

# T/NMDB

## 内蒙古品牌建设促进会团体标准

T/NMDB 002—2023

### 农牧业品牌评价规范 第2部分：企业品牌

Standards for brand evaluation of agriculture and animal husbandry—  
Part 2: Enterprise brand

2023 - 04 - 15 发布

2023 - 05 - 15 实施



## 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 评价原则 .....                | 1  |
| 5 基本条件 .....                | 1  |
| 6 评价内容 .....                | 1  |
| 6.1 品牌管理 .....              | 1  |
| 6.2 有形要素 .....              | 2  |
| 6.3 质量水平 .....              | 2  |
| 6.4 服务水平 .....              | 2  |
| 6.5 创新水平 .....              | 2  |
| 6.6 无形要素 .....              | 2  |
| 6.7 品牌效益 .....              | 2  |
| 7 评价机构和人员能力 .....           | 2  |
| 7.1 评价机构 .....              | 2  |
| 7.2 人员能力 .....              | 2  |
| 8 评价方法 .....                | 3  |
| 9 评价程序 .....                | 3  |
| 9.1 明确评价目的 .....            | 3  |
| 9.2 确定评价要求 .....            | 3  |
| 9.3 评价依据 .....              | 3  |
| 9.4 评价准备 .....              | 3  |
| 9.5 组织申报 .....              | 3  |
| 9.6 材料初审 .....              | 3  |
| 9.7 品牌强度评价 .....            | 4  |
| 9.8 结果评定 .....              | 4  |
| 10 评价结果 .....               | 4  |
| 附录 A（规范性） 农牧业企业品牌评价指标 ..... | 5  |

## 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。

本文件由内蒙古品牌建设促进会提出并归口。

本文件起草单位：内蒙古品牌建设促进会、内蒙古自治区农牧厅、内蒙古自治区质量和标准化研究院、内蒙古农牧业产业化龙头企业协会。

本文件主要起草人：赵永华、胡松、侯雁冰、邬冰泉、哈达、胡翠、王敏、贾双文、徐晓强、张悦、蒋柠、王海霞、吕燕卿。

## 农牧业品牌评价规范 第2部分：企业品牌

### 1 范围

本文件规定了农牧业企业品牌的评价原则、评价内容、评价方法、评价程序、评价结果等内容。本文件适用于第三方机构开展农牧业企业品牌评价，企业可参照进行自我评价。

### 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 29185 品牌 术语  
GB/T 29186（所有部分） 品牌价值要素评价  
GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求  
GB/T 29188 品牌价值评价 多周期超额收益法  
GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

### 3 术语和定义

GB/T 29185 界定的术语和定义适用于本文件。

### 4 评价原则

农牧业企业品牌评价应遵循如下原则：

- 自愿申报和推荐相结合；
- 以客观、事实证据为依据；
- 公平公正、公开透明、科学规范。

### 5 基本条件

农牧业企业品牌申报企业基本条件包括但不限于：

- 具有法人资格，在内蒙古自治区行政区域内依法注册并连续生产经营3年以上；
- 符合国家有关法律法规、产业发展等政策要求；
- 诚信经营，积极履行社会责任；
- 拥有自主品牌商标所有权且在有效期内；
- 近3年内，无重大产品质量、安全、环保、卫生等责任事故，无违法违规情况；
- 近3年内，法定代表人无不良信用记录。

