**百度品牌管理规范**

**前言**

本规范可结合“百度品牌视觉系统网站（vi.baidu.com）、百度品牌审批系统网站（ifs.baidu.com）”使用，本规范中涉及到的视觉元素可在vi.baidu.com中查找并下载相关原文件，相关审批流程可在ifs.baidu.com审批。

“百度”二字源于中国宋朝词人辛弃疾的《青玉案·元夕》中的词句“众里寻他千百度”，象征着百度对理想的执着追求。在文本中，应使用“百度”，除中文方式，英文要使用大写，如“BAIDU”。百度公司的品牌口号及使命是“世界很复杂，百度更懂你”，公司的愿景是成为全球创新中心。

百度的品牌文化是“简单可依赖”，立足于平等、简单的情感以及科技化的功能这两个利益点，希望构建从全球最大的中文搜索引擎，到全球领先的人工智能科技公司的品牌体系。

百度品牌识别系统包含品牌理念识别（决策）、品牌行为识别（执行）、品牌视觉识别（表现）三个层次。对内增强品牌认同感、归属感，加强企业凝聚力；对外提升品牌形象、加深品牌认知并获得受众认同，塑造良好的品牌形象，与社会建立良性沟通。

为科学、有效地创造和管理品牌资产，并使公司内部和外部受众深刻理解百度品牌的含义，建立完整的品牌体系、规范品牌管理、推广品牌形象、提高品牌管理工作效率、保护品牌荣誉、提升品牌价值、加强子品牌市场竞争力，结合公司实际情况，特制定此规范。

本规范由百度品牌市场部提出、执行并负责解释。

本规范于2021年1月1日起执行。

本规范执行过程中的各类咨询及意见反馈，请联系品牌市场部邮件组 bm-vi@baidu.com ，也可在如流上关注品牌系统服务号。



**一、范围**

本规范规定以下内容：品牌管理原则、品牌管理目的、品牌管理机构和职责、品牌管理工作内容、品牌管理决策标准、品牌分级管理、品牌分类管理、品牌应用范围。

本规范适用于百度总公司本部、总公司所属企业、技术中心等百度所属机构（以下简称“企业”）关于百度品牌资产使用的管理，总公司及企业所拥有的其他产品品牌的管理。

本规范适用于以下两类品牌：拥有知识产权、需注册商标的百度集团品牌、移动生态品牌、营销品牌、小度品牌、Apollo品牌、百度智能云品牌、多元化生态品牌；以及拥有知识产权但无需注册商标的机构合作类品牌、百度系统与平台品牌和其他品牌（百度公司内部部门）。

**二、术语和定义**

（一）品牌资产：又称品牌权益，是指产品在有品牌时与无品牌时的市场效益之差。品牌资产是与品牌、品牌名称和标识相联系，能够增加企业所销售产品或服务价值的一系列资产。主要包括品牌忠诚度、品牌认知度、品牌感知、品牌联想、其他专有资产(如商标、专利、渠道关系等)。

（二）品牌授权：又称品牌许可，是指授权者将自己所拥有的品牌以合同的形式授予被授权者使用；被授权者按合同规定从事经营活动，并向授权者支付相应的费用——权利金；同时授权者给予人员培训、组织设计、经营管理等方面的指导与协助。

（三）品牌保护：是指对品牌的所有人、合法使用人的品牌实行资格保护措施，以防范来自各方面的侵害和侵权行为，包括品牌的经营保护、品牌的法律保护、品牌的社会保护三个组成部分。

（四）品牌联合：又称品牌合作，是指分属不同公司的两个或更多品牌短期或长期的联系或组合。

（五）知识产权：是指在特定时期内，权利人对其智力劳动所创作的成果享有的财产权利，是对于合法智力劳动创造成果的保护。

**三、品牌管理目的**

（一）品牌管理的中心工作是规划与勾勒出百度的品牌核心价值，在长时间的品牌建设中，始终坚持贯彻这个核心价值。

（二）让品牌的每一次营销、每一个广告都为百度品牌加分，起到向受众传达百度核心价值或提示受众联想到百度核心价值的作用。当百度核心价值在受众心中留下了深刻的印象，就形成了百度品牌对受众最有感染力的内涵。

