机制，畅通高效便捷的沟通渠道，开展专项定点服务。

2. 开展专项服务指导。协助服务对象有效利用商标、专利等组合策略，提升知识产权保护和运用效能。依法依规协调处理商标纠纷，合理平衡商标权利人与社会公众利益。探索开展商标国际注册及海外纠纷应对指导服务。加强重点商标风险监测预警等工作，为服务对象和地方政府提供参考。结合地方人文特色加强商标品牌营销策划，宣传推介国货精品，促进品牌消费，推动区域产业品牌化发展。积极促进供需对接，充分发挥知识产权融资、保险、许可等对商标品牌价值实现的支撑作用。

3. 提升综合服务能力。加强指导站高质量建设和规范化运行，充实人才队伍、强化经费保障、规范内部管理、提升运行效率，提高商标品牌服务指导的专业化、便利化水平。以服务需求为导向，汇聚、链接相关政府部门、专家、机构等资源，打造帮扶指导综合平台。鼓励结合地方实际和特色优势，通过创建商标品牌创新创业基地、建设品牌孵化园区、设立市场化商标品牌发

展基金等多种方式，拓展指导站载体形式和服务范围，向商标品牌培育、管理、研究等多元化方向发展。

三、实施保障

（一）组织实施。

1. 组织申报。在 2023—2025 年期间，各省级知识产权管理部门以年度为周期，分批组织本省（自治区、直辖市）有意愿的企业、区域品牌主体和指导站填写申报表（见附件 1—3），申请参加商标品牌价值提升行动。

（1）申报参加企业商标品牌价值提升专项行动的主体应为国家知识产权示范企业和优势企业或其他商标品牌优势特别突出的企业。申报商标应为代表企业的主商标，注册商品或服务类别与企业主营业务相符，权属清晰且稳定。

（2）申报参加商标品牌优势区域创建专项行动的主体应为区域品牌的商标注册人或申请人，注册商品或服务类别应与该区域品牌产业领域相符，权属清晰且稳定。申报商标一般应为集体商标或证明商标，所属区域为副省级及以下市、区、县。申报商标为普通商标的，须经所在区域县级以上人民政府或行业主管部门批准，并提供 5 家以上其他市场主体合法使用该商标的相关法律文书等证明。知识产权强国建设试点示范城市、县域、园区内的区域品牌优先申报。初级农产品品牌原则上不予申报。

（3）各地方知识产权管理部门批准建设的指导站均可申请参加商标品牌建设服务指导专项行动。申请时需明确对接服务参

与行动的一个以上企业或区域商标品牌，并由相应企业或区域申报主体在各自申报表中确认。

2. 推荐上报。各省级知识产权管理部门结合工作实际，经审核、遴选等方式，在规定的名额和比例（见附件4）上限内向国家知识产权局报送本年度推荐参加行动的商标品牌和指导站名单（见附件5）。

3. 复核确认。国家知识产权局经复核，确定参加行动的商标品牌和指导站正式名单。

（二）总结评价。国家知识产权局以年度为周期，对参加行动的商标品牌和指导站开展评价（评价要点见附件6—7），总结评估行动成效，分批公布“千企千标”“百城百品”及优秀指导站名单。鼓励各地方和社会机构结合行动实施，积极开展商标品牌建设培育、价值评估等研究探索，有效利用人工智能、大数据等技术手段，研发应用客观、科学、高效的商标品牌评价工具，共同推动建设适应我国现代化建设需要、符合国际通行标准的中国特色商标品牌价值评价体系。

（三）指导支持。国家知识产权局对商标品牌价值提升行动进行全程指导，加强与各相关部门政策衔接，形成推进合力。对于参加行动的企业和区域，在知识产权强国建设试点示范工作中予以重点支持。对入选“千企千标”“百城百品”和优秀指导站的主体，知识产权运用促进相关专项政策和资金予以倾斜，并作为国家知识产权督查激励、知识产权保护示范区建设等的重要依

