

《农资行业知名品牌认定规范》（T/CAMPA 003—2024）

修订情况说明

2024 年 3 月，中国农业生产资料流通协会（以下简称“协会”）正式发布实施了《农资行业知名品牌认定规范》（T/CAMPA 003—2024）团体标准。同年 4 月，协会依据该标准启动了“2024 年度农资行业知名品牌认定”申报工作。经过一年的实践应用，发现该标准在定量指标的计分方法上存在不足，导致 2024 年参与申报企业的最终得分普遍偏低，未能准确反映企业的真实实力。同时，标准中个别指标及其分值权重与农资企业实际发展情况存在不适配的问题。为提升标准的科学性和合理性，经协会研究决定，对该标准进行适当修订，具体修订内容如下：

一、修订附录 B 定量指标计分方法

原标准中定量指标的计分方法是采用“连续计分法”，然后按各年度的权数加权平均，计算指标项得分。具体计分公式如下：

$$Y = \frac{a_{n-3}}{a_{\max}} \times h \times 0.2 + \frac{a_{n-2}}{a_{\max}} \times h \times 0.3 + \frac{a_{n-1}}{a_{\max}} \times h \times 0.5 \dots\dots\dots (B.1)$$

式中：
Y——指标项得分；
h——指标项满分；
n——申报年度；
a_{max}——近三年参评企业该项指标最大值；
a_{n-3}——第n-3年申报值；
a_{n-2}——第n-2年申报值；
a_{n-1}——第n-1年申报值。

由于 2024 年参与申报企业中大部分企业的该项指标数据与申报企业中近三年该项指标数据的最大值相差较大，而定量指标分值比重又较大（服务类和产品类定量指标总分值均为 37 分），所以大部分

企业定量指标失分较多，导致企业最后总得分较低。现将现有定量指标的计分方法改为符合性分值法，具体见附件 1 和附件 2。

二、修订个别表述不规范或不确切的指标

将表 A.1 中的三级指标“数字化服务情况（运用大数据、物联网、电子商务等情况）”修订为“先进技术应用推广情况”；

将表 A.2 中的三级指标“智能制造情况（运用大数据、物联网、电子商务等情况）”修订为“运用物联网、大数据、人工智能等技术情况”。

三、删除个别指标

鉴于申报企业在个别指标上得分率较低，甚至几乎为零，继续保留该项指标的意义性不大，现删除该项指标，具体如下：

删除表 A.1 和表 A.2 中的三级指标“社会责任报告发布情况”；

删除表 A.2 中的三级指标“质量信用报告发布情况”；

删除表 A.2 中的三级指标“高新技术企业认定情况”。

四、修订个别指标的分值权重

鉴于在本次修订中删除了个别指标，需对分值进行重新分配，修订细节如下：

将表 A.1 中三级指标“企业承担国家/省级储备任务情况”的分值由原来的 3 分修订为 2 分；将表 A.1 中“捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况”的分值由原来的 3 分修订为 5 分；

将表 A.1 中三级指标“创新投入情况（用于服务创新的研发经费投入总额）”的分值由原来的 5 分修订为 3 分，将“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”的分值由原来的 3 分修订为 2 分，将修订后的三级指标“先进技术应用推广情况”的分值设置为 6 分；

将表 A.2 中三级指标“企业承担国家/省级储备任务情况”的分值由原来的 3 分修订为 2 分；将表 A.2 中三级指标“捐赠、救灾、扶贫等公益事业情况”的分值由原来的 3 分修订为 5 分；

将三级指标“近 3 年内无产品质量被投诉现象”的分值由原来的 2 分修订为 4 分；

将表 A.2 中三级指标“拥有专利和科技创新成果等情况”的分值由原来的 2 分修订为 1 分，将修订后的三级指标“运用物联网、大数据、人工智能等技术情况”的分值设置为 5 分；

三、修订个别指标的打分方法

为使标准更加科学、规范、合理，现对个别指标的打分方法进行细化，修订细节如下：

将修订后的表 A.1 中的三级指标“先进技术应用推广情况”的打分方法设置为“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”；

将表 A.1 中的二级指标“行业媒体评价”的打分方法由原先的“认定工作小组基于企业申报材料及企业的媒体评价情况进行综合打分，评分时最高分不超过 10 分，最低分不低于 5 分，分值为整数。该项最终得分取认定工作小组评分平均数”修订为“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”；

将修订后的表 A.2 中的三级指标“运用物联网、大数据、人工智能等技术情况”的打分方法设置为“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”；

将表 A.2 中的二级指标“行业媒体评价”的打分方法由原先的“认定工作小组基于企业申报材料及企业的媒体评价情况进行综合打分，评分时最高分不超过 10 分，最低分不低于 5 分，分值为整数。该项最终得分取认定工作小组评分平均数”修订为“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”。

本次对《农资行业知名品牌认定规范》（T/CAMPA 003—2024）的修订，旨在解决标准实施初期发现的问题，使其更科学、合理、有效，从而更有力地推动农资行业品牌建设，促进农资行业迈向集中化、品牌化、高质量的发展新阶段。协会将持续跟踪标准的实施效果，广泛收集业界的反馈意见，不断完善农资行业知名品牌认定工作。

附件：

- 1、农资行业服务类知名品牌定量认定指标及打分方法（修订后）
- 2、农资行业产品类知名品牌定量认定指标及打分方法（修订后）

中国农资流通协会

2025年9月8日

附件 1:

农资行业服务类知名品牌定量认定指标及打分方法（修订后）

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≥50亿得5分； 25亿≤X<50亿得4分； 1亿≤X<25亿得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。
		营业收入（5分）	计算近三年营业收入平均值，用X表示。 X≥50亿得5分； 25亿≤X<50亿得4分； 1亿≤X<25亿得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。
		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； 0<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
		总资产增长率（5分）	近三年增长率均为正数得5分；近三年中其中两年增长率为正数得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。
		营业收入增长率（5分）	近三年增长率均为正数得5分；近三年中其中两年增长率为正数得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≥5亿得3分； 1亿≤X<5亿得2分 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。
无形要素（29分）	品牌管理（7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。

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
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）	符合性分值，有则得分，无则为0
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。

附件 2:

农资行业产品类知名品牌定量认定指标及打分方法（修订后）

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； 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； 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； 0<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
		总资产增长率（5分）	近三年增长率均为正数得5分；近三年中其中两年增长率为正数得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。
		营业收入增长率（5分）	近三年增长率均为正数得5分；近三年中其中两年增长率为正数得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； 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。
无形要素（29分）	品牌管理（7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。

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（6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在亿级别得3分； X在千万级别得2分； X在百万级别及以下得1分； X为0或负数不得分。