

《皮革行业品牌评价指标体系》

编制说明

（征求意见稿）

一、工作简况

1、任务来源

为更好地贯彻落实习近平总书记“三个转变”重要思想和党的二十大精神，以及工业和信息化部等部门联合印发的《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》（工信部联消费函〔2022〕68号）和《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022-2025）》精神，响应工业和信息化部消费品司提出的在皮革行业开展品牌评价工作的总体要求，加快推进皮革行业“三品”战略实施，助力皮革行业自主品牌影响力和竞争力的提升，助推行业实现高质量发展，中国皮革协会品牌部提出制定《皮革行业品牌评价指标体系》团体标准的建议。

经中国皮革协会审议，由中国皮革协会标准工作组牵头负责制定《皮革行业品牌评价指标体系》团体标准。

2、目的、意义

皮革行业品牌评价工作自1995年以来在中国皮革协会的牵头下开展，已经建立了相应的工作流程和规范，但目前国内尚无正式发布的有关品牌评价指标体系的标准，使得品牌评价工作在实操中的科学性和严谨性相对不足，不能从标准的角度提供强有力的技术支撑，为了配合品牌评价工作的开展，使行业在开展品牌价值评价时能够依据科学、严谨的指标体系，从评价工作的筹备、组织和结果发布全过程能够有统一的技术标准进行管控，促使开展品牌评价的单位自觉遵守指标体系的技术要求，从而使品牌评价工作得到可靠的技术保障，也将为工业和信息化部等主管部门日常监管提供强有力的标准和技术支撑。

3、主要工作过程

起草阶段：2022年8月，中国皮革协会计划在皮革行业开展品牌评价工作，并就此项工作向工业和信息化部消费品司进行汇报，工业和信息化部消费品司委托中国皮革协会在

行业开展品牌评价工作。2022年9月，经中国皮革协会研究决定项目立项，并在第一时间成立了项目编制组。

项目组首先收集、整理、分析了国内外皮革行业和相关行业关于品牌评价的产业政策、技术规范、标准等，确定了本标准的编制思路，初步确定了现场调研内容。同时，结合我国皮革行业的品牌发展特点、产品分类等因素，选择了国内鞋类（皮鞋、运动鞋、童鞋）、皮衣、裘皮服装、箱包等以自主品牌销售的多家企业进行调研，考察了不同企业的品牌建设、质量建设、环保建设、社会责任建设、创新发展等方面的实际情况等。

2022年11月11日，标准编制组召开了团体标准开题报告研讨会，会议围绕标准框架结构，主要技术指标、要求，标准草案文本，项目实施进度安排等展开讨论。根据开题研讨会的意见，编制组通过进一步的调研、内部专家讨论，于2022年11月底完成了《皮革行业品牌评价指标体系》（草案稿）和《皮革行业品牌评价指标体系》（草案稿）编制说明的编制工作。

2022年12月9日，标准项目组召开项目组会议，讨论、修改标准草案。12月29日，标准项目组再次讨论、修改标准草案，30日将标准草案提交中国皮革协会团体标准工作组。

2023年1月5日，中皮协标准工作组组织中皮协相关领导对标准草案稿进行审查，对标准文本提出修改意见。标准项目组根据审查意见，对标准文本的内容、编制说明进行了修改、补充完善，1月18日，形成标准征求意见稿，上报中皮协标准工作组。

征求意见阶段：2023年1月20日，标准工作组在中国皮革网（www.chinaleather.org）上进行征求意见，广泛征求行业意见。

二、标准编制原则和制定的主要内容及依据

1、标准编制原则

标准编制过程中充分依据 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》中的各项规定，力求符合规范化和标准化。同时按照先进性、科学性和实用性相结合的原则进行编制的。本标准结合我国的实际情况，在参考目前正在实施的有关标准的同时，密切联系实际，注重科学性和可操作性的结合，以利于标准颁布后的推广应用。

2、标准的主要内容和论据

本标准共分7章，第1章范围，第2章规范性引用文件，第3章术语和定义，第4章评价原则，第5章评价指标体系，第6章评价要求，第7章评价方法，附录A为规范性附录，附录A皮革行业品牌评价效益指标得分的计算方法。

