

本标准已于 2020 年 05 月 18 日在上海市市场监督管理局登记，登记号 T/311479310106G5032020

ICS 号： 01.080.01

中国标准文献分类号： A22

团 体 标 准

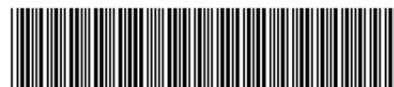
T/SHSL000002-2020

首发经济评价通则 第 2 部分：引领性品牌新品
Evaluation Specification for Debut Economy Part Two:
New Product of Leading Brand

2020-04-30 发布

2020-06-01 实施

上海市商业联合会 发布



2004308793189

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 评价指标	1
5 评价方法	2
附录 A（规范性附录） 首发经济引领性品牌新品评价方法	4

前 言

为促进本市国际消费城市建设，推动首发经济的发展，在上海市商务委员会的支持下，结合上海市开展首发经济工作的实际情况，开展《首发经济评价通则》系列标准制定工作。

《首发经济评价通则》分为三部分：

- 第1部分：引领性品牌；
- 第2部分：引领性品牌新品；
- 第3部分：引领性品牌首店。

本部分为《首发经济评价通则》的第2部分。

本部分按照GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本部分由上海市商业联合会提出并归口。

本部分起草单位：上海企业竞争力研究中心、上海金楹企业信用征信有限公司、上海月星环球港商业中心有限公司、戴德梁行房地产咨询有限公司、北京新中商数据科技有限公司、上海复星外滩置业有限公司、上海识装信息科技有限公司、讯销（中国）商贸有限公司、上海市质量和标准化研究院。

本部分主要起草人：赵皎黎、戴宇欣、邓金兵、范林根、潘陈杰、沈进、金俊儒、周长青、郭歆晔、崔丽、孙平、孔颖、朱婕、杨玉海、王晨、高维佳、陈佳云。

首发经济评价通则 第2部分：引领性品牌新品

1 范围

本文件规定了引领性品牌新品的术语和定义、评价指标、评价方法等要求。

本文件适用于为促进本市首发经济发展目标,对在上海市场销售的引领性品牌新品(含产品和服务)进行评价,也适用于相关企业对标首发经济建设要求进行自我评价。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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 29185 品牌价值 术语

GB/T 36680 品牌分类

T/SHSL01-2020 首发经济评价通则 第1部分：引领性品牌

3 术语和定义

GB/T 29185、T/SHSL01-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 引领性品牌新品(简称“品牌新品”) Leading Brand New Product

具备上市条件即将上市,或者上市时间在一年内的引领性品牌旗下代表性产品,应具备产品品质好、市场认可度高、绿色健康的特性。

注:1.这里“产品”是“产品和服务”的统称,根据产品表现形式具体可分品牌产品新品、品牌服务新品;

