

T/HNLZHXH

海南省老字号企业协会团体标准

T/HNLZHXH 0002—2025

“海南新字号”认定规范

Evaluation specification for “Hainan new brand”

（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

海南省老字号企业协会 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

4 申报对象 1

5 申报要求 1

5.1 基本条件 1

5.2 推荐申报 2

6 认定条件 2

7 评价内容 2

7.1 质量水平 2

7.2 品牌效益 2

7.3 品牌影响力 2

7.4 品牌强度 2

7.5 品牌培育管理 2

7.6 创新水平 3

8 认定方法 3

8.1 认定指标体系 3

8.2 认定方法 3

8.3 赋分 3

9 认定程序 3

9.1 认定准备 3

9.2 组织申报 3

9.3 初审 3

9.4 面审 3

9.5 实地勘验 4

9.6 评价 4

9.7 公布 4

附录 A（规范性）“海南新字号”认定指标 5

附录 B（规范性）指标计算方法 7

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。

本文件由海南省老字号企业协会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

"海南新字号"认定规范

1 范围

本文件规定了“海南新字号”的申报对象、认定条件、认定方法、认定程序和动态管理等。

本文件适用于“海南新字号”认定工作。

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 31279品牌价值评价 家用电器制造业
GB/T 31282品牌价值评价 互联网及相关服务
GB/T 31283品牌价值评价 机械设备制造业
GB/T 31482品牌价值评价 电子商务
GB/T 36679品牌价值评价 自主创新企业
GB/T 39654品牌评价 原则与基础
GB/T 39870 品牌价值评价 汽车制造业
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

海南新字号 hainan-new brand

在海南新近出现、体现新国潮、新消费、新业态、新模式、新产业特色，在行业细分领域极具影响力并处于领军地位，并经海南省老字号企业协会认定和确认的品牌。主要包括战略性新兴产业、高技术制造业、高技术服务和未来产业。

4 申报对象

企业注册地为海南省，品牌在海南注册登记，体现新国潮、新消费、新业态、新模式、新产业特色，在行业细分领域极具影响力并处于领军地位，为经济社会发展和社会进步注入新动力。

5 申报要求

5.1 基本条件

自愿申报“新字号”品牌评价的企业应符合以下基本条件：

- a) 具有法人资格，依法注册并连续生产经营 3 年以上的科技型中小企业；
- b) 符合国家有关法规、产业发展等政策要求；
- c) 诚信经营，积极履行社会责任；
- d) 拥有品牌商标所有权且在有效期内；

- e) 品牌创建时间为 3 年~10 年;
- f) 近 3 年内,无重大产品质量、安全、环保、卫生等责任事故,无违法违规情况;
- g) 近 3 年内,法定代表人无不良信用记录。

5.2 推荐申报

企业可由社会团体、行业主管部门等推荐进行“新字号”认定,社会团体、行业主管部门向认定机构提交书面推荐函。

6 认定条件

“海南新字号”认定包括但不限于以下条件:

- 在海南省注册3年以上的企业且守法经营;
- 企业经营规模较大,固定资产或年营业收入总额在100万元以上;
- 拥有商标所有权或使用权;
- 近3年财务状况稳定,且具有较强的可持续发展能力;
- 企业具备创新能力和核心技术;企业品牌充分体现新国潮、新消费、新业态、新模式、新产业特色;
- 企业在行业细分领域排名前列并具有极高的知名度和影响力;
- 获得社会广泛认同,形成良好信誉;
- 提供的产品(服务)不属于国家禁止、限制或淘汰类;
- 未在经营异常名录或严重违法失信名单中。

7 评价内容

7.1 质量水平

质量水平评价内容包括:

- a) 实物质量水平;
- b) 质量管理水平;
- c) 标准化水平。

7.2 品牌效益

品牌效益评价内容包括:

- a) 经济效益;
- b) 社会效益;
- c) 生态效益。

7.3 品牌影响力

品牌影响力评价内容包括:

- a) 品牌荣誉;
- b) 品牌知名度;
- c) 品牌满意度;
- d) 市场占有率。

7.4 品牌强度

品牌强度评价内容包括:

- a) 品牌资源力;
- b) 品牌发展力。

7.5 品牌培育管理

品牌培育管理评价内容包括:

