

团 体 标 准

T/GZCBD XXX-2025

"贵水黔鱼"区域公用品牌 使用评价规范

Regional Public Brand Use Evaluation Standards for "Guishuiqianyu"
(征求意见稿)

2025-XX-XX 发布

2025-XX-XX 实施

发 布

目 录

前 言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价原则	1
5 评价对象和周期	2
6 评价指标体系	2
7 评价方法	3
8 评价程序	4
9 评价小组	4
10 评价等级划分	5
11 结果运用	5
12 监督管理	6
附 录 A	7
“贵水黔鱼”区域公用品牌使用评价表评价指标体系详表	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》给出的规定起草。

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：贵州省水利厅、贵州省水投集团生态渔业公司、贵州省渔业协会、贵州省水产研究所、贵州农业职业学院。。。。。

本文件主要起草人：刘剑、郑云龙、王立强、姚沁池、商宝娣、李小义、王金乐、陈学艳、张效平

"贵水黔鱼"区域公用品牌使用评价规范

1 范围

本文件规定了"贵水黔鱼"区域公用品牌使用评价的术语和定义、评价原则、评价对象和周期、评价指标体系、评价方法、评价程序、评价小组、评价等级划分、结果运用和监督管理等要求。

本文件适用于获得"贵水黔鱼"区域公用品牌使用授权的企业、农民专业合作社、个体工商户等主体的准入评价、定期评价和监督检查。

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 29186.1 品牌价值要素评价 第1部分：通则

GB/T 29186.2 品牌价值要素评价 第2部分：有形要素

GB/T 29186.3 品牌价值要素评价 第3部分：质量要素

GB/T 29186.4 品牌价值要素评价 第4部分：创新要素

GB/T 29186.5 品牌价值要素评价 第5部分：服务要素

GB/T 29186.6 品牌价值要素评价 第6部分：无形要素

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

GB 11607 渔业水质标准

3 术语和定义

3.1 GB/T 29185、GB/T 29186（所有部分）、GB/T 39654 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.2 “贵水黔鱼” “Guishuiqianyu”

依托贵州优质水域资源，以保护生态为根本，在贵州省区域范围生产的优质、安全、绿色、健康、放心的水产品及其衍生品。

3.3 农产品区域公用品牌 Regional public brand of agricultural products

在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域，由能够代表区域公共利益的组织所持有、由若干农业生产经营主体按照相关规定和要求共同使用的品牌。

4 评价原则

4.1 科学性原则

评价指标设置应科学合理，评价方法应客观公正，评价过程应规范透明。

4.2 系统性原则

评价指标体系应全面覆盖品牌使用主体的生产条件、质量管控、品牌规范、市场表现和创新发展等各个方面。

4.3 可操作性原则

评价指标应明确具体，评价标准应便于操作执行和量化考核。

4.4 动态性原则

实行动态评价管理，定期开展评价，及时跟踪改进。

4.5 地域性原则

评价应突出贵州地域特色和生态优势，体现区域公用品牌特点。

4.6 公正性原则

评价过程应公开透明，评价结果应客观真实，接受社会监督。

5 评价对象和周期

5.1 评价对象

获得"贵水黔鱼"区域公用品牌使用授权的所有品牌使用主体。

5.2 评价周期

定期评价周期为2年，评价数据统计时间截至评价开始前1个月。

5.3 特殊评价

出现下列情况之一时，品牌管理机构可启动专项评价：

- a) 品牌使用主体申请时；
- b) 发生重大质量安全事件时；
- c) 收到举报投诉并查证属实时；
- d) 品牌管理机构认为必要时。

6 评价指标体系

6.1 指标体系构成

评价指标体系采用三级指标结构，包括5个一级指标、11个二级指标和具体的三级指标（附录A）。

6.2 一级指标及权重

评价指标体系的一级指标及权重分配如下：

- a) 基础条件：20%；
- b) 质量管控：35%；
- c) 品牌规范：20%；

- d) 市场表现：15%；
- e) 创新发展：10%。

6.3 指标体系详表

评价指标体系详表见附录 A。

6.4 指标调整

品牌管理机构可根据行业发展趋势和管理需要，适时调整评价指标体系，调整后的指标体系应提前 3 个月公布。

7 评价方法

7.1 评价方式

采用定量评价与定性评价相结合、现场评价与资料审查相结合、自我评价与第三方评价相结合的综合评价方式。

7.2 评分方法

7.2.1 综合评分计算

综合评价得分按公式（1）计算：

$$S = \sum(W_i \times S_i) \dots\dots\dots (1)$$

式中：

S——综合评价得分，单位为分；

W_i ——第 i 个一级指标的权重；

S_i ——第 i 个一级指标的得分，单位为分；

i ——一级指标序号， $i=1,2,3,4,5$ 。

7.2.2 单项指标评分

各级指标评分应遵循以下原则：

- a) 定量指标按照测定值或统计值，对照评价标准确定得分；
- b) 定性指标通过现场检查、资料审查等方式，按照评价要求确定得分；
- c) 各级指标得分均为非负数。

