

广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件

粤人社规〔2025〕11号

第一章 总则

一、本标准条件适用于广东省从事品牌工程专业领域技术工作的专业技术人员申报职称评价。

二、品牌工程技术人才职称设置初级、中级、高级三个层级，其中初级分设员级和助理级，高级分设副高级和正高级。各级职称名称分别为技术员（员级）、助理工程师（助理级）、工程师（中级）、高级工程师（副高级）、正高级工程师（正高级）。

三、品牌工程专业领域技术人才职称评价设置品牌研究与开发、品牌标准与管控、品牌价值评价与应用、品牌服务与维护四个专业方向。

四、品牌研究与开发专业方向包括品牌理论、品牌文化研究和发掘、品牌发展规划和实施等技术岗位。

五、品牌标准与管控专业方向包括产品品牌、企业品牌、区域公用品牌、产业集群品牌等品牌相关领域标准制定、认证和控制管理等技术岗位。

六、品牌价值评价与应用专业方向包括品牌价值评价标准和方法、制定、实施，品牌溢价评估、品牌无形资产保护和利用等技术岗位。

七、品牌服务与维护专业方向包括品牌培育、品牌推介传播、品牌优化提升、品牌跟踪服务和品牌保护等技术岗位。

以上专业设置可根据品牌工程专业领域技术发展和实际需要适时调整。

第二章 基本条件

一、拥护中国共产党的领导，遵守中华人民共和国宪法和法律法规以及单位制度。

二、热爱本职工作，认真履行岗位职责，具有良好的职业道德、敬业精神和工作作风。

三、身心健康，具备从事品牌工程专业领域技术工作的身体条件。

四、职称外语和计算机应用能力不作统一要求。确需评价外语和计算机水平的，由用人单位在推荐环节自主确定。

五、根据国家和省有关规定完成继续教育学习任务。

六、任现职期间，年度考核或绩效考核为称职（合格）以上等次的年限不少于申报职称等级要求的资历年限。

第三章 评价条件

一、技术员评价条件

（一）学历资历条件

具备下列条件之一：

1.具备大学本科学历或学士学位，或技工院校预备技师（技师）班毕业。

2.具备大学专科学历或技工院校高级工班毕业，或具备中等职业学校毕业学历或技工院校中级工班毕业，从事品牌工程技术工作满 1 年，经单位考核合格。

（二）工作能力（经历）和业绩条件

- 1.熟悉品牌工程专业领域的基础理论知识和专业技术知识。
- 2.具有完成一般技术辅助性工作的实际能力。

二、助理工程师评价条件

（一）学历资历条件

具备下列条件之一：

- 1.具备硕士学位或第二学士学位，从事品牌工程技术工作。
- 2.具备大学本科学历或学士学位，或技工院校预备技师（技师）班毕业，从事品牌工程技术工作满 1 年，经单位考察合格。
- 3.具备大学专科学历或技工院校高级工班毕业，取得技术员职称后，从事品牌工程技术工作满 2 年。
- 4.具备中等职业学校毕业学历或技工院校中级工班毕业，取得技术员职称后，从事品牌工程专业技术工作满 4 年。

（二）工作能力（经历）和业绩条件

- 1.掌握品牌工程专业领域的基础理论知识和专业技术知识，了解国内外品牌建设发展情况，熟悉与品牌建设相关的法律法规和政策。
- 2.具有独立完成一般性技术工作的能力，能处理品牌工程专业范围内的一般性技术难题。具有指导和培训技术员的工作能力。

3.从事品牌工程专业领域技术工作期间，符合下列条件之一：

（1）参与品牌研究与开发项目 2 项。

（2）参与企业产品品牌标准与管控项目 2 项，或全过程参与企业产品品牌标准与管控项目 1 项。

（3）参与企业产品品牌价值评价与应用项目 2 项，或全过程参与企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌价值评价与应用项目 1 项。

（4）参与企业产品品牌服务与维护项目 2 项，或全过程参与企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌服务与维护项目 1 项。

