

ICS 59.140.99

CCS Y 45

# 团体标准

T/CLIAS 007—2023

## 皮革行业品牌评价指标体系

Index system for brand evaluation of leather industry

2023-04-24 发布

2023-05-01 实施

中国皮革协会 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 评价原则 .....	1
5 评价指标体系 .....	1
6 评价要求 .....	2
7 评价方法 .....	7
附录 A（规范性）皮革行业品牌评价经济效益指标得分计算方法 .....	8

## 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》给出的规则起草。

本文件由中国皮革协会（CLIA）提出。

本文件由中国皮革协会归口。

本文件起草单位：中国皮革协会。

本文件为首次发布。

# 皮革行业品牌评价指标体系

## 1 范围

本文件规定了皮革行业品牌评价的原则、评价指标体系、评价要求和评价方法。  
本文件适用于鞋类、皮革服装、毛皮服装、箱包皮具及其他皮革毛皮产品的品牌评价。

## 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 4754-2017 国民经济行业分类  
GB/T 29185 品牌 术语  
GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础（ISO 20671:2019, IDT）

## 3 术语和定义

GB/T 4754、GB/T 29185、GB/T 39654界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 皮革行业 leather industry

按照GB/T 4754-2017国民经济行业分类，皮革行业包括皮革鞣制加工(C191)、皮革制品制造(C192)、毛皮鞣制及制品制造（C193）、制鞋业（C195）。

### 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

#### 品牌评价 brand evaluation

使用相关要素和维度测算品牌强度、品牌绩效和财务表现的活动。

[来源：GB/T 39654-2020, 3.7]

### 3.4

#### 指标 indication

用于品牌强度、品牌绩效或品牌价值评价测算的可测量的有效测度，是市场测评的一部分。

[来源：GB/T 39654-2020, 3.6]

## 4 评价原则

皮革行业品牌评价工作坚持以下原则：

- 坚持“品牌引领，服务至上”的原则；
- 坚持保密原则，不向社会泄露企业数据和信息；
- 评价工作科学公正，接受社会监督。

## 5 评价指标体系

## 5.1 指标体系

评价指标体系包括基本要求和评价指标要求两部分。基本要求包括应满足的产业政策、产品质量法律法规、强制性环保标准等方面的要求；评价指标要求包括经济效益、品牌建设、质量管理、绿色环保、社会责任、创新发展等一级指标，在一级指标设置若干个二级指标，在二级指标下设具体评价要求。

## 5.2 指标分数

### 5.2.1 一级指标

各一级指标分数为：

- 基本要求（6.1）应全部满足；
- 经济效益（6.2.1）200分；
- 品牌建设（6.2.2）260分；
- 质量管理（6.2.3）140分；
- 绿色环保（6.2.4）120分；
- 社会责任（6.2.5）90分；
- 创新发展（6.2.6）190分。

综合评分相加总分为1000分。

### 5.2.2 二级指标

各二级指标及评价要求、指标分值应符合6.2中表1~表6的规定。

## 6 评价要求

### 6.1 基本要求

企业应满足以下条件：

- 以自主品牌销售为主，且在行业内或某一细分领域具有一定的知名度和美誉度；
- 企业发展态势良好，产品质量符合相关标准，近三年未发生过产品质量事故、安全生产事故和重大生态环境问题；
- 企业积极履行社会责任，劳资关系和谐，管理制度完善，具有较好的商业信誉。

### 6.2 评价指标要求

#### 6.2.1 经济效益（200分）

经济效益指标要求应符合表1的规定。

表1 经济效益指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
经济效益	企业总资产	以企业参评当年前三年每年的资产值乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合资产值（按附录A公式A.1进行计算），取同品类参评企业中三年综合资产最大值、最小值，按附录A公式A.2计算企业总资产得分。	8~20
	净资产收益率	以企业参评当年前三年每年的净资产收益率乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合净资产收益率（按附录A公式A.3进行计算），取同品类参评企业中三年综合净资产收益率最大值、最小值，按附录A公式A.4计算企业净资产收益率得分。	8~20

表1 经济效益指标（续）

一级指标	二级指标	评价要求	分值
经济效益	销售收入	以企业参评当年前三年每年的销售收入乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合销售收入值（按附录A公式A.5进行计算），取同品类参评企业中三年综合销售收入最大值、最小值，按附录A公式A.6计算企业销售收入得分。	16~40
	销售利润率	以企业参评当年前三年每年的销售利润率乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合销售利润率值（按附录A公式A.7进行计算），取同品类参评企业中三年综合销售利润率最大值、最小值，按附录A公式A.8计算企业销售利润率得分。	24~60
	净利润率	以企业参评当年前三年每年的净利润率乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合净利润率值（按附录A公式A.9进行计算），取同品类参评企业中三年综合净利润率最大值、最小值，按附录A公式A.10计算企业净利润率得分。	24~60