### 6 评价内容

#### 6.1 品牌管理

包括2项二级指标：

- 品牌规划；
- 品牌维护。

## 6.2 有形要素

包括4项二级指标：

- 物质资源；
- 人力资源；
- 财务资源；
- 品牌投入。

## 6.3 质量水平

包括3项二级指标：

- 实物质量水平；
- 质量管理水平；
- 标准化水平。

## 6.4 服务水平

包括2项二级指标：

- 服务供给能力；
- 服务满意度。

## 6.5 创新水平

包括2项二级指标：

- 创新成效；
- 创新能力。

## 6.6 无形要素

包括4项二级指标：

- 品牌稳定性；
- 品牌荣誉。

## 6.7 品牌效益

包括3项二级指标：

- 经济效益；
- 社会效益；
- 生态效益。

## 7 评价机构和人员能力

### 7.1 评价机构

7.1.1 第三方专业技术机构组织成立品牌评价工作机构，遵循农牧业企业品牌评价有关原则和要求，统筹协调评价工作，建立多方参与的评价工作机制。

7.1.2 第三方专业机构应具备以下能力：

- a) 较强的专业性、权威性、行业影响力和资源整合能力；
- b) 保证评价工作遵循本文件第4章规定的原则和相关国家标准要求；
- c) 具有农牧业品牌培育、研究及评价相关经历和背景；
- d) 对农牧业品牌基础理论和品牌评价有关国际、国内标准或程序有较为深入的理解和实践。

### 7.2 人员能力

参与农牧业企业品牌评价工作的人员可分为管理人员、工作人员、评价专家、行业/领域专家等，应具备以下能力：

- a) 管理人员具有开展评价工作的总体指导、策划、管理协调能力，能够全面把握评价工作的目标确定及实现路径，协调评价实施全过程；
- b) 工作人员应具有评价工作具体组织实施和协调、推进评价各个环节有序衔接的能力；
- c) 评价专家应具有企业品牌评价相关标准、品牌强度、价值测算等方面知识和能力，有一定实践经验和背景；
- d) 行业/领域专家应具有评价对象和内容内相应行业/领域的从业背景，熟知相关行业现状、趋势。

## 8 评价方法

采用定量分析与定性判断相结合的方法评价农牧业企业品牌。定性判断应通过观察、比对、验证等方式，审查申报材料获取有效数据信息，定量打分应按照评价指标对应打分。分值计算方法采用多周期超额收益法，具体方法参见GB/T 29188。评价工作宜定期组织开展，并保持评价周期的相对稳定、一致：

- a) 评价周期宜为3年，评价数据统计至评价开始的上一月；
- b) 评价指标体系包括本文件第6章设定的7项一级评价指标、18项二级评价指标，具体评价内容详见附录A；
- c) 农牧业企业品牌评价分值为满分1000分，各项一级指标分值分别为：品牌管理100分、有形要素100分、质量水平250分、服务水平100分、创新水平150分、无形要素100分、品牌效益200分；
- d) 具体执行时评价机构应参照本文件并结合年度农牧业产业发展政策制定实施细则。

## 9 评价程序

### 9.1 明确评价目的

第三方专业机构应根据农牧业企业品牌的发展阶段特征、潜在提升空间、发展趋势等因素，明确不同阶段开展品牌评价的目的、目标。

### 9.2 确定评价要求

根据评价目的和指标，第三方专业机构应识别并确定农牧业企业品牌评价的申报条件，主要面向内蒙古自治区内具有地域、环境条件优势的企业，考虑企业基础、规模、竞争力、发展潜力等因素。

### 9.3 评价依据

评价依据除本文件设定的指标外，可参考GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T 29188、GB/T 39654等国家标准。

### 9.4 评价准备

- 9.4.1 第三方专业机构应根据评价工作需求，组建评价工作组。工作组应由7.2规定的人员组成。
- 9.4.2 策划形成评价工作方案，包括但不限于：评价目的、内容、依据、条件、评价数据和信息的采集方案、程序、结果形式等信息。
- 9.4.3 第三方专业机构发布品牌评价工作信息。

### 9.5 组织申报

- 9.5.1 根据评价内容，第三方专业机构组织企业进行自愿申报，按照规定格式和要求填报有关企业品牌评价相关数据信息。
- 9.5.2 第三方专业机构宜对申报过程提供必要的解释和培训指导，但不得涉及影响公正性行为。
- 9.5.3 申报企业应提供材料真实性声明，保证各项数据信息的客观性、有效性和准确性。

### 9.6 材料初审

9.6.1 评价工作组对申报资质、条件和申报材料的完整性、规范性、真实性及与评定条件的符合性进行审查。同时不得泄露申报材料的相关信息。

9.6.2 宜经推荐部门对申报主体填报的相关数据信息进行审核把关。

### 9.7 品牌强度评价

初审通过后，第三方专业机构组织专业评审，进行标准和具体评价指标的符合性判定，形成品牌强度结果。必要时，可对相关信息/数据进行延伸取证或现场核证。品牌强度测算参照 GB/T 29188 中 4.3.4 给出的方法计算。