三、工程师评价条件

（一）学历资历条件

具备下列条件之一：

1.具备博士学位，从事品牌工程技术工作。

2.具备硕士学位或第二学士学位，取得助理工程师职称后，从事品牌工程技术工作满 2 年。

3.具备大学本科学历或学士学位，或技工院校预备技师（技师）班毕业，取得助理工程师职称后，从事品牌工程专业技术工作满 4 年。

4.具备大学专科学历或技工院校高级工班毕业，取得助理工程师职称后，从事品牌工程专业技术工作满 4 年。

（二）工作能力（经历）条件

1.熟练掌握并能够灵活运用品牌工程专业领域的基础理论知识和专业技术知识,具备一定的品牌工程专业领域技术工作实践经验和技术研究能力,能够撰写解决复杂技术问题的研究成果或技术报告。

2.熟悉本专业技术标准和规程以及国内外品牌建设相关法律法规、政策和方法,能洞察国内外品牌建设发展趋势。具有较强的品牌建设工作能力,能独立解决品牌工程专业范围内较复杂的技术问题。

3.具有指导和培训助理工程师工作的能力。

(三) 业绩成果条件

任现职期间,符合下列条件 5 项中的 2 项,其中第 5 项为必选项:

1.从事品牌研究与开发工作的人员,应符合下列条件之一:

(1) 参与完成品牌建设、运营、维护、评价等研究项目 2 项;

(2) 参与品牌文化研究发掘项目 1 项;

(3) 参与品牌发展规划制定与实施项目 2 项;

(4) 参与出版品牌研究与开发和品牌建设相关的专著、编著等 1 部。

2.从事品牌标准与管控工作的人员,应符合下列条件之一:

(1) 参与制定品牌标准 2 项获应用,并取得一定的经济效益或社会效益;

(2) 参与完成品牌认证、管控等项目 2 项, 并取得一定的经济效益或社会效益。

3. 从事品牌价值评价与应用工作的人员, 应符合下列条件之一:

(1) 参与完成产品品牌、企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌价值评估项目 2 批(次), 并取得一定的经济效益或社会效益;

(2) 参与完成品牌综合分析应用报告 2 份以上, 为品牌建设提出科学、合理的可行性建议, 被县级以上政府部门或中小型企业采用(均须提供相关材料, 下同)。

4. 从事品牌服务与维护工作的人员, 应符合下列条件之一:

(1) 参与完成产品品牌、企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌推介传播服务项目 2 项, 并取得一定的经济效益或社会效益;

(2) 参与完成产品品牌、企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌优化提升项目 2 项, 并取得一定的经济效益或社会效益;

(3) 参与完成产品品牌、企业品牌、区域公用品牌或产业集群品牌跟踪服务项目 2 项, 并取得一定的经济效益或社会效益。

5. 申报人应提交任现职期间形成的与本人专业技术工作经历高度相关的能反映本人专业技术水平和工作能力的成果, 符合下列条件之一:

(1) 作为主要作者撰写本专业相关的项目咨询报告、研究

报告、品牌发展报告、品牌建设运营规划等 1 篇以上；

(2) 作为主要作者公开发表本专业相关的论文 1 篇以上。

四、高级工程师评价条件

(一) 学历资历条件

具备下列条件之一：

1. 具备博士学位，取得工程师职称后，从事品牌工程技术工作满 2 年；或取得博士学位后，从事品牌工程技术工作满 3 年。

2. 具备硕士学位或第二学士学位，或大学本科学历或学士学位，或技工院校预备技师（技师）班毕业，取得工程师职称后，从事品牌工程技术工作满 5 年。

(二) 工作能力（经历）条件

1. 系统掌握品牌工程专业领域理论知识和专业技术知识，具有跟踪品牌理论发展前沿水平的能力，具备较丰富的品牌建设工作实践经验和功底。熟练掌握国内外品牌建设工作相关法律法规、政策和方式、方法，具有较高的政策理论水平和学术造诣。

2. 长期从事品牌研究与开发、品牌标准与管控、品牌价值评价与应用或品牌服务与维护等工作，能独立承担完成品牌建设项目或能独立解决品牌工程专业领域范围内比较复杂问题，业绩突出，有较高的行业认可度。

