

中国品牌建设促进会团体标准

《品牌专业人员能力要求》

（征求意见稿）

编制说明

《品牌专业人员能力要求》团体标准起草工作组

2021年10月

一、工作简况

1. 工作背景及意义

随着人们生活水平的日益提升，全社会的初始消费选择逐渐由成本转向品牌，中国市场已经全面进入品牌力时代，从“做产品”到“做品牌”，从“中国制造”到“中国创造”转变，但是这个平台的搭建首先必须基于企业制度的创新和人才的培养，特别是企业品牌管理机制和企业品牌管理人才的培养。

2021年3月1日，中国社科院城市与竞争力研究中心与企查查大数据研究院联合发布的《2020 中国企业发展数据年报》显示，截至2021年2月，目前我国共有在业/存续的市场主体1.44亿家，其中企业4457.2万家，个体工商户9604.6万家。若按照5%的比率估算，全国至少有品牌管理人员700万人，而且数量还在增长。但长期以来对品牌管理人员队伍的建设并没有明确的标准，从事品牌管理工作的人员素质及工作能力参差不齐，没有很明确的划分和界定。

根据《国家中长期人才发展规划纲要（2010-2020）》指出的“推进企业经营管理人才素质提升工程”的要求，将品牌管理纳入国家标准化、制度化和规范化的轨道，对品牌专利专业队伍的建设与素质提高，促进中国自主品牌建设和自主知识产权的发展，提升国际竞争力都有十分重要的现实意义。

《品牌专业人员能力要求》团体标准由中国品牌建设促进会负责提出并归口，组织起草。

2. 起草单位

中国品牌建设促进会起草。

3.主要工作过程

(1) 成立标准编制组

起草单位领导高度重视,欲将此团标以职业资格标准要求编制,成立标准编制组,并召开相关工作会议,明确成员及任务分工,制定了详细的工作计划。

(2) 资料收集整理

通过各种渠道收集整理品牌从业人员发展现状,国家、地方、行业相关的标准或规定,对所收集的资料内容深入分析和研究。

(3) 编制标准草案稿

填充完善评价指标体系,拟定标准框架与主要内容,编制标准初稿,经工作组内部讨论,修改完善,形成标准草案稿。

4.标准编制原则

(1) 探索关键影响因素

研究我国目前品牌管理从业人员发展现状,针对不同层次的从业人员素质和技能进行技能等级划分,以适应品牌管理工作的要求。

(2) 起草标准文本

起草标准文本,组织专家研讨,修改标准文本,形成征求意见稿。

二、标准主要技术内容

本标准主要内容如下:

从范围、规范性文件、术语和定义、专业技术考核要求、基本要求和能力要求六个方面进行规定。

三、主要行业现状分析，预期的经济效果

随着全社会品牌意识的提高，企业开始对品牌从业人员有了更高的要求，品牌的建设需要具有专业素质的人才队伍，而目前国内尚无可靠的机构及平台对品牌从业人员进行培训，品牌工作从业人员多数来自不同专业，具有不同能力的的综合性人才，对于品牌的理解和认识程度以及专业知识尚不完善，本标准的制定作为划分品牌师等级的依据，本标准的实施应用，为了开展相应的培训工作，增强品牌从业人员的专业技能及素质，根据品牌从业人员的综合考察确定专业技能等级，可以作为用人单位录用、使用人员的基本依据，培训达到一定规模以后计划申请职业资格。

四、采用国际标准情况

无。

五、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

六、贯彻品促会团体标准的要求和措施建议

建议标准于标准自发布起实施。

七、其他应予说明的事项。

无。