**附件2：**

**四川知名商标认定指标体系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 |
| 法律因素 | 商标获权 | 商标的注册情况 |
| 商标对应的相关产品或服务联动使用区域品牌、地理标志情况 |
| 商标持续使用情况 |
| 商标使用权的获权 |
| 商标确权 | 商标确权行为情况 |
| 商标维权 | 商标维权情况 |
| 延展保护 | 驰名商标、著名商标、老字号、四川名牌产品、地理标志产品、集体商标、证明商标及纳入地方重点商标保护名录等情况 |
| 认定商标的其他保护情况（版权、字号、域名等的保护情况） |
| 管理因素 | 商标管理 | 商标发展战略及其适宜性 |
| 商标的使用、管理和保护制度 |
| 体系认证 |
| 商标的延展管理与保护 |
| 产品/服务管理 | 产品/服务的承诺 |
| 产品/服务的规范管理 |
| 创新发展 | 创新管理机制 |
| 创新及其知识产权成果 |
| 市场因素 | 市场影响 | 相关公众对该商标的知晓程度 |
| 销售区域的分布情况 |
| 商标文化建设情况 |
| 商标使用的连续性 |
| 相关公众的满意度（口碑） |
| 主导或参与标准制定情况 |
| 广告宣传 | 广告投入情况（根据行业不同，投入比例不同） |
| 宣传推广活动持续时间、程度和地理范围 |
| 市场占有率 | 销售额（量）占比 |
| 行业地位 | 省、市（州）市场监督管理局推荐，相关行业协会推荐 |
| 资质/荣誉 | 国际、国家、省、市级和行业资质/荣誉 |
| 财务因素 | 企业的盈利能力 | 企业的销售额 |
| 企业的盈利情况（根据投入与产出比例，具体分析） |
| 商标效益 | 认定商标的产品/服务的销售额 |
| 认定商标的产品/服务的盈利情况 |
| 商标溢价能力（根据同类产品品牌效应、专利技术等） |
| 商标价值评估情况（知识产权质押融资） |
| 社会责任 | 环境保护 | 环保政策的执行情况 |
| 公共责任 | 公共责任履行情况 |
| 社会信用 | 重大舆情 |
| 行政处罚 |
| 经营异常情况 |
| 严重失信主体名单 |
| 公益支持 | 开展社会公益活动的情况 |

\*“四川知名商标”认定中申请主体提交的所有资料均限定为近三年。