

中国广告协会 “CNAA I” “CNAA II” “CNAAIII” 证明商标使用条件细则 (2024 年修订)

为引导广告企业向专业化、国际化、品牌化方向发展，根据中国广告业发展的实际情况，将申请使用一级（二级、三级）广告企业证明商标的企业按实际经营内容与核心竞争力的情况分为四类。依据《中国广告协会“CNAA I”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAA II”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAAIII”证明商标使用管理规则》第二章所规定的证明商标使用条件，对不同服务类型的企业提出以下标准。

一、综合服务类

指以品牌服务为核心，为广告主提供广告传播全过程、全方位服务的企业。服务内容包括市场调查、品牌传播策划、创意设计制作、公关活动、媒体策划与媒体广告资源购买、广告效果评估等。企业核心竞争力体现为提供整合营销策划与全方位广告传播服务的能力和质量。

（一）一级广告企业标准

1. 企业成立 3 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范，

依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 500 万。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 3300 万元（自有媒体及代理媒体广告资源销售的营业收入除外）。（准入条件）

4. 企业正式员工数量不少于 40 人。（准入条件）

5. 企业建立广告审查管理制度，有至少 2 名广告审查人员，鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

6. 企业在过去 2 年内为不少于 8 个知名品牌提供整合营销策划、创意设计制作等综合服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

7. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来获奖广告作品或营销案例不少于 6 件。

8. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

9. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 4 件。

（二）二级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 100 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 1000 万元（自有媒体及代理媒体广告资源销售的营业收入除外）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业在过去 2 年内为不少于 5 个品牌提供整合营销策划、创意设计制作等综合服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来获奖广告作品或营销案例不少于 3 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 3 件。

（三）三级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 50 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 500

万元（自有媒体及代理媒体广告资源销售的营业收入除外）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业在过去 2 年内为不少于 3 个品牌提供整合营销策划、创意设计制作等综合服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来获奖广告作品或营销案例不少于 1 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 1 件。

二、媒体服务类

指为媒体提供广告资源销售（包括自有媒体或代理媒体广告资源），以及为广告主提供媒体策划、媒体广告资源购买等专项服务型广告企业。企业核心竞争力体现为，为媒体提供代理、销售、品牌运营以及为广告主提供媒体策划、媒体广告资源购买等专项服务的专业化水平，及其规模化、网络化、跨地域性的媒体

资源与经营能力。

（一）一级广告企业标准

1. 企业成立 3 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 500 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 7000 万元（指纯媒体服务的营业收入）。（准入条件）

4. 企业正式员工数量不少于 40 人。（准入条件）

5. 企业建立广告审查管理制度，有至少 2 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

6. 企业在过去 2 年内为不少于 12 个知名品牌提供媒体策划、媒体广告资源购买或代理发布服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

7. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品或案例不少于 3 件。

8. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

9. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 8 件。

(二) 二级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 100 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 1800 万元（指纯媒体服务的营业收入）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业成功服务 2 年以上的客户不少于 3 个；在过去 2 年内为不少于 8 个品牌提供媒体策划、媒体广告资源购买或代理发布服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品或案例不少于 2 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 5 件。

(三) 三级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；

依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 50 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 800 万元（指纯媒体服务的营业收入）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业在过去 2 年内为不少于 5 个品牌提供媒体策划、媒体广告资源购买或代理发布服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品或案例不少于 1 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 2 件。

三、设计制作类（广告企业）

指以广告设计、制作为主要业务内容的专项服务型广告企业。服务内容包括影视广告、平面广告、互动（网络）广告、售点广告的创意设计、制作；企业与品牌形象识别系统设计、包装设计

等。企业核心竞争力体现为专业化的设计、制作水平。

（一）一级广告企业标准

1. 企业成立 3 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 500 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 2600 万元（指广告创意与设计制作的营业收入）。（准入条件）

4. 企业正式员工数量不少于 20 人。（准入条件）

5. 企业建立广告审查管理制度，有至少 2 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

6. 企业在过去 2 年内为不少于 8 个知名品牌提供广告创意设计与制作服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

7. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品不少于 8 件。

8. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

9. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 4 件。

（二）二级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 100 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 700 万元（指广告创意与设计制作的营业收入）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业在过去 2 年内为不少于 5 个品牌提供广告创意设计与制作服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品不少于 4 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 2 件。

（三）三级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 50 万元。（准入条件）

3. 企业广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 300 万元（指广告创意与设计制作的营业收入）。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业成功服务 2 年以上的客户不少于 1 个；在过去 2 年内为不少于 3 个品牌提供广告创意设计与制作服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告作品不少于 1 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告不少于 1 件。

设计制作类（标识与展示企业）

指以室内外广告牌（灯箱）、商业招牌、导视牌、品牌形象货架、展示道具、城市家具、空间陈列、环境艺术、视觉图形等所有非平面（印刷或影视）视觉的有形产品（作品）的设计、制作和相关技术的应用，通过视觉途径达到传递商业、非商业信息或提升环境形象的目的，企业核心竞争力体现为专业化的设计或

制作水平。

（一）一级广告企业标准

1. 企业成立 5 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范，具备安全生产许可证；企业通过 ISO9001 质量管理体系认证；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 1000 万。（准入条件）

3. 企业年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低 2500 万元。
（准入条件）

4. 企业正式员工数量不少于 20 人。（准入条件）

5. 企业建立广告审查管理制度。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

6. 企业在过去 2 年内成功服务知名客户（品牌）不少于 3 个；为客户（品牌）完成不少 3 个项目的标识设计或制作服务；完成的单项合同金额不少于 300 万的项目不少于 3 个。

7. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告（标识）及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告（标识）作品或获得国家专利不少于 3（含）以上。

8. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

9. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。

(二) 二级广告企业标准

1. 企业成立 3 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 300 万元。（准入条件）

3. 企业年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 800 万元。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 企业在过去 2 年内成功服务客户（品牌）不少于 2 个；完成的单项合同金额不少于 100 万的项目不少于 2 个。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）和国内外行业组织开展的优质广告（标识）及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来制作发布过的获奖广告（标识）作品或获得国家专利不少于 1 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。

(三) 三级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范。依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 50 万元。（准入条件）

3. 企业年营业收入（纳税收入）不低于 300 万元。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 在过去 2 年内成功服务客户（品牌）不少于 1 个；完成的单项合同金额不少于 20 万的项目不少于 2 个。

6. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

7. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。

四、数字营销类

指基于以互联网、移动互联网为代表的数字交互式媒体进行品牌营销传播活动的专项服务型广告企业。通过数字化多媒体渠道实现营销传播的精准化、可量化和数据化。企业核心竞争力体现为利用数字媒体的特性进行品牌传播活动的专业策划能力与执行水平。

（一）一级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 500 万元。在 3 个及以上城市设有分

支机构或全资子公司。（准入条件）

3. 基于互联网技术从事广告营销的技术类企业（无媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 2500 万元，基于互联网和移动互联网媒体从事专业整合营销传播活动的企业（含媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 5000 万元。（准入条件）

4. 企业正式员工数量不少于 50 人。（准入条件）

5. 企业建立广告审查管理制度，有至少 2 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

6. 技术类企业成功服务 2 年以上的客户不少于 10 个；整合营销类企业在过去 2 年内为不少于 30 个客户提供数字营销服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

7. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）、中国广告协会数字营销实战大赛（CDMEC）和国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来实施过的数字营销案例获奖不少于 4 件。

8. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

9. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告或网络公益营销事件不少于 4 件。

（二）二级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 100 万元，在 2 个及以上城市设有分支机构或全资子公司。（准入条件）

3. 基于互联网技术从事广告营销的技术类企业（无媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 700 万元，基于互联网和移动互联网媒体从事专业整合营销传播活动的企业（含媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 1500 万元。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 技术类企业成功服务 2 年以上的客户不少于 5 个；整合营销类企业在过去 2 年内为不少于 15 个客户提供数字营销服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）、中国广告协会数字营销实战大赛（CDMEC）和其他国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来实施过的数字营销案例获奖不少于 2 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告或网络公益营销事件不少于 2 件。

