

任务描述

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，致力于支持商标和相关知识产权（Intellectual Property, IP），促进消费者信任、经济增长和革新。

战略方向

作为非盈利协会，INTA 的作用是积极提倡品牌的经济和社会价值，成为受信任和有影响力的组织，为协会成员和社会服务。为充分发挥这一作用，INTA 将以下战略方向作为重点：

1. 提升商标和品牌价值

商标和相关的知识产权是商品和服务的来源与品质的标志。它们本身又使品牌更加稳固。品牌包含了驱动企业战略、文化及向消费者和社会提供的产品的愿景。品牌是信任之舟、营销工具和金融资产。

商标和相关知识产权保护。企业和消费者需要强大的法律、有效的注册和保护机制，以及训练有素和设备精良的知识产权办公室和登记处。一致性、可预见性和费用经济的登记程序是 INTA 成员优先考虑的事项。INTA 将加强与立法机构的互动、拥护更强大的法律，以及为行政办公室和登记处提供支持，以便为企业和消费者打造强有力的商标和相关知识产权保护的框架。

协调法律并统筹实践。INTA 将继续支持国际公约及其他形式的法律、法规，以及规则和实践的协调，让商标和知识产权保护变得更简单，同时更好地实现保护。INTA 将成为最佳实践的促进者，以及思想和解决方案的交流平台，确保更加一致和可靠的法律环境。

执行。如果没有适当的执行机制，强大的法律和有效的登记系统都是没有用的。全球化以及社交媒体、移动媒体、物联网和多媒体渠道的发展，对于企业和消费者来说既是机遇也是挑战。线下线上的造假继续成为高盈利性业务，直接影响消费者安全，冲击 GDP、就业和社会福利。INTA 将不遗余力地倡导有效的执行机制，通过与立法机关、司法机关、海关、执法和侦查机构合作，走在打击假冒伪劣的第一线。INTA 将继续通过以下方式与法院合作：申请法院临时法律顾问，全面讲解和传达品牌对于企业、消费者和社会的价值。

品牌的商业价值。品牌决定公司的人员聘用、推向市场的产品和服务、传递给客户的信息以及使用的渠道。要成为品牌整体研究的一部分，商标和知识产权专家应了解和提升品牌价值，以及品牌作为交流、营销和金融资产的潜力。INTA 将为其成员提供相应的工具来展示品牌价值，以及成员所做的工作如何影响品牌价值。

II. 加强消费者信任

消费者会长期依赖他们信任的品牌。但是，品牌与消费者之间的关系已发生了变化。品牌已成为他们所处环境的产物。INTA 将继续详细地论证品牌服务于品牌所有者、消费者和社会的利益。

强化商标作为信息源、品牌作为交付承诺的作用。 INTA 将监控立法趋势和举措，防止威胁品牌所有者产权和消费者在做出购买决定时的知情权，例如标准化包装还是素面包装，并将倡导对消费者而言更安全的互联网。INTA 将与消费者组织合作，共同宣传品牌对于消费者信息和安全的重要性。

向经济体和社会传达品牌贡献。 INTA 将通过经济研究和多种传达方式，推广知识产权的积极方面，即它对全球 GDP、就业和社会福利的贡献。INTA 将加强与非知识产权媒体的沟通，让公众更好地理解知识产权。鉴于许多经济体依赖于中小型企业（SME）和企业家，INTA 将支援其 SME 和企业家成员，并强调品牌保护的重要性，无论企业规模是大是小。

品牌资产。 企业或个人拥有他们的商标及相关的知识产权。消费者通过比以前更多的方式影响品牌及其资产如何发展。INTA 将为消费者协会、专业组织和学术界构建桥梁，成为品牌资产交易的一部分。

III. 接受创新和变革

创新赋予灵感。企业和消费者接受创新的速度比以前更快。消费者价值和需求也在不断变化。INTA 将监控变革和创新，评估其对品牌的影响，并为成员提供支持和价值。

将变革作为科技、创新和不断转变的消费者需求和价值的作用结果来进行评价。 INTA 将通过不同的委员会和特别小组分析变革、研究品牌与创新之间的相互关系，并评估对品牌所有者的潜在影响。INTA 将成为思想领导平台，内容涉及变革、成员如何充分抓住机遇和避免创新及变革带来的挑战。

对成员进行品牌创新、科技和变革的影响方面的教育。 INTA 将通过教育、资源和交流，继续成为其成员进行讨论和知识分享的论坛。这将进一步使 INTA 得出关于影响企业和消费者当前及未来商标和知识产权相关问题的意见或建议。

为成员提供有价值的创新服务。 创新和科技也影响着协会。INTA 将充分利用创新和科技，认清趋势和机遇，在组织和个人层级为成员提供更优秀的服务。

INTA 将通过在纽约、华盛顿、布鲁塞尔、智利圣地亚哥、上海、新加坡的办公室，在日内瓦、新德里的代理人及遍布 187 个国家/地区的成员，抓住全球推广、交流、教育和网络化的机遇紧跟这些战略方向。INTA 将继续增加成员人数和影响范围，服务于全球所有成员。