

ICS 01.120
CCS A00

T/GIASCSE

团 体 标 准

T/GIASCSE 0001—2022

优势品牌评价规范

Advantageous brand evaluation specification

2022-03-16 发布

2022-04-01 实施

广西打假扶优信息协会 发布

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。

本文件由广西质与量文化传播有限公司提出。

本文件由广西打假扶优信息协会归口。

本文件起草单位：广西质与量文化传播有限公司、广西全凯律师事务所、广西贺州市姑婆山泉饮品有限公司、广西华沃特生态肥业股份有限公司、广西南宁市武鸣区大明山百榄泉天然泉水饮料有限公司、广西柳州钢铁集团有限公司、广西玉柴物流集团有限公司、桂昌线缆集团有限公司、广西平铝特种线缆有限公司、广西骁峰建设工程有限公司、广西玉柴机器股份有限公司、柳州市惠农化工有限公司。

本文件主要起草人：罗强、徐宗旺、梁华、张传义、谢树乾、杨小涛、文宪刚、陈一慧、陈勇、张陆、覃薇霖、秦宗力、杨胜强。

优势品牌评价规范

1 范围

本文件界定了优势品牌评价的术语和定义，给出了优势品牌评价的方法和程序，规定了优势品牌评价的原则和条件。

本文件适用于在广西区内登记注册，或主要业务在广西区内的优势品牌评价。

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 29185 品牌价值 术语

3 术语和定义

GB/T 29185界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

优势品牌 Advantage brand product

产品或服务的质量，达到广西先进水平、在同行业处于领先地位、品牌影响力位居行业前列、经济社会效益良好、具有较强的市场竞争力。

3.2

地理标志产品 geographical indication products

产自特定区域，所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素，经国家有关组织审核评选认定的，以地理名称命名的产品。

3.3

可靠性 reliability

重复评价时稳定地得出可比且一致的结论。

3.4

充分性 adequacy

评价应建立在充分的数据和分析基础上，已形成可靠结论。

3.5

客观性 objectivity

评价人员进行评价时不应带有任何的偏见。

3.6

有效性 effectiveness

评价应基于从评价基准日起有关数据及假设有效。

4 评价原则

- 4.1 优势品牌产品的评选工作每年开展一次评价。
- 4.2 评选过程必须体现“公平、公正、公开”的原则，确保评选结果“可靠、客观、充分和有效”。

5 评价条件

5.1 基本条件

同时符合以下条件的企业，可以申报优势品牌评价：

- a) 必须为在广西辖区内由市场监督管理部门登记注册，并在广西辖区内进行加工生产的生产企业，或生产基地不在广西，但其主要销售地区为广西，并成为广西打假扶优信息协会会员单位的企业；
- b) 有健全的品牌管理机制、质量保证体系和计量检测保证能力并有效运行；
- c) 有比较先进的生产设备和完善的管理运行机制；
- d) 有一定的规模和开发创新能力；
- e) 近三年来无不合格产品或服务，未出现重大质量事故；
- f) 市场占有率较高，信誉较好。售后服务健全，有较高的用户满意度。

5.2 申报品牌

产品或服务申报优势品牌，应当同时符合以下条件：

- a) 符合《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《商标法》等有关法律法规的规定，涉及到安全认证管理或生产许可认证的产品或服务，必须获得认证；
- b) 使用在产品或服务上的商标，原则上应注册登记满两年以上，若使用国（境）外商标，但企业生产基地在广西，并且在中国境内销售满三年以上的，可以参评；
- c) 有一定的高科技含量和附加值，产品或服务的质量长期稳定，并已建立有效的质量保证体系及完善的售后服务制度，其产品或服务的抽检质量达到相关的国家标准或行业标准的要求；
- d) 有良好的社会信誉和市场竞争力，品牌知名度、用户满意度在同行业中处于领先地位；
- e) 销售额或利润已形成一定的规模，并呈增长势头；
- f) 于已获省级以上质量奖的企业的产品或服务、国家有关协会颁发的质量荣誉产品或服务，以及“地理标志产品”等质量荣誉（需在有效期内），可免试推荐为优势品牌。

