ICS 03.140
CCS A00

中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

商品交易市场知识产权保护规范

Commodity trading market intellectual property protection specification

(点击此处添加与国际标准一致性程度的标识)

（征求意见稿）

（本草案完成时间：2021 年 9 月 3 日）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX－XX－XX 发布　　XXXX－XX－XX 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会　发布

目　　次

前　　言 II
1 范围 1
2 规范性引用文件 1
3 术语和定义 1
4 管理职责 2
4.1 市场经营管理者 2
4.2 要求商户做出的承诺 2
4.3 知识产权保护方针 3
4.4 知识产权保护目标 3
4.5 知识产权保护体系 3
5 运营管理 3
5.1 市场准入 3
5.2 商品采购及销售管理 4
5.3 知识产权诚信管理 4
5.4 知识产权侵权处理 4
6 知识产权侵权处理 4
6.1 侵权通知发出 4
6.2 侵权通知受理与处置 5
6.3 知识产权纠纷解决机制 6
7 资源保障 7
7.1 总体要求 7
7.2 组织保障 7
7.3 财务资源 7
7.4 信息和知识资源 7
7.5 合作关系管理 8
8 评价与改进 9
8.1 概述 9
8.2 内部评审 9
8.3 外部评审 9
8.4 改进与提高 9
附　录　A　（资料性）　市场知识产权保护办法参考模板 10
附　录　B　（资料性）　商品交易市场范围和类型 12
参　考　文　献 14

前　言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则　第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由国家知识产权局提出。

本文件由全国知识管理标准化技术委员会（SAC/TC 554）归口。

本文件起草单位：。

本文件主要起草人：。

商品交易市场知识产权保护规范

1 范围

本文件规定了商品交易市场知识产权保护的通用要求。

本标准适用于商品交易市场活动的相关方，包括：

a） 建立并持续完善商品市场知识产权保护体系的商品交易市场经营管理者；

b） 为商品交易市场建立知识产权保护体系提供相关咨询服务的机构；

c） 针对商品交易市场的知识产权保护体系提供评测的机构。

本标准覆盖的商品交易市场相关知识产权，包括：

——专利权；

——商标权；

——著作权；

——植物新品种权；

——集成电路布图设计权；

——地理标志权；

——商业秘密；

——其他知识产权。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商品交易市场 commodity trading market

有固定场所、设施，有若干经营者入场经营，分别纳税，由市场经营管理者负责经营管理，实行集中，公开商品交易的场所。

注1：与商品交易市场对应的还有技术市场、劳动力市场、信息市场、金融市场等；

注2：商品交易市场具备商品可选性强、批发/零售兼顾、交易量大、信息交换迅捷等特点。

3.2

知识产权保护体系 intellectual property protection system

为实现知识产权保护而建立的组织运行体系。

3.3

市场经营管理者 market manager

为商品交易提供场所并实施管理、服务或受委托实施管理、服务的组织。

3.4

商户 seller

销售商

入驻商品交易市场从事商品批发、零售的组织。

注：包括商品交易市场自营者和入驻商品交易市场的商户。

3.5

供应商 supplier

为商品交易供应商品的组织。

3.6

知识产权 intellectual property rights

自然人或法人对其智力活动创造的成果依法享有的权利，主要包括专利权、商标权、著作权、集成电路布图设计权、地理标志权、植物新品种权、未披露的信息专有权等。

[来源：GB/T 33250-2016，3.1.1]

4 管理职责

4.1 最高管理者

市场经营管理者的最高管理者应发挥其对商品交易市场知识产权保护的领导作用，对知识产权保护工作做出承诺并承担以下职责：

a) 知识产权保护体系与商品交易市场的业务战略保持一致，并将知识产权保护融入到业务流程中；
b) 为知识产权保护体系建设提供经费、组织、制度等保障措施；
c) 为商户提供及时、高效的知识产权保护顾问、咨询等专业服务；
d) 为商户的专利、商标、版权等知识产权保护提供相关支持性服务；
e) 开展知识产权宣传和培训；
f) 建立知识产权保护体系的有效沟通机制；
g) 以身作则，率先垂范，提升知识产权战略意识、风险意识和保护意识；
h) 建立知识产权保护的奖惩机制；
i) 建立知识产权举报投诉和纠纷处理机制。

