

团体标准

T/GZCBD 001—2024

“贵系列”品牌认定通则

General rules for “Gui -series” brand identification

（征求意见稿）

2024-XX-XX 发布

2024-XX-XX 实施

贵州省品牌建设促进会 发布

目 次

前 言 III

引 言 IV

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

5 认定类别 2

6 基本条件 3

7 认定要求 4

8 认定实施 7

9 动态管理 9

附 录 A 10

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。

本文件由贵州省品牌建设促进会提出并归口。

本文件起草单位：贵州省品牌建设促进会、……。

本文件主要起草人：……。

引 言

品牌是高质量发展的重要象征，是企业乃至国家竞争力的综合体现，是品牌主体参与全球竞争的重要资源。在数字经济高速发展的新时期，品牌作为质量、技术、信誉和文化的重要载体，深刻影响着品牌主体在全球产业价值链中的地位。

“贵系列”是突出贵州省民族文化特色的区域公用品牌，推进“贵系列”品牌建设工作是贯彻落实国务院《关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》（国发〔2022〕2号）精神，推进多彩贵州文化强省、质量强省和品牌强省建设，助推贵州省经济社会高质量发展的重大举措。

本文件基于 ISO 20671 国际品牌评价标准“五要素”理论及品牌管理有关要求，结合贵州省关于突出民族文化特色大力打造“贵系列”品牌的政策导向，考虑“贵系列”品牌中重点围绕的白酒、特色农产品、茶叶、生态美食、刺绣、蜡染、银饰、特色工艺品等共性特征，提炼了“贵系列”品牌认定在“市场引领、质量保障、创新发展、文化特色、社会责任、品牌管理及品牌传播”等方面的通用要求，规定了“贵系列”品牌认定实施的工作流程及动态管理要求，作为“贵系列”品牌认定及动态管理的基本依据。

打造“贵系列”品牌是一个系统性、综合性、持续性工程，需要在系统化构建品牌认定标准体系的基础上，建立完善品牌认定和管理机制，严格品牌准入、退出的动态管理，持续提升优势特色产品质量，不断引导品牌主体做优做精做强，构建多元化“贵系列”精品品牌矩阵。

“贵系列”品牌认定通则

1 范围

本文件规定了“贵系列”品牌的术语和定义、认定原则、认定类别、基本条件、认定要求、认定实施、动态管理。

本文件适用于“贵系列”品牌认定活动和管理。

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 39654 品牌评价 原则与基础

DB52/T 1554 品牌评价工作指南

3 术语和定义

GB/T 29185中界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 “贵系列”品牌 “Gui-series” brand

贵州省内具有市场引领、质量保障及创新发展优势，代表行业先进水平，兼具贵州地域特征、资源禀赋、民族文化、技艺传承、产品特性和时代特色的区域公用品牌。

4 认定原则

4.1 突出特色

“贵系列”品牌重点突出地域、资源、文化、技艺等特征，塑造特色鲜明的贵州省整体品牌形象。

4.2 客观公正

“贵系列”品牌认定按照本文件及相关规定，遵循公平、公正、公开的原则开展。

4.3 价值导向

“贵系列”品牌认定旨在推动品牌价值持续提升，发挥示范引领作用，促进贵州特色优势产业高质量发展。

5 认定类别

“贵系列”品牌认定覆盖白酒、特色农产品、茶叶、生态美食、刺绣、蜡染、银饰、特色工艺品等类别。

5.1 白酒类

在贵州省境内，以粮谷为原料，以大曲、小曲、麸曲等为糖化发酵剂，采用固态发酵法或半固态发酵法工艺所得的基酒，经陈酿勾调而成的，不直接或间接添加食用酒精及非自身发酵产生的呈色、呈香、呈味物质，具有产品固有风格特征的白酒。

5.2 特色农产品类

在贵州省境内，通过自然采收，种植、养殖方式培育产出的各类初级农产品及其加工品。

5.3 茶叶类

在贵州省境内生长的茶树鲜叶为主要原料，通过特定标准工艺流程生产加工的茶产品。

5.4 生态美食类

以贵州生态食材为主，经本土特色工艺加工而成的，具有地方特色、独特风味、优良品质的各类预包装食品及本地菜肴。

5.5 刺绣类

体现贵州民族文化、地域特色、传统技艺等特点，融合传统和现代纹饰图案，以手工、半手工或机制等工艺相结合生产，具有独特艺术效果的刺绣产品。

5.6 蜡染类

体现贵州民族文化、地域特色、传统技艺等特点，融合历史和现代纹饰图案，经过画蜡、浸泡、染色、退蜡、漂洗、晾晒等，手工、半手工或机制等工艺相结合生产，具有独特艺术效果的蜡染产品。

