

"陇字号"品牌认证通则

General rules for evaluation and certification of "LongBrand"

2022 - 06 - 30 发布

2022 - 07 - 31 实施

目 次

前言 II

引言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 原则 2

5 基本要求 2

6 工作流程 2

7 认证内容 2

 7.1 品牌质量 2

 7.2 创新能力 3

 7.3 品牌管理 3

 7.4 服务能力 3

 7.5 社会责任 3

8 认证实施 3

9 认证机构与人员要求 3

 9.1 认证机构 3

 9.2 认证人员 4

10 证书和标志 4

参考文献 5

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。

本文件由甘肃省市场监督管理局提出、归口并监督实施。

本文件起草单位：甘肃省标准化研究院、甘肃省市场监督管理局、方圆标志认证集团有限公司甘肃分公司。

本文件主要起草人：窦芙蓉、杨轶、王雅君、张文霞、梁彤、刘世东、詹久斌、刘华锋、张颖、吕梁玉、张文波、崔成良。

本文件由甘肃省标准化研究院负责解释。各单位或个人在执行本文件过程中如发现需要修改和补充之处，请随时将意见和建议反馈至《“陇字号”品牌认证通则》地方标准编制组（地址：兰州市城关区南昌路1808号4楼，邮编：730000，E-mail: 328052764@qq.com, 联系方式：0931-8866728），以供今后修订时参考。

引 言

品牌是无形资产，品牌是知名度，品牌意味着高质量、高品位，是产品开拓市场、占领市场、获得利润的能力，是企业、区域乃至国家竞争力的综合体现，折射着经济实力的增长和产业的发展趋势。

为认真贯彻落实党中央、国务院和甘肃省委省政府关于加强质量品牌建设工作的部署要求，有效推进我省品牌战略实施，加快实践“中国产品向中国品牌转变”，推动“甘肃产品”向“甘肃品牌”转型升级，引导各类品牌主体增强品牌意识，推进品牌建设，提升品牌价值，促进全省优势区域、产业、企业向标准化、规模化、品牌化发展，培育树立一批甘肃省品牌标杆，本文件以“陇字号”品牌认证工作为抓手，结合甘肃省品牌文化发展实际，参照GB/T 29185《品牌 术语》、GB/T 29186《品牌价值要素评价》、GB/T 29187《品牌评价品牌价值评价要求》、GB/T 27925《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》等相关国家标准，并广泛参考、吸收借鉴了外省其它品牌建设成果及经验，搭建了“陇字号”品牌认证标准构架来规范品牌认证活动，引导和带动“陇字号”品牌价值持续提升，助力甘肃省品牌战略实施和经济社会高质量发展。

"陇字号"品牌认证通则

1 范围

本文件规定了“陇字号”品牌认证的术语和定义、原则、基本要求、工作流程、认证内容、认证实施、认证机构与人员要求、证书和标志等内容。

本文件适用于“陇字号”品牌认证活动。

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 术语

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29187界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌 brand

与营销相关的无形资产，包括(但不限于)名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和(或)实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

[来源：GB/T 29187—2012，2.2]

3.2

“陇字号” “LongBrand”

代表甘肃先进水平、地方特色和高品质形象的区域品牌标识。

3.3

“陇字号”品牌认证 “LongBrand” certification

根据国际通行的合格评定方式，依据“陇字号”品牌标准及相关规定，对申请的产品或服务进行的第三方认证活动。

3.4

品牌知名度 brand awareness

顾客及其他利益相关方对特定品牌的知晓程度。

[来源：GB/T 29185—2021，4.18]

3.5

品牌美誉度 brand favorite

顾客及其他利益相关方对特定品牌的偏好、信任和认同程度。

[来源：GB/T 29185—2021，4.20]

3.6

品牌忠诚度 brand loyalty

顾客购买决策中，多次表现出对某品牌具有偏向性的行为反应。

注：一般表现为顾客为购买该品牌自愿投入的时间、精力、金钱以及其他超越购买该品牌所需的最基本花费。

[来源：GB/T 29185—2021，4.21]

4 原则

- 4.1 自愿参与。凡热衷公益，积极承担社会责任，彰显地域文化，符合条件的组织可自愿申请。
- 4.2 公平公正。认证活动严格按照本文件及相关规定开展，遵循客观独立、公开公正、诚实信用的原则。
- 4.3 有序组织。政府推动、引导和监督，社会第三方组织实施。
- 4.4 持续推进。认证实行动态管理，持续对品牌的品质、声誉和影响进行跟踪，敦促品牌价值不断提升。