- a) 品牌规划;
- b) 品牌维护。

7.6 创新水平

创新水平评价内容包括:

- a) 创新成效;
- b) 创新能力。

8 认定方法

8.1 认定指标体系

评价指标体系包括6个一级指标, 16个二级指标, 具体认定内容见附录A。

8.2 认定方法

采用定量分析与定性判断相结合的方法认定:

- a) 定性判断应通过观察、比对、验证等方式, 审查申报材料获取有效数据信息;
- b) 定量打分应按照认定指标对应打分, 指标计算方法见附录 B。

8.3 赋分

认定指标总分为1000分, 一级指标分值为: 质量水平200分、品牌效益150分、品牌影响力200分、品牌强度100分、品牌管理150分、创新水平200。

9 认定程序

9.1 认定准备

9.1.1 认定机构应根据评价工作需求, 组建认定工作组, 工作组应由 4.3 规定的人员组成。

9.1.2 策划形成认定工作方案, 包括但不限于:

- a) 认定目的;
- b) 对象和内容;
- c) 依据;
- d) 条件;
- e) 认定数据和信息的采集方案;
- f) 程序;
- g) 结果形式等信息。

9.2 组织申报

9.2.1 根据认定对象和内容, 认定机构组织进行自愿申报或推荐申报, 按照规定格式和要求填报有关相关数据信息。

9.2.2 认定机构宜对申报过程提供必要的解释和培训指导, 但不应涉及影响公正性行为。

9.2.3 申报主体应提供材料真实性声明, 保证各项数据信息的真实性、有效性和准确性。

9.3 初审

评价工作组对申报资质、条件、材料完整性、符合性进行审查。同时不应泄露申报材料的相关信息。

9.4 面审

初审通过后，认定工作组汇总申报材料，通知企业进行面审。面审不通过则将材料退回企业，并予以说明。

9.5 实地勘验

对通过面审的企业，认定工作组在 30 日内进行实地勘验。认定人员按照各类认定指标体系的要求进行现场认定并评分，根据评分结果形成实地勘验结果。

9.6 评价

9.6.1 初审、面审、实地勘验通过后，认定机构组织专业评审，对具体评价指标的符合性进行判定，形成认定结果。

9.6.2 “海南新字号”评价结果为通过、不通过。

9.7 公布

由认定机构对“海南新字号”认定结果面向社会进行公示，收集意见和提出处理方案。

附 录 A
(规范性)
“海南新字号”认定指标

表A.1 “海南新字号”认定指标

一级指标	二级指标	具体评价内容
质 量 水 平 (200分)	实物质量水平 (50分)	产品采用国际标准或国外先进标准并取得相关证明的, 执行国家、行业、地方、团体或企业标准情况
		产品实物质量, 包括产品主要性能和可靠性; 生产水平, 包括生产设备设施、工艺、检测、计量、人员能力水平等
	质量管理水平 (100分)	质量管理体系建设及运行有效性, 通过ISO 9001或ISO 22000或HACCP或GAP等规范认证, 获得认证证书并在有效期内
		产品通过认证情况, 包括获得国际认证情况
		企业质量安全预警机制情况, 有完善的信息收集机制、风险评估机制、信息发布机制、决策处置机制以及质量管理信息化水平情况
		产品质量安全可追溯体系运行正常 建立合格证制度
	标准化水平 (50分)	建立企业标准体系情况
		开展企业产品和服务标准自我声明情况
		主持或参与地方、行业、国家、国际标准制修订情况
品牌效益 (150分)	经济效益 (50分)	近3年品牌产品利润值
		近3年品牌产品销售利润率
		近3年品牌产品销售收入占主营业务收入比例
		近3年企业资产保值增值率
		品牌价值, 企业根据GB/T 29187、GB/T 31279、GB/T 31282、GB/T 31283、GB/T 31482、GB/T 36679、GB/T 39870等开展品牌价值测算或委托第三方评估机构测算结果
	社会效益 (50分)	近3年公益事业投入占销售收入比重
		参与资助灾区、社会福利、慈善、文化教育等公益活动
		近3年为当地残疾人、低保户等特殊群体提供就业岗位、开展农业培训以及带动就业数量
	生态效益 (50分)	带动第二、第三产业情况
		废水、废气、废渣污等无害化处理情况
品牌影响力 (200分)	品牌荣誉 (100分)	实施废弃物资源化利用措施
		获得国家级、省级政府部门颁发的品牌相关荣誉
		获得国家级、省级政府部门颁发有关奖项情况
		获得省级以上品牌核心生产企业情况
		获得市(县)级以上产业化重点龙头企业等情况
		在消费群体中具有较高的品牌知名度, 委托第三方机构测评数据说明
	品牌满意度 (50分)	品牌投入情况, 投入包括但不限于品牌宣传推广经费投入、品牌法律保护经费投入等
		顾客满意度, 包括满意度测评及持续改进情况
	市场占有率 (50分)	营销渠道、营销形式与营销范围情况
		近3年产品的销售收入及行业排位情况
		近3年产品的出口额及行业排位情况