### 9.8 结果评定

第三方专业机构根据评价情况，形成农牧业企业品牌评价推荐性结论，形成评价结果并进行发布。

## 10 评价结果

10.1 评价结果应严谨、客观、真实反映企业品牌水平，并具有一定时期、范围的相对一致性、可比性。

10.2 总得分从高到低排序。

10.3 形成评价目录、评价证书和评价报告。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**农牧业企业品牌评价指标**

农牧业企业品牌评价指标见表A.1。

**表 A.1 农牧业企业品牌评价指标**

| 一级指标       | 二级指标                     | 评价内容  |
|------------|--------------------------|---|
| 品牌管理(100分) | 品牌规划(50分)                | 品牌定位情况  |
|            |                          | 品牌发展战略规划建设和执行情况   |
|            |                          | 品牌文化建设情况,结合品牌定位、品牌文化认同度、人文社会价值等方面情况进行综合评价                     |
|            |                          | 品牌形象  |
|            | 品牌维护(50分)                | 设立品牌管理部门及专职人员   |
|            |                          | 品牌及知识产权保护情况,结合对专利权、商标权等方面情况进行综合评价                             |
| 有形要素(100分) | 物质资源(25分)                | 生产加工所依托自然资源的利用和保护情况   |
|            |                          | 基础设施、生产设备、供应设备等设施设备水平情况                                       |
|            | 人力资源(25分)                | 人力资源发展规划、员工绩效管理、员工知识技能培训、员工健康安全等情况                            |
|            | 财务资源(25分)                | 资金预算管理、成本管理和财务风险管理等财务资源情况                                     |
| 品牌投入(25分)  | 品牌宣传推广经费投入、品牌法律保护经费投入等情况 |   |
| 质量水平(250分) | 实物质量水平(100分)             | 产品采用国际标准或国外先进标准并取得相关证明的,执行国家、行业、地方、团体或企业标准情况                  |
|            |                          | 产品实物质量,包括产品主要性能和可靠性(如在生产、贮存、流通和使用过程中形成、残存的营养、危害等)             |
|            |                          | 生产水平,包括生产设备设施、工艺、检测、计量、人员能力水平等                                |
|            |                          | 农畜产品质量检验合格率情况   |
|            | 质量管理水平(100分)             | 质量体系建设及运行有效性,通过ISO 9001或ISO 22000或HACCP或GAP等规范认证,获得认证证书并在有效期内 |
|            |                          | 产品通过认证情况,包括绿色食品、有机农产品、地理标志产品以及获得“蒙”字标认证证书和国际认证情况              |
|            |                          | 企业质量安全预警机制情况,有完善的信息收集机制、风险评估机制、信息发布机制、决策处置机制以及质量管理信息化水平情况     |
|            |                          | 农产品质量安全可追溯体系运行正常,建立食用农产品合格证制度                                 |
|            | 标准化水平(50分)               | 建立企业标准体系情况  |
|            |                          | 国家级农牧业标准化示范园、自治区级农牧业标准化示范园区建设情况                               |
| 服务水平(100分) | 服务供给能力(50分)              | 开展企业产品和服务标准自我声明情况   |
|            |                          | 主导或参与团体、地方、行业、国家、国际标准制修订情况                                    |
|            |                          | 售后服务体系建设和实施情况   |
|            |                          | 服务渠道建设情况  |
|            | 服务满意度(50分)               | 服务设施设备、服务环境等方面情况  |
|            |                          | 服务人员占比、人员专业水平等方面情况  |
| 创新水平(150分) | 创新成效(70分)                | 品牌忠诚度、服务改进等方面情况。品牌忠诚度=重复购买该品牌产品的人数/已购买过一次该品牌产品的人数×100%        |
|            |                          | 顾客满意度,包括满意度测评及持续改进情况  |
|            |                          | 管理创新成果、QC成果   |
|            |                          | 营销创新、商业模式创新情况   |
|            |                          | 研发或应用新产品、新技术,拥有专利情况   |
|            |                          | 获得高新技术企业、自治区级以上科技型中小企业等有关部门授予的科技方面荣誉称号情况                      |

