

ICS 03.140
CCS A 00

DB4502

柳 州 市 地 方 标 准

DB4502/T 0019—2022

柳州螺蛳粉区域公用品牌培育指南

Liuzhou Luosifen regional public brand cultivation guide

2022 - 04 - 08 发布

2022 - 04 - 20 实施

柳州市市场监督管理局 发布

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文件可能涉及专利。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、广西沪桂食品集团有限公司、广西善元食品有限公司、广西螺霸王食品科技有限公司、广西中柳食品科技有限公司、柳州市乐哈哈食品科技有限公司、柳州市旺童食品科技有限公司、广西臻冠食品科技有限公司。

本文件主要起草人：何彬斌、李夤、徐超莲、黄源斐、李何剑、罗岸峰、陈生、姚汉霖、熊朝宣、韦锦福、杨辉祥、杨直。

柳州螺蛳粉区域公用品牌培育指南

1 范围

本文件界定了柳州螺蛳粉区域公用品牌培育指南所涉及的术语和定义,提供了组织开展柳州螺蛳粉区域公用品牌培育的管理机构、品牌培育战略规划、品牌培育实现、品牌推广、品牌维护与风险防范、品牌培育绩效评价与改进等方面的指导和建议。

本文件适用于柳州螺蛳粉区域公用品牌(以下简称“品牌”)管理机构开展区域公用品牌培育工作。

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 29185 品牌 术语

GB/T 39064 品牌培育指南 产业集群

GB/T 39904 区域品牌培育与建设指南

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 39064、GB/T 39904界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

柳州螺蛳粉 Liuzhou Luosifen

经国家市场监督管理总局知识产权局核准注册的地理标志证明商标,商标注册号:19254463,指定使用在第30类“米粉、方便粉丝”产品上,商标标识为:“柳州螺蛳粉”文字商标,用于证明柳州螺蛳粉的原产地和特定品质。

3.2

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 管理机构

4.1 政府、企业、行业协会是品牌培育的主要力量,宜由柳州市行政区域内的政府相关职能部门或者其委托的相关企业,或者区域公用品牌多重主体认可的行业协会承担。

4.2 职能包括但不限于以下方面:

- a) 建立品牌战略,包括短期及中长期目标,并确保品牌培育目标与品牌战略方向保持一致;
- b) 明确品牌核心定位、培育目标、具体策略及品牌机构、品牌元素、培育品牌文化;

- c) 确保品牌战略和目标实现的途径。

5 品牌培育战略规划

宜按GB/T 39904的规定执行。

6 品牌培育

6.1 总则

品牌培育实现的过程，管理机构宜确保与品牌培育战略相适应，并对过程间的相互作用关系进行有效控制，以使其过程有效支持品牌目标的实现。可包括但不限于6.2~6.4的内容。

6.2 资源保障

6.2.1 人力资源

6.2.1.1 宜培育专业人才，可包括但不限于以下方面：

- a) 依托柳州螺蛳粉产业学院，创建螺蛳粉产教融合实训基地，螺蛳粉大数据技术服务中心及“双创”教育实践平台，开展柳州螺蛳粉产业技术技能复合应用型人才、管理营销及检验检测等领域的专业人才培养；
- b) 依托重点骨干企业、科研机构、高等院校、产业联盟、行业协会等交流平台建设，促进专业人才培养学习；
- c) 做好电商专业人才培养引进，建设电商人才培养基地，重点培养营销策划、平台设计、跨境电商等领域专业人才，提供充足人才保障。

6.2.1.2 宜引进高端人才，可包括但不限于以下方面：

- a) 加强柳州螺蛳粉产业链条上的农业领域、工业领域、电子商务、科技研发等方面的专家或院士等高层次人才引进力度，推动螺蛳粉产业人才高地建设；
- b) 健全更加灵活开放的人才引用和使用机制，采取股权激励、编制管理、产学研合作等多种形式引进高端人才；
- c) 支持有实力、有条件的骨干企业、科研机构 and 高等院校等到东部发达地区设立研发基地、技术转移中心、科技孵化器、开放实验室等，引进发达区域创新人才及技术；
- d) 人才公寓的配套设施。