（三）为维护和提升公司品牌形象，品牌管理旨在对百度总公司及企业关于百度品牌及拥有的独立子品牌资产的使用进行系统性规范，以切实有效地开展百度公司品牌保护工作。

**四、品牌管理工作内容**

（一）品牌建设：依据公司整体战略、品牌战略及本规范，建设百度品牌。具体包括：

1. 品牌创建和品牌优化；

2. 品牌架构梳理；

3. 品牌视觉规范拟定；

4. 品牌相关审核流程建立。

（二）规范品牌资产的使用

1. 公司内部使用

（1）定义：“公司内部使用”指以百度公司内部的部门及组织为主体，在日常运营、举办活动、产品推广等过程中使用百度公司资产。

（2）常见使用方式：网站、门头招牌、名片、礼品、促销品、宣传手册、广告、各类活动及其他。

（3）使用要求：使用时须遵守《百度视觉识别手册》及本规范的相关规定并由品牌市场部负责审定使用品牌资产的具体方式及其他细节。

2. 公司外部使用

（1）定义：“公司外部使用”包括关联公司及其他相关主体在日常运营、举办活动、产品推广等过程中使用百度公司资产。“关联公司”指百度公司的任何附属机构、控股公司或者任何该控股公司的附属公司；“其他相关主体”包括但不限于任何与百度公司相关的媒体、公司、学校、政府部门等主体。

（2）常见使用方式：网站、名片、宣传手册、对外合作、广告、各类活动及其他。

（3）使用要求：

· 在与使用方达成合作协议后，由品牌市场部判断在和关联公司及其他相关主体的协议中是否允许该组织使用百度公司品牌资产以及使用范围；对于没有约定的，则由品牌市场部根据情况判断。

· 获得使用批准后，使用时亦须遵守《百度视觉识别手册》及本规范的相关规定并由品牌市场部负责审定使用品牌资产的具体方式及其他细节。

3. 禁止使用

对于和百度无任何合作关系或即使有合作关系但百度要求禁止使用的第三方不得使用百度公司品牌资产。

（三）品牌授权：将百度品牌资产授权给百度旗下企业或其它企业使用。

1.品牌资产包括：百度商标、LOGO、吉祥物及其他相关知识产权。

2. 红线行业：

一级红线：医疗、互联网金融、棋牌类游戏；  
二级红线：医药、家电维修、旅游、保健品、特医食品、化妆品、医疗器械、招商理财、二类电商、消毒品；

3.品牌授权流程（详见附件品牌管理流程⑤⑥）

（1）需求部门工作中涉及使用百度商标/logo/其他相关知识产权等需求后，申请人首先填写《商标,logo,其他相关知识产权使用授权协议》（外部用填写第一部分，内部用其他体系logo填写第二部分）。授权协议中要插入需要使用的百度商标／logo/其他相关知识产权的图片元素。所需元素可登录vi.baidu.com进行下载。

并将电子版发给品牌审核邮件组bm-vi@baidu.com，法务邮件组ipgroup@baidu.com审核。

（2）确认内容无误后。

由申请人提交CMS系统合同流程（免费合作协议-百度品牌logo使用，选择范本合同，范本名称：商标logo其他相关知识产权使用授权协议）。CMS流程通过后，申请人将确认过的授权书打印两份，双方签字盖章，一份合同部留档。）

（3）申请人将授权书递交给被授权方使用。

与其他企业合作的硬件产品，需先咨询法务部相关律师并索取《硬件类商标使用授权书》模板。

4.成立机构（成立/退出/下线）授权流程（详见附件品牌管理流程④）

（1）需求部门准备材料，提交业务负责人、是否红线行业、业务范围、授权时间、授权范围、品牌使用示意图、合作协议、品牌使用规范、业绩考核管理规范等。经过业务、法务、品牌信息拉通—业务总监—法务总监、品牌总监—BG Head—CTO、市场公关VP（凡名称含“人工智能、AI”或成立研究机构的情况，加签王海峰，凡成立公司级别新机构需加签Robin）审核。

（2）通过审核，机构成立，签署授权书，设计使用规范，挂牌使用；

（3）挂牌使用期间，将品牌授权使用部分拍摄照片发送邮件至 bm-vi@baidu.com，进行使用情况核查。如发现有违规使用情况，需进行整改，品牌市场部 邮件组 bm-vi@baidu.com 备案；

（4）授权到期后，业务方面经过相关业绩考核、品牌根据验证决定是否续签或回收授权。

5.注意事项

申请人向品牌市场部咨询品牌资产使用规范，相关品牌资产素材及管理规范可在内网环境下登录 vi.baidu.com 查看和下载。在授权执行期间，申请人需将涉及到百度品牌资产使用的设计稿提交至品牌市场部邮件组进行审核：bm-vi@baidu.com，确认符合百度品牌管理规范后，方可投入制作。