(1) 范围

本文件规定了皮革行业品牌评价的原则、评价指标体系、评价要求和评价方法。

本文件适用于鞋类、皮衣、裘皮服装、箱包皮具及其他皮革毛皮产品的品牌评价。

其中鞋类包括了皮鞋、童鞋、运动鞋等各类鞋产品。

(2) 规范性引用文件

现行的国民经济分类、品牌价值、品牌评价方面的标准是制定本标准的依据。本标准引用了此类文件，使之相互衔接、协调一致。

(3) 术语与定义

本标准依据GB/T 4754、GB/T 29185、GB/T 39654等标准的相关规定，给出了“皮革行业”、“品牌”、“品牌评价”、“指标”4个术语的定义。

(4) 评价原则

皮革行业品牌评价工作坚持以下原则：

- 坚持“品牌引领，服务至上”原则；
- 坚持保密原则，不向社会泄露企业数据和信息；
- 评价工作科学公正，接受社会监督。

(5) 评价指标体系

1) 指标体系

评价指标体系包括基本要求和评价指标要求两部分。基本要求包括应满足的产业政策、产品质量法律法规、强制性环保标准等方面的要求；评价指标要求包括效益、品牌建设、质量、环保、社会责任、创新发展等一级指标，在一级指标设置若干个二级指标，在二级指标下设具体评价要求。

2) 指标分数

A、一级指标

各一级指标分数为：

——基本要求（5.1）应全部满足；

——效益（5.2）200分；

——品牌建设（5.3）260分；

——质量（5.4）160分；

——环保（5.5）100分；

——社会责任（5.6）90分；

——创新发展（5.7）190分。

综合评分相加总分为1000分。

B、二级指标

各二级指标及评价要求、指标分值应符合6.2中表1～表6的规定。

（6）评价要求

评价要求由基本要求和评价指标要求组成。

1) 基本要求

企业应满足以下条件：

——以自主品牌销售为主，且在行业内或某一细分领域具有一定的知名度和美誉度；

——企业发展态势良好，产品质量符合相关标准，近三年未发生过质量安全事故和重大生态环境问题；

——企业积极履行社会责任，劳资关系和谐，管理制度完善，具有较好的商业信誉。

2) 评价指标要求

对各一级指标下的二级指标中每一项指标的评价要求、分值进行了明确。

A、效益指标（200分）

表1 效益指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
效益	企业总资产	以企业参评当年前三年每年的资产值乘以年度加权系数后相加，作为企业三年综合资产值（按附录A公式A.1进行计算），取同类参评企业中三年综合资产最大值、最小值，按附录A公式A.2计算企业总资产得分。	20~50

	销售收入	以企业参评当年前三年每年的销售收入乘以年度加权系数后相加，作为企业三年综合销售收入值（按附录A公式A.3进行计算），取同品类参评企业中三年综合销售收入最大值、最小值，按附录A公式A.4计算企业销售收入得分。	20~50
	销售利润率	以企业参评当年前三年每年的销售利润率乘以年度加权系数后相加，作为企业三年综合销售利润率值（按附录A公式A.5进行计算），取同品类参评企业中三年综合销售利润率最大值、最小值，按附录A公式A.6计算企业销售利润率得分。	20~50
	净利润率	以企业参评当年前三年每年的净利润率乘以年度加权系数后相加，作为企业三年综合净利润率值（按附录A公式A.7进行计算），取同品类参评企业中三年综合净利润率最大值、最小值，按附录A公式A.8计算企业净利润率得分。	20~50

B、品牌建设指标（260分）

表2 品牌建设指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
品牌建设	获得商标、名牌荣誉称号	中国驰名商标	30
		省级名牌、著名商标	20
		市级名牌、著名商标	10
		无	0
	获得全国性行业品牌荣誉、区域品牌荣誉	中国轻工业联合会、中国皮革协会授予	30
		地方主管部门、商协会授予	20
		无	0
	是否获得证明商标资格认证	真皮标志等全国性证明商标	30
		区域性证明商标	15
		无	0
	荣获专精特新（小巨人）、制造业单项冠军、轻工百强情况	国家级	30
		省部级、轻工百强	20
		市级	10
		无	0
	企业获得信用等级评价情况	AAA级	20
		AA、A级	10
B级		5	
无		0	
是否建立历史或文化博物馆	有历史或文化博物馆	10	
	无	0	

	是否制定品牌发展规划	是	20
		否	0
	国内一二线城市 ^a 销售额占比 (n)	$n \geq 50\%$	30
		$20\% \leq n < 50\%$	20
		$10\% \leq n < 20\%$	10
		$n < 10\%$	0
	店面坪效 ^b (n)	$n \geq 5000$ 元/平米	30
		2000 元/平米 $\leq n < 5000$ 元/平米	20
		1000 元/平米 $\leq n < 2000$ 元/平米	10
		$n < 1000$ 元/平米	0
	品牌宣传推广投入占销售收入的比重 (n)	$n \geq 5\%$	30
		$2\% \leq n < 5\%$	20
		$1\% \leq n < 2\%$	10
$n < 1\%$		0	