## 6.2.2 品牌建设（260分）

品牌建设指标要求应符合表2的规定。

表2 品牌建设指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
品牌建设	制定品牌发展规划	是	30
		否	0
	政府授予的品牌荣誉	国家级	30
		省级	20
		地市级	10
		无	0
	行业组织授予的品牌荣誉	国家级商协会授予	30
		省级商协会授予	20
		其他商协会授予	10
		无	0
	证明商标资格认证	真皮标志等全国性证明商标	30
		区域性证明商标	15
		无	0
	商标境外注册	商标在境外注册	10
		无	0
	品牌宣传推广投入占销售收入的比重（n）	$n \geq 5\%$	30
$2\% \leq n < 5\%$		20	
$1\% \leq n < 2\%$		10	
$n < 1\%$		0	

表2 品牌建设指标（续）

一级指标	二级指标	评价要求	分值
品牌建设	专精特新（小巨人）、制造业单项冠军认定	国家级	20
		省级	10
		地市级	5
		无	0
	信用等级评价	AAA级	20
		AA、A级	10
		B级	5
		无	0
	建立历史或文化博物馆	有历史或文化博物馆	10
		无	0
	国内一二线城市 <sup>a</sup> 销售额占比 <sup>b</sup> （n）	$n \geq 50\%$	30
		$20\% \leq n < 50\%$	20
		$10\% \leq n < 20\%$	10
		$n < 10\%$	0
	店面坪效 <sup>c</sup> （n）	$n \geq 3000$ 元/平米	20
		$2000$ 元/平米 $\leq n < 3000$ 元/平米	10
$1000$ 元/平米 $\leq n < 2000$ 元/平米		5	
$n < 1000$ 元/平米		0	
<sup>a</sup> 一线城市：指北京、上海、广州、深圳等4个城市；二线城市：天津、石家庄、太原、呼和浩特、沈阳、大连、长春、哈尔滨、南京、杭州、宁波、合肥、福州、厦门、南昌、济南、青岛、郑州、武汉、长沙、南宁、海口、重庆、成都、贵阳、昆明、西安、兰州、西宁、银川、乌鲁木齐等31个城市。 <sup>b</sup> 销售额占比=（一二线城市总销售额÷企业总销售额）。 <sup>c</sup> 店面坪效=（店铺总营业额÷店铺总面积）。			

## 6.2.3 质量管理（140分）

质量管理指标要求应符合表3的规定。

表3 质量管理指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
质量管理	制定质量战略规划	是	20
		否	0
	质量管理体系建设	获得质量管理体系认证证书	20
		企业内部有质量管理体系制度	10
		无	0
	质量方面的奖项	国家级	30
		省级	20
		地市级	10
		无	0
	具有完善的产品执行标准体系	是	20
否		0	

表3 质量管理指标（续）

一级指标	二级指标	评价要求	分值
质量管理	参与国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、团体标准制修订	参与1项国际标准得10分，参与1项国家标准得5分，参与1项行业标准得3分，参与1项地方标准或团体标准得2分。 累计相加，最高20分。同一项目不重复计算。	2~20
	设立专职产品质量管理机构或部门	是	10
		否	0
	提供近一年的质量控制证明（检测报告、验货报告等）	提供外部证明	10
		仅有内部证明	5
		无	0
	有必要的检测设备	有	10
		无	0

## 6.2.4 绿色环保（120分）

绿色环保指标要求应符合表4的规定。

表4 绿色环保指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
绿色环保	环境管理体系建设	获得环境管理体系认证证书	20
		企业内部有环境管理体系制度	10
		无	0
	近3年第三方检测机构出具的环境检测报告	环境检测报告结果为合格	20
		无	0
	企业环保措施	具有较完善的固体废弃物、废水、废气、噪声处理措施	20
		具有基本的、简单的固体废弃物、废水、废气、噪声处理措施	10
		无	0
	工信部门认定的绿色工厂、绿色产品	国家级	10
		省级	5
		无	0
	产品使用真皮标志生态皮革等环保型原辅材料情况（不含胶粘剂）	40%以上使用	20
		很少使用	5
		没有使用	0
	水性胶粘剂、热熔型胶粘剂使用量占比（n）	不使用胶粘剂	20
		$n \geq 50\%$	15
		$20\% \leq n < 50\%$	10
		$n < 20\%$	0
	材料再生、循环利用	获得相关认证	10
		无	0