6.2.1.3 宜壮大本地企业家队伍，实施柳州籍企业家跟踪引进计划，鼓励柳州籍企业家返乡创业投资发展。

6.2.2 财务资源

宜确定与品牌培育相关的财务资源需求，并准备所需的财务资源，并建立、实施和保持过程，以监测和控制财务资源的有效使用。

6.2.3 自然资源

在品牌培育过程中，宜考虑短期、长期获取和使用有助于实现品牌培育的自然资源，同时考虑环境保护的要求，采取措施降低环保风险。

6.3 质量水平

6.3.1 标准化活动

宜积极参加标准化活动，将标准转化为核心竞争力。可包括但不限于以下方面：

- a) 尽可能促进科技成果向标准的转化，积极制定或采用先进标准；
- b) 指导螺蛳粉企业严格按照标准生产加工，将企业标准、团体标准、地方标准、行业标准、国家标准、国际标准有效结合；
- c) 健全柳州螺蛳粉质量溯源体系，建立全产业链认证对接新机制，实现原料种养、生产加工、新品研发、产品销售全过程质量监管；
- d) 开展标准化试点项目；
- e) 积极参与广西柳州螺蛳粉产业标准化技术委员会和柳州市螺蛳粉协会的标准化活动；
- f) 积极了解出口国在标准方面的技术贸易壁垒，制定应对的标准化策略。

6.3.2 认证

宜结合柳州螺蛳粉产业的发展要求，开展质量管理体系认证及进出口产品等认证，并有效实施。

6.3.3 检验检测

宜加强检验检测能力建设，提升检验检测技术装备水平。可包括但不限于以下方面：

- a) 建设柳州螺蛳粉检验检测中心，配备齐全的在国内领先的检测设备，提升关键检测设备的水平，积极建设国家级重点实验室；
- b) 增强与专业检验检测机构的交流与合作，提升检验检测能力；
- c) 提高质量在线检测能力；
- d) 搭建检验检测资源共建共享平台。

6.3.4 质量管理能力

宜结合自身发展特点，开发采用卓越的质量管理模式、先进的质量管理工具和方法、先进的生产工艺和智能化的生产工艺设备，开展质量管理小组、现场改进等质量管理活动，改进优化管理过程，提高生产效率，保证产品质量。

6.4 创新

6.4.1 技术创新

宜鼓励柳州螺蛳粉企业进行技术改造，包括自主创新和引进吸收再创新。可包括但不限于以下方面：

- a) 开展技术研发机构建设，建立内部技术研发机构或通过高校、科研院所等开展产学研合作的方式共建技术机构；
- b) 拥有独立技术研发团队，明确技术研发团队职责，保持技术研发人员稳定并持续提升技术研发人员数量和专业技术水平；
- c) 及时收集与分析政府产业政策新要求、市场发展趋势等信息，结合自身发展实际，明确研发方向，保证研发资金的投入并保持研发投入持续增长；
- d) 将先进技术进行科技成果转化，加速创新成果转化成为现实生产力，催生经济发展新动能，产生较好的经济效益。

6.4.2 管理创新

宜将新的管理要素（如新的管理方法、新的管理制度等）或要素组合引入品牌管理系统，以更有效地实现品牌培育目标。

7 品牌推广

7.1 总则

宜依据区域文化，确定品牌核心价值，并用精辟的语句或标识阐述和传达品牌文化内涵精神和核心价值，从追溯来源、成长现状、产业发展及柳州人特有的螺蛳粉情结等入手，采用恰当的品牌传播方式，全方位展示柳州螺蛳粉所蕴含的丰富、独特的地域性餐饮文化及特质，进行品牌知名度、品牌认知度推广，提升品牌形象。

7.2 品牌文化塑造

7.2.1 宜挖掘历史渊源，可采取包括但不限于下列措施：

- a) 深度挖掘螺蛳粉历史文化，支持建设柳州螺蛳粉文化展示中心、编撰发行柳州螺蛳粉系列丛书、鼓励制作系列微电影、微视频、宣传片等；
- b) 依托打造柳州螺蛳粉饮食文化博物馆、螺蛳粉小镇、柳州螺蛳粉美食文化街等文化景观，积极利用电视、互联网等多种媒体平台宣传螺蛳粉文化。