5.3 否决条件

企业存在下列情况之一时（包括但不限于），不能申报优势品牌评价：

- a) 近三年内，经有关行政管理部门抽查被判为不合格的产品或服务；
- b) 用户反映质量意见较强烈的产品或服务；
- c) 应办理生产许可证，但未办理的；
- d) 属于安全认证管理产品或服务，未通过3C安全认证的；
- e) 违反国家法律法规，应当不能申报的其他情形。

6 评价方法和程序

6.1 评价方法

6.1.1 评价工作以审查书面材料为主、其他方式为辅，必要时可进行现场检查、质量抽查，也可通过对用户反映、市场信誉等深入了解后进行综合评估。

6.1.2 评价通过的产品或服务可获得协会颁发“优势品牌”荣誉称号，有效期为三年。

6.2 评价程序

6.2.1 成立优势品牌评价委员会，全面主持和决策优势品牌评选工作的申请、评选、发布等事宜。

6.2.2 优势品牌评价委员会下设“评价专家组”和“品牌部”。评价专家组按有关评价细则（附录A）进行评选。品牌部负责对申报工作进行具体联络、评选及现场检查等事宜。

6.2.3 评价专家组的成员从“广西打假扶优信息协会专家库”中随机抽取，作为当年评价专家。

6.2.4 参与优势品牌评价的产品或服务，由企业向协会提出申请，填写“优势品牌申请表”（附录B），并提供相关的证明材料，原则上每个产品或服务各填写一份。

6.2.5 经品牌部初审，汇总后提交评选专家组进行综合评选。

6.2.6 评价专家组对具体产品或服务进行审核评价，并逐一提交详细的评选报告。

6.2.7 专家组提出的评选报告经“评选委员会”审定通过，并在协会网站上公布。

6.2.8 公布名单接受社会各界监督，在公示期内任何人均可提出异议。对于收到的异议，评选委员会将启动审查，对申报材料弄虚作假的企业，取消评选资格。公示期满无异议的名单，是当年度的优势品牌。

7 评价指标

7.1 主题评价

主体评价包括下列6项二级指标：

- a) 企业登记注册情况；
- b) 生产加工基地情况；
- c) 质量保证体系和计量检测保证能力；
- d) 生产和加工设备情况；
- e) 生产规模；
- f) 研发能力。

7.2 产品或服务评价

产品或服务评价包括下列4项二级指标：

- a) 产品或服务的质量稳定；
- b) 产品或服务的安全认证；
- c) 产品或服务的生产许可；
- d) 产品或服务的荣誉。

7.3 市场评价

市场评价包括下列4项二级指标：

- a) 市场占有率；
- b) 售后服务；
- c) 用户满意度；

d) 商标注册情况。

8 符合优势品牌的认定

符合附录A的第1至9项，或符合附录A的第10项，应当属于协会认定的优势品牌。

9 评价报告

评价报告应当包含以下内容，但不限于：

- a) 评价工作方案及分工情况；
- b) 评价过程中的审查情况及特殊情况说明；
- c) 推荐意见；
- d) 专家组签字。

附录 A

(规范性附录)