（三）三级广告企业标准

1. 企业成立 2 年以上，依法登记注册、制度健全、管理规范；依法纳税，无严重不良记录。（准入条件）

2. 企业注册资本不低于 50 万元。（准入条件）

3. 基于互联网技术从事广告营销的技术类企业（无媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 300 万元，基于互联网和移动互联网媒体从事专业整合营销传播活动的企业（含媒体代理业务），广告年营业收入（纳税收入）连续 2 年均不低于 700 万元。（准入条件）

4. 企业建立广告审查管理制度，有至少 1 名广告审查人员。鼓励企业加强员工培训，提高员工业务技能。

5. 技术类企业成功服务 2 年以上的客户不少于 3 个，整合营销类企业在过去 2 年内为不少于 7 个客户提供数字营销服务；通过专业服务，有效提升品牌知名度，广告效果明显，获得客户肯定。

6. 企业积极参与中国广告业大奖（长城奖、黄河奖）、中国广告协会数字营销实战大赛（CDMEC）和其他国内外行业组织开展的优质广告及相关赛事活动，充分展现专业服务能力。近 3 年来实施过的数字营销案例获奖不少于 1 件。

7. 企业关注行业发展、积极参与行业活动。注重自主创新和
企业品牌建设，培育企业核心竞争力。

8. 企业注重社会责任、热心社会公益，并为此做出贡献，具
有一定的社会影响力。近 2 年创意、制作或发布公益广告或网络
公益营销事件不少于 1 件。

中国广告协会 “CNAA I” “CNAA II” “CNAAIII” 证明商标使用管理工作办法

第一条 为了明确中国广告协会“CNAA I” “CNAA II” “CNAA III”证明商标使用管理工作的工作规范和审查程序，依据《中国广告协会“CNAA I”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAA II”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAAIII”证明商标使用管理规则》制定本工作办法。

第二条 中国广告协会负责研究、制定和贯彻《中国广告协会“CNAA I”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAA II”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAAIII”证明商标使用管理规则》以及《中国广告协会“CNAA I” “CNAA II” “CNAAIII”证明商标使用条件细则》，确定量化评分的原则和办法，对申请使用证明商标的企业进行综合审查和管理。

第三条 证明商标使用审查工作机构

1. 中国广告协会成立证明商标使用审查委员会，其职责是审查确定申请使用“CNAA I” “CNAA II” “CNAAIII”证明商标的企业。审查委员会以公正、公平、保密、独立为宗旨，采取投票表决的方法，遵循少数服从多数的原则，保证不对外泄露企业信息，不得擅自披露讨论结果。审查委员会成员包括：政府监管部门、行业

协会、广告主、媒体、广告企业、高等院校等相关人员。

2. 审查委员会下设办公室，负责处理证明商标使用管理的日常事务。

3. 根据工作需要，办公室可聘请业内人士组成评审专家组。其职责是对申请使用“CNAA I”证明商标的企业进行评审并提出书面意见与建议，研究申请使用证明商标中的有关问题。评审专家组成员包括：广告企业负责人、业内专家和高等院校广告专业教授等。

4. 审查委员会主任由中国广告协会分管证明商标使用管理工作的领导担任，全面统筹审查委员会及评审专家组工作，主持召开专家组和审查委员会的会议。

5. 获得初审资格的机构参照以上条款开展证明商标初审工作。

第四条 企业在申请使用证明商标期间，有下列行为之一者，不予核准：

- 1 违反广告法律法规，被严厉处罚过的；
- 2 违反广告行业自律条款，在行业内造成恶劣影响的；
3. 违反其他法律法规的；
4. 企业财务信誉欠佳的；
5. 企业申请材料不真实。