4.2 要求商户做出的承诺

市场经营管理者应要求入驻的商户签订知识产权承诺书，承诺内容包括：

a) 不销售假冒或侵犯专利权、商标权、著作权、地理标志等知识产权的商品；
b) 健全与知识产权相关的退换货制度；
c) 缴纳知识产权诚信经营保证金；

d) 严格遵守市场管理制度，诚信经营，坚决维护正常秩序确保消费者权益不受侵犯。做知识产权良好经营者。

e) 若违反以上承诺，同意接受市场按照知识产权管理相关规定进行处理。

4.3 知识产权保护方针

市场经营管理者应制定知识产权保护方针，形成成文信息，用于总体指导市场建立并持续改进知识产权保护体系，并确保：

a) 与商品交易市场的知识产权保护战略保持一致；

b) 在持续适宜性方面得到评审；

c) 能得到相关方的理解和有效执行。

4.4 知识产权保护目标

商品交易市场经营管理者应根据业务战略设定商品交易市场的近期目标和年度目标。知识产权保护目标的设定，应考虑：

a) 可考核，并与知识产权策略保持一致；

b) 市场在本地区本行业的影响力，主要包括市场规模、商户数量、市场年度成交额等；

c) 专业市场（见附录B）经销商品或主营产业的知识产权类型；

d) 市场内所经销商品的侵权行为易发性。

4.5 知识产权保护体系

4.5.1 总体要求

商品交易市场经营管理者应按照本文件的要求，建立并持续改进知识产权保护体系，形成知识产权保护体系手册。

4.5.2 知识产权保护体系文件

为商品交易市场知识产权保护体系形成文件，包括但不限于：

a) 制定知识产权保护方针和目标（相关要求见4.4、4.5）；

b) 建立或明确知识产权管理机构（相关要求见7.2）；

c) 建立经营管理过程中的知识产权保护制度（参见附录A）：

1) 知识产权信息管理制度，包括准入环节商户的知识产权承诺制度、商户入驻时的商品索证程序、知识产权商品备案制度、知识产权保护档案管理制度、运营管理中的侵权信息收集和公开制度等（相关要求见 5.1、7.4）；

2) 知识产权商品日常检查管理程序（相关要求见 8.2）；

3) 知识产权诚信管理制度（相关要求见 5.3）；

4) 知识产权侵权处理制度（相关要求见 5.4）；

5) 先行赔付制度；

d) 为知识产权保护体系提供人员、经费、信息等方面的资源和支持；（相关要求见第 7 章）

e) 建立评价和改进制度（相关要求见第 8 章）。

5 运营管理

5.1 市场准入

在商户入驻环节，市场经营管理者应满足以下管理要求：

a) 与商户签订知识产权承诺书，告知商户有关知识产权诚信经营的事宜；
b) 在商户入驻环节实施商户知识产权商品索证程序，要求商户根据专业市场类别提交相应的证明材料：
   1) 统一社会信用代码证；
   2) 注册商标、专利证书、地理标志产品商标授权以及相关转让或许可合同等证明材料；
   3) 强制性认证产品认证的证书。
c) 要求商户填报知识产权备案表，对标注知识产权标识的商品进行确认和登记，记录商品知识产权信息，建立市场内商品的知识产权数据库或者数据台账；

5.2 商品采购及销售管理

市场经营管理者宜指导市场内的商户在商品采购及销售环节做好下列工作：
a) 商户采购商品时，向供应商索取营业执照、经营许可证、生产许可证等资质证明材料，并索要商品发票或收据；
b) 针对涉及知识产权的商品或服务，商户宜提供相应权利证明，并在显著位置予以公示；
c) 市场经营管理者对商户提供的权利证明建立管理档案。

5.3 知识产权诚信管理

市场经营管理者应制定知识产权诚信制度，褒扬诚实守信、合法经营、遵守知识产权法律法规的销售商，惩戒失信违法、违反知识产权法律法规的经营商：
a) 对知识产权保护状况良好的商户，可通过“榜上有名”、颁发“知识产权示范店铺”称号、提供小额信用贷款、减免租金等方式给予表彰和奖励；
b) 对知识产权保护状况较差的商户，可将不诚信经营商户“列入黑名单并进行曝光”“取消示范或相关政策支持”等方式给予警告和惩戒；
c) 对知识产权侵权纠纷频发、侵权行为恶劣的商户应实行退出机制。

