

T/CAMPA

团体标准

T/CAMPA 00X—202X

农资行业知名品牌认定规范

Specification for recognition of agricultural means of production industry famous
brand

（局部修订征求意见稿）

202X – XX – XX 发布

202X – XX – XX 实施

中国农业生产资料流通协会 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 认定原则 1

 4.1 自愿参与原则 1

 4.2 客观公正性原则 1

 4.3 持续性原则 1

5 申报主体要求 2

6 认定指标及打分方法 2

7 认定程序 2

 7.1 确定认定工作开展时间及频次 2

 7.2 组建认定工作小组 2

 7.3 受理申报材料 2

 7.4 资格审查 2

 7.5 认定打分 2

 7.6 整合认定结果 2

 7.7 结果公示 2

 7.8 授予荣誉 2

 7.9 认定结果监督 3

附录 A（规范性） 农资行业知名品牌认定指标及认定方法 4

参考文献 10

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。

本文件代替T/CAMPA 003—2024《农资行业知名品牌认定规范》团体标准，与T/CAMPA 003—2024相比，主要变化如下：

- a) 删除了“服务类知名品牌和产品类知名品牌认定指标体系均包括定量认定指标(a)和定性认定指标(b)”（见2024年版的6.1）
- b) 删除了“农资行业知名品牌认定指标计分方法”（见2024年版的附录B）；
- c) 更改了“农资行业知名品牌认定指标及认定方法”（见附录A，2024年版的附录A）。

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。

本文件由中国农业生产资料流通协会提出并归口。

本文件起草单位：中国农业生产资料流通协会、中国农业生产资料集团有限公司、九禾股份有限公司、成都云图控股股份有限公司、浙农集团股份有限公司、安徽辉隆农资集团股份有限公司、黑龙江倍丰农业生产资料集团有限公司、广东天禾农资股份有限公司。

本文件主要起草人：龙文、符纯华、樊慧群、张旭宏、许锋、张鹏、郭智超、张宁、张相敏、武轶、田军、冯学宁、阚夕国、张波、胡大为、方小康、范玲、彭禄涛、叶建才、张玮。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2024年首次发布为T/CAMPA 003—2024；

——本次为第一次修订。

农资行业知名品牌认定规范

1 范围

本文件规定了农资行业知名品牌的认定原则、申报主体要求、认定指标、打分方法、认定程序。本文件适用于协会等行业组织开展农资行业知名品牌认定工作。

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。

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
GB/T 39654 品牌评价 原则与基础
GB/T 43420 农业生产资料供应服务 农资供应商评价规范

3 术语和定义

GB/T 43420、GB/T 39654和GB/T 29187界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

农资 agricultural means of production

农业生产所需投入的物质资料

注：通常包括肥料、农药、农膜、种子、饲料和饲料添加剂、兽药、农机具及配件等。

[来源：GB/T 43420，3.1]

3.2

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]

3.3

商标 trademark

能够将一个企业的商品或服务与其他企业的货物或服务区分开的，受到法律保护的符号或符号的任意组合，包括文字、图形、字母、数字、三维标志、颜色组合和声音等，以及上述要素的组合。

[来源：GB/T 29187，2.8]

3.4

知名品牌 famous brand

是指具有较强综合实力、享有较高知名度和良好市场声誉且经协会等行业组织认定的品牌。

4 认定原则

4.1 自愿参与原则

凡符合申报条件的品牌均可自愿参与评价及认定。

4.2 客观公正性原则

以客观事实为依据来开展认定，公平准确评价，不偏袒任何利益方。

4.3 持续性原则

应持续对品牌的品质、声誉和社会影响进行跟踪。

5 申报主体要求

参加农资行业知名品牌认定的企业应满足以下要求：

- d) 为从事农资生产、流通的企业，且具有合法经营资质；
- e) 重视品牌的使用和保护，已在中国国内注册商标，且该商标的使用时间满三年；
- f) 经营活动符合国家有关法律法规和产业政策规定，近三年连续正常开展生产经营活动；
- g) 依法诚信经营，切实履行社会职责，具有良好的信用记录和社会信誉。

6 认定指标及打分方法

6.1 农资行业知名品牌认定分为服务类知名品牌认定和产品类知名品牌认定。

6.2 服务类知名品牌认定指标分为三个层级：一级指标、二级指标和三级指标。其中一级指标 5 项、二级指标 12 项、三级指标 27 项。服务类知名品牌认定指标及打分方法按附录 A 表 A.1 执行。

6.3 产品类知名品牌认定指标分为三个层级：一级指标、二级指标和三级指标。其中一级指标 5 项、二级指标 13 项、三级指标 28 项。产品类知名品牌认定指标及打分方法按附录 A 表 A.2 执行。