第五条 “CNAA I”“CNAA II”“CNAAIII”证明商标申请和评审工作全年常态化开展，具体要求按照本年度证明商标使用管理工作通知执行。

第六条 根据《中国广告协会“CNAA I”证明商标使用管理规则》、《中国广告协会“CNAA I”“CNAA II”“CNAA III”证明商标使用条件细则》的规定和量化评分细则，办公室组织召开专家组评审会议，对申请使用“CNAA I”证明商标的企业材料进行综合评审。

办公室根据初审情况和专家组评分意见与建议，形成完整的审查报告，组织召开证明商标使用审查委员会会议，对申请使用证明商标的企业情况进行终审。审查委员会会议必须有半数以上专家参加方为有效。在经过充分讨论后，即可付诸表决，二分之一以上委员同意为通过。对有争议的个案，有一位委员提出，两位委员附议，可付诸表决，三分之二以上的委员同意方可通过。

第七条 中广协会会员企业申请使用“CNAA II”“CNAA III”证明商标，由中国广告协会直接评审。非会员企业申请使用“CNAA II”“CNAA III”证明商标，由中国广告协会委托初审机构对其申请材料进行审查，提出意见后报中国广告协会。办公室核查后提交审查委员会会议核准。

第八条 申请企业在国家市场监督管理总局注册或所在省、自治区、直辖市、计划单列市和副省级市没有初审机构，可直接向中国广告协会提出申请。

第九条 获得“CNAA II”“CNAA III”证明商标的企业，在证明商标使用许可合同有效期内，可根据企业发展状况，按程序申请使用上一级广告企业证明商标。

第十条 中广协对证明商标评审结果进行公示，公示期满后与

符合“CNAA I CNAA II”“CNAAIII”要求的企业签订证明商标使用许可合同，并向社会进行公告。

第十一条 本办法自发布之日起执行。

中国广告协会“CNAA I”“CNAA II”“CNAA III” 证明商标申请提交材料目录

- 一、*企业诚信承诺书（加盖公章）；
- 二、*企业法人营业执照（PDF 文件，小于 2M，空白处加盖公章）；
- 三、*企业简介（包括但不限于业务内容、服务客户、经营规模、企业文化、发展愿景等）；
- 四、*公司章程（加盖公章）；
- 五、*企业相关管理制度（包括工作流程管理、企业文化、企业品牌发展战略、广告审查管理制度、质量及安全管理制度等）；
- 六、*申请设计制作类（标识）的企业须提供 ISO9001 证书和安全生产许可证（加盖公章）；
- 七、2024 和 2025 年度会计师事务所审计报告（须带二维码，每页加盖公章，盖骑缝章）；
- 八、2024 和 2025 年度企业增值税纳税申报表（每页加盖公章）；
- 九、企业近两年社会保险缴纳情况表（2024 和 2025 年各提供一个月，加盖公章）；
- 十、*企业广告审查员资格培训证书；
- 十一、近 2 年发表的广告专业论文（提供可查询地址）；

十二、*企业申请综合服务类、设计制作类和数字营销类证明商标的收入证明。如，策划创意、设计制作、公关活动等服务项目合同文本以及与其相对应的给客户开具的发票（合同每页加盖公章）；

十三、企业近2年品牌（客户）服务的证明，包括品牌服务起止时间、内容、服务质量和效果（客户盖章签署）；

十四、*企业员工近2年年度培训费的相关证明（如，中广协等行业协会组织的相关培训的证书、财务发票等证明材料）；

十五、企业制作或发布公益广告的证明(如,照片等)；

十七、企业对公益事业贡献的证明材料，（如，证书、证明文件以及捐款票据等）；

十八、企业参与行业大型活动情况证明；

十九、企业获得荣誉称号的证书和奖牌（如，证书扫描件、奖牌照片等）；

二十、企业近3年国内外广告作品获等级奖的证书和相关的获奖证明（如，中国国际广告节长城奖、黄河奖、中国广告协会数字营销实战大赛（CDMEC）（<https://www.cdmeec.cn/>）证书等），标识企业需提供获得的专利证书；

