**《轻工业企业品牌竞争力评价》团体标准**

**编制说明**

# 一、工作简况

**（一）任务来源**

本项目根据中国轻工业联合会《关于下达〈轻工业企业品牌竞争力评价〉等8项中国轻工业联合会团体标准计划的通知》（中轻联综合〔2022〕89号）工作安排，由中国轻工业信息中心牵头，会同国内重点轻工业企业、相关高校以及科研机构等单位共同研究制定

《轻工业企业品牌竞争力评价》团体标准（计划号：2022001），计划完成时间为2023年3月。

轻工业是惠民生、稳就业，扩出口的主力军，是我国重要的民生产业和传统优势产业，分布在国民经济分类的21个大类、69个中类和213个小类行业中，覆盖面广，涉及吃、穿、住、用、行、教、乐等多个方面。轻工业90%以上为中小企业，约占全国工业企业数量的30%，占消费品工业企业数量的72%，经济总量占全国工业的20%，出口占到全国出口总量的27%。2021年，全国轻工规模以上企业实现营收22.4万亿元，增长14.4%；实现利润1.4万亿元，增长7.4%；出口突破9000亿美元，增长30%。轻工业以占全国工业13.4%的资产，实现了16.2%的利润和17.5%的营业收入。为国家稳增长、稳外贸、稳就业，为稳国家经济大盘作出了积极的贡献。

轻工产业链体系完备、配套能力强，自我恢复韧性比较足，加上我国消费市场大，作为消费品工业，市场刚性需求对轻工行业发展支撑大。从内需看，轻工大食品工业“压舱石”作用显著。包含农副食品加工、食品制造、酒饮料制造的大食品工业占比大，发展稳，营业收入、利润均已实现正增长，对轻工整体效益拉动作用显著；从外需看，产品出口优势正进一步扩大。当前海外疫情形势仍然严峻，我国轻工具备比较完整的产业链优势，对疫情已有效控制并率先复工复产，使经营效益进一步改善。

在日常消费中，消费者除了注重消费品的物质属性，更多消费的是其背后的品牌符号，因此，轻工企业需要品牌竞争力支撑输出高质量的产品、技术、服务，品牌竞争力已成为我国轻工业与消费者沟通的语言，成为促进国际贸易发展的通行证。

国家领导人高度重视企业品牌建设工作。习近平总书记指出，“要推动中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变”。近年来，国家相关部门出台了一系列政策支持企业品牌建设，促进各类企业健康发展。

2016年5月，国务院办公厅印发了《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》指出，要以实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略为抓手，着力提高消费品有效供给能力和水平，更好满足人民群众消费升级的需要。

2016年6月，国务院办公厅印发了《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》强调，发挥品牌引领作用，推动供需结构升级。并提出了品牌基础建设工程的有关要求。

2019年，工业和信息化部印发了《关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》（工信部科〔2019〕188号），强调要发挥品牌促进作用。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出，深入实施质量提升行动，推动制造业产品“增品种、提品质、创品牌”。开展中国品牌创建行动，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

2022年7月，工业和信息化部、商务部等五部门《关于印发数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022－2025年）的通知》，强调，支持消费品行业企业开展品牌价值评价和专业化服务，深度挖掘品牌文化价值内涵，巩固增强中国品牌国际竞争力等。

2022 年 8 月，国家发展改革委等七部门《关于新时代推进品牌建设的指导意见》（发改产业〔2022〕1183号）指出，品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。并提出了到 2025 年的品牌建设目标。

在中国轻工业联合会的领导下，中国轻工业信息中心自2010年以来，每年开展中国轻工业百强企业评价工作，通过对轻工优势企业系列指标加权综合，评价遴选轻工行业的重点企业，发布相关领域的榜单。通过百强评价工作发挥轻工典型企业的模范带头作用，引领轻工业不断做优做强，提质增效。结合轻工业的特点，标准的出台将对轻工业重点企业品牌竞争力评价进行规范，对企业和第三方机构的品牌竞争力评价起到导向和监控作用。

为支持和促进轻工业企业全面加强质量管理，夯实企业品牌发展基础，提升产品附加值和软实力，提高品牌竞争力，促进轻工业产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设融合发展，深度挖掘品牌文化价值内涵，支撑每年度开展轻工业企业品牌竞争力评价工作，加大冰雪文化用品、玩具、母婴童用品、健康食品、适老家居等产品的品牌培育力度，培育一批时代元素强、引导时尚消费的专精特新品牌和管理先进、品质优良、品牌卓著的消费品一流企业，推进国潮品牌建设，挖掘中国文化、中国记忆、中华老字号等传统文化基因和非物质文化遗产，不断增强我国轻工业企业品牌国际竞争力，满足人民日益增长的美好生活需要，特制定本文件。