(续表)

一级指标	二级指标	具体评价内容
------	------	--------

品牌强度 (100分)	品牌资源力 (50分)	品牌在生产、创建、经营管理过程中发生的相关事件，记载、阐释、说明等表达品牌历程的资源综合； 品牌发展过程中积累起来的与其相联结的凝聚和寄托品牌情怀的各类文化因子的综合； 品牌在发展中所积聚的地理条件、自然环境、现实政策等因素的综合
	品牌发展力 (50分)	为保护品牌利益而采取排它性合法措施的行为； 品牌在国内外市场开拓及发展方面增长或消弱趋势； 品牌在产品生产方面增长或消弱趋势； 品牌在传播与行销方面增长或消弱趋势
品牌培育 管理 (150分)	品牌规划 (80分)	品牌定位
		制定品牌发展战略规划
		制定品牌文化建设举措
		品牌形象完备，包括名称、注册商标、标识、包装、宣传语等
	品牌维护 (70分)	设定品牌管理机构及专职人员情况
		品牌及知识产权保护情况
		品牌保护机制和保障措施情况
创新水平 (200分)	创新成效 (100分)	管理创新成果、QC成果
		营销创新、商业模式创新情况
		研发或应用新产品、新技术，拥有专利情况
		获得高新技术企业、省级以上科技型中小企业等有关部门授予的科技方面荣誉称号
		获得省级以上部门颁发的科学技术奖项情况
	创新能力 (100分)	创新机制情况，制定了创新相关制度、文件等
		应用“互联网+”信息技术手段进行创新情况
		企业创新技术支持平台，包括企业重点实验室、技术中心、工程中心和研发中心等
		设立高校或科研单位教育实践基地、创业就业基地、产学研一体化平台情况
		近3年承担国家级、省部级、市厅级科研项目情况
		近3年科技成果转化情况，取得国家或省部级科技部门确认的技术合同、科技成果用户使用证明，国家或省级知识产权部门登记备案的专利转让或专利实施许可合同情况
		近3年研发人员占比情况，研发人员比重按式（B.2）计算
		近3年研发投入情况，研发投入比重按式（B.3）计算
		近3年新产品产值率情况，新产品产值率按式（B.4）计算

附 录 B (规范性) 指标计算方法

B.1 依据 3 年数据评价得分

所有涉及wyrn3rh数据评价得分的指标，按照加权求和方式计算得分。计算公式见（B.1）：

$$Y = S_{n-3} \times 0.2 + S_{n-2} \times 0.3 + S_{n-1} \times 0.5 \cdots \cdots (B.1)$$

式中：

Y——企业该项指标得分；

S_{n-3} ——企业n-3年度得分；

S_{n-2} ——企业n-2年度得分；

S_{n-1} ——企业n-1年度得分。

B.2 研发人员比重

研发人员比重按式（B.2）计算：

$$N = N_1 / N_2 \times 100\% \cdots \cdots (B.2)$$

式中：

N——研发人员比重；

N_1 ——研发人员数；

N_2 ——企业当年职工总数。

B.3 研发投入比重

研发投入比重按式（B.3）计算：

$$M = M_1 / M_2 \times 100\% \cdots \cdots (B.3)$$

式中：

M——研发投入比重；

M_1 ——研发成本；

M_2 ——销售收入。

B.4 新产品产值率

新产品产值率按式（B.4）计算：

$$P = P_1 / P_2 \times 100\% \cdots \cdots (B.4)$$

式中：

P——新产品产值率；

P_1 ——新产品产值；

P_2 ——企业当年总产值。