

ICS 03.140

CCS A10

T/HBTA

团体标准

T/HBTA 001-2023

“河北省著名品牌”评价管理规范

Specifications for the recognition of “famous brand in Hebei Province”

2023—4—26 发布

2023—5—1 实施

河北省商标品牌协会 发布

目 次

1 范围	1
2 术语和定义	1
3 申请人.....	2
4 评价机构与原则.....	2
5 评价体系.....	3
5.1 一级指标.....	3
5.2 二级指标.....	3
5.3 三级指标.....	4
6 申请材料.....	5
7 评价方法与评价等级.....	6
7.1 概述.....	6
7.2 评价指标权重确定.....	6
7.3 确定评价等级.....	6
8 评价程序.....	7
8.1 申报.....	7
8.2 形式审查.....	7
8.3 初步审核.....	7
8.4 公示及异议.....	7
8.5 异议裁决.....	7
8.6 评价.....	8
9 证书与标志的使用.....	8
10 管理	8
附录 A.....	11

前 言

本文件根据 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。

本文件由河北省商标品牌协会提出并归口。

本文件起草单位：河北省商标品牌协会、河北师范大学、燕赵都市报、河北省商标事务有限公司、乐仁堂投资集团股份有限公司、河北侯凤梅律师事务所、河北邯郸丛台酒业股份有限公司、河北新世纪红盾资产评估事务所、保定市农产品品牌协会。

本文件主要起草人：庞红军、胡万龙、霍英伟、张琦、史文学、唐树森、刘洋、庞蕾、张巨才、吕海波、唐自纯、陈国良、李鹏亮、郭运芳、孟玉敏。

本文件得到了河北省市场监督管理（知识产权）局有关处室指导，并参考了以下团体标准：江苏省品牌学会 2022 年 7 月 15 日制定的《江苏省著名品牌评价通则》、湖南省商标品牌协会 2023 年 1 月 16 日发布并实施的《湖南省知名品牌评价管理规范》、江苏省商标协会 2023 年 2 月 17 日发布并实施的《江苏省高知名商标评价管理规范》、中华商标协会 2023 年 3 月 22 日发布并实施的《知名品牌品牌评价规范》，在此一并致谢！

引 言

2021年9月中共中央、国务院印发的《知识产权强国建设纲要(2021-2035年)》和2021年10月国务院印发的《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》指出：“实施商标品牌建设工程，建立健全商标品牌推进工作体系，引导行业协会、高校、科研机构等服务商标品牌发展，对品牌质量进行研究、评价、监测”“推动企业实施商标品牌战略，加强中国商标品牌的全球推广，大力培育具有市场竞争力、国际影响力的知名商标品牌”。

2022年7月国家发展改革委等七部门联合印发《关于新时代推进品牌建设的指导意见》；2022年9月河北省人民政府印发《关于全面提升产品质量的若干措施》；2022年11月国家市场监管总局等18部委印发《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案（2023—2025）》；2022年12月中共中央、国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2023—2035）》。上述文件都对深入实施商标品牌战略、积极打造中国品牌、着力加强标准质量品牌建设提出了明确要求。

为贯彻落实《纲要》《规划》《方案》部署和省委、省政府要求，建立健全河北省商标品牌评价工作体系，规范河北省著名品牌评价工作，促进经济社会高质量发展，根据《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国标准化法》以及有关法律、法规、政策，结合河北省商标品牌发展现状和实际需求，制定本文件。

