

团 体 标 准

T/GZCBD 002—2024

"贵系列"品牌 白酒类评分规范

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 II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评分条件 1

5 评分要求 1

附录 A（规范性） “贵系列”品牌 白酒类评分规范指标评分表 2

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：贵州省酿酒工业协会、贵州食品工程职业学院、贵州省品牌建设促进会、贵州省标准化院、贵州大学酿酒与食品工程学院、贵州省轻工业科学研究所、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司、贵州习酒股份有限公司、多彩贵州网有限责任公司。

本文件主要起草人：黄平、吴天祥、蔡宏、杨刚仁、

"贵系列"品牌 白酒类评分规范

1 范围

本文件规定了“贵系列”品牌白酒类评分相关的术语与定义、评分条件、评分要求。
本文件适用于“贵系列”品牌白酒类的评分。
本文件适用于我省从事白酒生产和销售的独立民商事主体进行申报。

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。

T/GZCBD 001-2024 “贵系列”品牌认定通则

3 术语和定义

T/GZCBD 001界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

“贵系列”品牌白酒类

经T/GZCBD 001及本文件认定后的白酒类产品。

4 评分条件

按照T/GZCBD 001中“6 基本条件”执行。

5 评分要求

按照T/GZCBD 001中“7 认定要求”执行，评分表见附录A。

附 录 A
(规范性)
“贵系列”品牌 白酒类评分规范指标评分表

A.1 “贵系列”品牌 白酒类评分规范指标评分表

见表A.1。

表 A.1 “贵系列”品牌 白酒类评分规范指标评分表（总分 100 分）

一级指标	二级指标	分值设置	评分依据	得分
(一) 市场引领 (20 分)	市场地位	申报主体近 3 年财务表现：申报主体近三年平均营业收入≥1 亿元，得 1 分；每增加 5 亿元加 1 分，最高 7 分。	近三年年度审计报告或财务报表	7
		申报白酒单品市场销售情况：申报产品近三年平均销售额≥5000 万元，得 1 分；每增加 5000 万元加 1 分，最高 5 分。	销售合同或财务收入证明	5
	市场布局	建设有省外渠道，近三年在贵州省以外的销售额占总销售额比例达到 10%的（三年平均值），得 1 分；每增加 5%加 1 分，最高 5 分。	提供审计报告或财务报表	5
		有线上销售渠道的，得 1 分；每增加 1 个电商平台销售渠道加 1 分，最高 3 分。	线上商城、店铺的建设相关证明	3
(二) 质量保障 (25 分)	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：每通过 1 个体系认证（在有效期内），得 1 分，最高得 5 分。	提供相应证书	7
	质量奖项	国际级、国家级质量奖项 1 个计 3 分（含提名奖）； 省级质量奖项 1 个计 2 分（含提名奖）； 市级质量奖项 1 个计 1 分（含提名奖）； 最高得 5 分。	提供相应证书	5
	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：无不良记录得 3 分	提供“信用中国”信用记录查询截图	3
	资源配置	生产设施设备及人员配备情况： 1、建设有专门的检测机构，得 2 分； 2、设置 3 名以上专职质量管理人员，得 1 分，每增加 2 名加 1 分，最多得 3 分。	提供检测机构建设证明、设备采购证明，管理人员社保证明、劳动合同、任命文件等佐证材料	5
	资质荣誉	产品获得的认证、授权或保护等情况： 获得国家级荣誉或认证的，每 1 项得 2 分； 获得省级荣誉或认证的，每 1 项得 1 分； 最高得 5 分。	提供相应证书	5

表A.1 (续)