品牌市场部接口人：苗启林 miaoqilin@baidu.com。

（四）商标注册：

1. 注册商标适用情况：

· 以下情况应当申请商标：

（1）新上线产品，例如 ： 贴吧上线前申请“贴吧”;

（2）产品名称或 LOGO 更换，例如： hao123 更新 LOGO 后申请“”;

（3）产品进入新的国家或地区，例如：百度搜索进入巴西，要在巴西申请商标;

（4）声音商标：能让用户辨识出是百度产品的声音标志。

2.为什么申请商标注册

（1）保护产品。如果百度产品或者 LOGO，与他人已注册的商标相同或者近似，那么我们有可能被迫修改产品名称；主动申请商标可以避免这种风险。

（2）区分竞品：将百度产品与竞品区分开来，提高百度产品的辨识度。

（3）抢占市场，提高市场占有率，树立企业的品牌形象。

（4）打击侵权。商标注册后，也可以防止竞品在类似产品或服务上使用相同或近似的商标，可以阻止他人的搭便车行为。

（5）资产增值：作为企业的无形资产，可以转让、投资、质押、品牌授权，创造持续性收益。

3.商标申请原则：产品未动，商标先行

4.商标申请的要求：

（1）申请的商标要具有显著性，例如：不能在水果产品上注册“苹果”商标（因为缺乏显著性）；

（2）不能与他人申请的商标相同或者近似。 例如：不能在运动鞋类别上申请注册“Nike”商标（因为已有第三方在先申请）；

（3）禁止性标志不能作为商标使用。例如：国旗、国徽、红十字会等标志。

（4）设计商标时应遵循原创性原则，设计新颖、构思独特，降低与其他商标相同或近似的概率。

5.商标申请流程：（详见附件品牌管理流程①②③）

由于最初拟使用的商标可能与他人在先申请的商标有冲突，所以可能需要调整甚至重新设计商标，因此，最迟在产品上线前的一个月即应与法务部沟通商标申请需求，开始商标可注册性法律评估。具体商标申请要求请在内网【度办公-制度文档-知识产权相关制度-商标-商标域名申请法务指引】下查找。

包含了品牌建立需要申请商标注册、品牌更新（收购、拆分、升级、退出）后需要申请商标注册、已上线产品品牌补提需要申请商标注册。

（1）第一步：请业务侧先行与品牌市场部（[联系邮箱bm-vi@baidu.com](mailto:联系邮箱bm-vi@baidu.com)）进行信息沟通、确定拟申请商标是否符合公司品牌规划。

（2）第二步：请业务侧将商标申请信息发给法务部(联系邮箱[IPgroup@baidu.com](mailto:IPgroup@baidu.com)，并请同时抄送本部门总监和业务支持接口律师) 进行商标注册几率评估，确认后向国家知识产权局提交申请。

（3）第三步：商标注册后，提交相应注册材料至品牌市场部，完成品牌系统上传。 品牌市场部 邮件组 [bm-vi@baidu.com](mailto:bm-vi@baidu.com)

（四）业务侧需提供的相关信息

1. 拟申请商标、logo图样

2.产品名称

3.产品属性（如产品属于TO B业务、TO C业务、TO G业务，或者包含多种业务及产品技术关键词等）

4.产品服务场景（主要应用于哪些服务场景或行业领域，如金融业、IT业等）

5.产品主要服务内容

6.产品预计上线时间

7.产品服务人群

8.申请国家

（五）商标注册周期

自向国家知识产权局提交商标申请，至拿到商标注册证，整个流程需要大约1年左右，即：

提交申请注册→商标形式审查(约1个月)→下发商标受理通知书→商标[实质审查](https://www.baidu.com/s?wd=%E5%AE%9E%E8%B4%A8%E5%AE%A1%E6%9F%A5&tn=SE_PcZhidaonwhc_ngpagmjz&rsv_dl=gh_pc_zhidao)(约4个月)→商标通过审查、予以初审公告(3个月)→无人提出异议，予以注册公告→公告之日起约3个月内下发商标注册证。