7 认定程序

7.1 确定认定工作开展时间及频次

农资行业知名品牌认定工作应按照企业需求定期进行，原则上一年一次，认定结果有效期三年。

7.2 组建认定工作小组

7.2.1 组建农资行业知名品牌认定工作小组，认定工作小组成员应由熟悉农资企业品牌建设的行业专家组成。

7.2.2 认定工作小组成员应不少于 5 人，负责整个认定过程。可根据情况适当增加认定工作小组成员，数量应为奇数。

7.3 受理申报材料

企业依据附录 A 表 A.1 和表 A.2 的认定内容提交相关材料，认定工作小组对企业提交的申报材料进行受理。

7.4 资格审查

认定工作小组在规定的期限内，对参加农资行业知名品牌认定企业的资格等情况进行审核，如不符合第 5 章申报主体要求中的任意一条，将取消认定资格。

7.5 认定打分

认定工作小组依据附录 A 表 A.1 和表 A.2 的认定指标及打分方法对申报企业提供的相关材料开展认定打分工作，将各指标得分逐级相加获得 5 项一级指标的综合得分。

7.6 整合认定结果

认定工作小组整合打分情况给出初步认定结果，总得分为各一级指标得分相加之和。农资行业知名品牌认定的总分为 100 分，对于评分达到 70 分以上（含 70 分）的申报企业，按照以下标准进行级别划分：

- a) 评分为 70 分～80 分，可获得“AAA 级农资行业知名品牌”称号；
- b) 评分为 81 分～90 分，可获得“AAAA 级农资行业知名品牌”称号；
- c) 评分为 91 分～100 分，可获得“AAAAA 级农资行业知名品牌”称号。

7.7 结果公示

将认定结果向社会公示 7 天，接受社会广泛监督。对存有异议的品牌，由认定工作小组进行核实查证，进而确定最后的入围名单，并进行公告。

7.8 授予荣誉

对获得农资行业知名品牌认定的企业提供以下支持：

- a) 协会等行业组织可根据企业意愿制作《农资行业知名品牌》牌匾，进行统一颁发并授予荣誉；
- b) 协会等行业组织可在主流行业媒体、相关会议公布农资行业知名品牌名单。

7.9 认定结果监督

获得“农资行业知名品牌”认定的企业，在有效期内将接受社会公众广泛监督。

若发生以下情形时，应取消其“农资行业知名品牌”认定资格，并收回其牌匾：

- a) 涉及虚假宣传，侵害消费者合法权益并经查实的企业；
- b) 存在偷税、漏税等违法违规行为并经查实的企业；
- c) 发生重大公关事故和声誉事故并经查实的企业；
- d) 存在破坏生态环境的行为并经查实的企业；
- e) 其他违法违规经营的行为并经查实的企业。

附 录 A

(规范性)

农资行业知名品牌认定指标及认定方法

表A.1 农资行业服务类知名品牌认定指标及打分方法

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
有形要素 (34分)	企业财务表现 (25分)	资产总额 (5分)	计算近三年资产总额平均值, 用X表示。 X $\geq$ 50亿得5分; 25亿 $\leq$ X<50亿得4分; 1亿 $\leq$ X<25亿得3分; 1000万 $\leq$ X<1亿得2分; 0<X<1000万得1分; X为0或负数不得分。
		营业收入 (5分)	计算近三年营业收入平均值, 用X表示。 X $\geq$ 50亿得5分; 25亿 $\leq$ X<50亿得4分; 1亿 $\leq$ X<25亿得3分; 1000万 $\leq$ X<1亿得2分; 0<X<1000万得1分; X为0或负数不得分。
		利润总额 (5分)	计算近三年利润总额平均值, 用X表示。 X $\geq$ 5亿得5分; 1亿 $\leq$ X<5亿得4分; 5000万 $\leq$ X<1亿得3分; 1000万 $\leq$ X<5000万得2分; X<1000万得1分; X为0或负数不得分。
		总资产增长率 (5分)	近三年总资产增长率均为正数得5分; 近三年中其中两年总资产增长率为正数得3分; 近三年中只有一年总资产增长率为正数得1分; 近三年总资产增长率均为0或负数不得分
		营业收入增长率 (5分)	近三年营业收入增长率均为正数得5分; 近三年中其中两年营业收入增长率为正数得3分; 近三年中只有一年增长率为正数得1分; 近三年增长率均为负数不得分
	品牌规模与效益 (9分)	申报品牌年市场销售额 (3分)	计算近三年申报品牌年市场销售额平均值, 用X表示。 X $\geq$ 5亿得3分; 1亿 $\leq$ X<5亿得2分 0<X<1亿得1分; X为0或负数不得分。
		申报品牌年销售利润 (3分)	计算近三年申报品牌年销售利润平均值, 用X表示。 X $\geq$ 1亿得3分; 1000万 $\leq$ X<1亿得2分; X<1000万得1分; X为0或负数不得分。

