|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.140 |
| CCS | 点击此处添加CCS号 |

|  |
| --- |
|  |

西藏自治区地方标准

DB XX/T XXXX—XXXX

地球第三极品牌评价体系 第3部分 西藏民特文创品牌评价要求

The Earth Third Pole brand evaluation system——Part 3

Requirements for brand evalution of Tibetan characteristic cultural and creative products

202X - XX - XX发布

202X - XX - XX实施

西藏自治区市场监督管理局  发布

目次

[前言 II](#_Toc117583364)

[1 范围 1](#_Toc117583365)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc117583366)

[3 术语和定义 1](#_Toc117583367)

[4 基本要求 1](#_Toc117583368)

[5 评价指标体系 1](#_Toc117583369)

[6 指标测量 2](#_Toc117583370)

[6.1 生态禀赋 2](#_Toc117583371)

[6.1.1 文化资源 2](#_Toc117583372)

[6.1.2 可持续发展能力 2](#_Toc117583373)

[6.2 品质水平 2](#_Toc117583374)

[6.2.1 质量管理 2](#_Toc117583375)

[6.2.2 创新发展 2](#_Toc117583376)

[6.2.3 市场服务 3](#_Toc117583377)

[6.2.4 品牌运营 3](#_Toc117583378)

[6.3 品牌成效 3](#_Toc117583379)

[6.3.1 经济效益 3](#_Toc117583380)

[6.3.2 社会效益 3](#_Toc117583381)

[6.3.3 文化效益 4](#_Toc117583382)

[6.3.4 生态效益 4](#_Toc117583383)

[7 结果测算 4](#_Toc117583384)

[附录A （资料性） 地球第三极西藏民特文创品牌评价指标及评价说明 5](#_Toc117583385)

1. 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。

本文件由西藏地球第三极产业发展有限公司提出。

本文件由西藏自治区市场监督管理局归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

1. 引言

地球第三极品牌评价体系 第3部分

西藏民特文创品牌评价要求

* 1. 范围

本文件规定了西藏自治区民特文创产品开展地球第三极品牌评价的基本要求、评价指标体系、指标测量以及结果则算等。

本文件适用于开展西藏民特文创地球第三极品牌评价和品牌管理活动的各类实体。

* 1. 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 29185-2021 品牌 术语

* 1. 术语和定义

GB/29185-2021、（标准号）《通则》界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

民特文创产品 Tibetan characteristic cultural and creative products

依托西藏自治区独特、丰厚文化资源，运用丰富创意、先进设计，传承、拓展和发扬文化资源，形成的文化与创意相融合的产品。

1. 西藏自治区文化资源包括但不限于民族、历史、地域、宗教、哲学、艺术、民俗、传统手工艺等领域。
2. 西藏自治区特色文创产品主要覆盖宗教文化、民族艺术和日常生活三大主要方面，具体产品包括但不限于唐卡、藏香、藏毯、藏纸、藏刀、金属佛造像、氆氇、邦典、珞巴编织等民族手工艺品，民族服饰鞋帽、金银铜木铁石器皿、家具、食品等日常生活用品，以及藏族传统歌舞、戏剧、雪顿节、藏博会等民俗节庆产品。
   1. 基本要求

对西藏自治区民特文创产品开展地球第三极品牌评价时，应遵循（标准号）《地球第三极品牌评价体系 第1部分 通则》中规定的总体原则和评价程序开展，在构建评价指标体系、获取评价数据、测算评价结果、出具评价报告时，需符合（标准号）《通则》的相应要求。

* 1. 评价指标体系

评价地球第三极西藏民特文创品牌时，可从生态禀赋、品质水平和品牌成效三方面开展。评价指标体系见图1。

1. 西藏民特文创地球第三极品牌评价指标体系
   1. 指标测量
      1. 生态禀赋
         1. 文化资源

——物质/非物质文化资源。

——民族文化特色。

——文化传承资源。

* + - 1. 可持续发展能力

——原材料使用。

——绿色生产。

——传承人培养。

* + 1. 品质水平
       1. 质量管理

地球第三极西藏民特文创品牌应具备良好的质量管理水平，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——质量管理制度建设情况；

