

本标准已于 2020 年 05 月 18 日在上海市市场监督管理局登记，登记号 T/311478310106G5012020

ICS 号： 01.080.01

中国标准文献分类号： A22

团 体 标 准

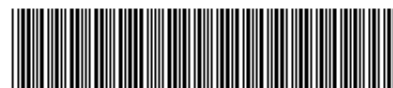
T/SHSL000001-2020

首发经济评价通则 第 1 部分：引领性品牌
Evaluation Specification for Debut Economy Part One:
Leading Brand

2020-04-30 发布

2020-06-01 实施

上海市商业联合会 发布



2004308792189

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 评价指标	2
5 评价方法	3
附录 A（规范性附录） 首发经济引领性品牌评价方法	6

前 言

为促进本市国际消费城市建设，推动首发经济的发展，在上海市商务委员会的支持下，结合上海市开展首发经济工作的实际情况，开展《首发经济评价通则》系列标准制定工作。

《首发经济评价通则》分为三部分：

- 第1部分：引领性品牌；
- 第2部分：引领性品牌新品；
- 第3部分：引领性品牌首店。

本部分为《首发经济评价通则》的第1部分。

本部分按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本部分由上海市商业联合会提出并归口。

本部分起草单位：上海企业竞争力研究中心、上海金楹企业信用征信有限公司、上海月星环球港商业中心有限公司、戴德梁行房地产咨询有限公司、北京新中商数据科技有限公司、上海复星外滩置业有限公司、上海识装信息科技有限公司、讯销（中国）商贸有限公司、上海市质量和标准化研究院。

本部分主要起草人：赵皎黎、戴宇欣、邓金兵、范林根、潘陈杰、沈进、金俊儒、周长青、郭歆晔、崔丽、孙平、孔颖、朱婕、杨玉海、王晨、高维佳、陈佳云。

首发经济评价通则 第1部分：引领性品牌

1 范围

本文件规定了引领性品牌的术语和定义、评价指标、评价方法等要求。

本文件适用于为促进本市首发经济发展目标，对在上海市场销售的产品和服务引领性品牌进行评价，也适用于相关企业对标首发经济建设要求进行自我评价。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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 36680 品牌分类

3 术语和定义

GB/T 29185界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 首发经济 First time market economy

在本市集聚引领性品牌，推动全球新产品、新服务、新技术、新业态、新模式首发，引领国际消费理念和消费潮流，促进本市国际消费城市建设的经济活动。

3.2 引领性 Leading

是指经过品牌经营积累或创意经营，在品牌市场、品质、创新、社会责任等方面的引领能力和程度，是评价品牌经营综合领先程度的指标。

3.3 引领性品牌（简称“品牌”）Leading brand

适应上海国际消费城市建设和首发经济要求，引领国际消费理念和消费潮流，在市场、品质、创新和社会责任方面处于行业引领地位的品牌。

注：1、具体分引领性国际品牌、引领性本土品牌、引领性创意品牌。本标准所指的引领性品牌专指国家标准《品牌分类》GB/T 36680-2018中7.2规定的D消费类产品（具体为附录A第13-25类别产品，简称产品）和F服务类（具体为附录A第32-43类别服务，简称服务）对应品牌；

2、站在市场交易的角度，“产品”又称“商品”；

3、在上下文意义明确的情况下，为精炼文字，“产品（商品）和服务”可统称“产品”或“商品”；

4、在上下文意义明确的情况下，“服务”除了指《品牌分类》GB/T 36680-2018附录A第32-43类别服务，也可指引领性品牌经营、新品销售、首店经营等过程中为市场、顾客和上下游提供的服务性活动。

3.3.1 引领性国际品牌（简称“国际品牌”）Leading international brand

在境外（含港澳台）和境内（不含港澳台）注册商标，且境内外注册商标具有一致性，在上海市场销售，在国际市场处于行业引领地位的引领性品牌。

注：一致性是指境外、境内注册商标形式（代表符号）可以一致或不一致，但商标持有人需一致或授权，商标经营产品或服务应一致或覆盖，就是一般意义上的境外、境内注册商标为“同一家品牌”。