## 6.2.5 社会责任（90分）

社会责任指标要求应符合表5的规定。

表5 社会责任指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
社会责任	社会责任管理体系建设	获得社会责任管理体系认证证书	20
		企业内部有社会责任管理体系制度	10
		无	0
	职业安全健康管理体系建设	获得职业安全健康管理体系认证证书	20
		企业内部有职业安全健康管理体系制度	10
		无	0
	能源管理体系建设	获得能源管理体系认证证书	5
		企业内部有能源管理体系制度	3
		无	0
	社保缴纳是否符合当地政府要求	是	15
		否	0
	上年度社会公益事业投入	100万元以上	10
		50~100万元	6
		50万元以下	3
		无	0
	劳动保护措施	完善	10
		良好	8
		有待提高	5
		较差	0
	发布企业社会责任报告或环境、社会和公司治理报告	是	5
否		0	
制定“双碳”行动计划或规划	是	5	
	否	0	

## 6.2.6 创新发展（190分）

创新发展指标要求应符合表6的规定。

表6 创新发展指标

一级指标	二级指标	评价要求	分值
创新发展	科技进步奖荣誉	国家级一等奖得20分，二等奖得15分，三等奖得10分； 省部级一等奖得10分，二等奖得5分，三等奖得3分； 地市级奖得2分。 累计相加，最高30分。同一项目不重复计算。	2~30
	拥有国家级、省级、地市级技术中心、工程技术研究中心、工业设计中心、研究院（所）、重点实验室	国家级	30
		省级	20
		地市级	10
		无	0
	近三年企业自主创新成果应用（新产品、新技术、新工艺、新材料）	≥3项	20
		1~2项	10
无		0	

表 6 创新发展指标（续）

一级指标	二级指标	评价要求	分值
创新发展	有效专利、著作权数量	1项发明专利得3分，1项实用新型专利、外观专利、著作权得1分。 累计相加，最高30分。同一项目的专利、著作权不重复计算。	1~30
	关键工序实现数控化程度	完全实现	20
		部分实现	10
		没有实现	0
	研发投入占销售收入比重（n）	$n \geq 3\%$	20
		$1\% \leq n < 3\%$	10
		$n < 1\%$	0
	近三年信息化投入、维护费用总额（n）	$n \geq 300$ 万元	20
		$200 \text{万} \leq n < 300$ 万元	10
		$100 \text{万} \leq n < 200$ 万元	5
		$n < 100$ 万元	0
	线上销售占比（n）	$n \geq 50\%$	20
		$30\% \leq n < 50\%$	10
		$5\% \leq n < 30\%$	5
$n < 5\%$		0	

## 7 评价方法

7.1.1 评价要求中分为否决项和加分项：基本要求为一票否决项；评价指标要求为加分项，依据符合程度取值，未给出区间的“分值”为各指标项的最高分值。

7.1.2 评价采用综合评分的方式，基本要求应全部满足，各指标综合评分相加总分为 1000 分。

## 附录 A (规范性附录)

### 皮革行业品牌评价经济效益指标得分计算方法

#### A.1 企业总资产

##### A.1.1 三年综合资产

以企业参评当年前三年每年的资产值乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合资产值，按公式 A.1 进行计算。

$$C_n = C_1 \times 0.4 + C_2 \times 0.3 + C_3 \times 0.3 \dots \dots \dots (A.1)$$

式中：

- $C_n$  — 企业三年综合资产，单位为万元；
- $C_1$  — 企业参评当年前一年度资产，单位为万元；
- $C_2$  — 企业参评当年前二年度资产，单位为万元；
- $C_3$  — 企业参评当年前三年度资产，单位为万元。

##### A.1.2 企业总资产得分

按公式 A.2 进行计算。

$$T_c = 8 + \frac{(C_n - C_{\min})}{(C_{\max} - C_{\min})} \times 12 \dots \dots \dots (A.2)$$

式中：

- $T_c$  — 企业总资产得分，无量纲；
- $C_n$  — 企业三年综合资产，单位为万元；
- $C_{\min}$  — 同品类参评企业中三年综合资产最小值，单位为万元；
- $C_{\max}$  — 同品类参评企业中三年综合资产最大值，单位为万元；
- 8 — 基础分；
- 12 — 权重分。

#### A.2 净资产收益率

##### A.2.1 三年综合净资产收益率

以企业参评当年前三年每年的净资产收益率乘以年度权重系数后相加，作为三年综合净资产收益率值，按公式 A.3 进行计算。

$$C_{pn} = C_{p1} \times 0.4 + C_{p2} \times 0.3 + C_{p3} \times 0.3 \dots \dots \dots (A.3)$$

式中：

- $C_{pn}$  — 企业三年综合净资产收益率，无量纲；
- $C_{p1}$  — 企业参评当年前一年度净资产收益率，无量纲；
- $C_{p2}$  — 企业参评当年前二年度净资产收益率，无量纲；
- $C_{p3}$  — 企业参评当年前三年度净资产收益率，无量纲。