5.4 知识产权侵权处理

市场经营管理者应制定知识产权侵权处理制度，应包括：
a) 建立投诉举报渠道（相关要求见6.2.1）；
b) 侵权处理流程（相关要求见第6章）；
c) 纠纷处理流程（相关要求见6.3）；
d) 纠纷预防流程相关要求见7.2.3）；
e) 知识产权维权援助。

6 知识产权侵权处理

6.1 侵权通知发出

6.1.1 概述

市场经营管理者应在市场醒目位置公布纠纷处理流程，权利人、利害关系人或消费者认为其合法权利受到损害时，可通过6.2.1规定的受理渠道向市场经营者发送通知，要求市场经营者采取必要措施，以避免造成进一步侵权损失。

6.1.2 侵权通知的通用要求

侵权通知内容应包含：

——知识产权权利证明；
——知识产权权利人的真实身份信息和联系方式；
——申诉人的姓名、联系方式；
——被申诉人的名称、地址；
——能够实现准确定位的涉嫌侵权商品、服务或内容的信息或网址；
——通知真实性的书面保证；
——申诉的要求、理由；
——构成侵权的初步证据。
——通知真实性的书面保证；
——申诉日期。

6.1.3 涉及专利权的侵权通知

涉及专利纠纷的侵权通知，构成侵权的初步证据还应包含技术特征或设计特征对比的说明。
涉及实用新型专利和外观设计纠纷的侵权通知内容，还应包含：
——实用新型或者外观设计专利权评价报告；
——专利权评价报告或无效宣告请求审查决定书。

6.1.4 涉及商标权的侵权通知

涉及商标纠纷的侵权通知，构成侵权的初步证据应包含判断商标侵权的说明。

6.1.5 涉及著作权的侵权通知

涉及著作权纠纷的侵权通知，构成侵权的初步证据应包含判断著作权侵权的说明。

6.1.6 涉及其他知识产权的侵权通知

涉及地理标志、商业秘密、植物新品种、集成电路布图设计、其他知识产权的侵权通知，应包含构成相应侵权的初步证据。

6.2 侵权通知受理与处置

6.2.1 受理渠道

市场经营者应建立畅通的线上线下知识产权侵权通知受理渠道，并在显著位置公示受理渠道信息：
——投诉受理联系电话；
——投诉受理电子邮箱；
——投诉受理信函地址；
——知识产权投诉举报热线。

6.2.2 侵权通知受理和审查

市场经营者在收到侵权通知后，应及时记录举报投诉人信息、举报投诉事项、请求事项，并保存举报投诉人提供的证据，同时完成对侵权通知是否符合要求的初步审查：
——对侵权通知是否具备形式要件进行审查；
——以一般判断能力进行实质性审查，排除明显不构成知识产权侵权的侵权通知。

