

附件1：

ICS

CCS 点击此处添加 CCS 号

T/

团体标准

T/XXX XXXX—XXXX

农资行业知名品牌认定规范

Specification for recognition of agricultural means of production industry famous brand

（征求意见稿）

（本草案完成时间：2023 年 9 月 15 日）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

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 认定原则	1
4.1 自愿参与原则	1
4.2 客观公正性原则	1
4.3 持续性原则	1
5 申报要求	2
6 认定指标及打分方法	2
7 认定程序	2
7.1 确定认定工作开展时间及频次	2
7.2 组建认定工作小组	2
7.3 申报阶段	2
7.4 材料受理及资格审查	2
7.5 认定打分	2
7.6 整合认定结果	2
7.7 结果公示	2
7.8 表彰奖励	3
附录 A（规范性） 农资行业知名品牌认定指标及认定方法	4
附录 B（规范性） 农资行业知名品牌认定指标计分方法	8
B.1 认定指标计分方法	8

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。

本文件由中国农业生产资料流通协会提出。

本文件由中国农业生产资料流通协会归口。

本文件起草单位：中国农业生产资料流通协会、中国农业生产资料集团有限公司、九禾股份有限公司、云图控股股份有限公司、浙农集团股份有限公司、安徽辉隆农资集团股份有限公司、黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司、广东天禾农资股份有限公司。

本文件主要起草人：龙文、符纯华、樊慧群、张旭宏、许锋、郭智超、张宁、张相敏、武轶、田军、冯学宁、阚夕国、张波、胡大为、方小康、范玲、彭禄涛、叶建才、张玮。

农资行业知名品牌认定规范

1 范围

本文件确立了第三方机构开展农资行业知名品牌的认定原则、申报要求、认定指标及打分方法、认定程序等。

本文件适用于开展农资行业知名品牌认定工作。

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 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

GB/T 37675 农业生产资料供应服务 农资电子商务交易服务规范

3 术语和定义

GB/T 29187、GB/T 39654和GB/T 37675界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

商标 trademark

能够将一个企业的商品或服务与其他企业的货物或服务区分开来的，受到法律保护的符号或符号的任意组合，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合。

[来源：GB/T 29187，2.8]

3.2

品牌 brand

无形资产，包括但不限于名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

[来源：GB/T 39654—2020，3.1]

3.3

农资 agricultural means of production

农业生产所需投入的物质资料，通常包括肥料、农药、农膜、种子、饲料和饲料添加剂、兽药、农机具及配件等。

[来源：GB/T 37675，3.1]

3.4

知名品牌 famous brand

是指具有较强综合实力、享有较高知名度和良好市场声誉且经第三方机构认定的品牌。

4 认定原则

4.1 自愿参与原则

凡符合申报条件的品牌均可自愿参与评价及认定。

4.2 客观公正性原则

认定组织以客观事实为依据来开展认定，公平准确评价，不偏袒任何利益方。

4.3 持续性原则

认定组织应持续对品牌的品质、声誉和影响进行跟踪。

5 申报要求

参加农资行业知名品牌认定的企业应满足以下全部基本要求，包括：

- a) 申请商标所有人为从事农资生产、流通的企业法人；
- b) 企业具有合法经营资格，具有在市场监督管理部门注册登记的合法凭证；
- c) 企业重视品牌的使用和保护，已在中国国内注册商标，且该商标的注册时间满三年；
- d) 企业的经营活动符合国家有关法律法规和产业政策规定，近三年无质量、安全、环保等重大责任事故；
- e) 企业依法诚信经营，切实履行社会职责，具有良好的信用记录和社会信誉。

6 认定指标及打分方法

6.1 农资行业知名品牌认定分为服务类知名品牌认定和产品类知名品牌认定。服务类知名品牌和产品类知名品牌认定指标体系均包括定量认定指标(a)和定性认定指标(b)。定量认定指标是对企业提供的近三年的有关数据进行计算评价；定性认定指标是对企业提供的近一年的有关情况进行评价。

6.2 服务类知名品牌认定指标分为三个层级：一级指标、二级指标和三级指标。其中一级指标 5 项、二级指标 12 项、三级指标 29 项。服务类知名品牌认定指标及打分方法按附录 A.1 执行。

6.3 产品类知名品牌认定指标分为三个层级：一级指标、二级指标和三级指标。其中一级指标 5 项、二级指标 13 项、三级指标 32 项。产品类知名品牌认定指标及打分方法按附录 A.2 执行。