3. 在指导、培养中青年技术骨干方面发挥重要作用，能够指导品牌工程师或相关专业研究生的工作和学习。

(三) 业绩成果条件

任现职期间，符合下列条件 5 项中的 2 项，其中第 5 项为必选项：

1.从事品牌研究与开发工作的人员，符合下列条件之一：

（1）主要参与完成产品品牌、企业品牌的研究、规划课题 2 项，被大中型以上企业采纳应用，取得较好的经济效益或社会效益；

（2）主要参与完成区域公用品牌研究、规划课题 2 项，被市（厅）级以上政府部门或省级社会组织采纳应用，取得较好的经济效益或社会效益；

（3）主要参与完成省级以上产业集群品牌研究或规划课题 1 项，被市（厅）级以上政府部门或大中型企业采纳应用，取得较好的经济效益或社会效益；

（4）主要参与完成品牌文化研究与发掘课题 2 项，被市（厅）级以上政府部门或省级以上社会组织采纳应用，取得较好的经济效益或社会效益；

（5）主要参与出版品牌研究与开发和品牌建设相关的编著、教材等 1 部，经专家认定对品牌建设具有较大贡献；

（6）主要参与完成 1 项课题研究成果（含论文、论著、标准、技术规范、报告、方案等），经省（部）级以上主管部门或省级以上社会组织鉴定，达到省内领先或国内先进水平。

2.从事品牌标准与管控工作的人员，符合下列条件之一：

（1）主要参与制定大中型企业产品品牌、企业品牌标准 4

项并获应用，经专家认定对品牌建设具有较大贡献；

（2）主要参与制定区域公用品牌标准 2 项并获批准应用，经专家认定对品牌建设具有较大贡献；

（3）主要参与制定省级以上产业集群品牌标准 1 项并获批准应用，经专家认定对品牌建设具有较大贡献；

（4）主要参与完成品牌认证和管控等报告或方案 2 项，被市（厅）级以上政府部门或省级以上社会组织、大中型企业采纳应用，并取得较好的经济效益或社会效益。

3.从事品牌价值评价与应用工作的人员，符合下列条件之一：

（1）主要参与制定 1 项品牌价值评价地方标准或行业标准并获应用，或主持完成 2 项品牌价值评价团体标准并获应用；

（2）主要参与完成大中型企业产品品牌、企业品牌或区域公用品牌价值评价项目 2 批（次），或省级以上产业集群品牌价值评价项目 1 批（次），经专家认定对品牌建设具有较大贡献，并取得较好的经济效益或社会效益；

（3）主要参与完成大中型企业品牌或区域公用品牌价值评价综合分析报告 2 份以上，被市（厅）级以上政府部门或省级以上社会组织、大中型企业采纳应用，并取得较好的经济效益或社会效益；

（4）主要参与完成大中型企业品牌、区域公用品牌无形资产保护利用或品牌价值溢价评估项目 2 项以上，经专家认定对品牌建设发展具有较大贡献，并取得较好的经济效益或社会效益。

4.从事品牌服务与维护工作的人员，符合下列条件之一：

（1）主要参与完成大中型企业产品品牌、企业品牌或区域公用品牌推介传播服务项目 2 项，或省级以上产业集群品牌推介传播服务项目 1 项，经专家认定对品牌建设具有较大贡献，并取得较好的经济效益或社会效益；

（2）主要参与完成大中型企业产品品牌、企业品牌或区域公用品牌优化提升项目 2 项，或省级以上产业集群品牌优化提升项目 1 项，经专家认定对品牌建设具有较大贡献，并取得较好的经济效益或社会效益；

（3）主要参与完成大中型企业产品品牌、企业品牌或区域公用品牌跟踪服务项目 2 项，或省级以上产业集群品牌跟踪服务项目 1 项，经专家认定对品牌建设具有较大贡献，并取得较好的经济效益或社会效益。