6.2.3 侵权通知处置及结论

6.2.3.1 采取必要措施

市场经营者在收到合格侵权通知后，如果认为知识产权权利人已提供了充分的证据材料，应根据受侵害权利的性质、侵权的具体情形和技术条件，及时采取必要措施，包括但不限于：

——要求被通知人对侵权通知作出回应；

——将所涉及商品责令商户立即下架；

——冻结侵权商户保证金，用于确保潜在的知识产权侵权所造成损失的赔偿；

——将相关情况报告知识产权行政主管部门。

6.2.3.2 转发通知

市场经营者在收到合格侵权通知后，应及时将该侵权通知转送被诉商户。

6.2.3.3 规制恶意通知

对于通知人发送的恶意通知，市场经营者可不予处理。如市场经营者基于通知及不侵权声明认定为恶意通知时，对已采取的必要措施，应及时终止。

恶意认定可考量下列因素：

——提交伪造、变造的权利证明；

——提交虚假侵权对比的鉴定意见、专家意见；

——明知通知错误仍不及时撤回或者更正；

——反复提交错误通知等。

6.2.3.4 不存在侵权行为声明

收到侵权通知的商户，如果自认为不存在侵权行为，可向市场经营者提交不存在侵权行为声明，应满足下列要求：

a) 提交不存在侵权行为声明的渠道

市场经营者应建立不存在侵权行为声明接收及转送的线上线下渠道。

b) 不存在侵权行为声明的内容

商户向市场经营者提交的不存在侵权行为声明一般应包括：

——商户的真实身份信息；

——权属证明、授权证明等不存在侵权行为的初步证据；

——声明真实性的书面保证；

——其他证明材料。

6.2.3.5 确认不侵权

市场经营者应对不存在侵权行为声明进行审查，排除明显不能证明声明人行为合法性的声明。如果经过判定不存在侵权行为，应及时终止所采取的必要措施。

6.2.3.6 确认侵权

市场经营者经过判定确认侵权行为存在时，应继续保持所采取的必要措施。

6.3 知识产权纠纷解决机制

市场经营者宜建立知识产权纠纷多元解决机制：

——通过协商和解，请求消费者组织、行业协会或其他依法成立的调解组织调解；

——向有关部门投诉、提请仲裁，或者提起诉讼等方式解决；

——对复杂的知识产权纠纷，宜引入第三方专业机构参与评审。

——商品交易市场可建立知识产权管理系统，协助市场经营管理者、商户、消费者管理知识产权、解决知识产权纠纷。

7 资源保障

7.1 总体要求

市场经营管理者应提供相关配套的资源，保障知识产权工作的有效实施。

7.2 组织保障

7.2.1 机构与职责

商品交易市场管理者应建立知识产权管理机构，并配备专业的专职或兼职工作人员，或委托专业的服务机构代为管理，并承担以下职责：

a) 制定商品交易市场的知识产权管理规章制度；
b) 本市场知识产权日常管理工作；
c) 配合知识产权行政机关、司法机关开展知识产权管理、执法活动；
d) 知识产权法律咨询；
e) 知识产权举报、投诉处理；
f) 入驻商户销售商品的知识产权信息建档、管理、统计分析、信息报送工作；
g) 承办商品交易市场管理者交办的其它知识产权事务。

7.2.2 人员

知识产权人员应具备：

a) 相关教育背景、培训或学习经历；
b) 必要的专业领域知识；
c) 法律知识、知识产权保护知识。

7.2.3 宣传培训

商品交易市场管理者应建立知识产权宣传教育制度，定期对员工及商户开展知识产权知识的普及宣传和教育。宣传培训包括但不限于以下形式：

——设立橱窗公告栏、公示牌等知识产权宣传专栏；
——定期召开商户、消费者代表等相关方参与的座谈会；
——通过宣传册向商户宣传知识产权案例及相关政策；
——为商户提供知识产权保护专项培训；
——定期举办知识产权相关基础知识培训会。

7.3 财务资源

商品交易市场管理者应设定经常性预算的经费，用于开展：

a) 知识产权专业培训、咨询和对外的学习；
b) 知识产权的意识的培养、宣传，包括发表相关新闻报道、张贴宣传画、参加论坛等。

7.4 信息和知识资源

7.4.1 信息采集

市场经营管理者应做好场内商户知识产权拥有情况和知识产权纠纷情况等相关信息的收集工作。市场经营管理者可在商户入驻、日常巡查、投诉举报、协商解决等环节收集商户的知识产权及相关信息。

7.4.2 信息公示

市场经营管理者应在市场显著位置对场内商户的以下信息进行公示：

——不合格商品通报信息；

——场内商户违法违规信息；

——场内商品质量抽检信息；

——场内商户被投诉举报信息；

——场内商户获得表彰情况；

——场内不合格商品自行实施退市、召回的情况。

7.4.3 信息维护

商品交易市场管理者应建立市场内商品的知识产权基础信息库，对销售商品涉及的知识产权信息实施动态管理，对销售商实施知识产权信用监管，对知识产权违法行为举报投诉处理结果实施全流程管理。