7 认定程序

7.1 确定认定工作开展时间及频次

农资行业知名品牌认定工作应按照企业需求定期进行，原则上一年一次，每次有效期三年。

7.2 组建认定工作小组

7.2.1 组建农资行业知名品牌认定工作小组，认定工作小组成员应由熟悉农资企业品牌建设的行业专家组成。

7.2.2 认定工作小组成员应不少于 5 人，负责整个认定过程。可根据情况适当增加认定工作小组成员，数量应为奇数。

7.3 申报阶段

企业申报，依据附录 A.1 和附录 A.2 的认定内容提交相关材料。

7.4 材料受理及资格审查

认定工作小组在规定的期限内，对参加农资行业知名品牌认定企业的资格等情况进行审核，如不符合申报要求中的任意一条，将取消认定资格。

7.5 认定打分

认定工作小组依据附录A.1和附录A.2的认定指标及打分方法对申报企业提供的相关材料开展认定打分工作，将各指标得分相加获得四项一级指标的综合得分。

7.6 整合认定结果

认定工作小组整合打分情况给出初步认定结果，总得分为各一级指标得分相加之和。农资行业知名品牌认定的总分为100分，评分达到60分以上（含60分）获得“农资行业知名品牌”称号。

7.7 结果公示

将认定结果向社会公示7天，接受社会广泛监督。对存有异议的品牌，由认定工作小组进行核实查证，进而确定最后的入围名单，并进行公告。

7.8 表彰奖励

对获得农资行业知名品牌认定的企业提供以下奖励与支持：

- a) 获得农资行业知名品牌认定的企业，可向第三方机构申请制作《农资行业知名品牌牌匾》，由第三方机构统一颁发、授予荣誉；
- b) 在主流行业媒体公布农资行业知名品牌名单，通报表彰入选企业。

附录 A

(规范性)

农资行业知名品牌认定指标及认定方法

表A.1 农资行业服务类知名品牌认定指标及打分方法

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	类型	打分方法
有形要素 (34分)	企业财务表现 (25分)	资产总额 (5分)	a	计分方法见B.1
		营业收入 (5分)	a	计分方法见B.1
		利润 (5分)	a	计分方法见B.1
		总资产增长率 (5分)	a	计分方法见B.1
		营业收入增长率 (5分)	a	计分方法见B.1
	品牌规模与效益 (9分)	申报品牌年市场销售额 (3分)	a	计分方法见B.1
		申报品牌年销售利润 (3分)	a	计分方法见B.1
	申报品牌市场覆盖程度 (3分)	b	品牌销售区域覆盖省份5个以上得3分; 3-5 (含) 个得2分; 1-3 (含) 个得1分	
无形要素 (29分)	品牌管理 (7分)	品牌发展规划及制度 (4分)	b	制定品牌发展规划的得2分; 建立品牌培育、使用、管理和保护制度的, 得2分。两项均无得0分
		品牌建设、维护、广告经费投入总额 (3分)	a	计分方法见B.1
	品牌历史 (3分)	品牌存续时间及发展历程 (3分)	b	品牌历史10年 (含) 以上得3分; 5年 (含) 以上10年以下得2分; 3年 (含) 以上5年以下的得1分
	品牌美誉度 (7分)	顾客满意度 (2分)	b	开展顾客满意度测评的, 得3分
		企业或品牌获得各项荣誉情况 (5分)	b	获得国家级、省部级荣誉得5分; 获得地市级、县处级荣誉得3分; 获得乡科级、街道居 (村委会) 荣誉得1分
	企业信用 (3分)	企业信用等级评价情况 (3分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
	社会责任 (9分)	企业承担国家/省级储备任务情况 (3分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		纳税贡献情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		社会责任报告发布情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
服务要素 (16分)	品牌服务基础 (10分)	直接服务农民专业合作社、种植大户、家庭农场数量 (2分)	a	计分方法见B.1
		提供测土配方 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		开展统防统治 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		提供农机服务 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		提供土地半托管或全托管服务 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
	服务能力建设 (6分)	服务流程规范化、有专门的负责人和责任制度 (3分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	类型	打分方法
		供应商资源建设情况（3分）	b	有稳定的供货渠道，与供应商建立了5年及以上的合作关系，得3分；与供应商建立了3年（含）至5年合作关系的得2分；与供应商建立了1年（含）至3年合作关系的得1分
创新要素（11分）	创新能力（5分）	创新投入情况（用于服务创新的研发经费投入总额）（5分）	a	计分方法见B.1
	创新成效（6分）	参加国家、行业、地方标准制修订情况（3分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
		数字化服务情况（运用大数据、物联网、电子商务等情况）（3分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
行业评价（10分）	行业专家和媒体评价（10分）	认定工作小组基于企业申报材料及企业的媒体评价情况进行综合打分	b	取认定工作小组评分平均数，评分时最高分不超过10分，最低分不低于5分，分值为整数。
注：农资行业服务类知名品牌认定指标体系均包括定量认定指标(a)和定性认定指标(b)。定量认定指标对企业提供的近三年的有关数据进行评价；定性认定指标对企业提供的近一年的有关情况进行评价。				