一级指标	二级指标	分值设置	评分依据	得分
(三) 创新发展 (15分)	创新投入	研发费用投入及创新技术支持平台建设情况： 建有国家级技术支持平台每1个得2分； 建有省级技术支持平台每1个得1分； 最高分4分。	提供技术平台文字介绍材料及相关平台图片文件。	4
	创新协同	与外部机构协同创新情况： 1、与外部机构协同创新情况案例或引入的专业人才、专业团队情况（如产学研合作，引入专家、顾问、高级技艺人才团队），计2分。 2、与高校、科研院所、行业协会合作，开展项目合作的，计2分。 最高分4分。	提供合同、合作成果报告等佐证材料	4
	创新成效	近3年取得发明、实用新型、外观设计专利及版权情况： 拥有发明专利1个及以上的，得1分； 拥有新型实用专利1个及以上的，得0.5分； 拥有外观专利1个及以上的，得0.5分； 最高得3分。	提供相应专利证书及知识产权证书	3
		参与制定国际、国家标准，得2分；行业或地方标准，得1分；团体标准，得0.5分。 最高2分。	主持、参与制定的国家、行业、地方标准清单及标准的复印文本	2
	创新应用	近3年内创新成果应用于生产实践，每项0.5分，最高2分	提供创成果文本及生产实践成品证明材料	2
(四) 行业特色 (15分)	产品特点	感官特色：产品色泽和外观，无色或微黄，清亮透明，无悬浮物，无沉淀，无杂质；多种香气协调、平衡、舒适；曲香浓郁。空杯留香持久；入口酒体醇厚，圆润丰满，后味曲香突出，回味悠长。 由行业协会组织专家进行评定，最高10分。	现场抽样	10
	文化特色	1、符合风格多样的区域分布等特色，体现显著的地域特色，由评审专家现场观察产品特点，产品有显著的地域特色，计2分。不具特色不得分。 2、具有特色文化故事，有深厚历史底蕴和文化价值的，计算1分； 3、具有文化传承载体（如教育传承、展览馆、博物馆、体验馆等）的，计1分	1、样品； 2、提供特色文化故事文字材料； 3、提供文化推广载体建设情况文字简介及图片	4
	应用价值	产品应用价值（实用价值、观赏价值）：提供相关印证材料则计1分，不提供则不得分。	提供产品应用价值文字说明	1

表A.1 (续)

一级指标	二级指标	分值设置	评分依据	得分
(五) 社会责任 (10分)	经济效益	近三年, 年均纳税金额达 3000 万元, 得 1 分; 每增加 1.5 亿元, 加 1 分; 最高 4 分。	提供完税证明。	4
	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: 1、解决就业: 就业人数 300 人, 得 1 分; 每增加 500 人, 加 1 分; 最高 3 分。 2、近三年内参与过社会公益活动, 得 1 分。	1、提供社保证明。 2、提供活动报告。	4
	可持续报告	社会责任报告/ESG 报告发布情况: 提供相关印证材料 (2 分), 不提供不得分	提供社会责任报告/ESG 报告发布情况等相关印证材料	2
(六) 品牌管理 (15分)	品牌形象	企业 MI、BI、VI、产品、服务、文化等方面: 提供 1 项的 1 分, 最高 2 分。	企业 MI、BI、VI、产品、服务、文化等方面的材料文件	2
	组织架构	品牌管理部门或职能岗位设置情况: 提供相关材料证明 (1 分)	品牌管理部门或职能岗位设置情况 品牌管理组织架构 (含管理部门及职能岗位设置情况) 文字材料或组织架构图	1
	品牌战略	品牌发展战略规划及落地实施情况: 提供相关材料证明 (1 分)	品牌发展战略规划及落地实施情况文字材料	1
	品牌评价	近三年内企业主体参加过品牌价值评价的, 并有结果的, 得 1 分; 1 亿元≤品牌价值评价<3 亿元的, 得 2 分; 3 亿元≤品牌价值评价<5 亿元的, 得 3 分; 品牌价值评价≤5 亿元及以上的, 得 4 分。 提供相关印证材料, 不提供不得分	提供评价结果截图	4
	品牌保护	品牌保护管理制度及保护措施: 提供相关材料证明 (1 分)	品牌保护管理制度及保护措施 (提供管理制度文件及保护措施文件及案例)	1
	品牌传播	近 3 年品牌推广宣传费用投入占营业收入的比重, 宣传费用投入占比≥3%的, 得 3 分。	提供广告及宣传合同	2
		有省级以上媒体报道 5 篇及以上得 2 分; 建有自媒体传播体系, 拥有 1 个官方自媒体账号 0.5 分, 最高 2 分。	提供相应报道扫描件电子版, 提供自媒体传播账号链接等	2
		实施品牌传播活动的取得的效果: 获得国家级名牌、省级名牌、中国驰名商标、中华老字号等国家级 (2 分)、省级 (1 分)、最高 2 分。	提供相应证书	2