

团 体 标 准

T/CCBD XXX-2022

品牌评价 中餐菜系

Brand evaluation—Chinese cuisine styles
(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

中国品牌建设促进会 发布

目 次

前 言..... II

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

4 评价原则..... 2

5 评价指标..... 3

6 评价结果..... 5

附 录 A..... 6

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。

本文件由中国品牌建设促进会提出并归口。

本文件主要起草单位：XXX

本文件主要起草人：XXX

本文件为首次制定。

品牌评价 中餐菜系

1 范围

本文件规定了中餐菜系评价的评价原则、评价指标和评价结果等相关内容和要求。

本文件适用于行业组织、第三方机构开展中餐菜系品牌强度评价。相关个人、组织、单位对中餐菜系建设情况进行自我评价时可参照使用。

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。凡事注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡事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

GB/T 29186（所有部分）品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T 36678 品牌培育指南产业集群

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

中餐 Chinese cuisine

中国人吃饭的范式。中餐的内涵不仅仅包括中餐产品，它是由繁多的食材、技法、产品和悠久的吃事文化组成的中国民众的吃事形式与习惯。

3.2

中餐菜系 Chinese cuisine styles

中餐产品空间差异性认知体系的第二层级，按中国省级行政区划分。

中餐菜系共 34 个：京菜、津菜、冀菜、晋菜、蒙菜、辽菜、吉菜、龙菜、沪菜、苏菜、浙菜、徽菜、闽菜、赣菜、鲁菜、豫菜、楚菜、湘菜、粤菜、桂菜、琼菜、渝菜、川菜、黔菜、滇菜、藏菜、陕菜、陇菜、青海菜、宁菜、新疆菜、港菜、澳菜、台菜。

3.3

地标食材 geographical indications food

产自特定地域，所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素，经审核批准以地理名进行命名的食材产品。

3.4

发酵产品 fermentation product

人们利用有益微生物加工制造的一类食品。

3.5

中餐匠人 artisan

从事中餐加工的手艺人。中餐加工包括碎解、烹饪和发酵。

4 评价原则

开展品牌评价时，应遵循以下原则：

——公正原则，评价人员进行评价时不应带任何形式的偏见；

——科学原则，评价的方法或理论应科学合理；

——有效原则，对评价信息严格审核，保证评价数据真实有效，评价结果应建立在充分的数据和分析基础上，以保证形成可靠的结论；

——持续改进原则，评价指标、评价方法应持续改进，以提供客观、公正、与时俱进的评价结果。

5 评价指标

5.1 概述

中餐菜系的品牌强度指标由有形要素（K1）、质量要素（K2）、创新要素（K3）、服务要素（K4）、无形要素（K5）这五个一级指标及相应的二级、三级指标构成。各级指标评价内容及参考分值见附录 A。

5.2 中餐菜系品牌强度指标体系

5.2.1 有形要素

5.2.1.1 品牌规模

衡量被评价菜系集群里知名品牌的规模，包括但不限于以下指标：

- 餐饮企业品牌数量；
- 地标食材品牌数量；
- 烹饪产品品牌数量；
- 发酵产品品牌数量；
- 中餐匠人品牌数量；
- 从业人员数量。

5.2.1.2 物质文化

衡量被评价菜系物质文化方面的表现，可从被评价菜系物质文化遗产数量进行评价。

5.2.2 质量要素

5.2.2.1 质量管理能力

衡量被评价菜系质量管理方面标准化建设和质量风控等方面工作情况，包括但不限于以下指标：

- 质量管理体系；
- 质量风控。

5.2.2.2 质量水平

衡量被评价菜系在环境质量、人员质量、产品质量方面的工作情况，包括但不限于以下指标：

- 环境质量；
- 人员质量；
- 产品质量。

5.2.2.3 质量特色

衡量被评价菜系在菜系特色打造与宣传等方面的情况，可从质量特色方面进行评价。

5.2.3 创新要素

5.2.3.1 创新管理能力

衡量被评价菜系创新管理体系和相关资金政策投入等方面工作情况，包括但不限于以下指标：

- 创新管理体系；
- 政策资金支持。

5.2.3.2 创新发展能力

衡量被评价菜系在发展过程中创新方面的表现，包括但不限于以下指标：

- 创新布局；
- 创新人员能力。

5.2.3.3 创新成果

衡量被评价菜系在创新方面的成果表现，包括但不限于以下指标：

- 产业创新；
- 知识产权。

5.2.4 服务要素

5.2.4.1 服务管理能力

衡量被评价菜系服务管理方面标准化建设和服务人员培养、监督方面工作情况，包括但不限于以下指标：

- 服务管理体系；

——服务人才培养；

——服务监督。

5.2.4.2 服务成果

衡量被评价菜系获得市场评价与认可情况，可从顾客满意度的表现进行评价：

5.2.5 无形要素

5.2.5.1 品牌影响

衡量被评价菜系品牌整体的影响力，包括但不限于以下指标：

——知名度；

——美誉度；

——忠诚度。

5.2.5.2 品牌管理

衡量被评价菜系在品牌标准化管理中的投入与建设情况，包括但不限于以下指标：

——体系建设；

——品牌推广。

5.2.5.3 社会责任

衡量被评价菜系在履行社会责任方面的投入和制度建设情况，可从以下方面进行评价：

——环境保护；

——国际推广；

——文化传承。

6 评价结果

对被评价菜系，由各评分指标得分相加得出品牌强度，品牌强度总分为 1000 分。

品牌评价各项得分及总分不对外公开，只公布品牌强度排名。

附录 A

(资料性)

