

中国品牌建设促进会标准

《品牌价值评价 植物油》

（征求意见稿）

编制说明

《品牌价值评价 植物油》团体标准起草工作组

2022 年 3 月

一、工作简况

1. 工作背景及意义

加强农业品牌建设是贯彻落实中央农村工作会议和“一号文件”精神的重要举措，是践行国家农业生产“三品一标”提升行动的有效抓手，有利于提升农产品市场竞争力、溢价能力、持续增收能力，提高农业产业市场化、规模化、标准化、品牌化水平，加快构建现代农业产业体系、生产体系、经营体系，为实现乡村振兴提供坚实支撑。

我国是全球植物油第一消费大国，无论是植物油的产量、贸易量还是消费量和市场需求量都非常大，并保持刚性稳定增长趋势。其中，食用植物油中含有脂肪酸、类胡萝卜素、多酚和维生素E等多种营养成分，能够为人体提供脂肪和热量，主要原料有大豆、油菜籽、花生、棉籽和葵花籽等。

食用植物油与人们的健康息息相关，消费能力的增长和健康饮食观念的增强，使得人们对食用植物油的需求量越来越大，对品质的要求也越来越高。但作为世界上人口最多、食用植物油消费量最大的国家，我国植物油的自给率逐年走低，对外依存度越来越高。国家粮油中心信息显示，2020/2021年度（5月至次年4月）我国食用植物油消费量达到3795万吨，进口量为1265万吨，较上年度增加105万吨，占比33%，创历史新高。预计2021/2022年度我国植物油进口量将从创纪录的水平下降6.1%，达到1188万吨，但仍高于近三年平均水平，处于历史高位。此外，我国食用植物油存在过氧化值和酸值超标、苯并芘超标、黄曲霉毒素超标和脂肪酸组成不合格等质量安全风险因

素。

面对我国食用植物油日趋严峻的供给质量和质量安全形势，伴随着国际贸易摩擦和新冠疫情的双重影响，在当前这种复杂的国内外环境下，引导植物油产业民族品牌发展壮大，推动植物油产业进行供应链优化、产业链延伸、价值链提升，成为必然趋势。植物油产业如何不断提升综合生产力和竞争力，打通上下游产业链，“抱团”发展，走向标准化、规范化、优质化、品牌化发展，是当前植物油产业发展迫切解决的重大问题。

本项目针对国际及重点地区对植物油产业发展政策导向及市场需求，遵循 ISO 20671 品牌评价国家标准理念，对标分析品牌价值五要素、五维度，参考品牌评价系列国家标准，针对植物油产业集群化发展模式、特征及关注点，突出品牌引领和价值提升，由中国花生和植物油品牌集群提出，探索建立植物油品牌价值评价指标体系，以引导植物油品牌打造和品牌价值提升，推动植物油产业高质量、可持续发展。

《品牌价值评价 植物油》团体标准由中国花生和植物油品牌集群提出，中国品牌建设促进会归口。

2.起草单位

中国花生和植物油品牌集群等。

3.主要工作过程

（1）成立标准起草工作组

起草单位领导高度重视，成立标准起草工作组，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植物油产业发展现状，企业品牌建设现状，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研究和分析。

（4）编制标准草案稿

基于收集的资料整理，组织召开专题研讨，拟定标准框架与主要内容，并编制标准初稿，经工作组内部讨论，修改完善，形成《品牌价值评价 植物油》（草案），并提交中国品牌建设促进会团体标准立项申请。

（5）组织立项评审会

中国品牌建设促进会按照有关程序要求，组织标准化、品牌、行业等领域专家召开了立项评审会。评审专家组就《品牌价值评价 植物油》（草案）相关内容进行评审和指导，一致同意标准立项，并建议加快编制、发布与应用。

（6）形成征求意见稿

标准起草工作组针对专家意见，对《品牌价值评价 植物油》（草案）进行了全面处理和完善，形成标准征求意见稿。

4.标准编制原则

（1）对标国际及国家标准

严格遵循 ISO 20671 品牌评价国际标准理念，对标分析品牌价值五要素、五维度，参考品牌评价系列国家标准，深入研究、恰当融合

五要素和五维度。

（2）把握关键影响因素

研究植物油产业及产业集群发展现状，针对品牌集群这种新型的发展模式、特色及关注点，探索植物油企业品牌价值影响因素，突出资源价值、质量基础、品牌建设和培育，品牌管理、价值提升等需求和工作基础。

（3）凸显品牌集群特性

考虑品牌集群和品牌个体相互作用机制，创新提出“品牌集群赋能”，将品牌集群对品牌的提升作用、品牌对品牌集群的贡献等，作为花生和植物油品牌集群企业品牌价值评价与提升的重要维度。

（4）创新评价指标体系

经研究创新，整合品牌价值影响因素（五要素、五维度），同时结合植物油领域企业特征及品牌化发展需求，构建植物油品牌价值评价指标体系八个一级指标。

（5）广泛汇集各方意见

起草标准文本，组织专家研讨，广泛征求相关方意见，考虑产业链相关方关注及品牌发展规律。

二、标准主要技术内容

本文件给出了植物油领域企业品牌价值评价模型、品牌强度评价指标、品牌价值评价过程、评价报告等内容要求。

本文件适用于植物油领域企业品牌价值评价，也可为品牌建设和价值提升提供参考。

本标准主要技术内容如下：

1.范围

2.规范性引用文件

3.术语和定义

4.品牌价值测算模型

给出了多周期超额收益法模型，规定了品牌现金流的确定方式以及品牌价值折现系数的确定方法。

5.品牌强度评价指标

品牌强度的评价指标包括资源（ K_1 ）、质量（ K_2 ）、创新（ K_3 ）、市场与服务（ K_4 ）、品牌管理（ K_5 ）、法律与政策（ K_6 ）、品牌集群赋能（ K_7 ）和可持续发展（ K_8 ）八个一级指标。

资源包括有形资源、无形资源两个二级指标。

质量包括质量水平和质量保障两个二级指标。

创新包括创新机制、创新能力、创新成效三个二级指标。

市场与服务包括市场表现、服务体系、相关方体系三个二级指标。

品牌管理包括组织管理、评价和改进两个二级指标。

法律与政策环境包括法律保护、政策情况两个二级指标。

品牌集群赋能包括品牌集群对品牌的提升作用、品牌对品牌集群的贡献两个二级指标。

可持续发展包括品牌辐射及效益、社会责任履行两个二级指标。

6.品牌价值测算过程

规定了识别评价目的-明确价值影响因素-描述测算品牌-确定模

型参数-采集测算数据-执行测算过程等内容。

7.评价报告。

给出了评价报告涵盖的内容。

三、主要试验（验证）的分析、综述报告，技术经济论证，预期的经济效果

本标准以有效支撑植物油企业品牌价值评价和提升为目标，突出整体性、导向性和有效性等原则，系统构建了针对花植物油企业品牌价值评价需求及应用场景的评价指标体系，为品牌集群相关管理和评价活动，提供一定的原则和方法参考。

本标准的实施应用，将引导和助力植物油产业逐步实现绿色化、优质化、特色化、品牌化，有助于打造地方及国内知名植物油品牌，同时“以点带面”，引导植物油品牌打造和提升品牌价值，推动植物油产业高质量、可持续发展。

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

无。

七、其他应予说明的事项。

无。