（4）主要参与完成省级以上重大品牌建设项目，得到省级有关部门的鉴定认可，并取得重大经济效益或社会效益。

（5）主要参与完成的品牌建设相关报告、方案等被省级以上政府部门采纳。

（6）主要参与完成品牌建设项目 2 项以上，获得市（厅）级以上政府部门或省级以上社会组织表彰。

5.申报人应提交任现职期间形成的与本人专业技术工作经历高度相关的能反映本人专业技术水平和工作能力的成果，符合下列条件之一：

(1)作为第一作者撰写的本专业相关高水平项目咨询报告、研究报告、品牌发展报告、品牌建设运营规划;

(2)作为第一作者公开发表本专业相关的论文 2 篇以上;

(3)作为主要著作者公开出版本专业相关编著、专著、教材、译著或工具书籍等 1 部以上。

(四) 代表性成果

申报高级工程师职称时, 申报人应选取 1 至 3 项标志性工作业绩, 作为代表个人专业技术能力和水平的成果提交评审(可从已提交的业绩成果中选取):

1.取得重大经济效益或社会效益的品牌建设项目。

2.主要参与完成的被省级以上政府部门或大中型企业采纳的品牌建设相关项目咨询报告、研究报告、发展报告、建设运营规划。

3.参与编制的达到行业先进水平的本专业领域标准或技术规范。

4.公开发表或出版的本专业领域相关论文、编著、专著、教材、译著或工具书籍。

5.其他可以代表本人专业技术能力水平的成果。

五、正高级工程师评价条件

(一) 学历资历条件

具备大学本科以上学历或学士以上学位, 或技工院校预备技师(技师)班毕业, 取得高级工程师职称后, 从事品牌工程技术

工作满 5 年。

（二）工作能力（经历）条件

1.具有全面系统的品牌工程专业领域理论和实践功底，具有很高的科研水平、学术造诣和很强的科学实践能力，全面掌握品牌建设领域前沿发展动态，具有引领发展前沿水平的能力，取得重大理论研究成果和关键技术突破，或在品牌建设相关领域取得创新性研究成果，推动品牌建设的发展。

2.熟练掌握品牌建设领域相关工作方法和发展趋势，精通与品牌建设领域相关的法律法规和政策。

3.长期从事品牌研究与开发或品牌标准与管控或品牌价值评价与应用或品牌服务与维护等工作，业绩突出，能够主持完成品牌建设领域重大项目，能够解决重大技术问题或掌握关键核心技术，具有很高的行业认可度，取得了显著的经济效益或社会效益，具有较强的社会影响力。

4.在指导、培养中青年技术骨干方面作出突出贡献，能够有效指导品牌高级工程师或相关专业研究生的工作和学习。

（三）业绩成果条件

任现职期间，符合下列条件 5 项中的 2 项，其中第 5 项为必选项：

1.从事品牌研究与开发工作的人员，符合下列条件之一：

（1）主持完成省级以上政府部门的品牌研究与开发、品牌文化研究与发掘、品牌发展规划制定等项目 1 项以上，经专家认

定对品牌建设具有重大贡献，并取得显著的经济效益或社会效益；

(2)主持完成品牌建设相关的报告、方案或标准等2份(项)以上，被省级以上政府部门采纳；

(3)作为主要著作者(排名第一)出版品牌研究与开发和品牌建设相关的专著、编著、教材等1部，经专家认定对品牌建设具有较大贡献。

2.从事品牌标准与管控工作的人员，符合下列条件之一：

(1)主持完成区域公用品牌标准制定和实施项目2项以上，经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献；

(2)主持完成产业集群品牌标准制定和实施项目2项以上，经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献；

(3)主持完成品牌的国家标准制定和管控项目1项，或主持完成品牌的行业标准、省级标准制定和管控项目1项；

(4)主持完成品牌认证和管控报告或方案1项以上，被省级政府部门或全国性社会组织、大型企业采纳。

3.从事品牌价值评价与应用工作的人员，符合下列条件之一：

(1)主持制定1项品牌价值评价国家标准，并获应用；

(2)主持制定2项品牌价值评价行业标准、省级标准，并获应用；

(3)主持完成省级以上区域公用品牌价值评价项目2批(次)，经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献；