（六）商标的延伸保护

在申请商标的同时，建议业务侧一并考虑递交如下申请，实现对资产的全方位保护。包括：

1.域名：需要上线网站、独立APP、小程序等。

2.著作权：涉及上线APP、小程序、系统、平台等，一并进行“计算机软件”著作权登记（多数APP应用商店，均要求上架时提供该登记证书）；涉及独创性的logo,字体等，进行“美术作品”著作权登记；涉及小视频、动态图、表情包等，进行“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”著作权登记。相关登记需求，请发给法务部 (联系邮箱[copyright@baidu.com](mailto:copyright@baidu.com) )

3.专利权：技术类、形象类、实体产品造型类，一并申请发明、实用新型、外观设计专利。

4.新媒体账号注册：在产品上线前，根据业务实际需求及时开通微信公众号、微博账号、百家号等新媒体账号，防止被他人抢先占用。

（七）品牌联合

1. 基于特定商业合作，在产品和对外宣传等方面，允许百度品牌与行业外其他品牌联合出现。

2. 在品牌联合的情况下使用百度品牌，品牌市场部明确界定使用规范、审核具体使用情况等，并将具体要求落实到合同条款当中。

**五、品牌分类管理**

（一）品牌分类管理

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **品牌分类** | | **品牌描述** | **视觉表现规范** | **图片示例** |
| 集团品牌 | | 百度公司唯一识别标识；  百度搜索，是最核心认知，可以使用集团品牌LOGO；  百度大脑为百度集团核心技术引擎品牌；  百度公益代表百度的公益形象。 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“百度VI规范”执行 |  |
| 产  品  品  牌 | 移动生态  品牌 | 以百度APP为首的全国最领先的以信息和知识为核心的综合性内容 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“移动生态VI规范”执行 |  |
| 营销品牌 | 百度营销为商业推广品牌，涵盖效果类广告、展示类广告及横向打通的营销解决方案。 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“百度营销/推广 VI规范”执行 |  |
| 小度品牌 | 中国领先的对话式人工智能操作系统 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“小度VI规范”执行 |  |
| Apollo品牌 | Apollo是全球领先的、最活跃的自动驾驶开放平台，代表中国最强自动驾驶实力。 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“Apollo VI规范”执行 |  |
| 百度智能云  品牌 | 百度智能云是百度AI to B的重要承载者和输出者。 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“百度智能云VI规范”执行 |  |
| 多元化生态  品牌 | 全网最领先的以信息和知识为核心的综合性内容 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“多元化生态VI规范”执行 |  |
| 机构合作类  品牌 | | 机构合作类产品是指百度自主成立的组织机构，与政府或其它机构合作成立的研发中心或论坛组织等 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“机构合作类VI规范”执行 | 自主成立机构 |
| 合作成立机构 |
| 百度系统与平台品牌 | | 百度公司内部使用的线上系统 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“百度系统与平台 VI规范”执行 |  |
| 其他品牌 | | 百度公司的内部部门 | 严格按照《百度视觉识别系统》中的“其他品牌 VI规范”执行 |  |
| · 补充说明：  （1）上述集团品牌、移动生态品牌、营销品牌、小度品牌、Apollo品牌、百度智能云品牌、多元化生态品牌为拥有知识产权、需提交注册商标申请的品牌分类；  机构合作类品牌、百度系统与平台类品牌、其他品牌（百度公司内部部门）为无需注册商标的品牌分类。  （2）根据总公司战略布局的调整，产品品牌可以调整并重新规划为其他产品体系，品牌调整须提交总公司品牌市场部审核批准；  根据具体业务需求，产品牌品牌也可以通过品牌授权、品牌合作等方式，与百度集团品牌建立直接联系，但须提交总公司品牌市场部审核批准，并严格按照品牌授权或合作的相关规定执行 | | | | | |

（二）集团品牌资产使用说明

内部使用：a、公司级传播活动可使用；  
b、与产品品牌联合使用时：  
名称中带有“百度”二字的产品品牌，与集团品牌无组合形式，直接使用产品品牌；  
名称中没有“百度”二字的产品品牌，且非红线行业，参考品牌授权流程。