C、质量指标（160分）

表3 质量指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
质量	质量管理体系建设	获得质量管理体系认证证书	30
		企业内部有质量管理体系制度	20
		无	0
	获质量方面的奖项	国家级	30
		省部级	20
		市级	10
		无	0
	参与国际、国家、行业、地方、团体标准制修订	参与1项国际标准得10分，参与1项国家标准得5分，参与1项行业标准得3分，参与1项地方标准或团体标准得1分。累计相加，最高30分。同一项目不重复计算。	30
		无	0
	是否专门设立产品质量管理机构或部门	是	30
		否	0
	提供近一年的检测报告	提供外部检测报告	10
		仅有内部检测报告	5
		无	0
	有必要的检测设备	有	10
		无	0
是否制定质量战略规划	是	20	
	否	0	

D、环保指标（100分）

表4 环保指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
环保	环境管理体系建设	获得环境管理体系认证证书	20
		企业内部有环境管理体系制度	10
		无	0
	近3年生态环境部门出具的环境检测报告	环境检测报告结果为合格	20
		无	0
	企业环保措施情况	具有较完善的固体废弃物、废液、废气、噪声处理措施	20
		具有基本的、简单的固体废弃物、废液、废气、噪声处理措施	10
		无	0
	产品使用真皮标志生态皮革等环保型原辅材料情况（不含胶粘剂）	40%以上使用	20
		很少使用	5
		没有使用	0
	使用水性胶粘剂、热熔型胶粘剂使用量占比（n）	不使用胶粘剂	20
		$n \geq 50\%$	15
		$20\% \leq n < 50\%$	10
		$n < 20\%$	0

E、社会责任指标（90分）

表5 社会责任指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
社会责任	社会责任管理体系建设	获得社会责任管理体系认证证书	20
		企业内部有社会责任管理体系制度	10
		无	0
	职业安全健康管理体系建设	获得职业安全健康管理体系认证证书	20
		企业内部有职业安全健康管理体系制度	10
		无	0
	能源管理体系建设	获得能源管理体系认证证书	5
		企业内部有能源管理体系制度	3
		无	0
	社保缴纳是否符合当地政府要求	是	15
		否	0
	上年度社会公益事业投入	200万元以上	10
		100-200万元	6
		100万元以下	3
		无	0
	劳动保护措施	完善	10
		良好	8
		有待提高	5
		较差	0

	是否发布CSR或ESG报告	是	5
		否	0
	是否制定“双碳”行动计划或规划	是	5
		否	0

F、创新发展指标（190分）

表6 创新发展指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
创新发展	获科技进步类奖励（国家级、省部级、市级）	国家级一等奖得20分，二等奖得10分，三等奖得5分；省部级一等奖得5分，二等奖得3分，三等奖得1分；市级奖得1分。累计相加，最高30分。同一项目不重复计算。	30
		无	0
	拥有国家级、省部级、市级技术中心、工业设计中心、研究院（所）、重点实验室	国家级	30
		省部级	20
		市级	10
		无	0
	有效专利、著作权数量	1项发明专利得3分，1项实用新型专利、外观专利、著作权得1分。累计相加，最高30分。同一项目的专利、著作权不重复计算。	30
		无	0
	关键工序实现数控化程度	完全实现	30
		部分实现	10
		没有实现	0
	研发投入占销售收入比重（n）	$n \geq 3\%$	30
		$1\% \leq n < 3\%$	20
		$n < 1\%$	0
	近三年信息化投入总额（n）	$n \geq 500$ 万	20
		$200 \text{万} \leq n < 500 \text{万}$	10
		$100 \text{万} \leq n < 200 \text{万}$	5
		$n < 100$ 万	0
	线上销售占比（n）	$n \geq 50\%$	20
		$30\% \leq n < 50\%$	10
$5\% \leq n < 20\%$		5	
$n < 5\%$		0	

