

DB 54

西藏自治区地方标准

DB 54/T 0274.2—2023

地球第三极品牌评价体系 第2部分：高原 生物品牌评价要求

地方标准信息服务平台

2023-07-01 发布

2023-08-02 实施

目 次

1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 评价指标体系	1
6 评价指标	2
6.1 生态禀赋	2
6.2 品质水平	2
6.3 品牌成效	3
7 结果测算	4
附录 A（资料性） 地球第三极高原生物品牌评价指标及评价内容说明	5
参考文献	8

地方标准信息服务平台

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。

本文件与DB/T 0274.1《地球第三极品牌评价体系 第1部分：通则》、DB/T 0274.3《地球第三极品牌评价体系 第3部分：西藏民族特色文化创意品牌评价要求》、DB/T 0274.4《地球第三极品牌评价体系 第4部分：西藏绿色食品药品加工制造品牌评价要求》、DB/T 0274.5《地球第三极品牌评价体系 第5部分：西藏旅游服务品牌评价要求》共同构成支撑西藏自治区地球第三极品牌建设的基础性地方标准体系。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由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：地球第三极产业发展有限公司、中国标准化研究院、西藏自治区标准化研究所、西藏地球第三极高原特色天然食材有限公司。

本文件主要起草人：扎西央宗、斯郎维色、次旺多吉、石维彬、杨斐、贡桑卓玛、扎西江措、康健、吴芳、苏雪妍、段琦、张宁、扎桑拉姆、袁斌。

地方标准信息服务平台

地球第三极品牌评价体系 第2部分：高原生物品牌评价要求

1 范围

本文件规定了西藏自治区高原生物领域开展地球第三极品牌评价的基本要求、评价指标框架、评价指标以及结果测算等。

本文件适用于西藏自治区高原生物领域开展地球第三极品牌评价和管理活动。

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。

DB/T XXXX 地球第三极品牌评价体系 第1部分：通则

3 术语和定义

《通则》（标准号）界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

高原生物 plateau biological products

海拔高度1000米以上、相对高度500米以上，地势相对平坦或者有一定起伏的广阔地区中生长、繁殖的动物、植物、微生物。

注1：本文件中高原主要指青藏高原中西藏自治区部分。

注2：本文件中高原生物具体包括高原特色畜牧业、特色农产品、高原林果、藏药材、高原木耳、高原食用菌。

4 基本要求

开展高原生物品牌评价时，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，构建评价指标体系、获取评价数据、测算评价结果、出具评价结论应符合（标准号）《通则》的相应要求。

5 评价指标体系

地球第三极高原生物品牌评价指标体系见图1。

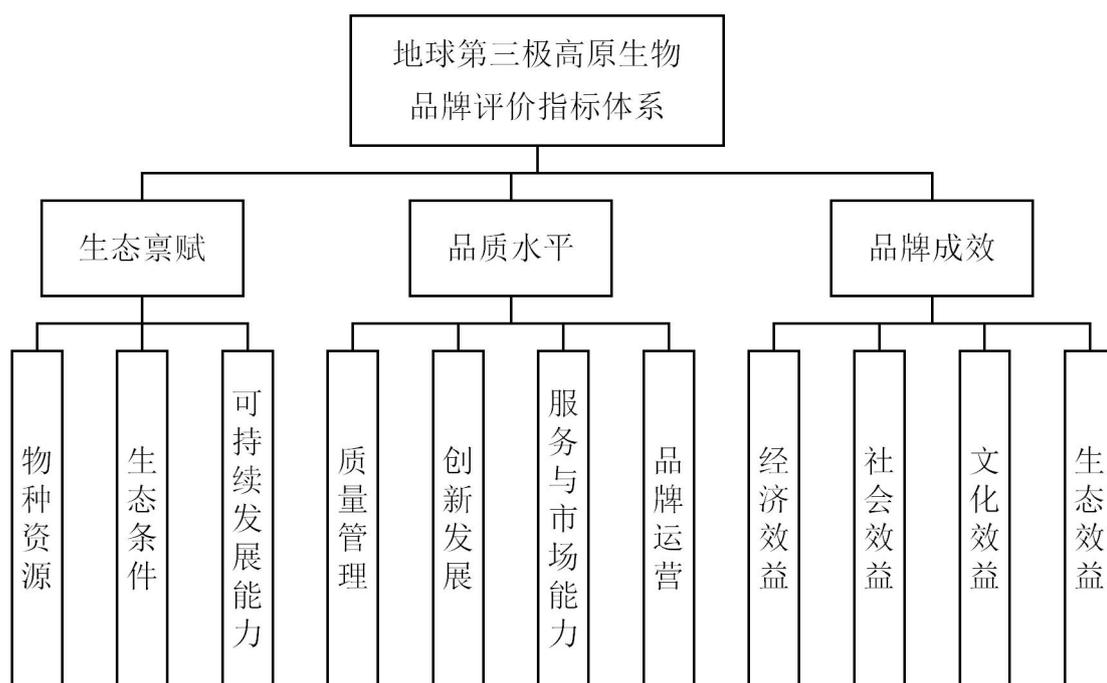


图1 地球第三极高原生物品牌评价指标体系图

6 评价指标

6.1 生态禀赋

6.1.1 物种资源

地球第三极高原生物品牌应具备优势、特色物种资源，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 特色品种；
- 品种保护等。