——质量管理体系认证情况；

——质量奖励获得情况；

——产品执行标准情况；

——产品检验检测报告情况；

——产品认证情况；

——产品质量监督抽查情况。

* + - 1. 创新发展

地球第三极西藏民特文创品牌应坚持创新发展战略，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——传统工艺改进创新情况；

——创新平台建设情况；

——与省级以上科研机构长期合作情况；

——参与标准制修订情况；

——知识产权保护情况；

——科技获奖情况。

* + - 1. 市场服务

地球第三极西藏民特文创品牌应建立完善的市场服务体系，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——渠道建设情况；

——客户服务机制建设情况；

——售后服务体系建设情况；

——顾客满意度。

* + - 1. 品牌运营

地球第三极西藏民特文创品牌应建立专业的品牌运营管理能力，可以从以下方面进行评价，包括但不限于：

1. 手作标识；
2. 商标注册；
3. 品牌历史；
4. 品牌宣传推广；
5. 品牌荣誉。
   * 1. 品牌成效
        1. 经济效益

地球第三极西藏民特文创品牌应具备显著的经济效益，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——资产规模；

——销售收入；

——盈利能力；

——纳税贡献。

* + - 1. 社会效益

地球第三极西藏民特文创品牌应产生良好的社会效益，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——带动就业情况；

——带动产业发展情况；

——社会公益贡献。

* + - 1. 文化效益

地球第三极西藏民特文创品牌应为文化传承做出贡献，可根据品牌主体对历史文化、民族文化等文化形式的传承、宣传和发扬所做的贡献进行评价。

——传承培训。

——文化传播。

* + - 1. 生态效益

地球第三极西藏民特文创品牌应产生良好、可持续的生态效应，具体可从以下方面进行评价，包括但不限于：

——减少资源消耗情况；

——生态与经济平衡情况。

* 1. 结果测算

通过对各评价指标的分值进行加权求和，计算每项要素的评价结果。计算公式见式（1）：

(1)

