

DB 4502

柳 州 市 地 方 标 准

DB4502/T 0024—2022

柳州螺蛳粉品牌评价 第 1 部分：区域公用品牌

Liuzhou Luosifen brand evaluation—Part 1: Regional public brand

2022 - 04 - 08 发布

2022 - 04 - 20 实施

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。

本文件是《柳州螺蛳粉品牌评价》的第1部分。已经发布了以下部分：

——第1部分：区域公用品牌；

——第2部分：企业品牌。

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。

本文件由柳州市市场监督管理局提出、归口并宣贯。

本文件起草单位：柳州市标准技术和知识产权研究中心、广西螺霸王食品科技有限公司、广西善元食品有限公司、广西沪桂食品集团有限公司、广西臻冠食品科技有限公司、柳州市乐哈哈食品科技有限公司、广西中柳食品科技有限公司、柳州市旺童食品科技有限公司。

本文件主要起草人：王裕雅、徐超莲、欧智园、郭泽霖、姚汉霖、陈生、罗岸峰、杨直、韦锦福、熊朝宣、杨辉祥。

引 言

品牌评价作为将品牌价值量化展示，从而提升品牌竞争力、推动品牌建设的有效手段，受到国内外高度重视。品牌评价最终要可采信，因此要优化完善品牌评价标准体系，科学制定评价标准。为加强柳州螺蛳粉品牌建设，提升柳州螺蛳粉知名度，着力培育一批柳州螺蛳粉知名品牌，促进柳州螺蛳粉向标准化、品牌化发展，开展相关标准研究制定工作。《柳州螺蛳粉品牌评价》旨在为柳州螺蛳粉区域公用品牌和企业品牌提供一致且可靠的评价方法，拟由两个部分构成。

- 第1部分：区域公用品牌。目的在于确立柳州螺蛳粉区域公用品牌的评价方法。
- 第2部分：企业品牌。目的在于确立柳州螺蛳粉企业品牌的评价方法。

柳州螺蛳粉品牌评价 第1部分：区域公用品牌

1 范围

本文件界定了柳州螺蛳粉区域公用品牌的术语和定义，规定了柳州螺蛳粉区域公用品牌评价的评价原则、评价周期、评价对象、评价和监督主体、评价指标、评价结果应用等要求。

本文件适用于品牌管理机构对柳州螺蛳粉区域公用品牌开展评价活动。

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 品牌价值 术语

GB/T 29186（所有部分） 品牌价值要素

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

GB/T 36678 区域品牌价值评价 地理标志产品

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 39654、GB/T 36678界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

区域公用品牌 regional public brand

在具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，依托特色资源优势在区域特色产业发展的基础上形成的具有市场声誉和影响力的，由相关机构共同使用的，在品牌效益等方面具有共同诉求与行动，使区域形象与区域产品共同发展的品牌。

4 评价原则

应符合GB/T 39654的规定。

5 评价周期

评价周期为3年，评价数据统计至评价开始的上一个月。

6 评价对象

获得柳州螺蛳粉区域公用品牌授权备案的所有市场经营主体。

7 评价和监督主体

7.1 评价主体

由有关监管部门人员、各类专家、公众评委组成，分小组开展工作，对参评品牌进行评价。

7.2 监督主体

由公证部门和柳州螺蛳粉企业代表、公众代表组成，对评价活动进行监督，确保活动公开公平公正。

8 评价指标

8.1 概述

8.1.1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价主要通过无形要素、有形要素、质量、服务和创新 5 个方面进行。

8.1.2 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价指标及评分细则见附录 A。

8.2 无形要素

无形要素评价指标由柳州螺蛳粉区域公用品牌地位、品牌辐射、社会责任3个二级指标构成。

8.3 有形要素

有形要素评价指标由柳州螺蛳粉区域公用品牌所授权市场主体总生产规模、总投资规模、产值和销售收入3个二级指标构成。

8.4 质量

质量评价指标柳州螺蛳粉区域公用品牌所授权市场主体的生产主体、产品品质、体系实施3个二级指标构成。

8.5 服务

服务评价指标由品牌标志使用和品牌传播2个二级指标构成。

8.6 创新

创新评价指标由创新能力、创新有效性、知识产权保护3个二级指标构成。

9 评价结果应用

9.1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价的潜在应用形式包括指标记分、场景分析框架、对品牌绩效和品牌价值评价分析，为区域公用品牌作为无形资产质押融资价值认定提供参考依据。