2.根据品牌新品所属的引领性品牌分类,具体分为国际品牌新品、本土品牌新品、创意品牌新品。

3.2 品牌新品首发(简称“新品首发”) Leading Brand New Product First Time Market

品牌新品在一定地域的市场范围首次上市的活动。根据市场范围可分为国际首发、亚洲首发、国内首发、上海首发。

4 评价指标

4.1 上市状况

4.1.1 上市时间

产品具备上市条件,即将上市;或者产品上市时间在一年内。

4.1.2 新品首发

产品国内首发地应在上海。

4.1.3 产品代表性

产品在品牌中为主流产品，对该品牌具有代表性。

4.2 产品品质

4.2.1 技术创新性与领先性

技术创新性与领先性的评价内容包括但不限于：

- 产品生产和服务所用材料的创新和领先程度；
- 产品生产和服务所用技术的创新和领先程度；
- 产品生产和服务所用工艺的创新和领先程度。

4.2.2 功能创新性与领先性

功能创新性与领先性的评价内容包括但不限于：

- 产品功能的创新与领先程度；
- 产品外观或服务表现方式的创新与领先程度。

4.2.3 质量领先性

质量领先性的评价内容包括但不限于：

- 产品符合国内相关标准要求；
- 产品质量检测或服务评价主要指标与同类产品比较的领先程度。

4.3 市场认可度

4.3.1 消费者认可度

消费者认可度的评价内容包括但不限于：

- 消费者对新产品的关注度或期望程度；
- 新产品的市场欢迎程度（市场预期销售或实际销售情况与同类产品的比较）；
- 消费者对新产品的美誉度。

4.3.2 同业认可度

同业认可度的评价内容包括但不限于：

- 同业（含上下游、竞争者）对新产品的关注度或预期；
- 同业（含上下游、竞争者）对新产品的美誉度。

4.4 绿色属性

4.4.1 资源节约性

新产品全生命周期达到资源节约的程度。

4.4.2 环境友好性

新产品全生命周期与环境的友好程度。

4.4.3 健康安全

新产品全生命周期对人的健康安全的保障程度。

5 评价方法

5.1 基本要求

- 1、产品品牌为引领性品牌；
- 2、产品符合国内相关标准要求；
- 3、产品已经具备上市条件即将上市，或者上市时间在一年内；
- 4、产品国内首发地应在上海；
- 5、产品在品牌体系中为主流性产品，对品牌具有代表性；

5.2 指标评分

评价采取百分制计分。具体应按表1的要求对第4章所列评价指标进行评分。

表1 首发经济引领性品牌新品评价指标分值分布

一级指标	二级指标	分值
上市状况	上市时间	3分
	新品首发	3分
	产品代表性	4分
产品品质	技术创新性与领先性	15分
	功能创新性与领先新	15分
	质量领先性	10分
市场认可度	消费者认可度	25分
	同业认可度	15分
绿色属性	资源节约性	2分
	环境友好性	2分
	健康安全	6分

5.3 评价要求

首发经济引领性品牌新品评价应具体按照附录A中A.1的规定执行。

5.4 评价结果

5.4.1 评价结果为“达标”和“不达标”两种结果。

5.4.2 达到以下要求，即“达标”；否则为“不达标”：

- a) 达到本文件 5.1 的基本要求；
- b) 二级指标评价得分均超过该项指标总分的一半；
- c) 经评价总分值达到 80 分以上。

附 录 A
(规范性附录)
首发经济引领性品牌新品评价方法

A.1 首发经济引领性品牌新品评价应符合表A.1 的要求。

表A.1 引领性品牌新品评价方法

一级指标及分值	二级指标及分值	指标说明及分值
上市状况 10分	上市时间 3分	具备上市条件，即将上市的产品；或者上市时间在一年内的产品，0或3分
	新品首发 3分	产品国内首发地应在上海 0或3分
	产品代表性 4分	产品在品牌中为主流产品，对该品牌具有代表性，0-5分
产品品质 40分	技术创新性与领先 分性 15	产品生产材料、技术和工艺，或提供服务的材料、技术、工艺具有根本性的创新，与同类产品相比具有明显的领先性和趋势代表性 5-15分
	功能创新性与领先 分性 15	产品的功能、外观，或服务的功能、表现方式具有根本性的创新，在同类产品市场具有明显的领先性和趋势代表性 5-15分
	质量领先性 10分	产品符合国内相关标准要求 0或3分
产品质量检测和服务质量评价主要指标与同类产品相比具有明显领先性 3-7分		
市场认可度 40分	消费者认可度 25分	消费者对新产品的关注度或期望程度 2-5分
		新产品的市场欢迎程度（市场预期销售或实际销售情况与同类产品的比较） 3-10分
		消费者对新产品的的美誉度 0-10分
	同业认可度 15分	同业（含上下游、竞争者）对新产品的关注度或预期 2-5分
同业（含上下游、竞争者）对新产品的的美誉度 0-10分		
绿色属性 10分	资源节约 2分	新产品全生命周期达到资源节约的程度 0-2分
	环境友好 2分	新产品全生命周期与环境的友好程度 0-2分
	健康安全 6分	新产品全生命周期对人的健康安全的保障程度 0-6分