本文件的制定及推广，旨在促进我省商标品牌建设工程实施，进一步提升品牌经济的影响带动作用，为培育具有市场竞争力、国际影响力的河北省著名品牌发挥专业指导作用。

“河北省著名品牌”评价管理规范

1 范围

本文件规定了河北省著名品牌的申请条件、评价机构与规则、评价体系、申请材料、评价方法、评价程序与评价等级、证书与标志的使用以及后续管理等内容。

本文件适用于河北省著名品牌及相关等级品牌的评价认定及管理。

2 术语和定义

2.1 规范性引用文件：

GB/T 19000 质量管理体系 基础和术语

GB/T 21374 知识产权文献与信息 基本词汇

GB/T 29185 品牌 术语

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

2.2 下列术语和定义适用于本文件：

2.2.1 商标 Trademark

用以识别和区分商品或服务来源的标志。任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合。

2.2.2 注册商标 Registered Trademark

经商标局核准注册的商标为注册商标，包括商品商标、服务商标和集体商标、证明商标；商标注册人享有商标专用权，受法律保护。

2.2.3 品牌 Brand

以注册商标为载体，通过抽象化的、特有的、能识别的心智概念来表现其差异性，使之与竞争对手明显区别开来的商业名称或标

志，是具有经济价值、重要影响和广泛吸引力的无形资产，是实现高质量发展、促进高品质生活的重要支撑。

2.2.4 河北省著名品牌 Famous brand in Hebei Province

在河北省境内乃至国内外为相关公众所熟知的，具有高知名度、高影响力、高竞争力的已经注册的经河北省商标品牌协会评价的享有良好市场信誉和显著影响的商标品牌。

3 申请人

3.1 申请人的基本条件：

3.1.1 申请人应当是在河北省行政区域内依法设立的法人、其他组织或者户籍在本省行政区域内的自然人，或者是获得独占使用、排他使用的被许可人。

3.1.2 申请人应为河北省商标品牌协会会员，或正在申请加入河北省商标品牌协会的组织或个人。

3.1.3 注册商标在有效期限内，实际使用的商品/服务应在注册商标核定的使用范围内。

3.2 申请人的产品/服务条件：

——符合国家环保、节能及资源节约要求，代表产业和技术发展方向；

——具有自主知识产权、深刻文化内涵、优秀服务理念和较完善的质量管理体系，创新意识突出，核心竞争力强，市场占有率、品牌知名度和消费者满意度居同行业前列；

——质量稳定，安全可靠，服务水平好，达到行业标准、国家标准、国际标准的相关要求；

——近3年内未发生重大质量、安全、环保责任事故和重大侵犯知识产权或消费者权益事件；使用商品/服务在各级质量监督抽查中无不合格记录。

4 评价机构与原则

4.1 河北省商标品牌协会遴选省内优秀专家，成立河北省著名品牌评审委员会（以下称：评审委）。评审委由河北省内知识产权专家、信用体系专家、管理专家、法律专家、经济财务专家等组成，