二十一、企业成功实施的广告（或标识）案例（申请“CNAAI”提供3个案例，“CNAAI”提供2个案例，“CNAAI”提供1案例）；

二十二、企业成功实施广告（或标识）案例的效果评估报告（第三方机构或客户出具，与提供案例相对应）；

二十三、企业参加各级行业组织证明(如会员证书等)；

二十四、《中国广告协会“CNAAI”“CNAAI”“CNAAI”证明商

标申请书》（在线生成、下载打印、加盖公章后上传系统）；

二十五、注册地广告监管部门意见或征信报告（加盖公章后提交申请系统）。

二十六、*证明企业综合实力辅助性材料。

说明：

1. 中广协理事及以上级别会员企业，“CNAA I”证明商标有效期届满后逾期未申请时长不超过一年，且相关情况无变化，再次申请同一类证明商标时，无需提交标注*号的申请材料。

2. 申请“CNAA II”“CNAA III”证明商标的中广协会员企业无需提交标注*号的申请材料。

相关名词解释：

1. 广告营业收入（纳税收入）：广告营业额减去付给媒体单位广告发布费用后的、以计税额为准的实际收入。

2. 媒体广告代理收入：在广告营业收入（纳税收入）当中，单一承担媒体广告资源的策划、购买、执行服务所取得的收入（以计税额为准）。

3. 自有媒体广告发布收入：在广告营业收入（纳税收入）当中，户外、印刷品等自有媒体广告发布的收入（以计税额为准）。

4. 广告营业额：企业从事广告业务（与广告业务无关的其他收入除外）得到的全部实际收入（以给客户开出的发票数额为准）。

5. 增值税税款：企业上缴的与广告业务有关的增值税税款数额。
标识企业的营业收入（纳税收入）：企业全部实际销售收入，以计税额为准的实际收入。

附件 4

申请使用“CNAA I” “CNAA II” “CNAAIII” 证明商标诚信承诺书

中国广告协会：

_____（企业名称）现申请中国广告协会“CNAA I”

“CNAA II”“CNAAIII”证明商标，申请材料真实有效。我司

对所提交申请材料的真实性负全面责任。

特此承诺！

（企业）盖章

年 月 日

注：在申请相应级别的打“√”

附件 5

“CNAAI” “CNAAI” “CNAAI”

证明商标使用申请书

(2026年)

企业名称 _____

申请等级 CNAAI CNAAI CNAAI

申请日期 _____

填 报 人 _____

企业名称 (与企业法人营业执照一致)									
办公(通讯)地址					登记机关				
企业经济性质 (公司类型)		企业官网					初审机构		
企业成立时间		注册资本(万元)							
法定代表人		法定代表人 手机号							
第一联系人姓名		联系人手机			联系人邮箱				
第二联系人姓名		联系人手机			联系人邮箱				
分支机构或 全资子公司情况 (数字营销类填写)		数量		所在城市		分支机构或全资子公司名称			
自有户外媒体面积 (M ²)		ISO9001 证书编号 (标识企业填写)			安全生产许可证编号 (标识企业填写)				
经营范围									
企业申请类型(所选类型后打“√”)									
综合服务类		媒体服务类		设计制作类			数字营销类		
				广告		标识			
(广告)营业收入		2024年			2025年				
		总收入:		万元		总收入:		万元	
		其中:				其中:			
		媒体广告代理收入为:		万元		媒体广告代理收入为:		万元	
		自有媒体广告发布收入为:		万元		自有媒体广告发布收入为:		万元	
(广告)营业额 (万元)		2024年			2025年				
		(其中:付给媒体的广告发布费:		万元)		(其中:付给媒体的广告发布费:		万元)	
增值税税款(万元)		2024年			2025年				

有无因违法违规受到处理

注册地广告监管部门意见
或征信报告

受处理的程度

(盖章) 年 月 日

初审机构意见
(非中广协
会员单位提供)

(盖章) 年 月 日