

附件

工商总局办公厅关于请协助推荐 第二届“中国商标金奖”候选单位的函

最高人民法院、公安部、国资委、海关总署办公厅

最

创新能力，提升企业培育自主品牌，争创世界知名品牌的

上述标准。

（二）商标保护和推广计划与标准

发挥自身职能，提高社会公众的商标意识，推动制定
区和行业商标战略；

熟悉商标法律和相关专业国际条约，积极指导和帮助企业申请
及国际注册。统计企业商标数量、品牌知名度、

效益。

（三）品牌建设与推广计划

制定品牌建设与推广计划，明确品牌建设与推广的

目标、任务、措施、责任分工、时间节点等。

（四）品牌建设与推广计划实施情况

品牌建设与推广计划实施情况，包括品牌建设与推广

计划实施情况、品牌建设与推广计划实施效果、品牌

建设与推广计划实施过程中存在的问题及改进措施等。

（五）品牌建设与推广计划实施成效

品牌建设与推广计划实施成效，包括品牌建设与推广

计划实施成效、品牌建设与推广计划实施效果、品牌

建设与推广计划实施过程中存在的问题及改进措施等。

（六）品牌建设与推广计划实施总结

品牌建设与推广计划实施总结，包括品牌建设与推广

计划实施总结、品牌建设与推广计划实施效果、品牌

建设与推广计划实施过程中存在的问题及改进措施等。

全部满

分

1. 充分

发挥品牌

商标品牌

维护品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

品牌品牌

先进单位或者个
和商标运用奖名

— 2 —

如没有合适的推荐对象，也可以不推荐。

评选表彰要面向基层和工作一线，不得选副司级或者相当于司局级及以上单位。商标保护奖推荐对象为个人的，原则上应为处级以下干部。

各单位已经根据2015年2月《工商总局办公厅关于清明期间

二、推荐评选程序

各单位推荐一位组织推荐候选对象，经推荐委员会审定后同社会公示后确定推荐名单。国家工商行政管理总局、世界知识产权组织将确定最终获奖名单。《中国商标金奖》的每年。

获奖结果将在工商总局官方网站及工商总局商标局网站等

2015年7月15日前将推荐材料报送至下列邮箱或传真

在收到材料后在有效期内不能逾期报送。

电话：010-62061111

中国工程建设项目招标投标发展研究报告
国家工商行政管理总局商标局



| | |
|----------------|---|
| 第一章 总论 | 1 |
| 第一节 招标投标的发展概况 | 1 |
| 第二节 招标投标的法律法规 | 1 |
| 第三节 招标投标的行政监管 | 1 |
| 第二章 招标投标的参与主体 | 1 |
| 第一节 招标人 | 1 |
| 第二节 投标人 | 1 |
| 第三节 招标代理机构 | 1 |
| 第四节 评标委员会 | 1 |
| 第五节 公共资源交易中心 | 1 |
| 第三章 招标投标的运作程序 | 1 |
| 第一节 招标 | 1 |
| 第二节 投标 | 1 |
| 第三节 开标 | 1 |
| 第四节 评标 | 1 |
| 第五节 定标 | 1 |
| 第六节 合同管理 | 1 |
| 第四章 招标投标的争议解决 | 1 |
| 第一节 行政复议 | 1 |
| 第二节 行政诉讼 | 1 |
| 第三节 仲裁 | 1 |
| 第四节 民事诉讼 | 1 |
| 第五节 刑事附带民事诉讼 | 1 |
| 第五章 招标投标的信息化建设 | 1 |
| 第一节 招标投标信息化的意义 | 1 |
| 第二节 招标投标信息化的现状 | 1 |
| 第三节 招标投标信息化的发展 | 1 |
| 第六章 招标投标的国际化 | 1 |
| 第一节 招标投标国际化的意义 | 1 |
| 第二节 招标投标国际化的现状 | 1 |
| 第三节 招标投标国际化的发展 | 1 |
| 第七章 招标投标的展望 | 1 |
| 第一节 招标投标的发展趋势 | 1 |
| 第二节 招标投标的对策建议 | 1 |