3.3.2 引领性本土品牌（简称“本土品牌”）Leading local brand

在境内（不含港澳台）注册商标，在上海市场销售，在国内市场处于行业引领地位的引领性品牌，简称“本土品牌”。

3.3.3 引领性创意品牌（简称“创意品牌”）Leading creative brand

经过商标注册，在上海市场销售，产品和服务体现创意设计并具有知识产权，被社会公众认知能够影响行业和市场风向的引领性品牌，简称“创意品牌”。

4 评价指标

4.1 市场引领性

4.1.1 品牌价值

在市场居同类产品领先程度。

4.1.2 品牌影响力

品牌影响力的评价内容包括但不限于：

- 品牌市场覆盖率；
- 细分市场占有率；
- 品牌的消费者知晓率居同类产品领先程度；
- 品牌对行业的影响程度；
- 品牌对市场消费导向的影响程度。

4.1.3 品牌忠诚度和美誉度

品牌忠诚度和美誉度的评价内容包括但不限于：

- 消费者对品牌忠诚度；
- 同业对品牌美誉度；
- 消费者对品牌美誉度。

4.2 品质引领性

4.2.1 品牌积累

品牌持续经营的时间长度。

4.2.2 标准

标准的评价内容包括但不限于：

- 产品或服务标准居同类产品领先程度；
- 国际质量、环境、职业健康安全、社会责任认证。

4.2.3 质量

产品质量检测或服务质量评价主要指标领先性。

4.3 创新引领性

4.3.1 科研能力

科研能力的评价内容包括但不限于：
——研发中心建设和科研领先水平；
——科研成果及转化能力。

4.3.2 知识产权

知识产权的评价内容包括但不限于：
——国外和中国发明专利；
——国外和中国实用新型专利；
——国外和中国外观设计专利；
——著作权登记。

4.3.3 新品投放

新品投放的评价内容包括但不限于：
——每年新品投放数量占总产品数量的比例；
——每年新品销售额占销售额的比例。

4.4 社会责任引领性

4.4.1 绿色产品

产品全生命周期节能、低碳、环保的程度。

4.4.2 消费者权益

消保制度完备性、售后服务有效性的总体评价。

4.4.3 行业评价

同行和协会对该品牌社会责任的总体评价。

4.4.4 社会公益

慈善等社会公益的参与程度。

5 评价方法

5.1 国际品牌

5.1.1 基本要求

- 1、品牌在境外（含港澳台）及境内（不含港澳台）注册商标，且境内外注册商标具有一致性；
- 2、品牌持续经营10年以上（视具体品类调整，但不得低于10年）；

3、上年度末品牌价值在国际市场同类产品排名20名以内（视具体品类调整，但不得超出20名之外）。

5.1.2 指标评分

评价均采用百分制记分，应按表1的要求对第4章所列评价指标进行评分。

表1 首发经济引领性国际品牌、本土品牌评价指标分值分布

一级指标及分值	二级指标及分值	分值
市场引领性	品牌价值	30分
	市场影响力	10分
	品牌忠诚度和美誉度	10分
品质引领性	品牌积累	4分
	标准	8分
	质量	8分
创新引领性	科研能力	6分
	知识产权	6分
	新品投放	3分
社会责任引领性	绿色产品	2分
	消费者权益	8分
	行业评价	3分
	社会公益	2分

5.1.3 评价要求

首发经济引领性国际品牌评价应具体按照附录A中A.1的规定执行。

5.2 本土品牌

5.2.1 基本要求

- 1、品牌在境内（不含港澳台）注册商标；
- 2、持续经营5年以上（视具体品类调整，但不得低于5年）；
- 3、上年度末品牌价值在国内市场同类产品排名10名以内（视具体品类调整，但不得超出10名之外）。