6.1.2 生态条件

地球第三极高原生物品牌应具备西藏自治区独特的区位生态条件，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 地理条件；
- 气候条件等。

6.1.3 可持续发展能力

地球第三极高原生物品牌应贯彻绿色发展理念，具备可持续发展能力，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 清洁生产；
- 资源循环利用；
- 生态环境保护等。

6.2 品质水平

6.2.1 质量管理

地球第三极高原生物品牌宜具备质量管理与保障能力，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 关键质量指标水平；
- 质量管理体系建设情况；
- 质量管理体系建设情况；
- 产品执行标准及认证情况；
- 产品检验检测情况；
- 质量安全责任体系建设情况；
- 产品质量监督抽查情况；
- 质量保障体系建设情况，包括质量溯源管理体系、顾客投诉处理平台等；
- 质量奖励情况。

6.2.2 创新发展

地球第三极高原生物品牌宜坚持创新发展战略，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 高原生物产业育种、养殖、加工等关键技术研发情况；
- 创新平台建设情况，如设立农技推广试验站、实验室、产学研合作情况等；
- 研发投入情况，如研发人员占全体人员比重、近三年研发经费占销售收入比重情况等；
- 品牌自主知识产权保护情况，包括专利保护、商标注册、防伪设计
- 参与标准化工作情况等；
- 科技研发获奖情况等。

6.2.3 服务与市场能力

地球第三极高原生物品牌宜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：

- 市场开拓能力，包括了解市场、渠道建设情况等；
- 市场覆盖范围；
- 服务流程与规范建设情况；
- 服务保障情况，包括服务人员能力、服务设施等；
- 顾客满意度等。

6.2.4 品牌运营

地球第三极高原生物品牌宜具备专业的品牌运营管理能力，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 专职品牌管理部门及人员设置情况；
- 品牌历史；
- 品牌保护情况，如保护机制、商标注册等；
- 品牌建设投入情况，如宣传推广等；
- 品牌荣誉等。

6.3 品牌成效

6.3.1 经济效益

地球第三极高原生物品牌宜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；

——盈利能力等。

6.3.2 社会效益

地球第三极高原生物品牌宜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：

- 纳税贡献；
- 带动就业情况；
- 带动产业发展情况；
- 社会公益贡献等。

6.3.3 文化效益

地球第三极品牌宜对西藏自治区文化传承发展做出积极贡献，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 高原生物相关的文化传承与保护；
- 高原生物相关的文化创新与发展等。

6.3.4 生态效益

地球第三极高原生物品牌宜产生良好、可持续的生态效应，可从以下方面进行评价，包括但不限于：

- 减少资源消耗情况；
- 生态修复情况；
- 生态与经济平衡情况等。

7 结果测算

宜对高原生物品牌评价指标进行量化，通过对每项指标的量化分值进行加权求和计算得到品牌评价结果。计算公式见式（1）：

$$K = \sum_{i=1}^n K_i \times W_i \dots \dots \dots (1)$$

式中：

K ——品牌评价结果；

K_i ——第 i 个评价指标的量化分值；

W_i ——第 i 个评价指标的权重。

如评价指标体系由多级指标构成，品牌评价指标得分可通过对各级指标的逐级计算获得，计算公式可参考式（1）进行扩展。

地球第三极高原生物品牌评价指标及评价内容说明参见附录A。

附录 A

(资料性)

