

商标人才库
商标代理职业能力培养大纲
(试行)

中华商标协会人才与教育专业委员会
2023年8月

前 言

本大纲由中华商标协会人才与教育专业委员会组织编制。

本大纲起草单位：中华商标协会、中知倍增科技（北京）有限公司、清华大学法学院知识产权法研究中心、中央财经大学知识产权研究中心、中国政法大学知识产权法研究所、北京工商大学法学院、北京科技大学文法学院公共政策与法律研究中心、北京集佳知识产权代理有限公司、中国贸促会专利商标事务所、阿里巴巴（中国）有限公司、北京万慧达知识产权代理有限公司、北京三友知识产权代理有限公司、北京路浩知识产权代理有限公司、中国商标专利事务所有限公司、超凡知识产权服务股份有限公司、上海宏邦知识产权代理有限公司、武汉捷诚智权知识产权服务集团有限公司、北京东方天健知识产权代理有限公司、罗思（上海）咨询有限公司、北京康信知识产权代理有限责任公司、智信禾（北京）知识产权代理有限公司、北京市金杜律师事务所、上海段和段律师事务所、知域互联科技有限公司、深圳市版权服务中心有限公司、上海弼兴律师事务所、北京英创嘉友知识产权代理事务所、北京市天同律师事务所、北京知果科技有限公司、北京市两高律师事务所、北京天诚联合知识产权代理有限公司、北京康瑞律师事务所。

本大纲参与单位：北京商标协会、深圳市商标协会、中国（武汉）武汉知识产权保护中心、北京市集佳律师事务所、北京大成律师事务所、中国专利代理（香港）有限公司、北京市铸成律师事务所、北京高文律师事务所、浙江裕阳知识产权代理有限公司、深圳市精英知识产权集团有限公司、北京律盟知识产权代理有

限责任公司、北京天驰君泰律师事务所、北京市中伦（上海）律师事务所、三聚阳光知识产权代理有限公司、广东华进律师事务所、华进联合专利商标代理有限公司、北京京成知识产权研究院、上海锦天城（广州）律师事务所、山东千慧知识产权集团、北京文苑知识产权代理有限公司、北京市尚公律师事务所、贝壳找房（北京）有限公司、汉王科技股份有限公司、北京新能源汽车股份有限公司、中知数通（北京）信息技术有限公司、北京摩知轮科技有限公司、北京国爱律师事务所、北京市众鑫律师事务所、北京市维诗律师事务所、北京沛微律师事务所、江苏致邦律师事务所、中伦文德胡百全（前海）联营律师事务所、北京达坤律师事务所、北京三环同创知识产权代理有限公司、武汉鼎灵知识产权管理有限公司、北京市茂源律师事务所、北京征瀛知识产权代理有限公司、麦诺安咨询（北京）有限公司、知产云（北京）科技有限公司、北京知人善用信息技术有限公司、北京倍增知识产权代理有限公司、中科专利商标代理有限责任公司、宿迁市永泰睿博知识产权代理事务所。

本大纲主要起草人：刘春田

马夫、黄晖、来小鹏、杜颖、冯晓青、崔国斌、李顺德、王宾容、王霁霞、吴东平、张豫宁、马家媛、张海燕、张子墨、于泽辉、胡刚、李斌、金高平、党晓林、杨熠、马浩、史建峰、周洪、蒙媛、张晶、刘景玉、余浩、张家绮、苏志甫、娄丽、赵立春、冯筠筠、商家泉、张月梅、吴坚、关永红、王晶、李春、马强、吴琼、楚楠、李江宁、尤佳、吴新华、郝明英、袁鹏程、卢君伟、海洋、王丽琴、孙可文、王卫东、陈作科、余秀昉、佟燕燕、孙智、刘思思、王明阳、吕国良、钟红波、田艳阳、黄卫家、伍立贤、严文、何雪芳、施小雪、钱珠琳、刘莉莎、张小梦、李艳、刘自钦、赵玲。

本标准主要参与人：李勃、杨晓莉、王正志、王晓斐、桑传标、祝明、刘斌、

谷永久、孙庆华、李兵、李侠、黄莺、任川霞、杜剑波、石慧、牛红霞、尹龙植、王桂香、贾静环、向静、周鹏、吴江涛、余永红、李文宇、王志、吕薇薇、吴红霞、毛禾枫、连捷、刘艳锋、黎叶、胡杰、郑露、蒋强、俞智强、沈兰英、杨安进、贾俊颖、赵倩、丛芳、夏艳、张晓华、肖运龙、白昕、韩潇、陈彦蓉、刘秋梅、张锐、马晓艳、杨杰、林海军、蒋远东、郝瑞刚、袁红梅、韩会军、孙红晓、王卫彬、高鑫、杨莎、高源锦、赵欣、李日晖、张怀芹、张磊、徐楠、杨家睦、徐珊、申晖、蔡莲花、周新艳、朱国栋、袁利华、马明星、洪敦福、蔡方方、金美兰、马伟阳、金文博、陈奇、陈臣。