表A.1 农牧业企业品牌评价指标（续）

| 一级指标                            | 二级指标       | 评价内容  |
|---------------------------------|------------|---|
| 创新水平（150分）                      | 创新能力（80分）  | 获得自治区级以上部门颁发的科学技术奖项情况   |
|                                 |            | 创新战略情况，创新战略规划、创新目标、创新投入等方面情况  |
|                                 |            | 创先机制情况，创新激励机制、创新风险管理机制等方面情况   |
|                                 |            | 企业创新技术支持平台，包括企业重点实验室、技术中心、工程中心和研发中心等；设立高校或科研单位教育实践基地、创业就业基地、产学研一体化平台情况                              |
|                                 |            | 标准、专利、著作权、自主知识产权的开发维护情况、承担标准化技术机构数量与级别、设计获奖情况等方面情况  |
|                                 |            | 近3年承担国家级、自治区与部委、盟市与厅级科研项目情况   |
|                                 |            | 近3年科技成果转化情况，取得国家或省部级科技部门确认的技术合同、科技成果用户使用证明，国家或自治区级知识产权部门登记备案的专利转让或专利实施许可合同情况                        |
|                                 |            | 近3年研发人员占比情况，研发人员比重=研发人员/企业当年职工总数×100%   |
|                                 |            | 近3年研发投入情况，研发投入比重=研发成本/销售收入×100%   |
|                                 |            | 近3年新产品产值率情况，新产品产值率=新产品产值/企业当年总产值×100%   |
| 无形要素（100分）                      | 品牌稳定性（50分） | 品牌历史、品牌知名度、顾客忠诚度、危机处理能力等方面情况  |
|                                 |            | 品牌延伸能力、持续发展能力等方面情况  |
|                                 |            | 营销渠道、营销形式与营销范围情况  |
|                                 |            | 近3年产品的销售收入及行业排位情况   |
|                                 |            | 近3年产品的出口额及行业排位情况  |
|                                 | 品牌荣誉（50分）  | 获得国家级、自治区级政府部门颁发的品牌相关荣誉，如中国驰名商标、中华老字号、非物质文化遗产等  |
|                                 |            | 获得国家级、自治区级政府部门颁发有关奖项情况，如农畜产品交易会金奖等  |
|                                 |            | 获得自治区级以上区域公用品牌核心生产企业情况  |
|                                 |            | 获得市级以上农业产业化重点龙头企业、农民专业合作社示范社、示范农业产业化联合体、家庭农场等情况   |
|                                 |            |   |
| 品牌效益（200分）                      | 经济效益（100分） | 近3年品牌产品利润值  |
|                                 |            | 近3年品牌产品销售利润率  |
|                                 |            | 近3年品牌产品销售收入占主营业务收入比例  |
|                                 |            | 近3年企业资产保值增值率  |
|                                 | 社会效益（50分）  | 近3年公益事业投入占销售收入比重；参与资助灾区、社会福利、慈善、文化教育等公益活动   |
|                                 |            | 近3年为当地提供就业岗位、开展农业培训以及带动农户数量和用工数量情况  |
|                                 |            | 带动第二、第三产业情况   |
|                                 | 生态效益（50分）  | 诚信体系建设情况  |
|                                 |            | 废水、废气、废渣、畜禽粪污等无害化处理情况   |
|                                 |            | 实施动植物废弃物资源化利用措施   |
|                                 |            | 农业防治技术使用情况（如培育健康土壤生态环境、选用抗性或耐性品种、种苗处理（晒种浸种包衣嫁接）、平衡施肥、合理田间管理等）                                       |
|                                 |            | 生物防治技术使用情况（如利用寄生性、捕食性天敌（赤眼蜂、捕食螨等）或病原微生物（白僵菌、BT制剂等），以及植物源农药、微生物农药、天然的植物生长调节剂等生物农药调控害虫密度，或抑制病原菌的传播蔓延） |
|                                 |            | 科学用药技术使用情况  |
| 总分                              |            | 1000分   |
| 注：评价指标中所涉及的“产品”均指申报企业品牌覆盖的农畜产品。 |            |   |

---

全国团体标准信息平台