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
		申报品牌市场覆盖程度（3分）	品牌销售区域覆盖省份5个（含）以上得3分；3个（含）以上5个以下得2分；1个（含）以上3个以下得1分
无形要素（29分）	品牌管理（7分）	品牌发展规划及制度（4分）	制定品牌发展规划的得2分；建立品牌培育、使用、管理和保护制度的，得2分。两项均无得0分
		品牌建设、维护、广告经费投入总额（3分）	计算近三年品牌建设、维护、广告经费投入总额平均值，用X表示。 X在千万级别得3分； X在百万级别得2分； X在十万级别及以下得1分； X为0不得分。
	品牌历史（3分）	品牌存续时间及发展历程（3分）	品牌历史10年（含）以上得3分；5年（含）以上10年以下得2分；3年（含）以上5年以下的得1分
	品牌美誉度（7分）	企业或品牌获得各项荣誉情况（5分）	获得国家级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得5分；获得省级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得3分；获得市级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得1分
		客户满意度（2分）	开展客户满意度测评的，得2分
	企业信用（3分）	企业信用等级评价情况（3分）	根据评价机构影响力和评价等级综合打分；取认定工作小组评分平均数
	社会责任（9分）	捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况（5分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		企业承担国家/省级储备任务情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		纳税贡献情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
	服务要素（16分）	品牌服务基础（10分）	服务农民专业合作社、种植大户、家庭农场情况（2分）
提供测土配方（2分）			符合性分值，有则得分，无则为0
开展统防统治（2分）			符合性分值，有则得分，无则为0
提供农机服务（2分）			符合性分值，有则得分，无则为0
提供土地半托管或全托管服务（2分）			符合性分值，有则得分，无则为0
服务能力建设（6分）		服务流程规范化、有专门的负责人和责任制度（3分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		供应商资源建设情况（3分）	有稳定的供货渠道，与供应商建立了5年及以上的合作关系，得3分；与供应商建立了3年（含）至5年合作关系的得2分；与供应商建立了1年（含）至3年合作关系的得1分

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
创新要素（11分）	创新能力（3分）	创新投入情况（用于服务创新的研发经费投入总额）（3分）	计算近三年用于服务创新的研发经费投入总额平均值，用X表示。 X在千万级别得3分； X在百万级别得2分； X在十万级别及以下得1分； X为0不得分。
	创新成效（8分）	参加国家、行业、地方标准制修订情况或牵头承担或参与国家、省级重点研发项目、省级以上的创新平台情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		先进技术应用推广情况（6分）	开展技术应用推广得4分，推广取得初步成效得5分，推广效果显著且覆盖面扩大得6分。
行业评价（10分）	行业媒体评价（10分）	——	近三年内，企业未出现涉及重大违法违规、严重经营风险、重大产品质量问题或严重损害企业声誉的负面报道，获得基础分5分；满足基础分条件，且在近三年内，在省级及省级以下媒体上获得1篇正面报道，得6分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在省级及省级以下媒体上获得2篇正面报道，得7分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得1篇正面报道或在省级及省级以下媒体上获得3篇正面报道，得8分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得2篇正面报道，得9分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得3篇正面报道，得10分。

表A.2 农资行业产品类知名品牌认定指标及打分方法

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
有形要素（34分）	企业财务表现（25分）	资产总额（5分）	计算近三年资产总额平均值，用X表示。 X≥100亿得5分； 50亿≤X<100亿得4分； 10亿≤X<50亿得3分； 1亿≤X<10亿得2分； 0<X<1亿得1分； X为0或负数不得分。
		营业收入（5分）	计算近三年营业收入平均值，用X表示。 X≥100亿得5分； 50亿≤X<100亿得4分； 10亿≤X<50亿得3分； 1亿≤X<10亿得2分； 0<X<1亿得1分； X为0或负数不得分。
		利润总额（5分）	计算近三年利润总额平均值，用X表示。 X≥5亿得5分； 1亿≤X<5亿得4分； 5000万≤X<1亿得3分； 1000万≤X<5000万得2分； X<1000万得1分； X为0或负数不得分。
		总资产增长率（5分）	近三年总资产增长率均为正数得5分；近三年中其中两年总资产增长率为正数得3分；近三年中只有一年总资产增长率为正数得1分；近三年总资产增长率均为0或负数不得分
		营业收入增长率（5分）	近三年营业收入增长率均为正数得5分；近三年中其中两年营业收入增长率为正数得3分；近三年中只有一年增长率为正数得1分；近三年增长率均为负数不得分
	品牌规模与效益（9分）	申报品牌年市场销售额（3分）	计算近三年申报品牌年市场销售额平均值，用X表示。 X≥10亿得3分； 1亿≤X<10亿得2分； 0<X<1亿得1分； X为0或负数不得分。
		申报品牌年销售利润（3分）	计算近三年申报品牌年销售利润平均值，用X表示。 X≥1亿得3分； 1000万≤X<1亿得2分； X<1000万得1分； X为0或负数不得分。
		申报品牌市场覆盖程度（3分）	品牌销售区域覆盖省份5个（含）以上得3分；3个（含）以上5个以下得2分；1个（含）以上3个以下得1分