7.4.4 档案管理

市场经营管理者应建立商户知识产权档案，包括：

——商户信息档案：商户名称、负责人姓名、营业执照、经营地址、联系方式、经营的主要商品进场租赁合同等；

——索取票证档案：商标证书、专利证书、品牌商品代理证明、许可销售证明等；

——销售商知识产权诚信档案：商户诚信经营情况、知识产权违法违规情况、侵权纠纷发生处理情况、信用评定结果等。

7.4.5 知识管理

市场经营管理者宜通过互联网网站、宣传手册、微信公众号等形式为商户、消费者提供知识产权保护相关的知识资源，可以包含下列内容：

——知识产权基本知识信息，包含知识产权分类、知识产权信息检索方法等内容；

——知识产权相关的法律法规等政策信息，著作权法、商标法、专利法、商业秘密与其他知识产权等内容；

——相关知识产权风险预警信息：国际相关法规、知识产权与反不当竞争、知识产权与反垄断等内容；

——知识产权保护典型案例；

——知识产权保护相关的投诉举报、侵权处置、侵权协调机制、法律程序等应知应会的程序和相关模板。

7.5 合作关系管理

商品交易市场宜与以下相关方积极开展组织合作，共同开展知识产权保护工作。主要包括：

——与行政机关合作，建立知识产权联席会议制度和信息互通制度，共建知识产权纠纷多元化保护机制、共推知识产权保护服务机制、共享知识产权资源信息、共营知识产权保护环境、共建联合培训机制等为知识产权保护提供行政指导；

——与司法机关合作，协助法院审理知识产权案件，配合知识产权司法保护；

——与行业协会、消费者协会、商会等社会机构合作，开展知识产权保护实践交流；借鉴行业协会的专业性规范性文件，在知识产权保护方面形成行业自治规范；进行技术交流、人员培训、宣传教育等，形成保护知识产权的群体氛围；

——与重点企业,共同开展案例探讨、联合培训等合作。

8 评价与改进

8.1 概述

商品交易市场管理者应建立知识产权管理体系评价制度，定期对知识产权管理体系的运行情况进行自我评估。如需对外展示知识产权保护体系的能力，传递信任和信心的商品交易市场，也可委托第三方评估，着重评价知识产权管理体系运行的有效性。针对发现问题，提出改进措施，持续加以改进，确保知识产权管理体系持续、充分和有效运行。

8.2 内部评审

按照已经建立的知识产权保护体系的要求，建立商品日常巡查及不定期抽查等内部巡查制度：

a) 加强对知识产权商品的日常监管和动态核查，定期开展内部知识产权保护工作的检查；
b) 商品所涉及的知识产权发生权利期限届满、提前终止事项的，应及时在知识产权管理档案中记录，并撤除或变更相应商品知识产权公示信息；
c) 对所发现的问题应及时整理上报知识产权主管部门。

8.3 外部评审

选择有资质的第三方专业评审机构，或邀请市场的供应商等开展针对性的外部评审。

8.4 改进与提高

商品交易市场宜在内部或与其他相关方沟通改进措施，以促进知识产权保护水平的提升。

改进措施可以针对：

a) 与商品交易市场标杆对比的差距；
b) 与本文件、管理办法或其他管理要求的不符合项；
c) 不期望的效果或与预期绩效的差异。

附 录 A
（资料性）
市场知识产权保护办法参考模板

第一条 为塑造流通领域市场诚实经商的管理理念，增强知识产权保护意识，营造公平竞争秩序，提升市场品牌形象，根据有关知识产权法律法规，制定本办法。

第二条 XX市场的知识产权保护按照政府引导、XX市场主办方负责、市场内商家自律的原则开展各项工作。

第三条 知识产权保护工作目标是：树立商家保护知识产权的形象，让生产制造商“供货安心”、广大消费者“购物放心”、入场商家“销售开心”。在维护知识产权人和消费者的合法权益同时，实现生产、流通和消费三者间利益的共赢。

第四条 XX市场设立市场知识产权保护办公室（以下简称“保护办公室”）。XX市场的主要领导担任保护办公室主任，保护办公室要吸收来自市场管理、售后回访服务等部门的人员，要明确管理职责，落实工作经费。

第五条 保护办公室的管理职责如下：要加强与市知识产权管理部门之间的工作联动，共同解决市场所面临的知识产权问题；要建立健全市场准入制度等知识产权相关规章制度；要积极开展针对市场内商户、消费者的知识产权宣传和培训，营造良好的知识产权保护氛围。

第六条 保护办公室要建立与市知识产权管理部门之间的工作联动协调机制。保护办公室要及时向市知识产权管理部门汇报市场内的知识产权保护相关情况，以便及时获得所需的工作指导、信息查询和法律支持等服务，保证知识产权工作的顺利开展。

