

ICS 03.140  
A00

# 团 体 标 准

T/CCBDX—2021

---

## 品牌专业人员能力要求

**Brand professional competence requirements**  
(征求意见稿)

2021-XX-XX 发布 202X-XX-XX 实施

---

中国品牌建设促进会 发布

# 目次

引言 .....	I
前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 专业技术考核要求.....	2
5 基本要求 .....	3
6 能力要求.....	4
7 附录表 A.1 助理品牌师能力要求.....	5
8 附录表 A.2 品牌师能力要求.....	6
9 附录表 A.3 高级品牌师能力要求.....	7

# 引 言

本文件以《中华人民共和国职业分类大典（2015 年版）》（以下简称《大典》）为依据，《大典》中对品牌专业人员做出明确规定，职业编号为 2-06-07-04，定义为从事品牌规划、品牌塑造、品牌推广、品牌维护和品牌运营的专业人员。

主要工作任务分为确定品牌精髓、核心定位和品牌特性；设计品牌标识；制定品牌目标和品牌制度；维护品牌知名度、美誉度和忠诚度；进行品牌组合、品牌延伸和品牌特许工作五个方面。

本文件以《大典》为依据进行深化和扩展，将品牌专业人员定义为品牌师。本文件依据有关规定将本职业分为助理品牌师、品牌师、高级品牌师三个等级。

# 前 言

本文件按照 GB/T1.1—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。

本文件由中国品牌建设促进会提出并归口。

本文件起草单位：中国品牌建设促进会

本文件主要起草人：

# 品牌专业人员能力要求

(征求意见稿)

## 1 范围

本标准规定了品牌师的资格、基本要求以及等级划分等。

本标准对从事品牌规划、品牌塑造、品牌推广、品牌维护及品牌运营的品牌专业人员能力的等级划分。

## 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 29185-2012 品牌价值 术语

GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

GB/T 39906-2021 品牌管理要求

《中华人民共和国职业分类大典（2015年版）》

《国家职业技能标准编制技术规程（2018年版）》

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用本文件

### 3.1 品牌 brand

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 39654-2020, 3.1]

### 3.2 品牌培育 brand cultivation

对品牌进行一系列的维护和巩固，牢固地树立起品牌在零售客户、消费者等心目中良好的形象，以提高品牌的价值。

### 3.3 品牌师 brand professional

品牌师是从事品牌研究、品牌规划、品牌塑造、品牌推广、品牌维护、品牌运营等工作的专业人员。

### 3.4 品牌战略 brand strategy

组织制定并发布的品牌宗旨、方向和中长期发展规划。

注：品牌战略通常包括品牌愿景、品牌目标、品牌架构、品牌定位、品牌核心价值、

战略任务和策略等内容。

### 3.5 品牌管理 brand management

为创建品牌和发展品牌而从事的管理工作。

注：品牌管理可包括制定品牌战略（3.4），以及通过策划、实施、评价和改进，实现品牌目标的过程。

## 4 专业技术考核要求

### 4.1 等级要求

#### 4.1.1 等级分类

本职业共设三个等级，分别为：助理品牌师、品牌师、高级品牌师。

#### 4.1.2 申报条件

具备以下条件者，可申报助理品牌师：

- （1）取得教育部认可的大专学历，从事本职业或相关职业工作 2 年（含）以上。
- （2）取得教育部认可的大学本科学历（或相当文化程度）。

具备以下条件之一者，可申报品牌师：

- （1）取得本职业助理品牌师职业能力证书后，累计从事本职业或相关职业工作 5 年（含）以上。
- （2）取得教育部认可的硕士研究生及以上学历，累计从事本职业或相关职业工作 5 年（含）以上。

具备以下条件之一者，可申报高级品牌师

- （1）取得本职业中级品牌师职业资格证书后，累计从事本职业或相关职业工作 8 年（含）以上。
- （2）在品牌领域取得重大成就、企业品牌价值在所属领域名列前茅的董事长或总经理或品牌创始人。