(4) 主持完成省级以上产业集群品牌价值评价项目 1 批(次), 经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献;

(5) 主持完成品牌价值评价综合分析应用报告 4 份以上, 至少 1 份被省级以上政府部门采纳或 2 份被全国性社会组织、大型企业采纳;

(6) 主持完成省级以上或大型企业品牌价值溢价评估或品牌无形资产保护利用项目 4 项以上, 经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献。

4. 从事品牌服务与维护工作的人员, 符合下列条件之一:

(1) 主持完成国家级品牌推介传播服务、品牌优化提升、品牌跟踪服务或品牌保护项目 1 项, 经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献;

(2) 主持完成省级以上或大型企业品牌推介传播服务、品牌优化提升、品牌跟踪服务或品牌保护项目 2 项, 经专家认定具有国内领先水平或对品牌建设具有较大贡献。

(3) 主持完成省级以上重大品牌建设项目品牌建设相关报告、方案等, 被省级以上政府部门或大型企业采纳。

(4) 主持完成品牌建设项目 2 项, 取得显著经济效益或社会效益, 获得省级以上政府部门或全国性社会组织表彰。

5. 申报人应提交任现职以来形成的与本人专业技术工作经历高度相关的能反映本人专业技术水平和工作能力的成果, 符合

下列条件之一，且经评委会评议具有较高学术价值：

（1）作为第一作者撰写本专业相关的项目咨询报告、研究报告、品牌发展报告、品牌建设运营规划等 1 篇以上；

（2）作为第一作者公开发表本专业相关的论文 3 篇以上；

（3）作为主要著作者公开出版品牌建设领域专著 1 部。

（四）代表性成果

申报正高级工程师职称时，申报人应选取 1 至 3 项标志性工作业绩，作为代表个人专业技术能力和水平的成果提交评审（可从已提交的业绩成果中选取）：

1.主持完成的被省级以上政府部门表彰的品牌建设项目。

2.主持完成的被省级以上政府部门或大中型企业采纳的品牌建设相关项目咨询报告、研究报告、发展报告、建设运营规划。

3.参与编制的达到行业领先水平的本专业领域标准或技术规范。

4.公开发表或出版的本专业领域相关论文、编著、专著、教材、译著或工具书籍。

5.其他可以代表本人专业技术能力水平的成果。

第四章 职称破格申报条件

一、高级工程师破格申报条件

不具备以上规定的学历资历条件，符合下列条件之一的，可由 2 名本专业或相近专业正高级工程师书面推荐，破格申报：

1.担任国家品牌建设专家委员会专家或省品牌建设专家委

员会负责人；

2.主持完成的重大品牌建设项目，在品牌建设机制完善和商业模式创新方面取得重大成果，取得明显经济效益或社会效益，得到省级行业主管部门鉴定认可，或作为典型案例被国家级主流媒体宣传报道；

3.担任企业首席品牌官（或品牌建设总负责人）满 5 年，任职期间对企业品牌建设作出重大贡献，所在企业进入中国品牌价值评价信息发布榜前 20 名，或获省级以上政府质量奖提名。

二、正高级工程师破格申报条件

不具备以上规定的学历资历条件，符合下列条件之一的，可由 2 名本专业或相近专业正高级工程师书面推荐，破格申报：

1.获国家或省人才主管部门批准的有突出贡献的中青年专家称号者（含享受政府特殊津贴专家）；

2.担任省级以上产业集群品牌或品牌建设专家委员会负责人满 2 年，对品牌建设作出重大贡献，受到省级以上政府部门表彰奖励；

3.担任企业首席品牌官（或品牌建设总负责人）满 5 年，任职期间对企业品牌建设作出重大贡献，所在企业进入中国品牌价值评价信息发布榜前 10 名，或获得省级以上政府质量奖。