据。针对入选的商标品牌强化协同保护，在区域品牌集体商标、证明商标审查中对相关证据视情予以采信，依法依规做好相关区域品牌商标注册审查工作。各地方知识产权管理部门和国家知识产权强国建设试点示范城市、县域、园区要高度重视商标品牌价值提升行动，立足实际及时出台配套支持政策，加大投入保障，加强指导、服务，确保行动落实见效。鼓励地方加大创新探索力度，强化部门协同，广泛动员社会力量，通过开展品牌联合培育、建立联系服务机制、支持建设品牌服务机构等多样化方式，切实提升商标品牌价值。

（四）宣传推广。充分运用中国品牌日、中国国际商标品牌节等活动和各类媒体平台开展宣传，向社会各界、有关部门和国际组织推介行动成果，推广商标品牌价值提升的优秀经验和做法。鼓励地方参照开展本地区商标品牌价值提升工作，广泛开展宣传，推动更多企业和区域加强商标品牌建设，促进经济高质量发展。

（五）规范管理。各省级知识产权管理部门要严格规范行动组织实施的工作程序，认真履行监督职责，严防廉政等各类风险。参加行动的企业、区域品牌主体、指导站要诚实守信，按要求如实提交各类材料，坚决杜绝弄虚作假等违法违规行为。

- 附件：1. 企业商标品牌价值提升专项行动申报表
2. 商标品牌优势区域创建专项行动申报表

3. 商标品牌建设服务指导专项行动申报表
4. 推荐名额及比例（2023年度）
5. “千企百城”商标品牌价值提升行动推荐表
6. 企业商标品牌价值评价参考要点
7. 区域商标品牌价值评价参考要点

附件 1

企业商标品牌价值提升专项行动申报表

企业名称		
统一社会信用代码		
联系人及联系方式		
代表企业的主商标（文字或图形） 及注册号		
商标品牌所属领域 （请填写制造业、服务业、农业）		
企业规模 （请填写大型企业、中型企业、小型企业等）		
是否为国家知识产权优势示范企业 （请填写国家知识产权示范企业、国家知识产权优 势企业或否）		
是否为专精特新/单项冠军企业 （请填写制造业单项冠军（包括单项冠军示范企业 和单项冠军产品）、专精特新“小巨人”企业、省 级专精特新中小企业或否）		
是否为老字号企业 （请填写中华老字号企业、省级老字号企业或否）		
主营业务收入金额（万元）	2020 年	
	2021 年	
	2022 年	
2022 年企业针对品牌商品（服务） 研发的投入金额（万元）		
2022 年企业针对品牌商品（服务）的 宣传营销投入金额（广告宣传、承办 论坛等，单位万元）		
2022 年企业在商标品牌维权方面的 投入金额（万元）		

截至目前企业主营业务商品（服务）所包含的知识产权数量（件数）	国内有效注册商标	
	马德里商标国际注册	
	专利	
	著作权	
	集成电路布图设计	
	植物新品种	
2022年企业在公益事业、社会责任履行方面的支出总额 (社会关爱、公益环保捐赠等，单位万元)		
2022年企业社会责任的履行情况介绍 (ESG报告、公益项目等)		
获得省部级以上荣誉和主流媒体报道情况介绍		
近年来被国内外知名品牌评估机构公布的品牌价值评价情况		
被认定为驰名商标情况		
近三年因违法违规被认定为商标恶意抢注、囤积、重大不良影响的情况		
近三年因违法违规被行政处罚情况		
对接服务的商标品牌指导站		
企业商标品牌战略制定、商标品牌工作领导机制、商标资产管理体系等情况		
企业海外业务开展、商标海外布局情况		
申报主体意见	(申报企业盖章)	

