

《绿色品牌建设规范》
地方标准编制说明
(送审稿)

二〇二四年五月

《绿色品牌建设规范》地方标准

编制说明

一、任务来源

本标准由广东省市场监督管理局及广东省商务厅批准立项,广东省商务厅归口管理,广东省清洁生产协会牵头,联合企知道科技有限公司、鹤山雅图仕印刷有限公司、广州市净水有限公司、广州明之珠生态环境科技有限公司、广东大冢制药有限公司、韶关市北纺智造科技有限公司、广东贸促国际商事认证中心、广东工业大学、明门(中国)婴童用品有限公司、东莞建晖纸业有限公司、广州王老吉大健康产业有限公司、广州臻挚文化传播有限公司、广东绿美认证有限公司等单位共同负责标准编制工作。

二、制定标准的意义和目的

根据《国务院加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的指导意见》《国家发改委关于新时代推进品牌建设的指导意见》《促进绿色消费实施方案》及广东省人民政府《关于加快建立健全绿色低碳循环发展经济体系的实施意见》等相关政策文件精神。

为贯彻落实习近平生态文明建设思想,助力品牌强国,美丽中国,绿美广东的建设,促进我省绿色低碳高质量、高发展。《绿色品牌建设规范》地方标准的制定旨在传扬清洁生产、减污降碳、绿色制造、生态文明建设等绿色理念,引导企业实施绿色战略,推进企业绿色低碳发展,助力新型工业化、绿色化转型,强化企业品牌建设意识,挖掘品牌绿色价值。

品牌是生产者和消费者共同的追求,是供给侧和需求侧升级的方向,是企业乃至国家综合竞争力的重要体现。当前,我国的社会矛盾已经转化为人民日益增

长的美好生活和不平衡和不充分的发展之间的矛盾。无论从推进供给侧结构性改革以解决不平衡不充分问题来看，还是从满足人民日益增长的美好生活需要来看，都要更加重视品牌建设。

绿色品牌建设是经济发展的重要组成部分，是品牌价值发现、价值提升和价值实现的重要支撑，在品牌建设的发展过程中发挥着不可替代的作用。因此广东省清洁生产协会联合广东贸促国际商事认证中心等单位共同制定《绿色品牌建设规范》地方标准，为广东省的绿色品牌建设提供技术支撑。通过标准的制定提供一套方法，从绿色品牌建设的原则、组织和资源、绿色品牌建设的实施、绿色战略规划、绿色品牌价值创造过程、绿色品牌建设监测、改进与创新等方面对绿色品牌建设进行综合分析和说明，帮助企业及各类实体对相关领域进行改善提升，提高品牌价值和市场竞争力，共同推动社会及企业的可持续发展，促进可持续发展。

三、主要工作过程

1. 成立标准编制组（2023年7月）

广东省清洁生产协会接到编制任务后，单位领导高度重视，马上组织并成立了标准编制组，并召开了项目工作会议，明确了编制组成员及任务分工，并制定了详细的工作计划。

2. 资料收集整理阶段（2023年8月—10月）

编制组成员在召开项目工作会议之后，通过各种渠道收集整理国家、地方相关的标准或规定以及实地考察等方式收集资料，并对所收集资料的内容进行深入地学习和分析。

3. 编制标准初稿（2023年11月—2023年12月）

编制组成员根据收集的资料进行归纳，在充分考虑广东省的实际情况下，

拟定标准框架与主要内容，编制了标准初稿。

4. 编制工作组讨论稿（2023年12月—2024年3月）

编制组多次召开工作会议，对标准内容进行了论证，确定标准的关键指标和要求，形成工作组讨论稿。

5. 编制征求意见稿（2024年4月—2024年5月）

编制组召集专家进行论证，对工作组讨论稿进一步完善，形成征求意见稿

四、标准编制原则

1. 强化科学与合理

本标准规定内容保持与其他标准内容相协调，提出科学、合理的技术要求。在编制过程中，一方面紧紧围绕国家对企业绿色发展转型提出的相关政策要求，深入贯彻“创新、协调、绿色、开放、共享”等新发展理念，体现内容的科学性；另一方面充分吸收国内外实践经验，在标准体系、工作流程等多方面进行比较、总结和提炼，提升标准实施的合理性。