9.2 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价结果对当前阶段柳州螺蛳粉区域公用品牌的培育、建设、运用、保护等工作提供参考。

9.3 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价结果通过纵向对比，分析品牌评价各项指标的分数变化，了解柳州螺蛳粉区域公用品牌的培育、建设、运用、保护等情况，服务于改善柳州螺蛳粉区域公用品牌下一阶段发展策略。

附 录 A
(规范性)

柳州螺蛳粉区域公用品牌评价评分细则

表A. 1给出了柳州螺蛳粉区域公用品牌评价指标的评分细则。

表A. 1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价评分细则

一级指标	二级指标	评价内容	评分细则	评定方式
无形要素 (150分)	品牌地位 (60分)	品牌历史 (20分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌形成时间、渊源、历史积淀,有相关古籍文献、史料记载,得5分,材料特别充足、可溯性高的可加分,上限10分; 区域公用品牌授权的各经营主体中有“老字号”市场主体,1个2分,上限10分	材料核查
		品牌遗产 (10分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,有获得柳州螺蛳粉相关“非物质性文化遗产”认证:国家级/3分;省级/2分;市级/1分; 该项累积上限10分	
		品牌认同度 (10分)	与米粉类产品相比市场占有率排名前五名,得2分; 柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,自有商标品牌获得过“中国驰名商标”保护认定,1个2分,上限8分	
		市场表现 (20分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体市场份额总和较上一周期有所增长,得2分;不增或减少,得0分; 柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,入选中国最具价值品牌排行榜,1个3分;入选广西品牌价值排行榜,1个2分; 该项总和上限20分	
	品牌辐射 (40分)	获国外认证 (30分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体自身商标品牌获马德里国际有效注册,1件商标1分,累计上限10分; 柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体自身品牌获单一国家(非马德里)的国际有效注册,1件商标2分,上限20分	材料核查
		国外辐射范围 (10分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,在国外建设、运营生产、销售等营业点,1个营业点得1分,上限10分	材料核查 或实地考察
	社会责任 (50分)	社会贡献 (40分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,承担社会公益工作项目的,一项2分; 柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体中,有市场主体参与乡村振兴项目,向农户收购生产原料,1个市场主体得2分; 该项累积上限40分	材料核查 或实地考察

表A.1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价评分细则（续）

一级指标	二级指标	评价内容	评分细则	评定方式
无形要素 (150分)	社会责任 (50分)	环保责任 (10分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体从事生产活动过程中,无生产污水(废料)未经处理乱排放、生产原料浪费等违法或不良行为的,得10分; 被经相关职能部门监察发现存在违法行为被责令整改或处罚的,该项不得分	材料核查 或实地考察
有形要素 (100分)	产值密度 (20分)	生产厂房单位 面积的产值 (20分)	根据前期调研确定范围,获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的所有市场主体的产值密度,相较上一周期每增长2%,得2分,上限20分;不增加得0分,减少不扣分	材料核查、 现场检查
	总投资规模 (40分)	投资额总和 (30分)	根据前期调研确定范围,获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的所有市场主体的总投资额,主体相较于上一周期每增加2%,得2分,上限30分;不增加得0分,减少不扣分	
		政策支持 (10分)	柳州螺蛳粉区域公用品牌所在区域的政府部门有财政投入助力该区域公用品牌建设、运用和保护,得2分; 政府部门财政投入相较于上一周期每增加2%,得1分,上限8分;不增加得0分,减少不扣分	
	产值和销售收入 (40分)	产值和销售收益总和 (40分)	根据前期调研确定范围,获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的所有市场主体的总产值,相较于上一周期每增加2%,得1分,上限20分;不增加得0分,减少不扣分; 根据前期调研确定范围,获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的所有经营主体的总销售收益,相较于上一周期每增加2%,得1分,上限20分;不增加得0分,减少不扣分	
质量 (100分)	生产主体 (40分)	诚信体系 (10分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各市场主体在从事生产经营活动中,依法上报企业年报,按时缴纳税款等,无不良诚信记录的,该项得10分; 有延迟报送、偷税漏税、存在不良诚信记录等,经相关部门查证属实,被责令后依规及时整改、弥补则不扣分;未及时整改或被重责、处罚的,一次扣5分,不计负分	材料核查
		售后服务体系建设 (30分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,建设售后服务体系,得1分,上限30分	
	产品品质 (50分)	行政监察 (20分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,一周期内的监督检查情况,该项总分值20分;行政检查要求有限期整改一次扣2分,不计负分;受到行政处罚≥2次的此项直接为0分	材料核查、 现场检查
产品质量抽检 (20分)		获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体所生产授权产品的质量监督检查情况,该项总分值20分;存在一次不合格扣1分,不计负分		