##### A.2.2 净资产收益率得分

按公式 A.4 进行计算。

$$T_c = 8 + \frac{(C_{pn} - C_{pmin})}{(C_{pmax} - C_{pmin})} \times 12 \dots\dots\dots (A.4)$$

式中：

- $T_c$  — 企业净资产收益率得分，无量纲；
- $C_{pn}$  — 企业三年综合净资产收益率，无量纲；
- $C_{pmin}$  — 同品类参评企业中三年净资产收益率最小值，无量纲；
- $C_{pmax}$  — 同品类参评企业中三年净资产收益率最大值，无量纲；
- 8 — 基础分；
- 12 — 权重分。

### A.3 销售收入

#### A.3.1 三年综合销售收入

以企业参评当年前三年每年的销售收入乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合销售收入值，按公式 A.5 进行计算。

$$S_n = S_1 \times 0.4 + S_2 \times 0.3 + S_3 \times 0.3 \dots\dots\dots (A.5)$$

式中：

- $S_n$  — 企业三年综合销售收入，单位为万元；
- $S_1$  — 企业参评当年前一年度销售收入，单位为万元；
- $S_2$  — 企业参评当年前二年度销售收入，单位为万元；
- $S_3$  — 企业参评当年前三年度销售收入，单位为万元。

#### A.3.2 销售收入得分

按公式 A.6 进行计算。

$$T_s = 16 + \frac{(S_n - S_{min})}{(S_{max} - S_{min})} \times 24 \dots\dots\dots (A.6)$$

式中：

- $T_s$  — 企业销售收入得分，无量纲；
- $S_n$  — 企业三年综合销售收入，单位为万元；
- $S_{min}$  — 同品类参评企业中三年综合销售收入最小值，单位为万元；
- $S_{max}$  — 同品类参评企业中三年综合销售收入最大值，单位为万元；
- 16 — 基础分；
- 24 — 权重分。

### A.4 销售利润率

#### A.4.1 三年综合销售利润率

以企业参评当年前三年每年的销售利润率乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合销售利润率值，按公式 A.7 进行计算。

$$S_{pn} = S_{p1} \times 0.4 + S_{p2} \times 0.3 + S_{p3} \times 0.3 \dots\dots\dots (A.7)$$

式中：

- $S_{pn}$  — 企业三年综合销售利润率，无量纲；
- $S_{p1}$  — 企业参评当年前一年度销售利润率，无量纲；
- $S_{p2}$  — 企业参评当年前二年度销售利润率，无量纲；
- $S_{p3}$  — 企业参评当年前三年度销售利润率，无量纲。

**A. 4. 2 销售利润率得分**

按公式A. 8进行计算。

$$T_{sp} = 24 + \frac{(S_{pn} - S_{p\min})}{(S_{p\max} - S_{p\min})} \times 36 \dots\dots\dots (A.8)$$

式中：

- $T_{sp}$  — 企业销售利润率得分，无量纲；
- $S_{pn}$  — 企业三年综合销售利润率，无量纲；
- $S_{p\min}$  — 同品类参评企业中三年综合销售利润率最小值，无量纲；
- $S_{p\max}$  — 同品类参评企业中三年综合销售利润率最大值，无量纲；
- 24 — 基础分；
- 36 — 权重分。

**A. 5 净利润率**

**A. 5. 1 三年综合净利润率**

以企业参评当年前三年每年的净利润率乘以年度权重系数后相加，作为企业三年综合净利润率值，按公式A.9进行计算。

$$P_n = P_1 \times 0.4 + P_2 \times 0.3 + P_3 \times 0.3 \dots\dots\dots (A.9)$$

式中：

- $P_n$  — 企业三年综合净利润率，无量纲；
- $P_1$  — 企业参评当年前一年度净利润率，无量纲；
- $P_2$  — 企业参评当年前二年度净利润率，无量纲；
- $P_3$  — 企业参评当年前三年度净利润率，无量纲。

**A. 5. 2 净利润率得分**

按公式A. 10进行计算。

$$T_p = 24 + \frac{(P_n - P_{\min})}{(P_{\max} - P_{\min})} \times 36 \dots\dots\dots (A.10)$$

式中：

- $T_p$  — 企业净利润率得分，无量纲；
- $P_n$  — 企业三年综合净利润率，无量纲；
- $P_{\min}$  — 同品类参评企业中三年综合净利润率最小值，无量纲；
- $P_{\max}$  — 同品类参评企业中三年综合净利润率最大值，无量纲；
- 24 — 基础分；
- 36 — 权重分。