5.2.2 指标评分

评价均采用百分制记分，应按表1的要求对第4章所列评价指标进行评分。

5.2.3 评价要求

首发经济引领性本土品牌评价应具体按照附录A中A.2的规定执行。

5.3 创意品牌

5.3.1 基本要求

- 1、品牌在境内（不含港澳台）注册商标；

- 2、品牌持续经营1年以上；
- 3、品牌具有独特的创意设计，拥有知识产权；
- 4、品牌被消费者接受，上年度最高单品上海市场达到一定销量，细分市场占有率先，引领市场消费风向。

5.3.2 指标评分

评价均采用百分制记分，应按表2的要求对第4章所列评价指标进行评分。

表2 首发经济引领性创意品牌评价指标分值分布

一级指标及分值	二级指标及分值	分值
市场引领性	市场影响力	35分
	品牌美誉度	10分
品质引领性	品牌积累	4分
	标准	8分
	质量	8分
创新引领性	科研能力	7分
	知识产权	10分
	新品投放	3分
社会责任引领性	绿色产品	2分
	消费者权益	8分
	行业评价	3分
	社会公益	2分

5.3.3 评价要求

首发经济引领性创意品牌评价应具体按照附录A中A.3的规定执行。

5.4 评价结果

5.4.1 评价结果为“达标”和“不达标”两种结果。

5.4.2 达到以下要求，即“达标”；否则为“不达标”：

- a) 对应评价类型，分别达到“国际品牌”、“本土品牌”、“创意品牌”评价的基本要求；
- b) 一级指标评价得分均超过该项指标分值的一半；
- c) 经评价总分值达到80分以上。

附 录 A
(规范性附录)
首发经济引领性品牌评价方法

A.1 首发经济引领性国际品牌评价应符合表A.1 的要求。

表A.1 引领性国际品牌评价指标体系和评价方法

一级指标及分值	二级指标及分值	指标说明及分值
市场引领性 50分	品牌价值 30分	品牌价值在国际市场居同类产品领先程度（20名以内），15-30分
	市场影响力 10分	1、品牌国际市场覆盖率，1-3分
		2、品牌的消费者知晓率居国际同类产品领先程度，1-3分
		3、品牌对国际整体行业的影响程度，1-4分
品牌忠诚度和美誉度 10分	1、消费者对品牌忠诚度，0-5分 2、同业对品牌美誉度，0-5分	
品质引领性 20分	品牌积累 4分	品牌持续经营的时间长度（10年以上），以及品牌在中国、上海市场持续经营的时间长度 2-4分
	标准 8分	1、产品或服务标准国际同类产品领先程度 0-5分
		2、具有国际质量管理体系认证（ISO9000、GMP、HACCP、Oeko-Tex Standard 100、ISO/TS16949）0-1分
		3、具有国际环境管理体系认证（ISO14000）0-1分
4、具有国际职业健康安全管理体系（OHSAS18000系列）和社会责任标准（SA8000）认证 0-1分		
质量 8分	产品质量检测或服务评价主要指标对比国际市场同类产品的领先性 0-8分	
创新引领性 15分	科研能力 6分	全球研发中心建设和科研领先水平 0-2分
		亚太和中国研发中心建设和科研领先水平 0-2分
		科研成果及转化能力 0-2分
	知识产权 6分	国外和中国发明专利、实用新型专利、外观设计专利、著作权登记 0-6分
	新品投放 3分	每年新品投放数量占总产品数量的比例 0-1分
每年新品销售额占销售额的比例 0-1分		
上年度中国市场新品销售额占总销售额的比例 0-1分		
社会责任引领性 15分	绿色产品 2分	产品全生命周期节能、低碳、环保的程度 0-2分
	消费者权益 8分	消保制度完备性、售后服务有效性的总体评价 0-8分
	行业评价 3分	同行和协会对该品牌社会责任的总体评价 0-3分
	社会公益 2分	慈善等社会公益的参与程度 0-2分