表A.1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价评分细则（续）

一级指标	二级指标	评价内容	评分细则	评定方式
质量 (100分)	产品品质 (50分)	消费投诉比例 (5分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体年度总销售订单中被消费者投诉的订单占总订单的比例<1%的,得5分;≥1%,该项不得分	材料核查
		媒体曝光 (5分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,三年内均未被媒体曝光不良舆情,得5分; 获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,三年内被媒体曝光不良舆情,经查属实的,该项记为0分	
	体系实施 (10分)	产品标准化和体系认证 (10分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,在区域公用品牌生产授权产品时,均依照相关标准(包括国家标准、地方标准等)要求从事生产经营活动,得1分; 获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,通过ISO认证、HACCP认证、香港“优质正印”等,每项认证得1分; 该项累积上限10分	材料核查
服务 (25分)	品牌标志使用 (10分)	专用标识使用 (5分)	向相关职能部门提交柳州螺蛳粉区域公用品牌商标使用许可备案,得1分; 获区域公用品牌授权的各经营主体,对区域公用品牌商标标识的使用率达到100%,得2分; 获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体,均在生产的授权产品外包装使用相关标识,得2分	材料核查、 现场检查
		制度建设落实 (5分)	建设柳州螺蛳粉地理标志证明商标标志使用管理办法规章制度,得3分; 获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体对品牌标识的使用,均符合相关的品牌标识使用管理办法,得2分	
	品牌传播 (15分)	品牌宣传投入 (10分)	市级广播、电视、报纸及其旗下新媒体端投放宣传、广告,投放费用不低于5万,得2分; 区级广播、电视、报纸及其旗下新媒体端投放宣传、广告,投放费用不低于10万,得3分; 央级广播、电视、报纸及其旗下新媒体端投放广告、宣传投放费用不低于20万,得5分	
		网络投票打分 (5分)	网络投票5分,所有同类或相似区域公用品牌在网络上进行公布,设置投票窗口,让全国消费者参与投票,按排名情况评分,排名第一的得5分,按最终排名顺序依次扣0.5分,不计负分	

表A.1 柳州螺蛳粉区域公用品牌评价评分细则（续）

一级指标	二级指标	评价内容	评分细则	评定方式
创新 (100分)	创新能力 (30分)	科研实力 (25分)	获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体，拥有博士、高级职称专业技术人员1分/人，开展校企合作，与国内知名院所、高校开展合作研究的1分，特聘国内知名院所、高校教授的1分，拥有产品研发机构和设备的1分，本项累计上限为25分	材料核查 或实地考 察
		科研投入 (5分)	评价期间获柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体的研发费用占总营业收入比例 $\geq 2\%$ 得5分， $\geq 1.5\%$ 得3分， $\geq 1\%$ 得2分， $< 1\%$ 得1分	
	创新有效 性 (40分)	知识产权专利 (20分)	评价期间内，柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体，获得专利公告授权（不包含受让专利）： 一项发明专利得3分； 一项实用新型专利得1分； 一项外观设计专利得0.5分； 一项软件著作权登记得1分； 一项国家知识产权局知识产权质押融资登记得1分 本项累计不超过20分	材料核查
		知识产权商标 (20分)	评价期间，柳州螺蛳粉区域公用品牌授权的各经营主体，获批新注册商标（商标注册类别与柳州螺蛳粉生产经营相关），一件1分； 评价期间，获得国家知识产权局知识产权质押融资登记，一项1分； 本项累积不超过20分	
	知识产权 保护 (30分)	代理、维权援助机构保护 (10分)	评价期间，代理、维权援助机构提供关于柳州螺蛳粉区域公用品牌保护案例，每有一例得1分，本项累计上限10分	
		市场监管、知识产权执法保护 (5分)	评价期间，市场监管、知识产权等相关执法关于柳州螺蛳粉区域公用品牌保护案例，一例0.5分；本项上限5分	
		司法维权 (15分)	评价期间，司法维权保护案例，一例3分，本项累计上限15分	