

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

团 体 标 准

T/PBA 003—2023

消费帮扶产品品牌评价通则

General rules for brand evaluation of consumer assistance products

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

广东省价格和产业品牌发展协会 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 评价方法	1
5 评价要素	2
5.1 成长性指数	2
5.2 企业管理	2
5.3 质量水平	2
5.4 创新水平	2
5.5 企业荣誉	2
5.6 市场影响力	2
5.7 生态效益	3
5.8 销售服务	3
5.9 社会责任	3
5.10 社会响应度	3
6 评价结果	3
7 评价发布	3
附录 A（规范性） （XXXX 年度）消费帮扶产品品牌评价申报表	4
附录 B（资料性） 自我声明接受行业监督公约（范本）	6

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。

本文件由广东省价格和产业品牌发展协会提出。

本文件由广东省价格和产业品牌发展协会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

消费帮扶产品品牌评价通则

1 范围

本标准规定了消费帮扶产品品牌评价的方法、要素、结果和发布。

本标准适用于专业组织对来自脱贫地区的特色农产品、加工食品等帮扶产品开展的品牌评价，适用于消费帮扶企业开展自我评价，也适用于第三方中介机构对来自脱贫地区的特色农产品、加工食品等帮扶产品开展的品牌评价。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 19001—2016 / ISO9001:2015 质量管理体系 要求
- GB/T 22000—2006 / ISO22000:2005 食品安全管理体系 食品链中各类组织的要求
- GB/T 24001—2016 / ISO14001:2015 环境管理体系 要求及使用指南
- GB/T 39654—2020 品牌评价 原则与基础
- GB/T 29185 品牌价值 术语
- GB/T 29186.1—2021 品牌价值要素评价 第1部分:通则
- GB/T 29186.2—2021 品牌价值要素评价 第2部分:有形要素
- GB/T 29186.3—2021 品牌价值要素评价 第3部分:质量要素
- GB/T 29186.4—2021 品牌价值要素评价 第4部分:创新要素
- GB/T 29186.5—2021 品牌价值要素评价 第5部分:服务要素
- GB/T 29186.6—2021 品牌价值要素评价 第6部分:无形要素
- GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

3 术语和定义

GB/T 19001—2016 / ISO9001:2015、GB/T 22000—2006 / ISO22000:2005、GB/T 24001—2016 / ISO14001:2015、GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 消费帮扶

是发挥我国社会主义制度优势，发扬中华民族传统美德，由政府牵头带动全社会参与的持续扩大对来自脱贫地区产品和服务的消费，充分挖掘消费在促农增收、防止返贫等方面的独特功能，培育壮大区域性特色优势产业，有力提升产品和服务的规模、质量、效益的专项帮扶工作。

3.2 成长性指数

企业当年度消费帮扶产品销售总额与上年度销售总额的同比。

4 评价方法

根据国际标准化组织品牌评价技术委员会（ISO/TC 289）和全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）关于品牌评价的有关要求，消费帮扶产品品牌评价通过市场大数据采信、企业自主申报相结合的办法进行。

5 评价要素

消费帮扶产品品牌评价根据质量、服务、技术创新等要素由十个方面内容组成，品牌评价总分为1000分。

5.1 成长性指数

上一年度产品销售额0-1000万元，记5分；1000-2000万元，记10分；2000-3000万元，记15分；3000-5000万元，记20分；5000万元以上，记25分；

本年度预计增长率5%以下，记10分；5%-10%，记15分；10%-15%，记20分；20%以上，记25分。

5.2 企业管理

企业管理制度0-5个，记10分；5-10个，记20分；10个以上，记30分；

食品安全管理制度有，记30分，无则不计分；

企业参与标准制定有，记10分，无则不计分；

企业加入相关专业性组织有，记10分，无则不计分；

总得分不得超过80分。

5.3 质量水平

近2年内产品质量监督抽查合格率60%至80%之间，记20分，80%以上记30分；

近2年内均具有产品检验合格报告档案，记30分，无则不记分；

产品主要性能指标达到国际标准/国家标准/行业标准/地方标准，达到1个标准记10分，2个标准记20分，3个标准记30分，4个标准记40分；

是否无公害农产品/绿色食品/有机农产品，无公害农产品记10分，绿色食品记20分，有机农产品记40分；

具有运行正常的农产品质量安全可追溯体系记40分，无则不计分；

具有产品质量承诺书记20分，无则不计分；

总得分不得超过200分。

5.4 创新水平

开发和应用新产品记15分，开发和应用新技术记15分；

近2年研发费用投入总额均占同期销售收入总额的2%以上，记30分，2%以下记15分；

产品具有相关专利记20分，无则不记分；

总得分不得超过80分。

5.5 企业荣誉

获得县（市）级政府部门颁发的相关荣誉记10分，获得市级政府部门颁发的相关荣誉记20分，获得省级政府部门颁发的相关荣誉记30分；

获得县级政府部门颁发的质量、安全、卫生、诚信有关奖项记10分，获得市级政府部门颁发的质量、安全、卫生、诚信有关奖项记20分，获得省级政府部门颁发的质量、安全、卫生、诚信有关奖项记30分；

获得县级节能减排、循环经济或保护生态环境相关荣誉记10分，获得市级节能减排、循环经济或保护生态环境相关荣誉记20分，获得省级节能减排、循环经济或保护生态环境相关荣誉记30分；