### 4.2 能力特征

具备良好的品牌认知及公关能力，反应灵敏，思路清晰，以及良好的沟通协商能力。

### 4.3 学历要求

大专毕业（或相当文化程度）及以上。

### 4.4 考核方式

从理论知识和专业能力两个围度进行考核，分别采用笔试考核和实践考核的方式进行。各项考核均实行百分制，成绩均达 60 分（含）以上者为合格。考核合格者获得相应的证书。

理论知识考核采用笔试的方式进行，主要考查品牌专业人员从事本职业应掌握的基础知识和专业知识。专业能力考核采用方案设计、综合评审等实践方式进行，主要考查品牌专业人员从事本职业应具备的实际工作能力。

#### 4.5 监考人员、考评人员与考生配比

理论知识考试监考人员与考生配比不低于 1:30，且每个考场不少于 2 名监考人员；专业能力考核中的考评人员与考生配比不低于 1:20，且考评人员为 3 人（含）以上单数。

#### 4.6 考核时间

理论知识考试时间不少于 90min，专业能力考核时间不少于 60min。

#### 4.7 考核场所设备

理论知识考试和专业能力考核所需要场地为标准教室或线上平台。

#### 4.8 继续教育

为保证本职业人员能力的持续有效性，取得本职业各等级证书的人员每年应完成相应学时的课程培训：助理品牌师 16 标准学时，品牌师 24 标准学时，高级品牌师 36 标准学时。

### 5 基本要求

#### 5.1 职业道德要求

品牌师基本职业道德，包括：

- (1) 遵纪守法，诚实守信，爱岗敬业，严守保密制度。
- (2) 实事求是，工作认真，经验业务，尽职尽责，具有团队精神和创新精神。
- (3) 其他需要遵守的职业道德。

#### 5.2 基础知识

##### 5.2.1 品牌工作相关基础知识

品牌师应具有下列知识：

- (1) 市场营销学基础知识；
- (2) 消费者行为学基础知识；
- (3) 广告学基础知识；
- (4) 传播学基础知识；
- (5) 管理学基础知识；
- (6) 商品学基础知识；
- (7) 经济学基础知识。

##### 5.2.2 品牌工作相关专业知识

- (1) 品牌及标准化知识;
- (2) 品牌价值发展知识;
- (3) 资产评估知识。

### 5.2.3 品牌相关法律法规知识

品牌师应具有下列法律知识:

- (1) 中华人民共和国广告法;
- (2) 中华人民共和国消费者权益保护法;
- (3) 中华人民共和国知识产权法;
- (4) 中华人民共和国产品质量法。

## 6 能力要求

从事品牌建设人员应具有相应能力见附录 A。

注: 助理品牌师, 品牌师、高级品牌师的要求依次递进, 高级别要求涵盖低级别的要求。在品牌师、高级品牌师的评定中, 工作领域 2 (品牌塑造与推广) 所涉及工作任务为选择性考量, 至少满足该领域任意一项或几项标准即可认定该参评者可通过该领域评定。

附录 A

品牌专业人员能力要求  
(规范性)

助理品牌师、品牌师、高级品牌师能力要求见表 A.1、A.2、A.3。

表 A.1 助理品牌师能力要求

工作领域	工作任务	职业能力要求
品牌规划	现状分析	了解品牌所处的社会环境、产业结构
		了解消费者需求特征
		了解本领域的竞争趋势
		了解组织运营机制与品牌管理的原理、机制
	战略实施	在统一的品牌战略思想下，组织相关方共同推进品牌战略的实施方案
		给出品牌战略实施过程中的建议
品牌塑造	品牌定位	能够对组织及相关方实现品牌价值有效传达
	品牌建设	能够理解并掌握五要素理论，识别价值创造活动
	视觉传达	品牌形象、品牌文化的传递
		参与组织及相关方完成视觉传达的具体工作
品牌推广	渠道管理	能够完成建立品牌信息渠道建设，并展开相关工作
		结合媒体资源现状提出创新性媒体应用
	传播执行	利用品牌传播渠道，进行品牌传播
	互动管理	建立品牌互动策略
		能够落实品牌互动策略方案
品牌维护	品牌评价	能够洞察并概括品牌价值点，准确填写品牌价值评价信息表
	品牌保护	能够完成商标注册、对假冒商品进行维权
品牌运营	管理优化	能够寻找品牌管理改进机会
	改进探索	提出改进品牌管理手段