附件 2

商标品牌优势区域创建专项行动申报表

商标权利人名称（协会、团体等）		
统一社会信用代码		
联系人及联系方式		
区域品牌名称		
商标及注册号		
商标类型 (请填写集体商标、证明商标、普通商标, 若为地理标志请另外注明)		
区域品牌所属领域 (请填写制造业、服务业、农业)		
区域品牌所在地区名称（市、区、县）		
所在地区是否为知识产权强国建设 试点示范市、县、园区 (请填写国家知识产权强市建设示范(或试点)城市/国家知识产权强县建设示范(或试点)县/国家级知识产权强国建设示范(或试点)园区/否)		
区域品牌覆盖的主要商品/服务		
使用区域品牌的企业数量及其中 中小企业数量		
区域品牌产值及对当地 GDP 的 贡献比重		
区域品牌参与制定或采用的标准 (国际、国家、行业)		
2022 年区域品牌宣传投入金额(万元)		
截至 2022 年底, 区域品牌相关 就业人数		
2022 年区域品牌就业人员 年均收入(元)		
2022 年相比上一年度就业人员 年均收入增长率		

2022年区域品牌研发投入金额(万元)			
区域品牌直接相关的专利数量			
2022年区域品牌涉及产业在环境保护方面的总投入金额 (包含企业投入与政府投入, 万元)			
2022年地方政府为区域品牌产业的投入情况 (包含基建、产业扶持基金等)			
获得省部级以上荣誉和主流媒体报道情况介绍			
近年来被国内外知名品牌评估机构公布的品牌价值评价情况			
被认定为驰名商标情况			
近三年因违法违规被行政处罚情况			
对接服务的商标品牌指导站			
商标品牌战略制定、区域品牌工作机制、商标使用管理规则等情况			
区域商标品牌培育、建设和产业发展情况			
申报主体意见	(申报协会、 团体盖章)	所在地县级以上人民政府或行业主管部门意见	(盖章)

注：如有其他有关区域品牌的介绍或总结材料（代表性企业、维权案例、展会宣传、带动产业发展情况等），请附后。

附件 3

商标品牌建设服务指导专项行动申报表

指导站名称		
建设单位		
审批授牌单位		
地址		
联系人及联系方式		
工作人员数量		
经费来源和保障情况		
主要服务地区和服务对象		
业务范围		
近三年服务市场主体数量	2020 年	
	2021 年	
	2022 年	
对接服务参加行动的企业商标品牌		
对接服务参加行动的区域商标品牌		
指导服务工作方案		
申报主体意见	(申报指导站盖章)	

附件 4

推荐名额及比例（2023 年度）

地 区	企业商标品牌 推荐名额	区域商标品牌 推荐名额	商标品牌指导站 推荐名额
北京市	51	12	32
天津市	18	12	15
河北省	28	12	20
山西省	10	8	9
内蒙古自治区	9	10	10
辽宁省	41	14	28
吉林省	21	12	17
黑龙江省	10	8	9
上海市	32	16	24
江苏省	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
山东省	100	80	90
河南省	32	24	28
湖北省	45	24	35
湖南省	39	26	33
广东省	134	58	96
广西壮族自治区	27	16	22
海南省	10	8	9
重庆市	41	20	31
四川省	46	54	50

地 区	企业商标品牌 推荐名额	区域商标品牌 推荐名额	商标品牌指导站 推荐名额
贵州省	8	12	10
云南省	20	20	20
西藏自治区	2	1	1
陕西省	16	20	18
甘肃省	14	8	11
青海省	3	2	3
宁夏回族自治区	6	8	7
新疆维吾尔自治区	13	10	12
新疆生产建设兵团	4	2	3
合计	1112	791	957

- 注：1. 企业商标品牌推荐名额根据各省份（含本省计划单列市，下同）现有国家知识产权优势示范企业总数的 10%和专精特新“小巨人”企业总数的 3%分配。其中，非国家知识产权优势示范企业推荐比例不超过推荐总数的 30%。国务院国资委出资管理的企业及其他中央国家机关部门直属企业由属地推荐，不占当地名额。
2. 区域商标品牌推荐名额按照各省份知识产权强国建设试点示范市、县、园区总数的 2 倍分配。其中，试点示范市、县、园区内的区域商标品牌优先推荐。制造业、服务业品牌原则上不低于推荐区域商标品牌总数的 70%；农业品牌高于 30%推荐的，总数不超过 2 个。
3. 商标品牌指导站推荐名额按照各省份企业和区域商标品牌推荐名额总数的 50%分配。

附件 5

“千企百城”商标品牌价值提升行动推荐表

(省级知识产权管理部门填写)

单位名称 (加盖公章): _____

联系人: _____ 联系方式 (含手机): _____

序号	企业商标品牌名称	申报企业名称	是否为国家知识产权优势示范企业 (国家知识产权示范企业/ 国家知识产权优势企业/否)	所属领域 (制造业/服务业/ 农业)	企业联系人	联系方式
1						
2						
3						
...						