# （二）主要工作过程

# 1、起草阶段

2022年3月8日，中国轻工业信息中心结合工信部即将印发的“数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）”提出了标准立项计划；

2022年3月25日，中国轻工业联合会印发文件，本标准获得正式立项后，根据中国轻工业联合会工作安排，由中国轻工业信息中心牵头，组建了标准起草工作组，确立了标准的制定原则和思路以及后续的工作安排和分工等。

2022年4月，起草组对已发布的相关法律法规、国家标准、行业标准及相关技术资料进行了收集、整理和深入学习，掌握了现行标准情况，为文本的编制奠定了理论基础；

2022年5月，起草工作组研究确定了标准起草的总体框架，对照品牌、企业竞争相关国家标准进行研究，分工分头进行了相关模块内容的起草工作；

2022年6月，标准起草组就标准中评价指标、评价方法、评价原则等进行了深入研讨，优化了相关内容，形成了草案；

# 2、讨论研究阶段

2022年7-8月，标准起草组在轻工业信息化大会、轻工业企业创新管理现场交流会、轻工业百强大会等会议上发布了该项标准的有关情况介绍，海尔、伊利、美的、格力等在内20余家轻工业龙头企业纷纷表示积极参与标准制定，打造好的评价标准，为科学有效地开展评价工作奠定良好基础。

2022年8月30日，标准起草组组织召开了《轻工业企业品牌竞争力评价》团体标准研讨会，邀请相关行业30余位领导专家就标准内容进行了充分讨论，为该标准制定和后续工作奠定了坚实的基础。标准起草组认真听取了与会领导专家的意见，就该草案提出的意见和建议进行了汇总。

# 3、征求意见稿阶段

2022年9月-11月，标准起草组针对专家会议提出的意见进行了修改完善，并分别与部分行业龙头企业，以及和君咨询、品牌联盟等专业品牌咨询机构进行了沟通研讨，进一步优化调整了指标，形成了征求意见稿。

二、标准编制原则和主要内容

# （一）标准编制原则

本标准的制定符合产业发展的原则，本着先进性、科学性、合理性和可操作性的原则，以及标准的目标、统一性、协调性、适用性、一致性和规范性原则来进行本标准的制定工作；其内容符合重点标准研制紧迫性、创新性、国际性的要求。

本标准起草过程中，主要按照GB/T 1.1《标准化工作导则 第1部分：标准的结构和编写》、GB/T 20000《标准化工作指南》、GB/T 20001《标准编写规则》等要求进行编写。本标准编制过程中，主要参考了以下标准或文件：

GB/T 27922—2011 商品售后服务评价体系

GB/T 27925—2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 29186.1—2021 品牌价值要素评价 第1部分：通则

GB/T 29186.2—2021 品牌价值要素评价 第2部分：有形要素

GB/T 29186.3—2021 品牌价值要素评价 第3部分：质量要素

GB/T 29186.4—2021 品牌价值要素评价 第4部分：创新要素

GB/T 29186.5—2021 品牌价值要素评价 第5部分：服务要素

GB/T 29186.6—2021 品牌价值要素评价 第6部分：无形要素

GB/T 36680 品牌 分类

GB/T 40957—2021 企业竞争力评价规范

# （二）标准主要内容的论据

**1、标准主要内容及适用范围**

本文件规定了轻工业企业品牌竞争力评价的术语和定义、总则、指标体系、评价实施、保障与管理的要求。

本文件适用于轻工业企业开展自身管理、同行业比较活动。第三方机构评价活动也可参照使用。

# 2、标准主要内容的确定

本标准主要技术内容包括：

1. 术语和定义：给出轻工业企业品牌竞争力评价的相关术语和定义。
2. 总则：给出轻工业企业品牌竞争力评价的评价原则、评价流程、评价方法。其中：评价原则包括科学性原则、规范性原则、有效性原则、可比性原则、普遍性原则五项评价原则。
3. 指标体系：提出轻工业企业品牌竞争力评价指标体系包括品牌基础、质量控制、品牌运维、数字化管理、科技创新、社会责任。各指标项针对轻工业企业的特点重点给出了企业品牌竞争力要点。

其中，品牌基础评价指标从资产总额、营业务收入、利润总额、营业务收入利润率、职工人数五个方面给出评价要求；质量控制评价指标从质量战略规划、质量管理制度体系、产品质量监督、质量信用、质量荣誉五个方面给出评价要求；品牌运维评价指标从品牌战略规划、品牌建设投入、品牌人才培育、品牌稳定性、品牌传播五个方面给出评价要求；数字化管理评价指标从数字化转型战略体系、数字化应用产品、数字化应用场景、数字转型成效、数字化转型荣誉五个方面给出评价要求；科技创新评价指标从科研经费投入、科研人员投入、科研机构、标准制定、知识产权管理、科技奖项六个方面给出评价要求；社会责任评价指标从管理体系、责任报告两个方面给出评价要求。