负责河北省著名品牌及相关等级品牌的评价初审工作；而后由河北省商标品牌协会会长办公会议审核确定。

4.2 评审委下设办公室（以下称：评审办），负责处理日常工作。

4.3 评价应遵循以下原则：

——科学性原则：发挥专业特长，科学合理地设置评价体系，采用定性与定量相结合的方法，规范评价过程。

——独立性原则：评价公平公正，不受利益相关方干扰，独立开展评价活动，客观形成评价结果，数据真实可信，不带任何形式的偏袒或偏见。

——实地性原则：委托工作人员开展实地调查走访，获得直观映象和第一手资料。

——无偿性原则：评价不收取费用，不实行终身制。

5 评价体系

由 5 个一级指标、16 个二级指标和 30 个三级指标，共 3 个层级构成。

5.1 一级指标

包括法律因素、管理因素、市场因素、财务因素以及社会责任五个方面组成。

5.2 二级指标

5.2.1 法律因素

- a) 商标确权；
- b) 商标品牌维权；
- c) 延展保护

5.2.2 管理因素

- a) 商标品牌管理；
- b) 产品/服务管理；
- c) 创新发展。

5.2.3 市场因素

- a) 资质/荣誉；
- b) 行业地位；

- c) 市场影响;
- d) 广告宣传。

5.2.4 财务因素

- a) 申请人的综合盈利能力;
- b) 参评商标品牌效益。

5.2.5 社会责任

- a) 环境保护;
- b) 社会信用;
- c) 公共责任;
- d) 公益支持。

5.3 三级指标

- a) 商标确权 (5.2.1a) 主要包括以下三级指标:
 - 1) 商标的国内外注册情况;
 - 2) 商标持续使用时间。
- b) 商标品牌维权 (5.2.1b) 主要评价商标品牌维权情况。
- c) 延展保护 (5.2.1c) 主要包括以下三级指标:
 - 1) 驰名商标、老字号、地理标志产品及纳入地方重点商标保护名录等情况;
 - 2) 前瞻性商标注册;
 - 3) 版权、字号、域名等的保护情况。
- d) 商标品牌管理 (5.2.2a) 主要包括以下三级指标:
 - 1) 商标品牌战略实施;
 - 2) 商标品牌管理制度。
- e) 产品/服务管理 (5.2.2b) 主要包括以下三级指标:
 - 1) 产品/服务的承诺;
 - 2) 产品/服务的规范管理。
- f) 创新发展 (5.2.2c) 主要包括以下三级指标:
 - 1) 创新管理机制;
 - 2) 创新及知识产权成果。
- g) 资质/荣誉 (5.2.3a) 主要评价国际、国家、省、市、县级和行业资质/荣誉情况,包括但不限于中国专利奖、国家知识产权示

范企业、国家知识产权优势企业、专精特新“小巨人”及高新技术企业等。

h) 行业地位 (5.2.3b) 主要评价企业规模和行业排名情况;

i) 市场影响 (5.2.3c) 主要包括以下三级指标:

- 1) 相关公众对该品牌的知晓度和满意度;
- 2) 销售区域和市场占有率;
- 3) 商标品牌历史传承和文化建设情况;
- 4) 主导或参与标准制定情况。

j) 广告宣传 (5.2.3d) 主要包括以下三级指标:

- 1) 广告投入情况;
- 2) 宣传推广活动持续时间、程度和地理范围。

k) 申请人的盈利能力 (5.2.4a) 主要包括近 3 年销售额和利税指标。

l) 商标品牌效益 (5.2.4b) 主要包括以下三级指标:

- 1) 参评商标品牌的产品/服务的近 3 年销售额;
- 2) 商标品牌溢价能力;
- 3) 商标品牌价值评估情况。

m) 环境保护 (5.2.5a) 主要评价环保政策的执行情况。

n) 公共责任 (5.2.5b) 主要评价公共责任履行情况。

o) 社会信用 (5.2.5c) 主要包括以下三级指标:

- 1) 重大舆情;
- 2) 行政处罚情况
- 3) 经营异常情况。

p) 公益支持 (5.2.5d) 主要评价开展社会公益活动的情况。

6 申请材料

6.1 申请评价河北省著名品牌, 申请人应当填写《河北省著名品牌评价申请表》, 并按照评价体系内容提交材料, 保证提交材料真实有效。

6.2 两个以上的自然人、法人或者其他组织共有的注册商标, 可以经全体共有人的同意, 推选实际使用人为申请人, 该申请人应

当符合本文件关于申请人资格条件的各项规定。

6.3 申请人在申请评价的同一类别的多种商品/服务上同时使用了多件注册商标的，应当分别提出申请。

6.4 申请人营业执照、事业单位法人证书、社会团体法人登记证书或者自然人的身份证等主体资格证明。

6.5 各种证件、证明文件和证据材料是外文的，应当附送中文译文。

6.6 相关证明材料应当符合下列要求：

a) 审计报告、完税证明和同行业排名(或者市场占有率)证明应当提交原件；

b) 当地政府、有关部门或者行业协会出具的同行业排名(或者市场占有率)证明；

c) 享受各类优惠政策的，应当提供相关证明；

d) 每一销售地区每年 1—2 张有效销售发票复印件或海关出口报关单复印件；

e) 申请评价商标品牌近 3 年的广告投入情况及广告覆盖范围；

f) 其他有关证明材料。

7 评价方法与等级

7.1 概述

河北省著名品牌评价方法，包括以下步骤：

a) 评价指标权重确定；

b) 每项指标分数确定；

c) 综合评价指标计算；

d) 确定评价等级。

7.2 评价指标权重

根据各项指标在综合评价中的关联性，确定各项指标权重，总分数 1500 分（详见《河北省著名品牌评价评分表》）。

7.3 确定评价等级

根据评价评分表所得分数，确定评价等级。数值 1200 分以上，评价为“河北省著名品牌”；数值 1000—1199 分，可评价为“河北

省知名品牌”；数值 800—999 分，可评价为“河北省优秀品牌”；数值在 800 分以下，不予评价。

8 评价程序

8.1 申请

申请人通过电子邮箱 hbzmp@yeah.net 向评审办提交电子材料。

8.2 形式审查

评审办收到申请材料后，对申请人的申报材料是否完备进行形式审查。通过形式审查的，予以受理；未通过形式审查的，告知申请人。

8.3 初步审核

8.3.1 专家评审

评审办组织有关专家和工作人员，对申报材料进行初步评审，并将评审结果报评审委审议。

8.3.2 评审委审议

评审委审议河北省著名品牌及相关等级品牌，须有 2/3 以上委员出席（情况特殊的，可采用线上形式进行）；获得 2/3 以上的委员同意的，为通过初步评审。

8.3.3 会长办公会议审核

河北省商标品牌协会召开会长办公会议，对拟评价的河北省著名品牌及相关等级品牌进行审核确定。

8.4 公示及异议

8.4.1 公示

经审核确定为河北省著名品牌及相关等级品牌的，由评审委通过河北省商标品牌协会官网或相关媒体予以公示，公示期不少于 7 个工作日。

8.4.2 异议

公示期内任何单位和个人都可以以实名方式向评审委提出异议；以非实名方式提出的异议申请，评审委不予受理；异议人提出异议应当具有明确理由，并提交相应的证据材料。

8.5 异议裁决

8.5.1 评审办自收到异议材料之日起 30 日内，对异议事项进行调查核实，提出处理意见，并提交评审委裁决。

8.5.2 评审委采用实名制方式，须由 2/3 以上的委员出席，并经到会 2/3 以上的委员裁决通过。裁决结果由评审办一并通知异议人和申请人。

8.6 评价认定

对公示期满后没有异议的，或经异议裁决，异议理由不成立的，评价认定为河北省著名品牌及相关等级品牌，由河北省商标品牌协会颁发证书、牌匾。

9 证书与标志的使用

9.1 河北省著名品牌及相关等级证书，有效期 3 年，自公告或颁发之日起计算。

9.2 河北省著名品牌及相关等级品牌的标志样式和使用办法，由河北省商标品牌协会制定和公布。

9.3 取得河北省著名品牌及相关等级品牌的所有人、被许可使用人，可以在法律法规允许的范围内，在其评价商品及包装、装潢、说明书、广告等载体上使用“河北省著名品牌”或相关等级品牌字样及标志。未经评价的，任何单位和个人严禁使用该字样及标志。

