

ICS 07.060

A 47

团体标准

T/CQMA 003-2024

优质气候农产品(脆李)品牌 经济价值评估

Economic value evaluation of high-quality climate agricultural product brands

(Green crisp plums)

2024-12-16 发布

2024-12-16 实施

重庆市气象学会 发布

目 次

前言..... III

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

4 评估要求..... 2

5 评估方法..... 2

6 评估报告编制..... 3

参考文献..... 4

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。

本文件由重庆市气象学会提出并归口。

本文件起草单位：中国气象局气候资源经济转化重点开放实验室、重庆市气象科学研究所、巫山县气象局、重庆市气候中心。

本文件主要起草人：阳园燕、罗孳孳、唐余学、武强、毕淼、林思敏、张天宇、张芬、叶钊。

优质气候农产品(脆李)品牌经济价值评估

1 范围

本标准规定了重庆市优质气候农产品(脆李)品牌经济价值评估相关的术语和定义、评估要求、评估方法以及评估报告编制要求。

本标准适用于重庆市范围内优质气候农产品(脆李)品牌经济价值评估。

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。

QX/T 486—2019 农产品气候品质认证技术规范

DB50/T 1285—2022 农产品气候品牌效益评价规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

脆李 green crisp plum

种植于重庆市三峡库区巫山、巫溪、奉节、云阳、开州、万州等区县海拔 180~1000 m 区域的青脆李系列品种的脆李鲜果。

3.2

优质气候农产品 high-quality climate agricultural products

用表征农产品品质的气候指标对农产品品质优劣进行评定，评定等级为优良的农产品。

[来源：QX/T 486-2019，定义2.4，有修改]

3.3

优质气候农产品品牌经济价值 economic value of high-quality climate agricultural product brands

优质气候农产品气候资源品牌化运作所创造的经济价值。

3.4

剩余收益 residual income

由无形资产所创造的收益。

3.5

品牌作用指数 brand function index

衡量品牌在市场中的影响力和作用的指标。

3.6

品牌强度 brand strength multiple

品牌对消费者购买决策的影响力，以及品牌在市场中的竞争力和价值。

3.7

品牌乘数 brand multiplier

品牌对产品或服务价值增加的倍数效应。

4 评估要求

4.1 待评估对象应是由相关机构授予，在有效期内且未发生质量安全事故的农产品气候品牌。

4.2 评估机构应具有农产品气候品牌经济价值评估能力。

4.3 评估专家应具有农业气象、林果栽培等相关专业的高级技术职称。

5 评估方法

5.1 评估模型

5.1.1 优质气候农产品(脆李)品牌经济价值评估模型如下：

$$V = B \times S \quad (1)$$

式中：

V —— 品牌经济价值；

B —— 品牌收益；

S —— 品牌乘数。

5.1.2 品牌收益 B 的计算公式如下：

$$B = R \times q \quad (2)$$

式中：

R —— 剩余收益；

q —— 品牌作用指数。

5.2 剩余收益的确定

剩余收益可采用预期收益法、生产价格法、成本价格法、市场价格法等进行确定。

5.3 品牌作用指数的确定

品牌作用指数采用主成分分析法确定，其步骤如下：

- 构建品牌作用指数评价指标体系；
- 通过专家打分法，对优质气候农产品（脆李）品牌在市场中的影响力和作用的重要程度进行打分；
- 对打分结果进行主成分分析，计算优质气候农产品（脆李）品牌资产在剩余收益中的比重。

5.4 品牌乘数的确定

优质气候农产品(脆李)品牌乘数是以其气候品牌的品牌强度依托S曲线测算得到，方法如下：

$$S^2 = 2G \quad G \in [0,50] \quad (3)$$

$$(S - 10)^2 = 2G - 100G \quad G \in [50, 100] \quad (4)$$

式中：

S —— 品牌乘数；

G —— 品牌强度。

5.5 品牌强度的确定

优质气候农产品（脆李）品牌强度的确定采用层次分析法，其步骤如下：

- a) 构建递进层次结构模型，筛选出评价指标后，构建评价体系；
- b) 构造判断矩阵，就同一层次的每两个要素之间进行重要性比较，根据评价尺度对重要性赋值，确定指标的重要程度；
- c) 权重计算及一致性检验；
- d) 确定品牌强度。

6 评估报告编制

优质气候农产品（脆李）品牌经济价值评估报告应包括但不限于下列内容：

- a) 项目概况；
- b) 资料来源；
- c) 评估依据；
- d) 评估内容；
- e) 评估结论。

参 考 文 献

- [1] DB50/T 1285-2022 农产品气候品牌效益评价规范
 - [2] DB50/T 901-2018 地理标志农产品 巫山脆李
 - [3] GB/T 31045-2014 品牌价值评价 农产品
 - [4] QX/T 486-2019 农产品气候品质认证技术规范
-