式中：

*K*——品牌评价得分；

——第i个指标的评价值；

——第i个指标的对评价结果的影响权重。

2. （资料性）  
   地球第三极西藏民特文创品牌评价指标及评价说明

地球第三极西藏民特文创品牌评价指标及说明见表A.1。

* 1. 地球第三极西藏民特文创品牌评价指标及说明

| 评价维度 | 一级指标及权重 | 二级指标及权重 | 指标说明 |
| --- | --- | --- | --- |
| 资源禀赋  （270分） | 文化资源  210分 | 物质/非物质文化资源  70分 | 从世界文化遗产数量、文物保护单位等级及数量，入选国家级、自治区级非物质文化遗产代表性项目名录，入选国家级、自治区级传统工艺振兴目录等方面加以评价 |
| 民族特色文化  70分 | 产品是否具备吐蕃文化、古格文化、象雄文化、门巴文化、珞巴文化或其他藏民族特色文化特点 |
| 文化传承资源70分 | 从是否有非物质文化遗产代表如项目代表性继承人、传承人，工艺美术大师等级及数量，是否入选藏民族文化艺术品专家库等方面加以评价 |
| 可持续发展能力  60分 | 原材料投入30分 | 从加工制造中所投入的能源与资源、所采购的材料的绿色环保性、可再生性等方面加以评价 |
| 绿色生产30分 | 从设施设备、工艺流程的环保性、节能性等方面加以评价 |
| 品质水平  （550分） | 质量管理  80分 | 质量管理制度建设情况10 | 管理制度、激励制度、可追溯体系建立情况 |
| 质量管理体系认证情况10 | ISO 9000、GB/T19001等质量管理体系认证情况 |
| 质量奖励获得情况10 | 获得省级、国家级以及国际质量奖励情况 |
| 产品执行标准情况10 | 产品执行标准情况、产品和服务标准自我声明公开情况 |
| 原材料管理10 | 供应商资质、品控、原材料质量认证等 |
| 产品质量检测情况10 | 内部质量管控措施、产品检测报告 |
| 产品认证情况10 | 从产品等级、地理标志产品认定 |
| 产品质量监督抽查情况10 | 国家级、省级等产品质量监督抽查情况 |
| 创新发展  180分 | 传统工艺改进创新情况30 | 从传统工艺改造升级，与现代科技、工艺装备有机融合情况加以评价 |
| 创意工作平台情况30 | 从设立传统工艺创意工作室、创意空间、传习所等工作室、创意空间的数量及运行情况等方面加以评价 |
| 产学研合作情况30 | 与省级以上研发设计机构、高等院校等长期合作情况 |
| 标准制修订情况30 | 近三年主导或参与国际、国家或地方标准制修订情况 |
| 知识产权保护情况30 | 专著、译著、图册、版权、专利等知识产权所有情况； |
| 成果获奖情况  30 | 创意设计、工艺研发改进等创新成果获奖等级、数量 |
| 市场服务  80 | 渠道建设情况20 | 渠道的多样性、适宜性和对渠道的维护管理 |
| 市场覆盖范围20 | 国际、国内销售范围 |
| 客户服务机制建设情况20 | 客户服务机制建设情况，可从服务种类、服务响应时间、服务履行标准、服务基础条件、个性化/定制化服务情况、物流服务配套情况等方面加以评价 |
| 售后服务体系建设情况，可从服务种类、服务响应时间、服务履行标准、服务基础条件、个性化/定制化服务情况、物流服务配套情况等方面加以评价 |
| 顾客满意度20 | 第三方满意度测评及持续改进情况 |
| 品牌运营  210分 | 手作标识35 | 是否在产品上加上手作标识 |
| 商标注册35 | 注册商标年限（包括企业、工作室、工艺美术大师等） |
| 品牌历史25 | 品牌年限 |
| 品牌宣传推广40 | “网络藏博会”，与雪顿节、珠峰文化节、雅砻文化节等区内各类节庆活动的衔接情况 |
| 品牌国际化程度25 | 产品出口比重、国际交流、国际传播情况 |
| 品牌荣誉50 | 获得的各类荣誉称号、标志、证书、示范基地等情况，如非物质文化遗产生产性保护示范基地和文化产业示范基地等。 |
| 品牌成效  （180分） | 经济效益  40分 | 资产规模10分 | 近三年总资产、总负债、流动资产、非流动资产情况 |
| 销售收入10分 | 近三年销售收入情况 |
| 盈利能力10分 | 近三年净利润水平 |
| 纳税贡献10分 | 近三年纳税情况 |
| 社会效益  50分 | 带动就业情况30分 | 近三年在当地吸纳就业人员情况 |
| 带动产业发展情况分20 | 带动当地产业发展情况 |
| 文化效益  70分 | 传承培训35分 | 针对传承人培养、学徒等特定人群培训的开展情况，对品牌所承载的历史文化、民族文化进行传承、宣传和发扬 |
| 文化传播35分 | 通过各类展会、教育、讲座等多种方式扩大文化传播 |
| 生态效益  20分 | 减少资源消耗情况10分 | 生产/服务中对水、空气、土地、土壤、森林、植被等资源的消耗情况 |
| 生态与经济平衡情况10分 | 生产/服务中通过定时的生态效益分析，减轻生态污染，控制人类活动对生态环境的影响。 |

参考文献

[1] GB/T 29186-2021（所有部分） 品牌价值要素评价

[2] GB/T 39654-2020 品牌评价 基础和原则（IDT：ISO 20671-2019）

[3] 《西藏自治区“十三五”时期民族手工业发展规划》

[4] 《西藏自治区“十三五”时期文化发展规划》

[5] 《西藏自治区“十三五”时期文化产业发展规划》