5.7 银饰类

体现贵州民族文化、地域特色、传统技艺等特点，融合现代工艺，手工、半手工或机制等相结合制作而成的含银量达925以上的银饰、银器产品。

5.8 特色工艺品类

体现贵州民族文化、地域特色、传统技艺等特点，通过手工、半手工或机制等工艺相结合生产，具有独特艺术价值、文化内涵的工艺产品，包括金属工艺（首饰）类、印染类、编织类、雕刻雕塑类、陶瓷类、漆器类、剪刻绘印类、工艺家具类、乐器类、其它工艺类。

6 基本条件

6.1 申报主体

- a) 在贵州省内登记注册，拥有独立民商事主体资格，并且合法经营三年以上；
- b) 拥有自主品牌商标所有权或使用权，且在有效期内；
- c) 符合国家有关法律、法规规定和产业政策导向，近三年内无重大质量、安全、环保、公共卫生责任事故及重大负面舆情；

d) 申报主体及其法定代表人（负责人）近三年无重大失信行为。

6.2 认定对象

- a) “贵系列”品牌认定对象为本文件“5 认定类别”中的产品；
- b) 已批量生产且实际在售。

7 认定要求

7.1 市场引领

申报主体及其申请认定的产品形成行业领先的品牌效应：

- a) 申报主体在其行业领域具有较高的市场地位，营收规模处于行业前列；
- b) 申报主体采用多样化的渠道布局，实现广泛的市场覆盖；
- c) 申报主体申请认定的产品具有较高的市场占有率和销售额；
- d) 申报主体申请认定的产品具有较高的知名度、美誉度和影响力。

7.2 质量保障

申报主体通过引进先进的质量管理模式，执行先进的生产标准，以保证其持续提供优质产品：

- a) 引入现代质量管理理念方法，导入先进的质量管理模式，通过相关质量管理体系或产品认证；
- b) 不断积累质量相关成果及荣誉；
- c) 投入必要的设备设施及专业技术人员；
- d) 重视组织的信用维护和提升；
- e) 制定领先于行业平均水平的产品执行标准/工艺规范。

7.3 创新发展

申报主体重视创新机制建设及创新投入，具有持续创新能力，且形成一定的创新成果：

- a) 制定创新战略及实施计划，并提供相应的资源投入和保障；
- b) 与外部机构开展合作，推动协同创新；
- c) 主持或参与国家标准、行业标准、地方标准、团体标准制修订；
- d) 在产品实现的关键环节拥有较先进的自主知识产权和核心技术成果；
- e) 推动各项创新成果转型应用。

7.4 文化特色

申报主体申请认定的产品具有一定的环境资源、流程工艺特性，传承了贵州省历史文化、民族文化，形成鲜明的优势特色：

- a) 产品在产地环境、资源禀赋、生产（制作）工艺等方面表现出较强的地域特色；
- b) 产品承载了贵州特色的历史文化、民族文化、地域文化，形成了鲜明的文化IP；
- c) 重视民族文化遗产并开展推广工作；
- d) 产品具备独特的应用价值。

7.5 社会责任

申报主体重视践行社会责任，经济、社会贡献突出，具备较强的可持续发展能力：

- a) 助力区域经济收入，积极履行纳税职责；

- b) 有效带动就业；
- b) 积极开展社会公益活动；
- c) 发布社会责任报告。

7.6 品牌管理

申报主体重视品牌管理，搭建品牌管理组织架构，形成较为完善的管理制度体系：

- a) 配备专门部门或团队开展品牌管理工作；
- b) 制定明确的品牌发展战略，并推动落实；
- c) 参与省级及以上品牌价值评价工作；
- d) 重视品牌保护，采取措施维护品牌形象。