第七条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，把好商户入场关；制定《知识产权索证制度》，要求商户入场时签订《经营商户知识产权承诺书》,将知识产权诚信记录作为市场准入的考虑因素之一；要求商户入场时填报《商品知识产权备案表》，及时掌握各家上述的知识产权信息，建立市场内商品的知识产权数据库（纸质和电子数据库）。

第八条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，加强对相关商品的日常知识产权检查监管，建立《市场知识产权商品检查制度》；通过日常的监督管理检查，及时发现问题，解决问题，避免引发重大知识产权纠纷。

第九条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，建立纠纷投诉受理和处理制度；在保护办公室内部成立专门的机构或委派专职人员，制定《市场知识产权（专利）纠纷处理办法》，明确知识产权纠纷受理条件，明确纠纷处理程序，记录商户所发生的知识产权纠纷；如市场主办方无法自行解决的，应利用与知识产权管理部门之间的工作联动协调机制，及时通知市知识产权管理部门来处理。

第十条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，建立市场知识产权保护信息收集和公开机制；建立市场知识产权保护信息收集和公开机制；对市场内知识产权相关信息（知识产权拥有情况、知识产权纠纷情况）进行收集和录入；在市场内开展“榜上有名”活动，做好知识产权相关信息的公开，实现“公开知识产权商品状况、公开商户诚信信息、公开侵权行为处理结果”。通过工作联动协调机制，及时将商户知识产权保护信用信息报送地方知识产权管理部门。

第十一条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，建立商户知识产权诚信档案；通过严格做好上述“控制准入、日常检查、纠纷处理、信息公开”等环节工作，重点记录商户经营商品涉及的知识产权类型、商户诚信经营情况以及侵权纠纷发生处理情况；及时了解各商户的知识产权信用情况。

第十二条 保护办公室要在市知识产权局的指导下，建立知识产权诚信奖惩（侵权退出）制度；加强日常监管，对知识产权保护状况良好的商户通过“榜上有名”、颁发“知识产权示范店铺”称号等方式给予表彰和奖励；对不诚信经营商户通过“列入黑名单”、“取消示范或相关政策支持”等方式给予警告和惩戒，对情节严重的商户要求其退出市场等。

第十三条　保护办公室要积极开展知识产权宣传教育；针对市场商户及消费者等不同对象，开展多种形式知识产权普及宣传及教育培训，提高其知识产权意识，营造良好的知识产权保护氛围。

第十四条　本规定的解释权归XX市场。

第十五条　本办法自20XX年XX月XX日起生效。

附 录 B
（资料性）
商品交易市场范围和类型

商品交易市场通常可以分为下面几种类型:

a) 生产资料市场：主要经营某类生产资料的交易市场，包括：
   1) 农业生产用具市场：经营半机械化农机具及其配件、中小农具、园艺工具等为主；
   2) 农用生产资料市场：经营农用生产资料为主，如农药、化肥、农膜、农用温室玻璃、园艺工具等；
   3) 煤炭市场：经营煤炭及制品为主；
   4) 木材市经：经营木、竹采伐产品和木材、竹非活制品为主；
   5) 建材市场：经营建筑材料、保温材料、玻璃制品等建筑施工用材为主，主要面向建筑设施的施工企业；
   6) 化工材料及制品市场：经营生产经营用化工材料及制品为主；
   7) 金属材料市场：经营各种黑色金属材料和有色金属材料为主；
   8) 机械电子设备市场：经营机械设备、电子产品和仪器为主，面向生产经营单位；
   9) 其他生产资料市场：以上未列明的生产资料专业市场。

b) 农产品市场：指主要经营某一类农产品的交易市场。
   1) 粮油市场：经营谷物、大豆、玉米、食用油为主；
   2) 肉禽蛋市场：经营肉禽蛋为主；
   3) 水产品市场：经营水产品为主；
   4) 蔬菜市场：经营蔬菜为主；
   5) 干鲜果品市场：经营干鲜果品为主；
   6) 棉麻土畜、烟叶市场：经营棉麻、土特产品、种畜、种禽、耕畜、烟叶为主；
   7) 其他农产品市场：以上未提及的或经营两种以上农产品的农产品专业市场。