5 基本要求

申请认证的组织应符合以下要求：

- a) 具有独立法人资格，经营状况良好；
- b) 具有必备的生产条件和技术装备，技术创新、转化利用、产品研发能力；
- c) 主动维护消费者权益和隐私，自觉履行高于行业水平的服务承诺；
- d) 品牌效能较好，无失信记录；
- e) 秉承绿色发展理念，符合行业环保和节能减排要求，并积极履行社会责任；
- f) 近三年内未发生重大质量、安全、环保责任事故和其他重大违法违规行为。

6 工作流程

“陇字号”认证机构应依据“陇字号”标准制定相应的认证实施细则，进行认证。按照申请——认证——监督（顾客、第三方的监督）——复评的流程进行。认证结果应在官方网站等媒体进行公示。

7 认证内容

7.1 品牌质量

申请认证组织的产品或服务应达到国内先进水平，包括但不限于：

- a) 申请认证产品或服务的主要指标应高于国家标准、行业标准，鼓励企业主导和参与国际、国内先进标准的制（修）订；
- b) 企业产品或服务标准应在全国企业标准公共服务平台进行自我声明公开，接受社会监督；
- c) 产品性能、服务质量应符合所执行标准；
- d) 保证产品质量或服务质量的持续稳定，处于行业领先地位，并有效带动同行业共同进步；
- e) 积极参与标准化示范试点等活动及质量管理、职业健康、环境卫生体系等认证。

7.2 创新能力

申请认证组织的产品或服务应具备持续创新能力，包括但不限于：

- a) 建立有效的创新机制和技术支撑体系；
- b) 制定创新战略及实施计划，注重产品研发，提供资源投入和保障；
- c) 拥有自主知识产权和核心技术成果，或采用先进性的服务模式；
- d) 具有科技成果转化或先进服务模式推广应用能力；
- e) 获得国家级和省部级相关项目或奖励。

7.3 品牌管理

申请认证组织应采用先进的管理模式，包括但不限于：

- a) 全面加强质量管理，建立科学的管理体系并有效实施；
- b) 具有品牌战略或规划，有清晰的品牌定位；
- c) 具有较高的品牌知名度、品牌美誉度、品牌忠诚度和顾客满意度；
- d) 有品牌管理部门，专人专岗负责品牌管理和维护工作；
- e) 有足够的品牌建设预算资金和有效的品牌传播途径。

7.4 服务能力

申请认证组织应有完善的产品服务标准，包括但不限于：

- a) 结合产品或服务特点制定行业领先的服务标准并有效实施，服务标准内容应覆盖服务全流程；
- b) 以顾客需求为导向，根据顾客反馈改善产品质量及服务质量；
- c) 主动向顾客提供服务保证，建有便民高效的消费投诉处理机制，公布投诉渠道，及时处理、主动协商；
- d) 定期对顾客满意度进行测评，及时掌握顾客意见并采取措施，持续提高顾客满意度；
- e) 应建有售后服务档案，投诉处理记录完整，保护好消费者个人信息和隐私。

7.5 社会责任

申请认证组织应履行社会责任，包括但不限于：

- a) 合规合法生产经营，秉承绿色和可持续发展理念，并在质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生等方面承担公共责任；
- b) 遵守诚信和道德行为准则，具有良好的社会信誉；
- c) 积极支持公益事业，参加乡村振兴或社会救助等并做出贡献。

8 认证实施

8.1 “陇字号”品牌认证采用第三方认证方式，认证工作由认证机构组织实施。

8.2 认证以“陇字号”标准为依据，“陇字号”标准内容应体现本文件第7章的基本要求，针对不同的产品或服务进行认证时，可适当调整认证内容或制定相关细则。

9 认证机构与人员要求

9.1 认证机构

认证机构应是具有资质的第三方机构。

9.2 认证人员

认证人员应符合国家关于认证人员职业资格的相关要求以及“陇字号”品牌认证管理的相关规定。

10 证书和标志

“陇字号”品牌认证证书与标志的发布、制定、使用与监督管理，按照《认证证书和认证标志管理办法》及“陇字号”品牌管理相关规定执行。

参 考 文 献

- [1] GB/T 27925—2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
 - [2] GB/T 29186—2021 品牌价值要素评价
 - [3] 认证证书和认证标志管理办法（国家质量监督检验检疫总局令第63号公布，第162号修订）
-