7.7 品牌传播

申报主体开展各种形式的自有品牌宣传推广活动，不断扩大其品牌影响力竞争力：

- a) 申报主体采取多元化渠道推进自有品牌传播，并提供资源保障；
- b) 实施的自有品牌传播活动取得成效。

8 认定实施

8.1 组织推荐

“贵系列”品牌认定主管部门下发认定申报通知，由各市（州）相关单位、行业协会组织推荐申报工作。

8.2 自愿申报

申报主体根据通知要求，结合认定通则及认定细则，自愿申报并提交相应材料。

8.3 受理审核

“贵系列”品牌认定主管部门授权机构依据“6 基本条件”内容，审核申报主体及其产品是否符合基本申报条件，并将受理审核结果告知申报主体。

8.4 综合评价

8.4.1 专家评价

评价人员应为品牌、质量、标准等领域及“贵系列”认定类别相应行业相关专家。并成立不少于5人的专家组。

专家应具有较丰富的相关工作经验，且熟悉“贵系列”品牌认定相关要求。

专家组按认定细则进行打分，形成专家认定结果，报“贵系列”品牌认定主管部门审定。

8.4.2 结果认定

“贵系列”品牌认定主管部门对专家认定结果进行审核并确定结果，经公示无异议后，对外发布最终认定名单，授权其使用“贵系列”品牌标识，标识的使用按照《“贵系列”品牌标识使用管理办法》实施。

8.5 互认评价

与“贵州精品”等有关标准及认定程序进行对标，推动结果互认。

9 动态管理

9.1 建立目录

建立“贵系列”品牌目录制度，对获得认定的申报主体及其申报产品实施动态管理。

9.2 动态监测

品牌运营机构依据“贵系列”品牌相关管理办法，定期对获认定的申报主体进行监测审核，包括品牌标识的使用情况、品牌产品生产销售及其生产主体经营效益等，申报主体若出现数据存疑、异议、负面舆情等情况时，应接受现场核实。

9.3 退出机制

根据“贵系列”品牌相关管理办法建立退出机制。

附 录 A
(资料性)
“贵系列”品牌评价指标（通用部分）

“贵系列”品牌评价指标（通用部分）见表 A.1

A.1 “贵系列”品牌评价指标（通用部分）

评价维度	评价指标	评价内容
市场引领	市场地位	申报主体近 3 年财务表现（营业收入、净利润、税收及其增长率等）
		产品在全省细分领域中的市场占有率和销售额
	市场布局	省内外、线上线下销售占比；自有市场销售渠道建设（线上商城、店铺的建设情况及销售情况等）
	市场影响力	获得地市级以上媒体报道情况
质量保障	质量管理	管理体系建设及认证情况，包括质量、环境、职业健康安全、合规、知识产权、食品安全等
	质量奖项	国家/中国质量奖、省长质量奖、市长质量奖等奖项
	质量信用	质量信用评级及报告发布情况或“信用中国”记录查询情况
	资源配置	生产设施设备及人员配备情况
	资质荣誉	产品获得的认证、授权或保护等情况
创新发展	创新投入	研发费用投入及创新技术支持平台（技术中心、工业设计中心、研发中心）建设情况
	创新协同	与外部机构协同创新情况（如产学研合作项目，引入专家、顾问、高级人才团队）
	创新成效	近 3 年取得发明、实用新型、外观设计专利及版权（著作权）等数量
		主持、参与国家、行业、地方标准制定情况
	创新应用	近 3 年创新成果转化率及新产品销售收入占比
文化特色	资源禀赋	产地环境、种质资源、投入品及生产制作的工艺流程特性
	文化传承	产品承载的特色历史文化故事
		非物质文化遗产传承人级别及数量
		文化推广传承载体（如展览馆、博物馆、体验馆等）建设情况
	应用价值	产品应用价值（如食用价值、药用价值、使用价值、观赏价值等）
社会责任	经济效益	助力区域经济收入及贡献税收情况
	社会效益	带动就业、助力乡村振兴及开展其他社会公益活动情况
	可持续报告	社会责任报告/ESG 报告发布情况
品牌管理	组织架构	品牌管理部门或职能岗位设置情况
	品牌战略	品牌发展战略规划及落地实施情况
	品牌评价	参与省级及以上品牌价值评价结果

	品牌保护	品牌保护管理制度及保护措施
品牌传播	传播投入	近 3 年品牌推广宣传费用投入占营业收入的比重
	传播渠道	传播渠道的多样性、有效性以及传播形式的创新性，自媒体传播体系建设情况。
	传播效果	实施品牌传播活动的取得的效果，包括提升消费者忠诚度、满意度，扩大消费群体，降低顾客流失等

注：指标分值及权重详见认定细则
