

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

T/HNAFQ

河南省质量协会团体标准

T/HNAFQ XXXX—XXXX

“美豫名品”公共品牌培育通则

点击此处添加标准名称的英文译名

（征求意见稿）

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

河南省质量协会 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

 3.1 品牌 1

 3.2 “美豫名品”公共品牌 1

 3.3 “美豫名品”公共品牌认证 1

4 培育原则 1

 4.1 领导作用 1

 4.2 全员参与 1

 4.3 过程方法 1

 4.4 持续改进 1

5 培育要素 2

 5.1 总则 2

 5.2 质量要素 2

 5.3 创新要素 2

 5.4 品牌要素 2

 5.5 效益要素 2

 5.6 社会责任要素 2

6 培育过程 2

 6.1 总则 2

 6.2 领导决策 2

 6.3 教育培训 2

 6.4 建立组织 2

 6.5 制定计划 3

 6.6 推进实施 3

 6.7 组织申报 3

 6.8 学习循环 3

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。

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。

本文件由河南省质量协会提出并归口。

本文件起草单位：河南省质量协会

本文件主要起草人：

"美豫名品"公共品牌培育通则

1 范围

本文件确立了“美豫名品”公共品牌培育的通用性要求。
本文件适用于开展“美豫名品”公共品牌培育活动的各类组织。

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 29186 品牌价值要素评价
GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
GB/T 39906 品牌管理要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 品牌

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）。

3.2 “美豫名品”公共品牌

代表河南高品质和先进形象，质量卓越、品牌卓著、技术领先、效益突出的组织经授权使用的品牌标识。

3.3 “美豫名品”公共品牌认证

对申请“美豫名品”公共品牌的组织开展的合格评定活动。

4 培育原则

4.1 领导作用

高层领导作出“美豫名品”公共品牌培育决策，并创造并保持良好的内部环境，是实现“美豫名品”公共品牌培育目标的重要前提。

4.2 全员参与

培养胜任、经授权并积极参与的人员，是提高“美豫名品”公共品牌培育能力的必要条件。

4.3 过程方法

将“美豫名品”公共品牌培育活动作为相互关联、功能连贯的过程进行管理，可更加有效和高效地得到一致的、可预知的结果。

4.4 持续改进

定期评价和改进“美豫名品”公共品牌培育存在的不足，有助于持续提高“美豫名品”公共品牌培育的充分性和有效性。

5 培育要素

5.1 总则

“美豫名品”公共品牌培育涉及组织的生产经营全过程中影响品牌价值创造、传播、维护的关键因素，覆盖了影响组织品牌形成、发展的重要维度，构成了“美豫名品”公共品牌培育的基本内容。

5.2 质量要素

组织应重视质量管理基础建设，建立并实施完善成熟的质量管理制度体系，开展与品牌定位和核心价值相一致的质量提升活动，保持质量的一致性和稳定性，控制质量风险，持续提升质量管理、实物质量和服务质量水平。

5.3 创新要素

组织应以满足顾客及其他利益相关方当前和未来的、明示和隐含的需求为导向，组织制定创新战略及实施计划，并提供相应资源投入，确保在各相关职能、层次和过程中持续开展创新活动，形成创新成果和自主知识产权。

5.4 品牌要素

组织应具备强烈的品牌意识，制定品牌战略和规划，建立品牌管理制度并配置相应资源，对品牌进行有效管理和维护，形成行业领先的品牌效应，提升品牌整体形象。

5.5 效益要素

组织应通过品牌培育获得较高的品牌强度、品牌绩效和财务表现，反映顾客满意度、市场影响力和经济效益方面的关键绩效指标的当前水平和趋势。

5.6 社会责任要素

组织应诚信经营，绿色发展，在质量安全、环境治理、公共卫生、资源利用、公益支持等方面承担社会责任，在遵守法律法规和基本道德规范的基础上实现更高的社会价值，最大限度的致力于可持续发展。

6 培育过程

6.1 总则

“美豫名品”公共品牌培育是一项系统工程，组织应基于PDCA循环原则，对各过程及其相互作用进行系统的策划、实施、评价和改进，从而实现预期结果。

6.2 领导决策

高层领导应作出“美豫名品”公共品牌培育决策，并通过协调、沟通和激励，推进各部门的有效协同，营造良好的全员参与“美豫名品”公共品牌培育的内部环境。

6.3 教育培训

组织应以学习理解本文件及相关系列标准为重点，将“美豫名品”公共品牌培育培训活动纳入组织整体教育培训规划，制定“美豫名品”公共品牌培育专项培训计划，明确培训的对象、目标、内容、方式、经费和设施等事项。

6.4 建立组织

组织应建立跨部门的机构，负责审查“美豫名品”公共品牌培育计划，协调“美豫名品”公共品牌培育需要的各类资源，策划“美豫名品”公共品牌培育过程中重大活动，定期向高层领导报告“美豫名品”公共品牌培育情况。

6.5 制定计划

组织应制定“美豫名品”公共品牌培育专项计划，明确“美豫名品”公共品牌培育指导思想、工作目标、重点任务、时间步骤和保障措施，统筹安排“美豫名品”公共品牌培育各项活动。

6.6 推进实施

组织应基于“美豫名品”公共品牌培育专项计划，分解量化各部门、各岗位具体工作任务和指标，分步实施，有序推进，确保“美豫名品”公共品牌培育各项措施得到落实，并注重动态跟踪监测“美豫名品”公共品牌培育成效。

6.7 组织申报

组织应基于“美豫名品”公共品牌申报要求和相关认证规范，客观、准确填报相关内容，按程序及时报送。

6.8 学习循环

获得授权使用“美豫名品”公共品牌的组织，应严格遵守“美豫名品”公共品牌管理相关规定，巩固“美豫名品”公共品牌创建成果，维护“美豫名品”公共品牌声誉；没有获得批准使用“美豫名品”公共品牌的组织，应通过自我评价和标杆对比等方法，查找“美豫名品”公共品牌培育和申报过程存在的不足，制定和实施改进计划。