属于地理标志产品记5分，属于非遗产品记5分。

总得分不得超过100分。

5.6 市场影响力

通过多种媒体形式进行广告投放、新闻报道、信息传播等活动记30分，无则不记分；

是否进驻大型批发市场、配送公司、连锁商超或电子商务平台记30分，无则不记分；

建立品牌产品专卖店记30分，无则不记分；

农业产业化县级重点龙头企业记10分，农业产业化市级重点龙头企业记20分，农业产业化市省级重点龙头企业记30分；

同类产品市场知名度强记30分，中记20分，弱记10分。

总得分不得超过150分。

5.7 生态效益

种养殖（和加工）过程中使用化肥、农（兽）药符合国家相关要求规定的记30分，食品加工过程中符合国家相关标准的记30分，对废水、废气、废渣、畜禽粪污等进行无害化处理记20分。

总得分不超过80分。

5.8 销售服务

有专业团队负责售后工作，支持退换货记20分，无则不计分；投诉率为0%计20分，每增加0.1%减1分；客服电话接通率100%计20分，上班时间无人接听一次减1分；社会满意度调查由广东省价格和产业品牌发展协会品牌评价专业技术委员会每年进行一次，社会满意度满分的记20分；具有服务体系或制度的记20分，无则不记分。

总得分不超过100分。

5.9 社会责任

为当地残疾人、贫困人口等特殊群体提供就业岗位记50分；参与资助灾区、救助贫困户、捐资助学等社会公益活动记30分/次。

总得分不超过100分。

5.10 社会响应度

企业自我声明接受行业监督（《自我声明接受行业监督公约》参见附录B）计10分；参加农业博览会、展销会10分/次；参加学术交流10分/次；参加相关专业的行业协会组织的活动10分/次。

总得分不超过60分。

6 评价结果

对企业主动报名参评和通过行业采信大数据公司提供的品牌，根据评价要素测算得分，总评分为1000分。参评品牌按评分结果划分等级：5A（900-1000分）、4A（800-899分）、3A（700-799分）、2A（600-699分）、1A（600分以下）。品牌评价各项得分不对外公布（承担上报数据的保密责任），只公布品牌强度总得分以及等级评价结果。

7 评价发布

评价结果由评价方对社会公开发布。

附录 A（规范性）

（XXXX 年度）消费帮扶产品品牌评价申报表

XXXX年XX月XXXX日

项目	指标	权重/分
成长性指数	①上一年度该产品销售总额 元； ②本年度预计该产品销售总额 元，同比增长率 %。	50
企业管理	①企业管理制度 个； ②食品安全管理制度； 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> ③企业参与相关标准制定； 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> ④企业加入相关专业性组织。 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	80
质量水平	①近2年内产品质量监督抽查合格率 %； ②近2年内均具有产品检验合格报告档案； 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> ③产品主要指标达到国际标准 <input type="checkbox"/> /国家标准 <input type="checkbox"/> /行业标准 <input type="checkbox"/> /地方标准 <input type="checkbox"/> ； ④无公害农产品 <input type="checkbox"/> /绿色食品 <input type="checkbox"/> /有机农产品 <input type="checkbox"/> ； ⑤是否具有运行正常的农产品质量安全可追溯体系； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ⑥产品质量承诺书。 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	200
创新水平	①开发和应用新产品、新技术； 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/> ②近2年研发费用投入总额均占同期销售收入总额的2%以上； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ③产品具有相关专利。 有 <input type="checkbox"/> 无 <input type="checkbox"/>	80
企业荣誉	①获得县（市）级及以上政府部门颁发的企业相关荣誉； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ②获得县（市）级及以上政府部门颁发的质量、安全、卫生、诚信有关奖项； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ③获得县（市）级以上节能减排、循环经济或保护生态环境相关荣誉； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ④是否属于地理标志产品； 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> ⑤是否属于非遗产品。 是 <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/>	100

附 录 B

自我声明接受行业监督公约（范本）

品牌评价专业技术委员会：

本企业自愿接受行业监督，遵守广东省价格和产业品牌发展协会品牌评价专业技术委员会自律公约声明如下：

1. 为了建立和完善符合社会主义市场经济体制要求的企业信用体系，规范消费帮扶市场，维护行业整体利益，制定本公约。
2. 凡从事消费帮扶产品生产、服务、销售、代理及相关企业和机构应遵守本公约。
3. 自觉遵守国家有关法律、法规及管理规定，接受政府有关部门的监督、管理，守法经营、依法纳税。
4. 坚持诚信为本的原则，守合同、重信誉，严格遵守职业道德，不使用劣质原材料、不偷工减料、坚持质量第一、用户第一的原则，精心设计、精心管理，确保产品质量合格，争创精品优品、品牌企业。
5. 增强行业自律意识和道德观念，提倡公平竞争，不恶意低价竞争。及时、认真处理投诉。不贬损同业企业和从业者，不拖欠工人工资。加强企业间的团结与合作，共同净化市场环境、维护市场秩序，保护企业和消费者的合法权益。
6. 加强企业管理者和从业者的自律教育及专业培训，积极参与行业内外的交流和培训，努力提高企业和从业人员的综合素质。
7. 树立安全意识，重视职业健康，杜绝安全事故。
8. 如违反本公约有关规定，自愿接受广东省价格和产业品牌发展协会等有关组织的调查处理。

声明企业负责人（签名、盖章）

年 月 日