外部使用：参考品牌对外授权流程。

3. 符合品牌分类管理前文提到的十个类别的品牌：

集团品牌、移动生态品牌、营销品牌、小度品牌、Apollo品牌、百度智能云品牌、多元化生态品牌、机构合作类品牌、百度系统与平台品牌、其他品牌（百度公司内部部门）。

4. 不符合品牌分类管理标准的产品品牌或产品包括但不限于：

不属于百度总公司经营范围之内的产品与服务；低技术含量的民用产品及其他低端、低品质产品，新技术应用不成熟的产品等。

此类产品不能以任何形式使用百度集团品牌资产。

**六、品牌应用范围**

（一）内部品牌沟通：百度品牌资产在总公司及所有子公司的内部沟通中运用，具体包括但不限于：

1.品牌定位宣导：定期/不定期的品牌培训；新员工入职培训；企业文化活动等；

2.品牌形象的视觉表现：公司办公用品的设计及制作；公司内部宣传物料的设计及制作；公司内部活动的主题构思和相关材料的设计及制作；公司内部环境的设计及制作；其他产品品牌应用物品的设计及制作。

（二）外部品牌传播：针对产品品牌的对外传播，具体包括但不限于：

1.集团品牌层面：总公司发起并执行的推广活动：包括公益活动、赞助活动、研讨会、行业展会、媒体广告等；定期的品牌传播规划及实施等。

2.产品品牌层面：各产品品牌发起并执行的品牌推广活动或集团品牌、产品品牌联合推广活动：包括公益活动、赞助活动、研讨会、行业展会、媒体广告等；定期的产品品牌传播规划及使用等。

**附录 品牌管理流程**

品牌管理理相关的审批入口、流程说明、VI管理理规范等全部整合进品牌审批系统，提供一站式品牌管理服务;相关流程内网搜索关键词“品牌审批”或“品牌系统”

以下流程目前以邮件方式审批

1.业务总监 2.法务总监：李妍洁 品牌总监：徐菁 3.BG Head 市场公关VP 4.CEO

5.Robin（全新品牌建立）

产品全称、Logo图形、产品介绍、所属体系...

审批环节

提交内容

提交

注册材料

商标

注册

商标注册完成品牌系统上传

品牌建立

1.业务总监 2.法务总监：李妍洁 品牌总监：徐菁 3.BG Head 市场公关VP 4.CEO

5.Robin（全新品牌建立）

品牌更新

产品全称、Logo图形、产品介绍、所属体系...

审批环节

提交内容

提交

注册材料

商标

注册

商标注册完成品牌系统上传

收购／拆分

升级／退出

1.业务总监 2.法务总监：李妍洁 品牌总监：徐菁 3.BG Head 市场公关VP 4.CEO

5.Robin（全新品牌建立）

品牌补提

产品全称、Logo图形、产品介绍、所属体系...

审批环节

提交内容

提交

注册材料

商标

注册

商标注册完成品牌系统上传

1.业务总监 2.法务总监：李妍洁 品牌总监：徐菁 3.BG Head 4.CTO 市场公关VP 5.加签CEO

挂牌

使用

机构

成立

审批环节

成立机构

签署授权书

设计使用规范

业务负责人、是否红线行业、业务范围、授权时间、授权范围、品牌使用示意图、合作协议、品牌使用规范、业绩考核管理规范。

提交内容

成立／退出／下线

验证

与

续签

使用

情况

照片

核对

财务验证、业务验证

品牌管理、法务、审批接口人

违规整改

邮件组备案

邮件发送使用说明进行备案

提交内容

1.品牌市场部 2.法务部

通过

使用

公司内部

品牌使用

单一品牌使用

1.品牌市场部

多品牌使用

品牌对外

授权使用

CMS

公章

流程

提交内容

审批环节

1.业务总监2.品牌市场部（可加签产品VP）

3. 法务部

填写对外品牌授权书

提交内容

品牌审批系统

成立机构

成立／退出／下线

审批环节

挂牌使用

机构成立

签署授权书

设计使用规范

提交内容

品牌更新

收购／拆分

升级／退出

提交

注册材料

品牌建立

审批环节

违规整改

邮件组备案

使用情况照片核对

验证

与

续签

CMS

公章流程

提交内容

品牌对外

授权使用

提交内容

审批环节

单一品牌使用

公司内部

品牌使用

通过使用

多品牌使用

商标

注册

品牌补提

财务验证

业务验证

品牌管理

法务

审批接口人

商标注册完成

品牌系统上传



文件备案储存

品牌素材提供

包含内容

其他品牌

百度智能云品牌

百度系统与平台品牌

机构合作类品牌

小度品牌

营销品牌

十大板块

集团品牌

移动生态品牌

品牌VI系统

Apollo品牌

VI基础规范、办公模板、商标授权文档、广告视频、IP形象、VI手册、常见问题

多元化生态品牌

如对流程有任何疑问可邮件咨询：bm-vi@baidu.com

