

# 《品牌全生命周期培育建设与管理指南》

## 编制说明

团标制定工作组

二零二五

# 浙江省职业经理人协会团体标准编制说明

## 一、制定标准的背景、目的和意义

在市场竞争日益激烈的当下，品牌成为企业核心竞争力的关键要素。然而，许多企业在品牌发展过程中缺乏系统性的规划与管理，从品牌诞生到成长、成熟乃至衰退或转型的各个阶段，都面临着诸多挑战，如定位模糊、策略短视、管理不善等，导致品牌生命力短暂，难以实现可持续发展，也造成了资源浪费与市场秩序混乱。

本标准旨在为各类组织提供一套科学、全面且可操作的品牌全生命周期培育建设与管理的指导框架。通过明确各阶段的要点，帮助企业精准把握品牌发展脉络，制定有效的培育策略，有条不紊地推进品牌建设实施工作，加强日常品牌管理，并依据评价结果持续改进，从而提升品牌的整体质量与市场竞争力，助力企业在复杂多变的商业环境中稳健前行，实现品牌的长期价值最大化。

本标准的制定有助于规范品牌培育建设与管理活动，促进企业间的交流与学习，推动整个行业品牌建设水平的整体提升，增强行业内品牌的国际影响力，为企业在全球市场竞争中赢得更多机遇，同时也为消费者提供更优质、更具稳定性的品牌产品与服务，保障市场健康有序发展，引领品牌经济迈向高质量发展新阶段。

## 二、工作简况

### （一）标准主要起草单位和起草人员任务分工

标准的主要起草单位为浙江顺畅高等级公路养护有限公司，由何洋帆担任工作组组长主导完成了标准的编制工作。

## （二）主要工作过程

### 1、项目立项阶段

当前，我国企业在品牌管理中普遍存在生命周期管理意识薄弱、培育策略碎片化、评价体系不健全等问题，导致品牌价值难以持续提升。本团体标准旨在为组织提供品牌全生命周期培育、建设与管理的科学指导框架。明确各阶段要点，助力企业精准把握品牌发展，制定策略并推进建设实施，加强管理并持续改进。以提升品牌质量与竞争力，使企业在复杂市场中稳健前行，实现品牌长期价值最大化。

### 2、理论研究阶段

标准起草组成立伊始就品牌全生命周期培育建设与管理进行了深入的调查研究，同时广泛搜集相关标准和国外技术资料，进行了大量的研究分析、资料查证工作，确定了标准的制定原则，结合现有品牌培育建设与管理实际应用经验，为标准的起草奠定了基础。

标准起草组进一步研究了品牌全生命周期培育建设与管理要求，明确了各项规定，为标准的具体起草指明方向。

### 3、标准起草阶段

在理论研究基础上，起草组在标准编制过程中充分借鉴已有的理论研究和实践成果，基于我们基本国情，经过数次修改，形成了《品牌全生命周期培育建设与管理指南》标准草案稿。

### 4、标准征求意见阶段

形成标准草案稿之后，起草组召开了多次专家研讨会，从标准框架、标准起草等角度广泛征求多方意见，从理论完善和实践应用方面

提升标准的适用性和实用性。经过理论研究和方法验证，明确和规范塑料注射模技术要求。起草组形成了《品牌全生命周期培育建设与管理指南》（征求意见稿）。

#### 5、专家审核阶段

拟定于2025年05月召集专家审核标准，汇总专家审核意见之后，修改标准并发布。

### 三、标准编制原则和确定标准主要内容的依据

#### （一）标准编制原则

本标准依据相关行业标准，标准编制遵循“前瞻性、实用性、统一性、规范性”的原则，注重标准的可操作性，严格按照GB/T 1.1最新版本的要求进行编写。

#### （二）确定标准主要内容的依据

在广泛了解行业目前品牌全生命周期培育建设与管理现状的前提下，借鉴吸收国内外有关标准经验，最终形成了《品牌全生命周期培育建设与管理指南》征求意见稿初稿。

### 四、与现行有关法律法规、强制性标准和其他有关标准的关系

在广泛调研、查阅和研究国际标准、国家标准、行业标准的基础上，形成本标准征求意见稿。本标准的制定引用的标准如下：

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 29185 品牌 术语

GB/T 29186.1 品牌价值要素评价 第1部分：通则

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 39904 区域品牌培育与建设指南

GB/T 39906 品牌管理要求

## 五、重大意见分歧的处理经过和依据

本标准未出现过重大分歧。

## 六、标准实施的社会效益及经济技术分析

社会效益方面，该标准的实施有助于提升企业的品牌意识和品牌建设能力，推动品牌在全生命周期内实现持续、健康的发展。通过规范品牌培育、建设、管理和评价流程，企业能够更准确地把握市场需求和消费者心理，从而生产出更符合市场需求的产品和服务。这不仅有助于提升企业的市场竞争力，还能增强消费者对品牌的信任和忠诚度，促进市场的良性竞争和健康发展。

经济技术分析显示，该标准的实施能够为企业带来显著的经济效益。一方面，通过科学的品牌培育和管理，企业能够降低品牌建设的盲目性和随意性，减少不必要的资源浪费，提高品牌建设的投入产出比。另一方面，品牌全生命周期的培育和管理有助于企业及时发现并解决品牌发展中存在的问题，避免品牌老化、衰退等风险，从而延长品牌寿命，增加品牌资产价值。

## 七、贯彻实施标准的措施和建议

本标准出台后，浙江顺畅高等级公路养护有限公司将组成标准宣贯领导小组和工作组，组织开展宣贯培训，同时借助官方网站、新闻媒

体、现代通信手段如微信公众号等平台进行广泛宣传，在上下游企业形成标准共识，协同推进，保障标准有效落地。

#### **八、其他应予说明的事项**

本标准不涉及专利、商标等知识产权问题。