目 录

前 言	I
一、 培养性质与任务	1
二、 培养总体目标	2
三、 具体目标及培养内容	2
(一) 专业基础知识	2
(二) 专业实务技能	2
(三) 专业延伸拓展	4
(四) 专业能力更新	4
四、 培养原则和方式方法	5
(一) 培养原则	5
(二) 培养计划建议	6
(三) 培养形式建议	7
(四) 教材编写建议	7
五、 培养评价	8
(一) 评价目的	8
(二) 评价原则	8
(三) 评价方式	9
(四) 评价标准	9

商标人才库

商标代理职业能力培养大纲

（试行）

为贯彻《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》及《知识产权强国建设纲要（2021—2035 年）》的重要指示精神，落实并执行《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》，加强商标代理专业人员队伍建设，完善商标代理人才培养体系，提升商标代理专业人员的职业能力，促进商标行业的健康有序发展，特编制本大纲。

本大纲适用于商标人才库的人才培养工作。

一、培养性质与任务

创新是引领发展的第一动力，保护知识产权就是保护创新。当前，我国正在从知识产权引进大国向知识产权创造大国转变，知识产权工作正在从追求数量向提高质量转变。商标代理专业人员队伍作为知识产权服务业的重要组成部分，是推动构建创新发展格局的一支重要力量。

人才是第一资源，人才培养是向知识产权创造大国转型的关键，是促进行业健康有序发展的重要基石。商标代理职业能力培养以习近平总书记关于人才的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针，深入落实科学发展观，围绕提升职业能力的根本任务和树立正确职业观念的根本要求，着眼践行社会主义核心价值观，以实务为导向，以理论为基础，培养学员在实际业务中发现问题、分析问题、解决问题和总结问题的能力，为科教兴国战略和人才强国战略服务。

二、培养总体目标

陶冶道德情操，增强职业道德意识，养成职业道德行为习惯，指导学员掌握与职业活动密切相关的法律常识，树立法治观念，增强法律意识；培养学员的商标代理职业能力，使学员掌握商标领域相关知识与职业规范，并能够运用专业知识和专业技能独立完成相应工作任务且满足实际需求。

三、具体目标及培养内容

（一）专业基础知识

1、培养目标

提升学员的法律意识、职业道德水平以及基础职业能力，奠定人才发展基石。传授学员掌握法律规范、行业规范、职业道德规范、商标行业基本情况、商标领域基础知识等事项。

2、培养内容

（1）知识产权基础：包括法学基础、商标权、专利权、著作权、其他知识产权以及竞争法等相关方面的基础知识和理论。

（2）商标行业概况：包括沿革与现状、细分领域、机构情况、工作岗位、工作内容、工作思路与方式方法、收入水平与结构、行业前景、职业成长与发展等相关内容。

（3）商标制度：包括商标的概念与分类、商标的构成、商标的作用、商标基本原则和法律制度、国内外商标体系、我国商标行政机关和审判机关等相关内容。

（4）商标理论与原理：包括商标的权利取得、商标的使用、商标权利的终止、商标维权、商标诉讼、集体商标、证明商标、地理标志、企业名称和商号、域名、未注册商标、商标的国际保护等相关内容。

（5）职业行为规范：包括法律法规、行业自律、道德修养、违法违规及不

良行为的法律责任与后果等相关层面的商标代理职业行为规范。

（二）专业实务技能

1、培养目标

提升学员的实务工作能力，培养专业型人才。传授学员掌握商标代理业务中的工作内容、工作流程、工作规范、操作步骤、操作方式方法、操作要点难点与技巧、文件或材料准备要求、工作原理或法律依据、常见问题等事项。

2、培养内容

（1）商标申请前事务：包括禁止注册与禁止使用条款、商品及服务分类、商标设定及类别项目的选择、商标注册申请前的相同及近似查询、商标相同及近似判定、商品及服务类似判定、注册可行性分析等相关内容。

（2）商标申请及后续事务：包括商标注册申请、商标补正申请、商标审查意见书的答复、商标驳回复审申请、变更商标申请人/注册人名义/地址申请、商标续展注册申请等相关内容。

（3）商标监控：包括商标异议申请及答辩、注册商标无效宣告申请及答辩、撤销连续三年不使用注册商标申请及提供使用证据等相关内容。

（4）商标运用：包括商标使用许可备案、转让/移转申请/注册商标、商标专用权质权登记申请等相关内容。

（5）商标维权（诉讼外）：包括商标侵权行政查处投诉、商标侵权展会投诉、商标海关备案及海关查扣、商标域名注册及争议解决、电商平台投诉、新媒体关键词投诉、恶意投诉应对等相关内容。