第五章 附 则

一、技工院校中级工班、高级工班、预备技师（技师）班毕业，分别按相当于中专、大专、本科学历申报相应职称。

二、本标准条件的实施以及监督管理，按照我省职称评审管理服务实施办法及配套规定执行。各级人力资源社会保障部门应会同有关部门加强职称评审监管，重点针对申报材料不实、论文造假、评审专家违规、中介机构牟利等问题开展抽查、督查和整治，促进职称评审公平公正。

三、本标准条件自 **2025 年 4 月 15 日** 起实施，有效期 **5 年**。与本标准条件有关的词语或概念的解释见附录。

附录：相关词语或概念解释

1.本专业：指品牌工程专业领域，包括品牌研究与开发、品牌标准与管控、品牌价值评价与应用、品牌服务与维护四个专业方向。品牌研究与开发专业方向包括品牌理论、品牌文化研究和发掘、品牌发展规划和实施等专业；品牌标准与管控专业方向包括产品品牌、企业品牌、区域公用品牌、产业集群品牌、标准制定、认证和控制管理等专业；品牌价值评价与应用专业方向包括品牌价值评价标准和方法制定实施，品牌溢价评估、品牌无形资产保护和利用等专业；品牌服务与维护专业方向包括品牌培育、品牌推介传播、品牌优化提升、品牌跟踪服务和品牌保护等专业。

如无特别说明，本标准条件所列业绩、学术、奖项、专利等成果均为与本专业相关的成果。

2.凡冠有“以上”的均含本级或本数量。

3.学历(学位)：指国家教育行政等主管部门认可的学历(学位)。

4.主持：领导项目团队开展工作，在项目工作中起到主导和带头作用，主持人对项目负总责。一般指项目的工程负责人、技术负责人、主要涉及人等。

5.参与和主要参与：指在项目组内，在项目负责人的带领下，参加项目全过程并承担技术性工作的完成人，其认定条件为该人员在项目报告所列名单中的参加人员，排序不限。主要参与指排名前三的参加人员。

6.论文：公开发表论文指在取得出版刊号（国内要求为 **CN** 或 **ISSN** 刊物，国外刊物要求 **EI** 或 **SCI** 收录）的专业学术期刊上发表本专业研究性学术文章。凡对事业或业务工作现象一般描述、介绍、报道的文章，不能视为论文。所有的清样稿、论文录用通知（相关材料）不能作为已发表论文的依据。

7.专著：指国家新闻出版署认可的具有 **ISBN** 书号的本专业学术专著。具有特定的研究对象，概念准确，反映研究对象规律，并构成一定体系，属作者创造性思维的学术著作。

8.省级：指中华人民共和国各省、自治区、直辖市党委或人民政府，国家各部委。

9.市（厅）级：指行政区划为地级以上市（不含直辖市）和省级党政机关厅级部门。

10.经济效益：指通过利用某工作项目所产生的，可以用经济统计指标计算和表现的效益。按人均上缴利税计算，不含潜在效益，其经济指标将随生产力发展水平作适当调整。

11.社会效益：指通过利用某工作项目所产生的，经过有关主管部门认可的改善环境、劳动、生活条件、节能、降耗、增强国力等的效益，以及有利于贯彻党和国家方针政策，有利于促进国民经济和社会发展的效益。

12.品牌：品牌的本质是品牌拥有者的产品、服务或其他优于竞争对手的优势能为目标受众带去同等或高于竞争对手的价值。其中价值包括：功能性利益、情感性利益。广义的“品牌”

是具有经济价值的无形资产，用抽象化的、特有的、能识别的心智概念来表现其差异性，从而在人们意识当中占据一定位置的综合反映。品牌建设具有长期性。狭义的“品牌”是一种拥有对内对外两面性的“标准”或“规则”，是通过对理念、行为、视觉、听觉四方面进行标准化、规则化，使之具备特有性、价值性、长期性、认知性的一种识别系统总称。品牌包括产品品牌、企业品牌、区域公用品牌、产业集群品牌等。

13.产品品牌：产品品牌是对产品而言，包含两个层次的含义：一是指产品的名称、术语、标记、符号、设计等方面的组合体；二是代表有关产品的一系列附加值，包含功能和心理两方面的利益点，如：产品所能代表的效用、功能、品位、形式、价格、便利、服务等。