c) 食品、饮料及烟酒市场：指主要经营食品、饮料及烟酒等商品的交易市场。
   1) 食品饮料市场：经营食品、饮料为主；
      茶叶市场：经营茶叶为主；
   2) 烟酒市场：经营烟酒为主；
   3) 其他食品、饮料及烟酒市场：以上未提及的或要经营两类以上食品、饮料及烟酒商品的专业市场。

d) 纺织、服装、鞋帽市场：指主要经营布料及纺织品、服装、鞋帽等商品的交易市场。
   1) 布料及纺织品市场：经营布料及纺织品为主；
   2) 服装市场：经营服装为主；
   3) 鞋帽市场：经营鞋帽为主；
   4) 其他纺织服装鞋帽市场：以上未提及的或主要经营两类以上纺织、服装、鞋帽商品的专业市场。

e) 日用品及文化用品市场：指主要经营各类日用品及文化用品等商品的交易市场。
   1) 小商品市场：经营日用小百货为主；
   2) 箱包市场：经营箱包为主；
   3) 玩具市场：经营玩具为主；
   4) 文具市场：经营文具为主；

5) 图书、报刊杂志市场：经营图书、报刊杂志为主；
6) 音像制品及电子出版物市场：经营音像制品及电子出版物为主；
7) 体育用品市场：经营体育用品为主；
8) 其他日用品及文化用品市场：以上未提及的或经营两类以上日用品及文化用品的专业市场。

f) 黄金、珠宝、玉器等首饰市场：指主要经营黄金、珠宝、玉器等首饰的交易市场。

g) 电器、通讯器材、电子设备市场：指主要经营电器、通讯器材、电子设备等商品的交易市场。
1) 家电市场：经营家电为主；
2) 通讯器材市场：经营通讯器材为主；
3) 照相、摄影器材市场：经营照相、摄像器材为主；
4) 计算机及辅助设备市场：经营计算机及其配件、计算机辅助设备为主；
5) 其他电器、通讯器材、电子设备市场：以上未提及的或主要经营两类以上电器、通讯器材、电子设备商品的专业市场。

h) 医药、医疗用品及器材市场：指主要经营药材、中西药品、医疗器械等商品的交易市场。
1) 中药材市场：经营中药材为主；
2) 其他医药、医疗用品及器材市场：中药材专业市场以外的医药、医疗用品及器材专业市场。

i) 家具、五金及装饰材料市场：指主要经营家具、五金电料、各种家居装修装饰材料等商品的交易市场。
1) 家具市场：经营家具为主；
2) 装饰材料市场：经营装饰材料为主；
3) 灯具市场：经营灯具为主；
4) 厨具、盥洗设备市场：经营厨具、盥洗设备为主；
5) 五金材料市场：经营五金材料为主；
6) 其他家具、五金及装饰材料市场：以上未提及的或主要经营两类以家具、五金或装饰材料商品的专业市场。

j) 汽车、摩托车及零配件市场：指专门从事新、旧机动车辆及其零配件交易的市场。
1) 汽车市场：经营汽车为主。包括新车市场和旧车市场；
2) 摩托车市场：经营摩托车为主；
3) 机动车零配件市场：经营机动车零配件为主。

k) 花鸟鱼虫市场：指主要经营花、鸟、鱼、虫等商品的交易市场。
1) 花卉市场：经营鲜花、苗木及其制品为主；
2) 鸟市场：经营鸟类商品为主；
3) 观赏鱼市场：经营观赏鱼类商品为主；
4) 其他花鸟鱼虫市场：以上未提及的或主要经营两类以上花鸟鱼虫商品的专业市场。

l) 旧货市场：指经营各类旧货商品的交易市场。
1) 古玩、古董、字画市场：经营古玩、古董字画商品为主；
2) 邮票、硬币市场：经营邮票、硬币商品为主；
3) 其他旧货市场：以上未提及的或主要经营两类以上旧货商品的专业市场。

m) 其他专业市场：以上未提及商品的专业市场。

参 考 文 献

[1] GB/T 21374 知识产权文献与信息 基本词汇
[2] GB/T 29490 企业知识产权管理规范
[3] GB/T 39550-2020 电子商务平台知识产权保护管理
[4] 知识产权保护规范化市场认定标准