7.3 数据来源

评价数据来源包括但不限于：

- a) 品牌使用主体提供的自评材料；
- b) 现场检查记录；
- c) 第三方检测报告；
- d) 政府部门监管记录；
- e) 市场调研数据；
- f) 消费者反馈信息。

8 评价程序

8.1 评价启动

品牌管理机构根据评价计划，提前 30 天发布评价通知，明确评价时间、要求和程序。

8.2 自我评价

品牌使用主体应在规定时间内完成自我评价，提交自评报告和相关证明材料。自评报告应包括：

- a) 企业基本情况；
- b) 各项指标完成情况；
- c) 存在的问题和改进措施；
- d) 相关证明材料。

8.3 资料审查

评价小组对品牌使用主体提交的自评报告和证明材料进行审查，核实相关数据和信息。

8.4 现场评价

评价小组应赴品牌使用主体生产经营场所进行现场检查，重点检查以下内容：

- a) 生产设施设备和环境条件；
- b) 质量管理体系运行情况；
- c) 品牌标识使用规范性；
- d) 产品质量和安全状况；
- e) 档案记录完整性。

8.5 综合评定

评价小组根据资料审查和现场评价情况，综合评定各项指标得分，形成评价报告。

8.6 结果确认

品牌管理机构审核评价报告，确认评价结果，并在 5 个工作日内书面通知品牌使用主体。

8.7 结果公示

评价结果应在品牌管理机构官方网站公示，公示期不少于 7 天。

9 评价小组

9.1 人员构成

评价小组可由相关行政主管部门、科研院所、高等院校、技术机构、行业协会人员和专家组成，应视评价工作的难易程度确定评价小组人员的构成和人数，人数应不少于 3 人且宜为单数。

9.2 人员资质

评价小组成员应具备以下条件：

- a) 具有大学本科以上学历或中级以上专业技术职称；
- b) 从事相关专业工作 5 年以上；
- c) 熟悉水产行业和品牌管理相关知识；
- d) 具有良好的职业道德和敬业精神；
- e) 无利害关系，能够客观公正地开展评价工作。

9.3 工作要求

评价小组应遵守以下工作要求：

- a) 严格按照本文件要求开展评价工作；
- b) 客观记录评价过程和结果；
- c) 对评价过程中获得的信息予以保密；
- d) 接受品牌管理机构的监督和管理。

10 评价等级划分

10.1 等级设定

根据综合评价得分，将品牌使用主体分为四个等级：

- a) 优秀：综合得分 ≥ 90 分；
- b) 良好：80分 $\leq$ 综合得分 < 90 分；
- c) 合格：60分 $\leq$ 综合得分 < 80 分；
- d) 不合格：综合得分 < 60 分。

10.2 单项否决

存在下列情况之一的，评价等级直接定为不合格：

- a) 发生重大食品安全事故的；
- b) 产品质量抽检连续 2 次不合格的；
- c) 违规使用品牌标识造成严重影响的；
- d) 存在其他严重违法违规行为的。

11 结果运用

11.1 激励措施

对于不同评价等级的品牌使用主体，实施差异化管理：

- a) 优秀等级：给予表彰奖励，优先推荐参加各类评选活动，在品牌宣传推广中重点支持；
- b) 良好等级：继续保持品牌使用资格，给予适当支持；
- c) 合格等级：保持品牌使用资格，加强指导帮扶。

