

宗旨陈述

国际商标协会 (INTA) 是由商标所有人和专业人士组成的全球协会，致力于支持商标及相关知识产权，以保护消费者并促进公平、有效的贸易。

战略方向

I. 商标保护

INTA 的主要战略方向与其宗旨一致，即倡导积极执行保护商标的有力法律，以便：(1) 商标所有人能有信心地营销他们的产品和服务，并保护消费者免受假冒伪劣及其他未经授权产品的侵害；且 (2) 顾客及消费者能依靠商标来区分市场中的产品及服务来源。

一致性 - 如在各司法管辖区形成一致，则有力的法律和执法程序将更为有效，因为商标所有人可以少受各种导致不确定性、混乱及违反当地法律法规的变数所拖累。一致性还在日益全球化的市场中为消费者提供了更广泛的跨境保护。这一目标意味着支持促进一致性的条约和其他形式的法律法规，并运用模范条约规定、模范法律及模范商标审查指南，实现更高的一致性并与实践相融合。

互联网 - 我们正处于数字世界发展的初期阶段，而且互联网带来的挑战，例如由于社交媒体快速增长而带来的挑战，以及互联网对知识产权影响的挑战，都将继续发生变化。这一目标意味着 INTA 将：(1) 在这些互联网带来的新挑战对商标产生影响时，在 INTA 的宣传倡导中并入面对挑战的反馈；(2) 参与互联网名称与数字地址分配机构 (ICANN) 对互联网域名系统 (DNS) 的管理，包括应对互联网域名系统的扩张带来的挑战；(3) 努力对抗网络造假和其他威胁的扩张，避免危及商标及其品牌的诚信度。

宣传 - 互联网、先进的数据库及新技术的发展为 INTA 提供了重要的工具，可用于向立法者和其他决策者展示观点。同时，INTA 的公司成员宣传对他们公司利益有重要意义的问题。本目标意味着 INTA 将通过调查和部署自己的数据库，加强与会员的宣传关系，从美国国会和欧洲议会成员开始，使全球立法行动高效并协调。

战略方向 (续)

II. 沟通

主要战略方向制定的宣传有效性将在很大程度上取决于 INTA 的传播计划，该计划必须至少有三个组成部分：(1) 一项充满活力的计划，说明商标及相关形式的知识产权给消费者、国家经济和全社会带来的益处；(2) 一份针对 INTA 会员及其各种非会员地区的 INTA 公共政策立场的清晰阐述；以及 (3) 一份关于 INTA 的价值、活动计划及在线资源的精练易懂的解释。

社交媒体 - 虽然 INTA 必须继续运用传统沟通工具和途径，但是对于许多关键的商标问题，INTA 在目前和将来均会运用相对较新的社交媒体工具来进行讨论。这一目标意味着 INTA 将通过网站和其他方式，增加对社交媒体的运用，来与会员、政府官员、消费者及其他公共利益相关者沟通并协助他们增进对社交媒体的了解。

III. 国际拓展

INTA 广泛的全球触角是其优势之一，且 INTA 在许多方面支持其国际会员。进一步的国际拓展将支持：更有针对性的宣传倡导；与当地商标局和国家或地区协会发展更稳固的关系；在全球更多地区推行更多的教育性计划；以及通过日益增长的国际会员体系进行更有意义的参与。上海和布鲁塞尔办事处的开设对推进 INTA 在中国和欧洲达成使命极为重要。这一目标意味着布鲁塞尔办事处的扩大、在中国北京增加额外的人力资源，以及 INTA 在日本、东南亚、拉丁美洲和印度等办事处的设立。

IV. 会员满意度

成为 INTA 会员的益处包括：有机会通过宣传和委员会工作来制定商标政策；接受 INTA 教育课程提供的培训；优越的网络；以及可以获取易于访问且结构清晰、完整、准确、最新的网络资源。区分 INTA 会员——支付会费的企业和事务所——和独立活跃于 INTA 中的志愿者，这项战略方向旨在：(1) 向企业和事务所决策者宣传参与 INTA 志愿者事务的价值；及 (2) 为志愿者创造新机遇，促进他们对 INTA 的成功作出贡献，并促进他们自身在商标界的职业发展。