表A.2 农资行业产品类知名品牌认定指标及打分方法

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	类型	打分方法	
有形要素 (34分)	企业财务表现 (25分)	资产总额 (5分)	a	计分方法见B.1	
		营业收入 (5分)	a	计分方法见B.1	
		利润 (5分)	a	计分方法见B.1	
		总资产增长率 (5分)	a	计分方法见B.1	
		营业收入增长率 (5分)	a	计分方法见B.1	
	品牌规模与效益 (9分)	申报品牌年市场销售额 (3分)	a	计分方法见B.1	
		申报品牌年销售利润 (3分)	a	计分方法见B.1	
无形要素 (29分)	品牌管理 (7分)	品牌发展规划及制度 (4分)	b	制定品牌发展规划的得2分; 建立品牌培育、使用、管理和保护制度的, 得2分。两项均无得0分	
		品牌建设、维护、广告经费投入总额 (3分)	a	计分方法见B.1	
	品牌历史 (3分)	品牌存续时间及发展历程 (3分)	b	品牌历史10年(含)以上得3分; 5年(含)以上10年以下得3分; 3年(含)以上5年以下的得1分	
	品牌美誉度 (7分)	顾客满意度 (2分)	b	开展顾客满意度测评的, 得2分	
		企业或品牌获得各项荣誉情况 (5分)	b	获得国家级政府部门或协会组织颁发的的相关荣誉得5分; 获得省级政府部门或协会组织颁发的的相关荣誉得3分; 获得市级政府部门或协会组织颁发的的相关荣誉得1分	
	企业信用 (3分)	企业信用等级评价情况 (3分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0	
	社会责任 (9分)	企业承担国家/省级储备任务情况 (3分)	企业承担国家/省级储备任务情况 (3分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
			捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0
		纳税贡献情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0	
		社会责任报告发布情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0	
质量要素 (14分)	执行标准水平 (2分)	申报产品执行国家、行业标准、地方标准、团体标准或企业标准情况	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0 (2分)	
	质管安全水平 (6分)	近3年内无产品质量被投诉现象 (2分)	b	符合性分值, 是则得分, 否则为0	
		近3年内均具有产品检验合格报告档案 (2分)	b	符合性分值, 是则得分, 否则为0	
		质量安全责任制或相关管理制度建立情况 (2分)	b	符合性分值, 有则得分, 无则为0	

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	类型	打分方法
	质量管理水平（6分）	质量或环境管理体系认证（2分）	b	获得质量或环境管理体系认证证书并在有效期内的，得2分，无则为0
		质量安全情况（是否纳入质量安全追溯平台、第三方质量检测报告）（2分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
		质量信用报告发布情况（2分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
创新要素（13分）	创新能力（6分）	创新投入情况（用于产品创新的研发经费投入总额）（3分）	a	计分方法见B.1
		拥有自主设立或签署合作协议的研究机构（2分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
		高新技术企业认定情况（1分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
	创新成效（7分）	拥有专利和科技创新成果等情况（2分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
		参加国家、行业、地方标准制修订情况（2分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
		智能制造情况（运用大数据、物联网、电子商务等情况）（3分）	b	符合性分值，有则得分，无则为0
行业评价（10分）	行业专家和媒体评价（10分）	认定工作小组基于企业申报材料及企业的媒体评价情况进行综合打分	b	取认定工作小组评分平均数，评分时最高分不超过10分，最低分不低于5分，分值为整数。
注：农资行业产品类知名品牌认定指标体系均包括定量认定指标(a)和定性认定指标(b)。定量认定指标对企业提供的近三年的有关数据进行评价；定性认定指标对企业提供的近一年的有关情况进行评价。				

附 录 B
(规范性)
农资行业知名品牌认定指标计分方法

B.1 认定指标计分方法

采用“连续计分法”，然后按各年度的权数加权平均，计算指标项得分。具体计分公式如下：

$$Y = \frac{a_{n-3}}{a_{\max}} \times h \times 0.2 + \frac{a_{n-2}}{a_{\max}} \times h \times 0.3 + \frac{a_{n-1}}{a_{\max}} \times h \times 0.5 \dots\dots\dots (B.1)$$

式中：

Y——指标项得分；

h——指标项满分；

n——申报年度；

a_{\max} ——该项指标近三年行业企业最大值；

a_{n-3} ——第n-3年申报值；

a_{n-2} ——第n-2年申报值；

a_{n-1} ——第n-1年申报值。