（6）商标诉讼：包括商标授权确权行政诉讼、商标侵权民事诉讼、商标侵权刑事诉讼、不正当竞争诉讼等相关内容。

（7）商标国际事务：包括商标国际申请概述、马德里国际注册申请、单一国家及地区申请、境外主体的中国商标事务、申请文件办理程序、国际商标动态

监控、国际商标海外风险预警、国际商标维权等相关内容。

(8) 商标管理：包括风险管理、商标创造、商标布局、商标应用、商标分析、商标保护、品牌经营、证据收集、文档管理、时限管理等相关内容

(9) 专业信息技术：包括实务工作中涉及的软件、应用、互联网产品或服务操作和运用等相关内容。

(三) 专业延伸拓展

1、培养目标

提升学员的专业延伸拓展能力，培养复合型人才。传授学员掌握传统商标代理业务之外的知识和技能，增强学员的职业竞争力，加强学员与企业的衔接，提升学员的工作效率和质量。

2、培养内容

(1) 市场营销：包括商务礼仪、营销管理、消费心理学、产品运营、销售技巧与实务、广告理论与实务、新媒体运营、商务英语等相关内容。

(2) 企业管理：包括企业社会责任、组织行为学、经济学、运营管理、企业经营法律实务、创新与创业管理、人力资源管理与开发、财务报表分析、项目投资决策分析、金融市场运作、数据模型与决策、国际贸易实务、企业战略管理等相关内容。

(3) 公共关系：包括政治学、传播学、社会心理学、国际关系、CI战略、公共关系实务、危机公关、舆情分析、沟通管理等相关内容。

(4) 其他信息技术：包括办公自动化、互联网产品设计与开发、数据采集与分析、云计算与大数据、管理信息系统等相关内容。

(四) 专业能力更新

1、培养目标

提升学员知识与技能的更新速度与更新质量，为人才“保鲜”提供保障。在

专业基础知识、专业实务技能、专业延伸拓展三个层面上协助学员获取最新资讯与专业信息，推动学员紧跟时代步伐与行业先进水平，为学员的业务开展以及职业成长与发展提供辅助和支撑。

2、培养内容

包括社会发展趋势、行业新闻动态、最新案例研究、前沿学术进展与科研成果、技术技能革新与实际运用等相关内容。

四、培养原则和方式方法

（一）培养原则

在落实方向性、科学性原则的前提下，应遵照以下原则进行培养。

1、坚持正确的价值导向。以中国特色社会主义理论为指导，增强职业能力培养的时代感，坚持职业能力培养的社会主义方向，坚决维护法律的权威性和公信力，坚持朴素的正义感，确保思想理论观点和价值取向的正确性，提升从业人员的整体素养。

2、坚持知、信、行相统一。淡化传统的学科体系，精选培养内容，培养必要的知识；帮助学员认同道德规范特别是职业道德和法律规范，逐步内化为自己的信念；引导学员践行职业道德和法律规范，并且付诸实际行动。做到理论与实际相结合，知、信、行相统一。

3、以实务为导向，以理论为基础。紧扣市场的需求，把握未来趋势，结合重要事件、热点问题以及案例研究等相关新闻与动态，培养和传授学员掌握实际业务中的工作内容、工作流程、工作规范、操作步骤、操作方式方法、操作要点难点与技巧、文件或材料准备要求、原理或法律依据、常见问题等事项，用理论指导实践，用实践升华理论，加强学员运用专业知识和专业技能解决现实问题的能力。

4、贴近学员、贴近职业、贴近社会。根据学员的不同情况和不同需求设计

和安排培养内容，以学员的职业成长与发展为本，关注学员的需求，激发学员的兴趣，服务于学员的终身发展，加强培养的专业性、针对性、主动性，提高培养的实效。

5、加强实践环节。转变单向传授的职业能力培养方式，给学员参与、体验、感悟和内化的机会。充分发挥学员的主体作用和主观能动性，注重引导学员在实践中思考、学习和探究。

（二）培养计划建议

1、培养计划设计依据

培养计划的相关内容系参照商标人才库《商标代理职业能力评价标准》中对商标代理职业能力的等级划分。

2、培养计划详情

培养内容		适用等级建议
专业基础知识	知识产权基础	三级以下、三级、二级
	商标行业概况	三级以下、三级、二级
	商标制度	三级以下、三级、二级、一级
	商标理论与原理	三级以下、三级、二级、一级
	职业行为规范	全部
专业实务技能	商标申请前事务	三级以下、三级、二级、一级
	商标申请及后续事务	三级以下、三级、二级、一级
	商标监控	三级以下、三级、二级、一级
	商标运用	三级以下、三级、二级、一级
	商标维权	三级以下、三级、二级、一级
	商标诉讼	三级以下、三级、二级、一级
	商标国际申请注册	三级以下、三级、二级、一级
	商标管理	全部
	商标信息技术	三级以下、三级、二级、一级
专业延伸拓展	市场营销	全部
	企业管理	全部
	公共关系	全部
	其他信息技术	全部
专业能力更新		全部