1. 评价实施：规定轻工业企业品牌竞争力评价的评价准备要求、初评要求、公示要求、复核要求、评价报告要求、结果公开要求。
2. 保障与管理：主要包括质量保证、文档管理、改进与提升的要求。
3. 附录：为有效指导轻工业企业进行品牌竞争力评价，本标准给出了1个规范性附录，1个资料性附录。分别为轻工业企业品牌竞争力评价分值、评价报告中封面格式及著录项格式。

# （三）解决的问题

近年我国轻工品牌建设取得很大进步，涌现出美的、格力、海尔、贵州茅台、蒙牛等知名品牌，但轻工众多品牌仍呈现“低、小、散、弱”状况，轻工领域世界知名品牌比较稀缺，品牌经济占国民经济比重偏低等问题仍然比较突出，“制造大国、品牌小国”特征明显，品牌建设与发达国家相比还有很大差距。究其原因，当前我国品牌建设存在多重制约因素：品牌竞争力评价体系待完善、企业对品牌认知存在误区、专业人才匮乏、与品牌建设相关的第三方机构发展不充分等。因此，研究轻工业企业品牌竞争力评价工作成为当前推动轻工业创新发展的当务之急。

本标准结合了轻工行业的发展实际，对中小企业为主的轻工业企业品牌竞争力评价工作提出了指导意见。填补了轻工行业有关品牌竞争力评价标准的空白，能够指导轻工业企业在“双循环”背景下全面细致地开展品牌竞争力评价工作，帮助企业自我诊断、自我完善，挖掘自身品牌潜力，提升自身品牌价值，提高企业对自身关键技术、创新成果转化和应用的重视程度和实施力度，从而促进行业健康有序发展。

三、主要试验（或验证）情况

本标准有关内容根据行业内龙头优势企业的品牌竞争力评价实践工作的实际情况等进行制定的，其中规定的技术和内容要求已在长期的生产实践中得到验证。

四、标准中涉及专利的情况

本标准不涉及专利问题。

五、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

轻工业企业依照《轻工业企业品牌竞争力评价》标准做好品牌竞争力评价工作，意义重大。结合当前轻工行业双循环发展实际， 本标准作为规范轻工业企业品牌竞争力评价工作的重要抓手，可以有效地指导轻工业企业全面开展品牌竞争力评价工作，激发和鼓励轻工业企业技术创新活动，促进关键技术创新成果转化和应用，从而能够积极促进行业优势企业打造自身核心竞争力，帮助企业自我诊断、自我完善，挖掘自身品牌潜力，为推动轻工行业安全健康有序发展和实现转型升级保驾护航。

本文件是轻工业企业品牌竞争力评价的基本依据。可以依照本标准开展轻工业企业品牌竞争力评价以及榜单设立等工作。在实际工作中可针对行业不同的应用场景、对象等进行单项评价或多项组合评价。具体评价时可结合在遵循评价体系框架的基础上，对本文件的指标评价内容、指标权重进行优化调整，制定评价实施方案。例如，可结合国家产业政策和轻工行业特点，依照本文件制定实施方案，开展数字化创品牌、知识产权助品牌、适老创新品牌等不同场景下的评价工作，细分行业品牌竞争力评价工作，以及首席品牌官的评价工作等。具体实施方案中的指标及权重设定可参考附录A，并结合实际应用制定详细的方案开展相关工作。

六、与国际、国外对比

本标准没有采用国际标准；制定过程中未查到同类国际、国外标准；制定过程中未涉及国外的样品、样机。

本标准水平为国内先进水平。国内外在本标准涉及的技术领域发展稳定；本标准在兼容相关国际、国内现有标准的基础上，将创新并促进国内外相关领域技术规范的发展。

七、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的建议

近年来，相关部门指导下，发布了品牌相关的标准，但总体来看落地效果并不好。本标准符合国家现行法律、法规、规章和强制性国家标准的要求。

八、贯彻标准的要求和措施建议

本标准是对轻工业企业品牌竞争力进行评价的基础性标准。应依照大量行业龙头企业的意见，每年依据该标准实施至少一次综合评价活动，并在行业专题会议上进行评价结果发布，促进行业企业不断对标学习，实现管理提升。

该标准进行宣贯时，应着重做好培训工作，确保将评价指标体系和程序等内容让企业真正理解到位。同时，将实施过程中的问题和改进建议及时进行收集和记录，后续根据实际应用情况积极申报行业标准。

《轻工业企业品牌竞争力评价》标准起草组

2022年11月22日