优势品牌检查评选表

表 A.1 优势品牌检查评选表

序号	审查项目名称	审查内容和要求	审查方法以及判定原则	审查记录 (通过打 Y, 不通过打 N)
1	企业登记注册情况	企业应在广西辖区内的市场监督管理部门登记注册	否定项。检查企业的合法登记注册证明文件,在广西辖区内注册则符合要求,否则为不符合要求。	
2	企业加工生产基地所在地情况	在广西区内加工生产,或生产基地不在广西,但其主要销售地区为广西	检查企业加工生产基地,基地的,则为通过。生产基地不在广西,则应检查企业的主要销售区域,主要销售地区为广西的,则符合要求,否则为不符合要求。	
3	有健全的质量保证体系和计量检测保证能力并有效运行	有专门机构和人员负责企业品牌管理且职责有明文规定	查看企业的品牌管理的规章制度和日常运行记录。 1、有明文规定企业设立有专门机构和人员负责品牌管理且职责明确,并在日常管理中得到贯彻落实的为符合要求。 2、有明文规定设立品牌管理专门机构,但在日常管理中没有得到贯彻落实,制度管理形同虚设的,判为不符合。 3、有明文规定人员负责品牌管理职责,但在日常管理中没有得到贯彻落实的,判为不符合。 4、没有明文规定设有专门机构或没有人员负责品牌管理职责的,判为不符合。	
		有专门机构和人员负责计量管理且职责有明文规定	查看企业的计量管理规章制度和日常运行记录。 1、有明文规定设立专门机构和人员负责计量管理且职责明确,并在日常管理中得到贯彻落实的,判为符合要求。 2、有明文规定设立专门计量管理机构,但在日常管理中没有得到贯彻落实,判为不符合。 3、有明文规定人员负责计量管理职责,但在日常管理中没有得到贯彻落实的,判为不符合。 4、没有明文规定设有专门机构或没有人员负责计量管理工作的,判为不符合。	

		有专门机构和人员负责质量管理且职责有明文规定	<p>查看企业的质量保证规章制度和日常运行记录。</p> <p>1、有明文规定企业设立有专门机构和人员负责质量管理且职责明确，并在日常管理中得到贯彻落实的为符合要求。</p> <p>2、有明文规定设立质量管理专门机构，但在日常管理中没有得到贯彻落实，制度管理形同虚设的，判为不符合。</p> <p>3、有明文规定人员负责质量管理职责，但在日常管理中没有得到贯彻落实的，判为不符合。</p> <p>4、没有明文规定设有专门机构或没有人员负责质量管理职责的，判为不符合。</p>	
4	生产和工艺设备以及管理运行机制	生产和工艺设备满足要求，与同行比较属于比较先进	审查企业提供的材料，看企业的生产和工艺设备是否满足加工生产和质量控制的要求，与同行比较属于比较先进，满足条件的则符合要求，否则为不符合要求。	
		建立健全生产设备运行管理制度并得到有效运行	审查企业提供的材料，检查其生产设备运行管理制度和运行记录，生产设备运行管理制度建立健全并得到有效运行的，则符合要求，否则为不符合要求。	
5	生产规模、开发能力	企业年总产值，年销售收入与同行相比，优势较为明显	查看企业年总产值，年销售收入并与同行具有一定实力的相比较，具有相当水平的则符合要求，否则为不符合要求。	
		年产值、年销售量不断增长	产品或服务的年产值、年销售量逐年增长的则符合要求，否则为不符合要求。	
		具有自主知识产权或引进吸收再转化的成果	查看企业的研制开发或技术引进吸收再转化情况，企业具有自主研发能力、引进吸收或引进吸收再转化能力，形成加工以及生产，保证企业稳定发展的则符合要求，否则为不符合要求。	
6	质量长期稳定	近三年来无不合格产品或服务，未出现重大质量事故	近三年来的质量把关情况，有无不合格的产品或服务，是否出现重大的质量事故等，没有不合格产品或服务，也未出现重大的质量事故则符合要求，否则为不符合要求。	
7	市场占有率较高，信誉较好。售后服务健全，有较高的用户满意度	有售前、售后服务的管理制度并有用户服务记录，有专职的售后服务部门，具有良好的社会信誉和市场竞争能力，品牌知名度、用户满意度在同行业中处于领先地位	检查企业是否有售前、售后服务的管理制度和用户服务记录，是否有专职的售后服务部门，并主动收集和定期征求用户意见，并将其整理、汇总反馈给企业领导和企业内相关部门，对用户意见进行回答和公开整改会议并付诸实施，不断为满足用户需要而努力，满足则符合要求，否则为不符合要求。	

附录 B

(规范性附录)

优势品牌申请表

表 B.1 优势品牌申请表

单位名称			
产品或服务名称		许可证号	
执行标准		商标注册号	
单位地址		邮政编码	
法人代表		电话（手机）	
联系人		电话（手机）	
产 品 或 服 务 简 介	<p>(技术创新, 品质特征, 三年来监督抽查检验情况, 曾获奖励情况等)</p> <p style="text-align: right;">(盖章)</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>		