（三）培养形式建议

1、从学员的思想和工作生活实际出发，结合学员的认知水平、知识结构、专业能力、年龄特征，以及经济社会发展状况和具体培养内容，遵循学员的认知规律和职业能力发展规律，选择适当的培养方法。

2、内容深入浅出，寓教于乐，循序渐进，多用鲜活通俗的语言，多用生动典型的事例，多用喜闻乐见的形式，多用疏导的方法、参与的方法、互动的方法，增强吸引力和感染力。

3、注重运用“在做中学”的实践方法，加强实地调研与探访形式的学习，鼓励培养方法的创新，积极利用现代科学技术手段进行培养。

4、授课者应发挥主观能动性，充分开发利用相关资源，从实际出发，精心设计、精心准备、精心组织、追求实效，对学员给予认真、及时、有效的指导，重视现代培养手段的使用和开发，注重引导学员将职业道德、专业知识、专业技能运用于实践。

5、结合重要事件、热点问题以及案例研究等相关新闻与动态，组织线上线下开展如论坛、讲座、专题进修、研讨会、交流会等多形式、多维度、多渠道、多载体的各类职业能力培养活动。

（四）教材编写建议

教材编写应以本大纲为基本依据。

1、教材的编写应注重实务操作与业务实践，贯彻商标代理职业能力培养的任务与目标，贴合培养内容与要求，着力于提升学员的法律意识、职业道德水平和实际工作能力。

2、教材的编写应适应市场的实际需求，体现商标代理职业能力培养的内容与特点。充分考虑学员的能力水平，符合学员的认知规律。同时，应为授课者和学员提供满足培养需要的讲义、习题等教辅材料，以及多形式、多介质、多媒体

数字化教学资源。

3、教材的名词术语、文字、符号、数字、公式、计量单位等运用要准确、规范、统一，符合我国相关标准与规范。

4、教材的体例应体现工具性，方便学员快速查找所需知识点和工作方法。

5、教材的内容和排版应注重易读性，呈现形式上应图文并茂，符合学员的阅读心理与阅读习惯。

6、教材的案例选取应注重内容的价值取向，反映科技进步与社会发展的趋势。案例选取应该具有时代性和典范性，文质兼美，类型多样，能激发学员的学习兴趣，提升学员职业能力。

7、教材应具备足够的开放性、拓展性和弹性。要考虑不同地区、不同岗位、不同学员水平、不同培养模式和授课形式等不同情况和不同需求，在合理安排培养内容的基础上，为授课者留有开发的余地，也为学员留有选择的空间，以满足不同学员在不同情况下的不同需求。

五、培养评价

（一）评价目的

通过评价，了解培养目标是否达到、培养方法是否有效。让学员了解自己的学习水平，反思学习方法是否科学有效，以便发扬成绩、找到差距、明确方向；让学员看到自己的进步，由此产生成就感，激励自己更好地学习、更快地进步。使授课者透过评价效果反思自己的“教”，以便发扬成绩，改正不足，及时调整和改进授课。

（二）评价原则

评价应遵循以下原则：客观、公平、公正；激励学员进步和培养方法的创新；全面评价；形成性评价与终结性评价相结合；定性评价与定量评价相结合；既评

价学员的“学”又评价授课者的“教”。

其中，全面评价要求对学员从知、信、行三个维度予以评价，尤其重视评价学员运用专业知识和专业技能解决问题的能力，以及日常行为表现和良好习惯的养成。

（三）评价方式

评价学员的“学”，包括但不限于对学员学习效果进行评价考核、学员自评、相关商标代理机构评价等方式。

评价授课者的“教”，包括但不限于听取学员反馈意见、授课者自我总结、相关商标代理机构评价、征求其他授课者意见、培养督导评估等方式。

（四）评价标准

学员“学”的评价分为认知水平评价和运用能力评价。认知水平分为“了解”和“掌握”两个层次。“了解”指对有关知识和原理具备一定的记忆，能够再认或再现，并有较为系统的领会与认识；“掌握”指对有关知识和原理能较全面、较深入地把握，并能在“了解”的基础上能结合相关理论对实际问题进行解释、论述、分析。运用能力指在实际工作中解决问题的能力，包括科学、合理地进行商标确权、监控、运用、维权、管理、服务等能力。

授课者“教”的评价，包括授课者对培养定位的把握、培养原则的贯彻、培养内容的理解、授课资源的开发、授课方法的选择和运用、授课过程的把控、学员积极性的调动以及培养效果是否良好等维度。