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
无形要素（29分）	品牌管理（7分）	品牌发展规划及制度（4分）	制定品牌发展规划的得2分；建立品牌培育、使用、管理和保护制度的，得2分。两项均无得0分
		品牌建设、维护、广告经费投入总额（3分）	计算近三年品牌建设、维护、广告经费投入总额平均值，用X表示。 X在千万级别得3分； X在百万级别得2分； X在十万级别及以下得1分； X为0不得分。
	品牌历史（3分）	品牌存续时间及发展历程（3分）	品牌历史10年（含）以上得3分；5年（含）以上10年以下得2分；3年（含）以上5年以下的得1分
	品牌美誉度（7分）	企业或品牌获得各项荣誉情况（5分）	获得国家级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得5分；获得省级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得3分；获得市级政府部门或协会等行业组织颁发的的相关荣誉得1分
		客户满意度（2分）	开展客户满意度测评的，得2分
	企业信用（3分）	企业信用等级评价情况（3分）	根据评价机构影响力和评价等级综合打分；取认定工作小组评分平均数
	社会责任（9分）	捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况（5分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		企业承担国家/省级储备任务情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		纳税贡献情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
质量要素（14分）	执行标准水平（2分）	申报产品执行国家、行业标准、地方标准、团体标准或企业标准情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0（2分）
	质量安全水平（8分）	近3年内无产品质量被投诉现象（4分）	符合性分值，是则得分，否则为0
		近3年内均具有产品检验合格报告档案（2分）	符合性分值，是则得分，否则为0
		质量安全责任制或相关管理制度建立情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
	质量管理水平（4分）	质量或环境管理体系认证（2分）	获得质量或环境管理体系认证证书并在有效期内的，得2分，无则为0
		质量安全情况（是否纳入质量安全追溯平台、第三方质量检测报告）（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
创新要素（13分）	创新能力（5分）	创新投入情况（用于产品创新的研发经费投入总额）（3分）	计算近三年用于产品创新的研发经费投入总额平均值，用X表示。 X在千万级别得3分； X在百万级别得2分； X在十万级别及以下得1分； X为0不得分。

一级指标及权重分值	二级指标及权重分值	三级指标及权重分值	打分方法
	创新成效（8分）	拥有自主设立或签署合作协议的研究机构（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		运用物联网、大数据、人工智能等技术情况（5分）	开展相关工作得3分；相关工作开展情况良好，并取得一定成效得4分；相关工作深度整合、成效显著、具有创新性或引领性得5分。
		参加国家、行业、地方标准制修订情况或牵头承担或参与国家、省级重点研发项目、省级以上的创新平台情况（2分）	符合性分值，有则得分，无则为0
		拥有专利和科技创新成果等情况（1分）	符合性分值，有则得分，无则为0
行业评价（10分）	行业媒体评价（10分）	——	近三年内，企业未出现涉及重大违法违规、严重经营风险、重大产品质量问题或严重损害企业声誉的负面报道，获得基础分5分；满足基础分条件，且在近三年内，在省级及省级以下媒体上获得1篇正面报道，得6分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在省级及省级以下媒体上获得2篇正面报道，得7分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得1篇正面报道或在省级及省级以下媒体上获得3篇正面报道，得8分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得2篇正面报道，得9分；满足基础分（5分）条件，且在近三年内，在中央媒体上获得3篇正面报道，得10分。

参 考 文 献

- [1] GH/T 1321-2021 《供销合作社品牌建设 品牌价值评价》
- [2] DB37/T 2541-2017 《山东名牌产品认定规范》
- [3] DB13/T 2860-2018 《河北知名品牌评价规范 产品》
- [4] T/FSZI 001-2020 《深圳知名品牌评价规范》
- [5] T/GDBRAND001-2021 《广东知名品牌评价通则》
- [6] T/HNSSBPPXH 0001—2022 《湖南省知名品牌认定管理规范》