2. 注重实施与管理

本标准重视实用性、可操作性和有效性，强调标准的实施与管理。在编制过程中，充分借鉴各地各行业绿色品牌实践基础上，通过实地调研和文献收集等形式，深入摸清绿色品牌建设现状和实际需求，充分考虑绿色品牌成长与发展规律，品牌组成要素和内容，明确绿色品牌建设与评价的重点问题、确定绿色品牌建设的途径和要素，在文本表述上体现条理清晰、通俗易懂、重点突出的特点，以便更好地发挥标准的市场引领作用。

3. 兼顾现实与前瞻

本标准立足市场对绿色品牌建设的认知层次和认识规律，结合国家发展改革

委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见,关切不同层次实体以自身资源禀赋推进打造提升、壮大升级、做强做精绿色品牌的跃升路径,也结合国内外绿色品牌建设研究与现代消费者行为研究等最新成果,兼顾未来绿色品牌建设取向。

五、主要内容

标准共包括 10 个章节, 1 个资料性附件。

1. 关于适用范围

本标准规定了绿色品牌建设规范的术语和定义、建设的原则、组织和资源、绿色品牌建设的实施、绿色战略规划、绿色品牌价值创造过程、绿色品牌建设监测、改进与创新等相关内容。适用于开展企业绿色品牌建设活动的各类组织。各类实体开展绿色品牌建设和管理的相关活动可参考使用。

2. 规范性引用文件

GB/T 1.1 标准化工作导则

GB/T 29185 品牌术语

GB/T 29186 品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T 29188 品牌评价多周期超额收益法

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 36679 品牌价值评价 自主创新企业

GB/T 36680 品牌分类

DB61/T 1452 企业品牌 建设指南

T/GDCPA 008 绿色品牌评价通则

3. 术语和定义

3.1 绿色品牌

绿色品牌（Green Brand）是指无害于环境或减少对环境影响的，具有良好顾客感知的品牌，具备绿色文化鲜明，绿色属性突出，经济效益显著，社会形象良好等特点。绿色品牌具有绿色性、可持续发展性、经济性和资产的特性。

3.2 品牌

与营销相关的无形资产，包括（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，能够在利益相关方中形成独特的印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

3.3 绿色领导

绿色领导是指在领导过程中融入环境保护和可持续发展的理念，通过领导者的示范作用和组织文化的塑造，推动组织成员采取绿色行为，在实现组织目标的同时，也实现经济效益、环境保护和社会责任的平衡与共赢。

4. 建设的原则

标准编制组立足于广东省品牌绿色低碳发展的现状，借鉴国际以及国家和本省相关文件、标准等文献，充分考虑广东省品牌绿色建设的需求，既要突出标准的“科学性”“前瞻性”“协调性”，也要结合广东省绿色品牌建设的实际情况，同时也充分考虑标准的“合理性”和“适用性”。

5. 组织和资源

对绿色品牌建设中实体各个层级职能和资源等内容进行了分析与说明。

6. 绿色品牌建设的实施

对绿色品牌建设的流程及相互的关系进行了说明。

7. 绿色战略规划

对绿色战略规划中绿色品牌架构和品牌定位流程和方法进行了具体的分析与说明。

8. 绿色品牌价值创造过程

对绿色品牌价值创造过程中对品牌建设的五大要素与绿色理念融合的具体过程与方法说明。

9. 绿色品牌建设监测

对绿色品牌建设过程及其结果监测的自我评价、标杆对比、第三方评价做出要求和说明。

10. 改进与创新

对绿色品牌建设过程的改进与创新总则、改进和创新的过程做出说明和要求。

11. 资料性附件

提供了开展绿色品牌建设过程监测的参考性指标

六、与国内其他法律法规的关系

制定本标准时依据并引用了国内有关现行有效的标准,也不违背国内其他行业标准、法律法规及强制性标准的有关规定。

七、标准属性

本标准属于广东省商务厅地方标准。

八、标准水平及预期效果

该标准通过研制、宣贯及实施推广等一系列标准化活动,促进区域和企业增强绿色品牌意识,塑造绿色品牌形象,培育绿色品牌的市场优势,从而有针对性

地提升中国企业的绿色品牌价值

九、贯彻要求及建议

本标准归口单位为广东省绿色贸易标准化技术委员会，经过审定报批后，由广东省商务厅发布并贯彻实施。

《绿色品牌建设规范》标准编写工作组

2024年5月