表 A. 2 品牌师能力要求

工作领域	工作任务	职业能力要求
品牌规划	竞争分析	能够利用营销理论与公开数据能够分析竞争状况
		推动调研的展开并借此完成相关领域的数据采集
		基于采集信息推导出策略制定所需的支撑
	战略制定	立足分析结果，给出特定产品或服务的竞争策略建议
		能够为企业负责人提供品牌管理计划的建议
		能够将品牌管理目标进行分解、量化、并设定具体目标
品牌塑造	品牌定位	基于品牌战略协助完成品牌定位、品牌理念、品牌使命、品牌愿景的输出
		能够依托品牌价值点准确构建品牌定位
	品牌建设	能够结合五要素理论，为企业制定品牌建设方案
	视觉传达	能够基于品牌价值形成视觉传达策略
		依据视觉传达策略形成视觉传达创意
	品牌更新与延伸	结合企业内外部环境，评估品牌更新与延伸的可行性，制定相应的行动方案
品牌推广	渠道管理	依据品牌战略制定媒介策略
		结合媒介策略建立媒介沟通计划
		指导组织及相关方展开媒介工作
	传播执行	能够选择适当的品牌传播方式，制定品牌传播方案，解决传播过程中遇到的问题
		能够对传播效果进行评价，并对传播方式进行改进与创新
	互动管理	能够进行品牌互动设计
		能够完成品牌互动的策划执行
		能够指导组织及相关方展开特定的品牌互动工作
品牌维护	品牌评价	能够组织开展定期的品牌价值评价工作，并对评价结果进行分析，制定提升品牌价值的方案
	品牌保护	能够建立商标保护制度
品牌运营	管理优化	组织开展品牌从业人员的培训
	持续改进	能够提出优化系统资源匹配方案

表 A.3 高级品牌师能力要求

工作领域	工作任务	职业能力要求
品牌规划	策略分析	熟悉组织运营机制与品牌管理的原理、机制。
	战略制定	制定品牌战略，并据此给出清晰的品牌发展策略与计划 能够根据品牌战略制定组织及相关方工作目标、设定相关计划
品牌塑造	品牌定位	基于品牌战略确定品牌定位、品牌理念、品牌使命、品牌愿景的输出，确定品牌发展方向
	品牌建设	运用五要素理论，结合品牌生产全过程，管理品牌价值创造，树立新品牌
	视觉传达	领导组织及相关方完成视觉标准的建立
		领导组织及相关方完成视觉传达的具体工作
品牌更新与延伸	能够准确定位企业所处环境评估品牌更新与延伸的可行性，做出决策	
品牌推广	渠道管理	能够完成建立品牌信息渠道建设，并展开相关工作
		结合媒体资源现状提出创新性媒体应用措施
	互动管理	建立品牌互动策略，指导组织及相关方进行基于品牌价值的互动
结合新技术手段、环境要素，推动品牌与利益相关方品牌互动		
品牌维护	品牌评价	能够进行品牌价值测算，并对品牌评价结果进行分析，识别品牌培育中存在的问题，并提出必要的改进措施
	品牌保护	能够掌握对品牌资产面临的危险进行预警，并制定相应方案
	品牌培育	信誉和风险管理、品牌危机公关能力
品牌运营	管理优化	持续优化品牌战略，对品牌相关资产、人员进行配置
	理论探索	结合内、外部环境变化，形成可复制推广的品牌管理模式