11.2 整改要求

对于不合格等级的品牌使用主体：

- a) 暂停品牌使用资格；
- b) 限期 6 个月进行整改；
- c) 整改完成后重新组织评价；
- d) 整改期间不得使用品牌标识。

11.3 退出机制

存在下列情况之一的，取消品牌使用资格：

- a) 连续两次评价为不合格等级的；
- b) 整改期满仍不达标的；
- c) 发生重大质量安全事故的；
- d) 严重损害品牌形象的。

12 监督管理

12.1 日常监督

品牌管理机构应建立日常监督机制：

- a) 定期开展监督检查；
- b) 及时处理投诉举报；
- c) 跟踪整改落实情况；
- d) 发布监督检查结果。

12.2 社会监督

品牌管理机构应接受社会监督：

- a) 设立举报投诉渠道；
- b) 公开评价标准和程序；
- c) 及时回应社会关切；
- d) 接受媒体监督。

12.3 动态调整

品牌管理机构应根据以下情况适时调整评价标准：

- a) 相关法律法规发生变化；
- b) 行业发展出现新情况；
- c) 评价实践中发现问题；
- d) 品牌发展战略调整。

附录 A

“贵水黔鱼”区域公用品牌使用评价表评价指标体系详表

A.1 基础条件（20 分）

二级指标	三级指标	评价标准	得分
主体资质(6 分)	证照齐全	营业执照、食品经营许可证、水域滩涂养殖证等证照齐全有效（3 分）；缺少 1 项扣 1 分；缺少 2 项及以上（0 分）	
	诚信记录	近 2 年内无不良诚信记录（3 分）；有轻微违规但已整改（1 分）；有严重违规记录（0 分）	
生产条件(8 分)	基地符合性	生产基地位于贵州省境内，水质符合 GB 11607 要求（4 分）；基本符合（2 分）；不符合（0 分）	
	设施设备	生产设施设备完善，符合相关技术规范（4 分）；基本符合（2 分）；不符合（0 分）	
管理制度(6 分)	制度建设	建立生产管理、质量控制、品牌使用等管理制度（3 分）；制度基本完整（2 分）；制度不完善（0 分）	
	制度执行	严格执行各项管理制度，记录完整（3 分）；基本执行（2 分）；执行不到位（0 分）	

A.2 质量管控（35 分）

二级指标	三级指标	评价标准	得分
生产规范 (15 分)	标准化生产	严格按照相关标准进行生产，操作规范（8 分）；基本按标准生产（5 分）；未按标准生产（0 分）	
	投入品管理	规范使用饲料、渔药等投入品，建立完整使用记录（4 分）；基本规范（2 分）；不规范（0 分）	
	环境管理	养殖环境符合要求，废水处理达标（3 分）；基本达标（2 分）；不达标（0 分）	
质量检测 (20 分)	产品合格率	产品质量抽检合格率 100%(10 分);95%-99%(6 分);90%-94%(3 分)；<90%（0 分）	
	安全指标	重金属、药残等安全指标 100%达标（10 分）；95%-99%达标（6 分）；90%-94%达标（3 分）；<90%（0 分）	

A.3 品牌规范（20 分）

二级指标	三级指标	评价标准	得分
标识使用 (12 分)	使用规范性	严格按照品牌使用手册规范使用标识（6 分）；基本规范（4 分）；使用不规范（0 分）	
	包装标准化	产品包装统一规范，信息完整准确（3 分）；基本规范（2 分）；不规范（0 分）	
	溯源标识	产品具有完整的溯源标识和二维码（3 分）；部分具有（1 分）；无溯源标识（0 分）	
品牌维护 (8 分)	宣传推广	积极开展品牌宣传推广活动，效果良好（4 分）；一般（2 分）；较少（0 分）	
	形象维护	无损害品牌形象事件（4 分）；有轻微负面影响但及时处理（2 分）；有严重负面影响（0 分）	

A.4 市场表现（15 分）

二级指标	三级指标	评价标准	得分
销售业绩 (8 分)	销售增长率	年销售额增长率 $\geq 20\%$ （5 分）；10%-19%（3 分）；0%-9%（1 分）；负增长（0 分）	
	市场覆盖	产品销售覆盖省内外多个市场（3 分）；覆盖省内主要市场（2 分）；市场覆盖面较小（0 分）	
客户满意 (7 分)	满意度调查	客户满意度 $\geq 95\%$ （4 分）；90%-94%（3 分）；85%-89%（2 分）； $< 85\%$ （0 分）	
	投诉处理	客户投诉率 $< 1\%$ 且处理及时（3 分）；投诉率 1%-2%且处理及时（2 分）；投诉率 $> 2\%$ 或处理不及时（0 分）	

A.5 创新发展（10 分）

二级指标	三级指标	评价标准	得分
技术创新 (6 分)	研发投入	研发投入占营业收入比例 $\geq 3\%$ （3 分）；2%-3%（2 分）；1%-2%（1 分）； $< 1\%$ （0 分）	
	创新成果	拥有发明专利或实用新型专利（3 分）；有技术创新但无专利（1 分）；无技术创新（0 分）	
可持续发展 (4 分)	环保责任	严格执行环保要求，获得相关认证（2 分）；基本达标（1 分）；存在环保问题（0 分）	
	社会责任	积极承担社会责任，参与乡村振兴（2 分）；一般（1 分）；较少（0 分）	