14.企业品牌：指以企业名称为品牌名称的品牌。企业品牌传达的是企业的经营理念、企业文化、企业价值观念及对消费者的态度等，能有效突破地域之间的壁垒，进行跨地区的经营活动。企业品牌的内涵至少应包含商品品牌和服务品牌，并在两者基础上衍生出企业品牌。

15.区域公用品牌：区域公用品牌是指在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，由相关组织所有，由若干农业生产经营者共同使用的农产品品牌。该类品牌由“产地名+产品名”构成，原则上产地应为县级或地市级，并有明确生产区域范围。

16.产业集群品牌：具有区域性和品牌效应这两个特性。区域性指集群品牌一般限定在一个区域或者一个城市的范围内，带有很强的地域特色。

17.品牌文化：品牌文化是某一品牌的拥有者、购买者、使用者或向往者之间共同拥有的、与此品牌相关的独特信念、价值观、仪式、规范和传统的综合。也指通过赋予品牌深刻而丰富的文化内涵，建立鲜明的品牌定位，并充分利用各种强有效的内外部传播途径形成消费者对品牌在精神上的高度认同，创造品牌信仰，最终形成强烈的品牌忠诚。

18.品牌推介传播：是企业的重要战略也是超越营销的不二法则。品牌传播的最终目的就是要发挥创意的力量，利用各种有效发声点在市场上形成品牌声浪，有声浪就有话语权，是品牌塑造的主要途径。

19.品牌优化提升：就是通过建立品牌标准体系、一系列管控措施，提升品牌的影响力和品牌的竞争力。

20.品牌价值评价：也称“品牌实力评价”，指的是基于一定的评价体系，全面分析和描述品牌的发展特征，包括品牌战略的合理性、品牌与消费者的关系、品牌管理体系的效率、品牌营销的投入产出比等若干方面，并依据“有形资产、无形资产、质量、技术创新、服务”评价五要素的评分标准测算出品牌的价值金额和品牌强度，使品牌评价的结果能够成为跨越多个经营周期考核品牌管理绩效、了解品牌发展趋势的参照系。

21.品牌标准：即品牌规划、定位、设计、传播、评价、维护等实施路径中，建立起的产品质量标准、标识使用标准、服务标准、创新成果应用规范、自主知识产权使用规范等技术标准规范体系。

22.产品品牌标准：对产品而言，包括产品名称、标记、符号等方面的设计标准和有关产品一系列附加值的服务标准。

23.企业品牌标准：对应以企业名称为品牌名称的品牌而言，包括产品品牌标准和与企业相关的附加值服务标准。

24.区域公用品牌标准：指在特定的自然生态环境、历史人文因素的区域内，生产经营企业或个人共同对该区域产品进行质量管控，建立起覆盖种植养殖、生产加工、仓储物流、终端销售等各环节的标准体系。

25.产业集群品牌标准：指限定在一个区域或者一个城市范围内的产业或产品，范围内的生产经营的企业、单位共同制定产业发展规划、行业标准和产品品牌标准。

26.品牌建设专家委员会专家：中国品牌建设促进会专家委员会成员即国家品牌建设专家委员会成员；广东省价格和产业品牌发展协会专家委员会成员即省品牌建设专家委员会成员；专家委员会主任委员、副主任委员即委员会负责人。

27.中国品牌价值评价信息发布榜：由新华社、国务院国资委新闻中心、中国品牌建设促进会、中国资产评估协会等单位发起主办，根据品牌的“有形资产、无形资产、质量、技术创新、

服务”五要素评价体系和品牌评价国家标准，对各类品牌进行综合性、专业性评价后所发布的榜单。

28.大中小型企业：大中型企业划分参照《关于印发中小型企业划型标准规定的通知》（工信部联企业〔2011〕300号）执行。

29.国家级主流媒体：包括人民日报、新华社、光明日报、中国日报、中国新闻社、经济日报、中国青年报、中央电视台。