地球第三极高原生物品牌评价指标及评价内容说明

地球第三极高原生物品牌评价指标及评价内容说明见表A.1。

表 A.1 地球第三极高原生物品牌评价指标及评价说明

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价内容
生态禀赋 (200分)	物种资源 (50分)	特色品种 (35分)	是否具有西藏自治区优势、特色物种资源及品质数量,包括但不限于青稞、牦牛、藏系绵羊、蔬菜、奶牛、林果、藏猪、藏鸡、藏药材、绒山羊等
		品种保护 (15分)	地球第三极高原生物品牌申请列入《中国国家级畜禽遗传资源保护名录》《国家级水产资源保护区名单》《农作物种质资源库》以及《国家林木种质资源库》的情况
	生态条件 (50分)	气候条件 (25分)	对西藏自治区气候条件的依赖性
		地理条件 (25分)	对西藏自治区独特地理条件的依赖性
	可持续发展能力 (100分)	清洁生产 (30分)	可从生产过程中节水设施及相关技术应用比重、生产投入品使用情况及绿色防控面积比重、土壤有机质含量、病死禽畜专业无害化集中处理及主要人畜共患病防治水平等方面进行评价
		资源循环利用 (30分)	从生产废弃物(包括加工副产物、剩余物)利用率进行评价,包括农膜回收率、秸秆综合利用率、养殖废弃物综合利用率、林特产品类剩余物综合利用率等方面
		生态环境保护 (40分)	从是否建立并执行资源保护、生态修复、草畜平衡、河湖治理、水源涵养等生态保护措施、是否通过环境管理体系、能源管理体系、低碳、环境、节能、节水等相关认证等方面进行评价
品质水平 (700分)	质量管理 (270分)	关键质量指标水平 (30分)	关键质量指标与行业平均水平比较情况
		质量管理体系建设情况 (30分)	建立质量管理体系及制度落实情况
		质量管理体系建设情况 (30分)	质量管理体系建设及获得认证情况
		产品执行标准情况 (40分)	产品执行标准情况、产品和服务自我声明公开情况,产品是否通过了国家强制认证或第三方机构认证
		产品检验检测报告情况 (30分)	是否建立产品质量追溯制度及产品检验检测报告情况

表 A.1 地球第三极高原生物品牌评价指标及评价说明（续）

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价内容
		质量安全责任体系建设情况 (30分)	质量安全责任制度建立与落实等情况、安全体系认证情况
		产品质量监督抽查情况 (20分)	国家级、省级等产品质量监督抽查情况
		质量保障体系建设情况 (30分)	质量溯源管理体系建设情况、顾客投诉处理机制和处理情况等；
		质量奖励获得情况 (30分)	获得区县级、地市级、省级、国家级及国际质量奖励情况
	创新发展 (200分)	高原生物产业育种、养殖、加工等关键技术研发情况 (40分)	关键技术拥有的专利和科技成果的级别和数量
		创新平台建设情况 (30分)	农技推广试验站、实验室数量及运行情况；产学研合作情况，如与省级及以上科研机构长期合作情况
		研发投入情况 (40分)	研发人员占全体人员比重、研发人员学历情况；近三年研发经费投入占销售收入比重情况
		品牌自主知识产权保护情况 (30分)	对知识产权的保护，如相关规章制度制定与执行、保护经费占比、国内外知识产权纠纷处理等
		标准制修订情况 (20分)	近三年主导或参与国际、国家或地方标准制修订情况
	服务与市场能力 (80分)	科技研发获奖情况 (40分)	获得的科技成果及奖励情况
		市场开拓能力 (15分)	市场信息获取、渠道的多样性、适宜性和对渠道的维护管理
		市场覆盖情况 (15分)	国际、国内销售范围、产品市场占有率
		服务流程与规范建设情况 (15分)	服务流程、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、物流配套情况等
		服务保障情况 (15分)	配备数量充足、资质符合、能力可靠的服务人员；支撑服务过程实现的有效设备设施情况
		顾客满意度 (20分)	第三方满意度测评及持续改进情况

表 A.1 地球第三极高原生物品牌评价指标及评价说明（续）

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价内容
	品牌运营 (150分)	专职品牌管理部门及人员设置情况 (30分)	专职管理人员设置情况
		品牌历史 (30分)	品牌历史、使用年限
		品牌保护情况 (25分)	注册商标商标情况、品牌保护机制和保护措施
		品牌建设投入 (25分)	品牌宣传推广投入、品牌维护投入等
		品牌荣誉 (40分)	获得的各类荣誉称号、标志、证书等情况
品牌成效 (100分)	经济效益 (30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
	社会效益 (40分)	纳税贡献 (10分)	近三年纳税情况
		带动就业情况 (10分)	近三年在当地吸纳就业人员情况
		带动产业发展情况 (10分)	带动当地产业发展情况
		社会公益贡献 (10分)	支持、参与社会公益情况
	文化效益 (10分)	文化传承发扬 (10分)	高原生物相关的历史文化、民族文化遗产、宣传和发扬
	生态效益 (20分)	减少资源消耗情况 (8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
		生态修复情况 (5分)	生产/服务对当地生态系统的修复作用及情况
		生态与经济平衡情况 (7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 29185-2021 品牌 术语
 - [2] GB/T 29186-2021 (所有部分) 品牌价值要素评价
 - [3] GB/T 39654-2020 品牌评价 基础和原则 (IDT: ISO 20671-2019)
 - [4] 《中国特色农产品优势区创建认定标准》
 - [5] 《青藏高原特色农产品基地发展规划 (2015-2022年)》
 - [6] 《西藏自治区加强质量认证体系建设促进全面质量管理的实施方案》
 - [7] 《西藏自治区江河源保护行动方案》
 - [8] 《西藏自治区科技支撑畜牧业发展三年行动计划 (2020-2022年)》
-

地方标准信息服务平台