7.2.2 宜振兴传统工艺，可采取包括但不限于下列措施：

- a) 引导通过多种途径普及推广柳州螺蛳粉传统工艺；
- b) 扶持柳州市螺蛳粉非遗传承人或螺蛳粉企业建设非物质文化遗产保护工作平台建设，支持柳州螺蛳粉传统工艺进入产业园区。

7.2.3 宜促进文化融合，可采取包括但不限于下列措施：

- a) 推广体验式旅游消费，深入挖掘美食制作、美味体验、传统文化表演等形式，全面体验少数民族风味、螺蛳系列菜、主题民族文化等；
- b) 大力开发螺蛳文化产品属性，进行文旅周边工艺品创新设计，融入新颖独特的设计理念，兼顾美观实用，发挥其持久影响力，如设计制作螺蛳玩偶、柳州螺蛳粉卡通形象等，提升螺蛳粉产业文化软实力；
- c) 鼓励螺蛳粉企业、园区及相关产业配套基地与旅游融合发展，争创国家 A 级景区、星级乡村旅游区和农家乐等文化旅游产业。

7.3 品牌推广宣传

结合时代特点，传播方式宜符合目标顾客及相关方获取相关信息的需求，依据品牌发展的不同阶段，选择合适的品牌推广渠道，达到提高品牌知名度、认知度、美誉度与忠诚度的目的。可采取包括但不限于下列措施：

- a) 利用展会、电商节、高层论坛等多种途径做好广告宣传，依托微信、微博、抖音、快手等移动客服端新媒体传播平台，进行品牌推广；
- b) 参与博览会、展销会、交易会、采购会、大型展会、专题展会等展览活动，鼓励企业、协会组团参加国际展会，积极搭建螺蛳粉交易展示平台，开拓品牌传播渠道，扩大品牌影响力；

- c) 引导知名企业、行业协会、产业联盟等联合协作，集聚行业力量开展柳州螺蛳粉产业发展和品牌整体形象宣传；
- d) 开展跨境电子商务，支持信息管理系统购置、开发、宣传推广等；
- e) 开展境外广告宣传。

8 品牌维护与风险防范

宜按GB/T 39904的规定执行。

9 品牌培育绩效评价与改进

9.1 绩效评价

9.1.1 确定关键绩效指标

管理机构宜依据识别品牌培育成功和目标达成的关键因素，确定关键绩效指标，作为品牌培育战略评审和改进的基础。可包括但不限于以下方面：

- a) 主要目标市场的市场占有率；
- b) 品牌价值；
- c) 品牌溢价率；
- d) 不同档次产品的比重；
- e) 研发投入率、新产品产值率；
- f) 关键核心技术自主知识产权掌握情况；
- g) 品牌传播投入情况及传播效率；
- h) 品牌知名度、美誉度和忠诚度；
- i) 诚信和信誉表现；
- j) 在利润、财务和社会公益等方面的表现等。

9.1.2 品牌监测

围绕关键绩效指标，管理机构宜通过大数据、互联网等方法开展品牌监测，并根据监测结果调整并提高品牌战略精准度。

9.2 改进

9.2.1 持续改进

管理机构宜根据绩效评价结果，采用适宜的方法对品牌培育管理及绩效进行持续的改进与提升，包括但不限于以下方面：

- a) 对未达到预期绩效目标的活动进行原因分析；
- b) 实际问题或潜在问题的原因采取纠正或改进措施。其中，措施应能防止实际问题重复发生或潜在问题的实际发生，并与问题的影响程度相适应；
- c) 评审所采取措施的有效性。

9.2.2 更新

管理机构宜在内外部环境发生变化时，采用对品牌形象、品牌定位、产品及其包装等方式实施品牌更新，并提出策略和步骤。在评估、策划和实施品牌更新时，宜考虑以下原则：

- a) 致力于解决品牌和产品面临的突出问题；
 - b) 以技术、产品、管理创新为基础；
 - c) 新、老品牌元素宜相互促进，达到效益整合最佳状态。
-