

地方标准《品牌提升指南》（征求意见稿）

编制说明

一、任务来源

根据甘肃省市场监督管理局《关于下达 2021 年度第 3 批地方标准制修订计划的函》，地方标准制订项目名称：品牌提升指南，项目编号：2021-T-185；标准性质：推荐性标准。

二、标准编制的目的和意义

品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，代表着供给结构和需求结构的升级方向。当前，我国品牌发展严重滞后于经济发展，产品质量不高、创新能力不强、企业诚信意识淡薄等问题比较突出。随着我国经济发展，居民收入快速增加，中等收入群体持续扩大，消费结构不断升级，消费者对产品和服务的消费提出更高要求，更加注重品质，讲究品牌消费，呈现出个性化、多样化、高端化、体验式消费特点。发挥品牌引领作用，推动供给结构和需求结构升级，是深入贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享发展理念的必然要求，是今后一段时期加快经济发展方式由外延扩张型向内涵集约型转变、由规模速度型向质量效率型转变的重要举措。发挥品牌引领作用，推动供给结构和需求结构升级，有利于激发企业创新创造活力，促进生产要素合理配置，提高全要素生产率，提升产品品质，实现价值链升级，增加有效供给，提高供给体系的质量和效率；有利于引领消费，创造新需求，

树立自主品牌消费信心，挖掘消费潜力，更好发挥需求对经济增长的拉动作用，满足人们更高层次的物质文化需求。品牌实现可持续发展，必须得到有效管理，为品牌有效提升提供技术支撑，亟需制定品牌提升指南标准，为我省各市州的企业或组织在品牌提升方面提供指导和参考。

三、主要工作过程

（一）成立起草组

2021年初，标准起草工作组初步成立，确定参加标准起草的工作组成员及专家，研制正式启动。2021年3月至4月，主要进行国内外相关理论及标准的研究、理论分析、企业调研、国内外品牌案例研究工作。

（二）确定标准编制思路并形成标准草案稿

2021年5月，标准编制工作组2次研讨，基于全省品牌发展实际，并广泛参考、综合吸收国内研究理论成果及省内品牌工作实践认识，对“品牌提升”进行了系统全面的工作构架和路径的确定，并形成了标准草案稿。

（三）形成标准征求意见稿

2021年7-8月，标准工作组2次研讨，在标准草案稿的基础上形成标准征求意见稿。从质量水平提升、创新能力提升、服务水平提升、有形要素提升、无形要素提升、品牌价值维护等六方面考虑，其中质量水平是本质、创新能力是动力、服务能力是支撑、有形要素管理是

核心，无形要素管理是基础。

四、标准编制原则和确定标准主要内容

（一）标准编制原则

本标准在编制过程中，严格参照《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1—2020）的规定进行编写。本标准在实际编写的过程中，遵循了科学性、系统性和适用性的原则。

（二）标准的主要内容

1、范围

本标准规定了品牌提升原则、品牌定位、质量水平提升、创新能力提升、服务水平提升、有形要素提升、无形要素提升、品牌价值维护等内容。本标准适用于甘肃省内已建立品牌，且有需求进行品牌提升的各类组织。

2、术语和定义

为了便于理解本标准的有关规定和内容，本标准给出了品牌、品牌定位、品牌核心价值、品牌延伸、有形要素、无形要素的术语和定义。

3、品牌提升原则

本标准提出了品牌提升的基本原则，包括：核心化原则、真实化原则、独特化原则、简洁化原则、一致化原则、灵活化原则。

4、品牌定位

本标准提出了品牌定位的基础、品牌定位的途径、品牌定位的注意事项和品牌定位的调整与更新的相关内容。

5、质量水平提升

包含质量文化、质量承诺、质量管理能力、感知质量。提出了组织应建立符合质量管理要求的目标和具有自身特点的质量文化；应恪守诚信经营，防止信誉损害；鼓励组织实施全面质量管理、卓越绩效管理、精益生产、六西格玛等质量管理方式，运用先进质量管理工具和方法，不断提高企业质量管理水平；产品的性能、功能、符合性等方面应符合国家的有关法规、质量标准以及合同规定等内容。

6、创新能力提升

本标准创新能力提升包含创新能力管理、开发设计能力、生产经营能力、市场研究能力。提出了组织应为实现品牌目标做出全局性、长期性的规划和部署，决定和统筹品牌创新管理的具体行为；组织可从研发设计人员、研发设计资金及研发设计设备等方面进行持续性投入；组织可持续对生产人员素质与构成、生产设备质量与水平等内容进行优化，保证将创新成果转化为生产力；组织应对市场技术发展趋势、技术需求趋势、竞争对手创新能力等方面做出准确判断，为组织进行及时、有效的技术创新提供导向等内容。

7、服务水平提升

本标准提出了服务水平提升包括服务设计能力、服务过程实现。规定了确立服务制度及措施，建立快速反应机制，确保服务得到有效、快速解决；公开发布或向顾客提供服务质量方面的承诺；组织应定期

评价、不断改进在顾客关系方面的方法，使之适应发展方向及业务需要等内容。

8、有形要素提升

本标准提出了有形要素提升的指标包括：市场表现指标、盈利能力指标、资本机构指标、营运能力指标、发展能力指标、社会人文指标六个指标。

9、无形要素提升

本标准提出了无形要素提升包括品牌文化、品牌影响、品牌管理、品牌传播。提出组织应在各职能和层次有序开展识别、汇总和提炼品牌核心价值的活动，确立品牌责任、品牌目标、品牌理念及行为准则方面的品牌文化；针对不同顾客群建立差异化的顾客关系，包括与关键顾客建立合作伙伴或战略联盟关系，以赢得顾客，提高其满意度、美誉度和忠诚度；通过建设品牌管理制度、文化，设置品牌机构，提升品牌内部治理水平；应采用适合顾客及其他利益相关方获取和理解的方式开展品牌传播活动等内容。

10、品牌价值维护

提出了组织应对品牌资产的识别、使用、保护和处置活动作出规定；组织应对品牌更新和品牌延伸活动作出规定。需要时，对品牌战略进行评审和（或）更新；组织应确保品牌更新和（或）品牌延伸活动不损害顾客及其他利益相关方的利益等内容。

五、主要实验（或验证）的分析、综述报告、技术经济论证、预

期的经济效果

不涉及

六、知识产权情况说明

不涉及

七、采用国际标准和国外先进标准的程度

无

八、与现行相关法律、法规、规章及相关标准的协调性

与国家相关法律、法规、规章以及国家强制标准相关要求保持一致。

九、重大分歧意见

无重大分歧意见

十、贯彻标准的要求和措施建议

建议尽快批准发布该标准，为全省各市州组织开展品牌提升工作提供指导与参考。

十一、替代或废止现行相关标准的建议

不涉及

十二、其他予以说明的事项

无

《品牌提升指南》地方标准编制小组

2021年8月23日