A.2 首发经济引领性本土品牌评价应符合表A.2 的要求。

表A.2 引领性本土品牌评价指标体系和评价方法

一级指标及分值	二级指标及分值	指标说明及分值
市场引领性 50分	品牌价值 30分	品牌价值在国内市场居同类产品领先程度（10名以内），15-30分
	市场影响力 10分	1、品牌国内和上海市场覆盖率，1-3分
		2、品牌的消费者知晓率、忠诚度居国内同类产品领先程度，1-3分
		3、品牌对国内同行业的影响程度，1-4分
	品牌忠诚度和美誉度 10分	1、消费者对品牌忠诚度，0-5分
2、同业对品牌美誉度，0-5分		
品质引领性 20分	品牌积累 4分	品牌在中国（5年以上）、上海市场的持续经营的时间长度 2-4分
	标准 8分	1、产品或服务标准国际、国内同类产品领先程度 0-5分
		2、具有国际质量、环境、管理、职业健康安全、社会责任体系认证（ISO9000、GMP、HACCP、Oeko-Tex Standard 100、ISO/TS16949、ISO14000、OHSAS18000、SA8000） 0-3分
质量 8分	产品质量检测或服务评价主要指标对比国际、国内市场同类产品的领先性 0-8分	
创新引领性 15分	科研能力 6分	研发中心建设和科研领先水平 0-3分
		科研成果及转化能力 0-3分
	知识产权 6分	国外和中国发明专利、实用新型专利、外观设计专利、著作权登记 0-6分
	新品投放 3分	每年新品投放数量占总产品数量的比例 0-1分
		每年新品销售额占销售额的比例 0-1分
	上年度上海市场新品销售额占总销售额的比例 0-1分	
社会责任引领性 15分	绿色产品 2分	产品全生命周期节能、低碳、环保的程度 0-2分
	消费者权益 8分	消保制度完备性、售后服务有效性的总体评价 0-8分
	行业评价 3分	同行和协会对该品牌社会责任的总体评价 0-3分
	社会公益 2分	慈善等社会公益的参与程度 0-2分

A.3 首发经济引领性创意品牌评价应符合表A.3 的要求。

表A.3 引领性创意品牌评价指标体系和评价方法

一级指标及分值	二级指标及分值	指标说明及分值
市场引领性 45分	市场影响力 35分	1、上年度上海市场品牌最高单品销售额与同类产品的比较, 2-5分
		2、品牌国内或上海细分市场占有率先程度, 2-5分
		3、品牌的消费者知晓率居国内或上海同类产品领先程度, 2-5分
		4、品牌对行业的影响程度, 4-10分
		5、品牌对市场消费导向的影响程度 4-10分
	品牌美誉度 10分	1、消费者对品牌美誉度, 0-10分
品质引领性 20分	品牌积累 4分	品牌持续经营的时间长度(1年以上) 1-4分
	标准 8	产品或服务标准国际、国内同类产品领先程度 0-8分
	产品质量检测或服务 质量评价 8分	产品质量检测或服务评价主要指标相比国际、国内同类产品的领先性 0-8分
创新引领性 20分	科研能力 7分	研发设计领先水平 0-4分
		研发设计成果及转化能力 0-3分
	知识产权 10分	国外和中国发明专利、实用新型专利、外观设计专利、著作权登记(必需项) 5-10分
	新品投放 3分	每年新品投放数量与品牌产品数量的比例 0-1分
		每年新品销售额与品牌销售额的比例 0-1分
		上年度上海市场新品销售额占总销售额的比例 0-1分
社会责任引领性 15分	绿色产品 2分	产品全生命周期节能、低碳、环保的程度 0-2分
	消费者权益 8分	消保制度完备性、售后服务有效性的总体评价 0-8分
	行业评价 3分	同行和协会对该品牌社会责任的总体评价 0-3分
	社会公益 2分	慈善等社会公益的参与程度 0-2分