(7) 评价方法

评价要求中分为否决项和加分项：基本要求为一票否决项；评价指标要求为加分项，依据符合程度在0分和满分之间取值。

评价采用综合评分的方式，基本要求全部满足，各指标综合评分相加总分为1000分。

(8) 附录

附录 A 为规范性附录，附录 A 给出了皮革行业品牌评价效益指标得分的计算方法，给出企业总资产得分、销售收入得分、销售利润率得分、净利润率得分的计算公式，供相关单位使用本标准时计算效益指标得分。

计算原理和方法说明，以企业总资产得分计算为例（销售收入得分、销售利润率得分、净利润率得分计算原理和方法相同）。

A、首先计算企业三年综合资产值，作为计算企业总资产得分的基础。

以企业参评当年前三年每年的资产值乘以年度加权系数后相加，作为企业三年综合资产值，按公式 A.1 进行计算。

$$C_n = C_1 \times 0.4 + C_2 \times 0.3 + C_3 \times 0.3 \dots \dots \dots (A.1)$$

式中：

C_n — 企业三年综合资产，单位为万元；

C_1 — 企业参评当年前一年度资产（年度加权系数为 0.4），单位为万元；

C_2 — 企业参评当年前二年度资产（年度加权系数为 0.3），单位为万元；

C_3 — 企业参评当年前三年度资产（年度加权系数为 0.3），单位为万元。

B、计算出同品类所有参评企业的三年综合资产值，并按三年综合资产值的多少进行排序，最大值为 C_{\max} ，最小值为 C_{\min} 。

C、按公式 A.2 计算企业总资产得分。

$$T_c = 20 + \frac{(C_n - C_{\min})}{(C_{\max} - C_{\min})} \times 30 \dots \dots \dots (A.2)$$

式中：

T_c — 企业总资产得分，无量纲；

C_n — 企业三年综合资产，单位为万元；

C_{\min} — 同品类参评企业中三年综合资产最小值，单位为万元；

C_{\max} — 同品类参评企业中三年综合资产最大值，单位为万元；

20 — 基础得分；

30 — 加权得分。

同品类参评企业中，三年综合资产值最大者， C_n 等于 C_{max} ，企业总资产得分 (T_c) 为最高分，满分 50 分；三年综合资产值最小者， C_n 等于 C_{min} ，企业总资产得分 (T_c) 为最低分，20 分。

3、解决的主要问题

《皮革行业品牌评价指标体系》团体标准中明确了行业开展品牌评价工作依据的指标要求和指标的具体内容，有效提高了品牌评价工作的科学性、针对性、有效性，对品牌评价工作的实际操作具有指导作用。

标准的发布实施，促进了皮革行业品牌评价工作的开展，为皮革行业增品种、提品质、创品牌，提升皮革行业优质产品供给能力，提振中高档国货消费信心，助力畅通国内经济大循环将起到积极的推动作用。

三、主要试验（或验证）情况

本标准是皮革行业品牌评价的指标体系，制定过程中，征求了行业意见，经有关管理部门、鞋类（皮鞋、运动鞋、童鞋）、皮衣、裘皮服装、箱包品牌企业的验证，证明该标准能够满足我国皮革行业开展品牌评价工作的使用需求，在实际应用中能够提供指导帮助，能够满足我国皮革行业的使用需要。

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

随着国家对品牌建设和评价工作的重视，皮革行业迫切需要整理和规范成熟、稳定、严谨的品牌评价指标体系，以指导行业更加科学、有效地开展品牌评价。本规范的实施，可以促进皮革行业更好地增品种、提品质、创品牌，为皮革行业品牌建设水平的整体提升提供坚实的技术支撑。

六、与国际、国外标准对比情况

目前，尚无相关国际标准或国内行业标准可借鉴、采用，制定本标准将使皮革行业开展品牌评价得到可靠的技术保障，

七、与现行相关法律、法规、规章及标准，特别是强制性标准的协调性

本标准与现行相关法律、法规、规章和相关标准协调一致，符合国家标准化管理的有关规定。

八、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在起草过程中尚未出现重大分歧意见，有关单位、专家提出的意见已经得到妥善处理，合理的意见已被采纳，无法采纳的意见给予了相应解释和说明。

九、贯彻标准的要求和措施建议

本标准在编制过程中，有关条款直接引用了现有国家标准或行业标准的内容，尽量避免重复，力求简化。内容上力求突出开展皮革行业品牌评价工作特有的技术要求，层次上尽量体现与各标准之间的衔接。本标准为协会制定的团体标准，建议本标准批准发布后尽快实施应用。

十、废止现行相关标准的建议

本标准为首次制定，无废止现行相关标准的建议。

十一、其它应予说明的事项

无。