10 管理

10.1 入库和年报

10.1.1 被评价为河北省著名品牌及相关等级品牌的所有人，纳入河北省著名品牌数据库进行管理，宣传和推介一批重点行业和领域的精品品牌。

10.1.2 评价活动结束后，总结推广全省品牌建设典型经验和做法，形成年度专项工作报告，为政府决策和全省高质量发展提供重要参考。

10.1.3 为掌握品牌建设情况，河北省著名品牌及相关等级品牌的所有人，每年向评审办提供企业年报。

10.2 品牌发展和保护

10.2.1 当品牌所有人的合法权益遭受侵害时，可申请列入河北

省重点商标保护名录，河北省商标品牌协会将配合执法部门做好鉴别和保护工作，并积极做好省外、海外纠纷应对指导服务。

10.2.2 除按本规范规定的河北省著名品牌评价认定外，其他组织和个人不得进行河北省著名品牌及相关等级品牌或类似的认定活动，违者追究责任。

10.2.3 获得河北省著名品牌及相关等级品牌的所有人，可优先推荐国家级品牌奖项以及省政府和地方政府有关奖项。

10.2.4 为高质量推进新时代品牌建设，支持各级政府建立品牌奖励制度和扶持政策，培育品牌标杆，表彰先进单位和个人。

10.3 续延

被评价的河北省著名品牌及相关等级品牌，有效期届满前 6 个月内，可以向评审办提出续延申请，每次续延的有效期为 3 年。

10.4 转让

被评价的河北省著名品牌及相关等级品牌发生转让时，其评价证书自转让时自动失效。

10.5 许可

申请人许可他人使用其评价品牌的，应当自品牌使用许可合同签订之日起 30 日内，报评审办备案。

10.6 变更

有下列情形之一的，申请人可以向评审办提出变更申请，评审办对符合条件的予以变更：

- a) 申请人依法变更注册人名称、地址的；
- b) 国家法律、法规、政策调整导致评价为河北省著名品牌及相关等级品牌的商品名称或者类别发生改变的；
- c) 因申请人合并、分立需要的。

10.7 无效

以欺骗手段或者其他不正当手段取得河北省著名品牌及相关等级品牌评价的，评审委经评审确认，宣告该评价无效并予以公告。

10.8 撤销

评审委收到相关证据，证实出现下列情形之一的，撤销该评价并予以公告：

a) 被评价商品/服务以假充真，以不合格产品冒充合格产品，国家或者省级质量监督抽查中被检出不合格，或者发生安全事故，以及有重大质量投诉并经查证属实的；

b) 被评价商品/服务粗制滥造，虚假宣传，严重损害消费者利益或者造成恶劣社会影响的；

c) 因违反法律法规受到处罚，影响该商标品牌信誉的。

10.9 注销

已评价的河北省著名品牌及相关等级品牌，有下列情形之一的，由河北省商标品牌协会予以注销，收回证书、牌匾并公告：

a) 申请人依法被撤销或宣告无效的；

b) 被评价品牌依法撤销或者注销的；

c) 有效期满未续延的；

d) 发生转让而未重新申请评价的。

附录 A

(规范性)

河北省著名品牌评价评分表

一级指标	二级指标	三级指标	标准分	得分
(一) 法律因素 200 分	1、商标确权	(1) 商标国内外注册情况	30	
		(2) 商标持续使用时间	20	
	2、品牌维权	(3) 商标品牌维权情况	40	
	3、延展保护	(4) 驰名商标、老字号、地理标志产品、重点商标保护名录	50	
		(5) 前瞻性商标注册	30	
		(6) 版权、字号、域名保护情况	30	
(二) 管理因素 200 分	4、商标品牌管理	(7) 商标品牌战略实施	50	
		(8) 商标品牌管理制度	40	
	5、产品/服务管理	(9) 产品/服务的承诺	20	
		(10) 产品/服务的规范管理	30	
	6、创新发展	(11) 创新管理机制	30	
		(12) 创新及知识产权成果	30	
(三) 市场因素 600 分	7、资质/荣誉	(13) 各类资质、评价和荣誉	100	
	8、行业地位	(14) 企业规模和行业排名情况	60	
	9、市场影响	(15) 相关公众对该品牌知晓度和满意度	100	
		(16) 销售区域和市场占有率	120	
		(17) 品牌传承和文化内涵	60	
		(18) 主导或参与标准制定情况	50	
	10、广告宣传	(19) 广告宣传投入情况	60	
		(20) 宣传推广活动持续时间、程度和地理范围	50	
(四) 财务因素 300 分	11、申请人综合盈利能力	(21) 近 3 年销售额和主要利税	100	
		(22) 产品/服务近 3 年销售额	100	
	12、参评商标品牌效益	(23) 商标品牌溢价能力	50	
		(24) 商标品牌价值评估情况	50	
(五) 社会责任 200 分	13、环境保护	(25) 环保政策执行情况	40	
	14、社会信用	(26) 重大舆情	30	
		(27) 行政处罚情况	50	
		(28) 经营异常情况	30	
	15、公共责任	(29) 社会公共责任履行情况	20	
	16、公益支持	(30) 开展社会公益活动情况	30	

全国团体标准信息平台