中餐菜系品牌评价系数指标及评价要素与内容

中餐菜系品牌评价系数指标及评价要素与内容见表A.1

表 A.1 中餐菜系品牌评价指标体系及评价要素与内容

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
有形要素 (200)	品牌规模 (180)	餐饮企业品牌数量 (50)	被评价菜系集群里知名餐饮企业品牌的数量。 根据被评价菜系里知名餐饮企业品牌数量进行打分。
		地标食材品牌数量 (30)	被评价菜系集群里知名地标食材品牌的数量。 根据被评价菜系里知名地标食材品牌数量进行打分。
		烹饪产品品牌数量 (25)	被评价菜系集群里知名烹饪产品品牌的数量。 根据被评价单位知名烹饪产品品牌数量进行打分。
		发酵产品品牌数量 (25)	被评价菜系集群里知名发酵产品品牌的数量。 根据被评价菜系里知名发酵产品品牌数量进行打分。
		中餐匠人品牌数量 (25)	被评价菜系集群里中餐匠人品牌的数量。 根据被评价菜系里中餐匠人品牌数量进行打分。
		从业人员数量 (25)	被评价菜系集群整个中餐业从业人员的数量。 根据被评价菜系里从业人员数量进行打分。
	物质文化 (20)	物质文化遗产 (20)	被评价菜系集群和中餐相关的物质文化遗产数量。 根据被评价菜系物质文化遗产数量进行打分。
质量要素 (190)	质量管理能力 (60)	质量管理体系 (40)	被评价菜系质量管理标准体系、质量保障体系和质量监督体系等建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：32-40分；较好：20-31分；一般：19-12分；较差：11以下。
		质量风控 (20)	被评价菜系在质量问题处理的表现情况。 由专家评审团队根据实地调查结果、媒体曝光或顾客投诉处理情况综合进行打分。

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
质量要素 (190)	质量水平 (80)	环境质量 (20)	被评价菜系相关企业环境质量检查抽查等标准建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：16-20分；较好：11-15分；一般：6-10分；较差：5分以下。
		人员质量 (30)	被评价菜系从业人员受教育程度。 由专家评审根据被评价单位申报、抽样调查或第三方机构调查情况结果，根据被评价菜系从业人员各阶段学历占比进行评分。
		产品质量 (30)	被评价菜系相关企业产品质量检查抽查等标准建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：24-30分；较好：23-16分；一般：9-15分；较差：8以下。
	质量特色 (50)	质量特色 (50)	被评价菜系在菜系特色方面的打造、宣传推广与大众的认知程度。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。
创新要素 (150)	创新管理能力 (70)	创新管理体系 (30)	被评价菜系创新管理的集群、标准、体系等建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：24-30分；较好：23-16分；一般：9-15分；较差：8以下。
		政策资金支持 (40)	被评价菜系有助于创新的政策及资金投入情况。 根据被评价单位公布的政策文件及资金数量进行打分。
	创新发展能力 (40)	创新布局 (20)	被评价菜系在创新布局方面的整体规划与表现。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。
		创新人员能力 (20)	被评价菜系举办相关展会、比赛、活动的质量与频次；被评价菜系从业人员参与学习、交流、培训等与之相关活动的频次。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。
	创新成效 (40)	产业创新 (20)	被评价菜系在产品创新、技术创新等方面的表现。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。
		知识产权 (20)	被评价菜系对知识产权保护程度；打击假冒伪劣的力度。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
服务要素 (200)	服务管理能力 (150)	服务管理体系 (50)	被评价菜系服务管理、服务流程、服务质量等标准体系建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：40-50分；较好：25-39分；一般：16-24分；较差：15以下。
		服务人才培养 (50)	被评价菜系在服务人才培养教育方面学校建设、政策支持和相关标准体系建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：40-50分；较好：25-39分；一般：16-24分；较差：15以下。
		服务监督 (50)	被评价菜系服务监督方面的标准建设情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：40-50分；较好：25-39分；一般：16-24分；较差：15以下。
	服务成果 (50)	顾客满意度 (50)	顾客对被评价菜系服务质量的满意程度。 由专家评审团队根据市场调研、相关平台或第三方机构调查情况结果综合进行打分。
无形要素 (270)	品牌影响 (150)	知名度 (50)	被评价菜系全国知名度的表现，主要表现为顾客对该菜系的认知程度。 由专家评审团队根据市场调研、相关平台或第三方机构调查情况结果综合进行打分。
		美誉度 (50)	被评价菜系全国美誉度的表现，主要表现为顾客对该菜系的赞许与好评程度。 由专家评审团队根据市场调研、相关平台或第三方机构调查情况结果综合进行打分。
		忠诚度 (50)	被评价菜系全国忠诚度的表现，主要表现为顾客对该菜系的复购程度和重复消费率。 由专家评审团队根据市场调研、相关平台或第三方机构调查情况结果综合进行打分。
	品牌管理 (60)	体系建设 (30)	被评价菜系相关团体的规范程度及品牌相应标准体系建设实施情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：32-40分；较好：20-31分；一般：19-12分；较差：11以下。
		品牌推广 (30)	被评价菜系在品牌推广方面政策、人才、资金支持情况。 根据被评价单位公布的政策文件及资金数量进行打分。

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
无形要素 (270)	社会责任 (60)	环境保护 (20)	被评价菜系相关产业生态环境保护标准建设与监督执行情况。 根据被评价菜系情况进行打分；优秀：16-20分；较好：11-15分；一般：6-10分；较差：5分以下。
		国际推广 (20)	被评价菜系在海外的规模、辐射范围；主办或出席的国际会议、展览等活动频次；其他有助于菜系国际推广的活动、政策等。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。
		文化推广 (20)	被评价菜系对当地食文化的宣传推广与媒体报道的重视程度。 由专家评审团队根据被评价菜系在所有菜系中的表现情况综合进行打分。