序号	区域商标 品牌名称	申报单位名称 (商标权利人)	所在地区是否为知识产权强国建设试点示范市、县、园区 (国家知识产权强市建设示范(或试点)城市/国家知识产权强县建设示范(或试点)县/国家级知识产权强国建设示范(或试点)园区/否)	所属领域 (制造业/服务业/农业)	申报单位 联系人	联系方式
1						
2						
...						

序号	商标品牌 指导站名称	指导站 所在地区	对接服务参加行动的 企业商标品牌	对接服务参加行动的 区域商标品牌	指导站联系人	联系方式
1						
2						
...						

附件 6

企业商标品牌价值评价参考要点

评价要点	主要内容
一、经济效益	企业使用商标品牌的商品和服务（以下简称品牌商品）销售收入、提高利润、进出口等情况； 开展商标许可、质押融资、作价入股等情况。
二、社会效益	带动就业、促进从业人员增收等情况； 企业履行社会责任、公益捐赠、环境保护等情况。
三、品牌内涵	企业商标品牌及知识产权战略规划编制、机构设置、决策体系、部门协作、人才培养等情况； 知识产权风险防控、纠纷应对等相关制度建设及实践情况； 企业针对品牌商品研发投入，制定或采用先进标准等情况； 企业拥有商标、专利、著作权、集成电路布图设计等知识产权情况； 专利密集型产品备案情况； 商标品牌指导站联系服务企业情况。
四、影响力	企业商标品牌的销售范围、线上线下销售占比、行业排名、市场占有率等情况； 企业商标品牌海外布局、全球市场占比、参加国际展会等情况； 消费者对企业商标品牌的关注度、满意度、忠诚度等情况； 企业对商标品牌的广告宣传、论坛活动等宣传营销投入情况； 企业被认定为国家知识产权优势示范企业、专精特新企业、制造业单项冠军、中华老字号企业等情况；被主流媒体宣传报道、获得荣誉奖项等情况；被国内外知名品牌评估机构评价情况；商标被认定为驰名商标情况； 近期是否产生负面舆情。

附件 7

区域商标品牌价值评价参考要点

评价要点	主要内容
一、经济效益	区域商标品牌的商品和服务(以下简称品牌商品)相关产值、利润、税收、进出口等情况; 开展商标许可、质押融资、作价入股等情况。
二、社会效益	带动就业、促进从业人员增收等情况; 使用区域商标品牌的企业尤其是中小企业数量及增长情况; 带动相关产业发展情况; 公益捐赠、环境保护等情况。
三、品牌内涵	区域商标品牌战略规划编制、行业组织建设、商标品牌管理规则制定及实施等情况; 知识产权风险防控、纠纷应对等相关制度建设及实践情况; 针对品牌商品研发投入,制定或采用先进标准等情况; 区域商标品牌相关商标、专利、著作权、集成电路布图设计等知识产权情况; 专利密集型产品备案情况; 商标品牌指导站联系服务区域商标品牌情况。
四、影响力	区域商标品牌销售范围、线上线下销售占比、行业排名、市场占有率等情况; 区域商标品牌海外布局、全球市场占比、参加国际展会等情况; 消费者对区域商标品牌的关注度、满意度、忠诚度等情况; 区域商标品牌的广告宣传、论坛活动等宣传营销投入情况; 被主流媒体宣传报道、获得荣誉奖项等情况;被国内外知名品牌评估机构评价情况;集体商标、证明商标被认定为驰名商标情况; 近期是否产生负面舆情。