

国家发展和改革委员会
工业和信息化部
农业农村部
商务部
国务院国有资产监督管理委员会
国家市场监督管理总局
国家知识产权局
文件

发改产业〔2022〕1183号

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

品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是满足人民美好生活需要的重要途径。近年来，我国品牌建设取得积极进展，品牌影响力稳步提升，对供需结构升级的推动引领作用显著增

强。同时也要看到，新一轮科技革命和产业变革深入发展，品牌发展理念和实践深刻变革，我国品牌发展水平与全面建设社会主义现代化国家的要求相比仍有差距。为高质量推进品牌建设工作，全面提升我国品牌发展总体水平，提出意见如下。

一、总体要求

（一）总体思路。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻党的十九大和十九届历次全会精神，深入贯彻习近平总书记关于品牌建设的重要指示精神，立足新发展阶段，完整、准确、全面贯彻新发展理念，构建新发展格局，以深化供给侧结构性改革为主线，以满足人民群众日益增长的美好生活需要为根本目的，坚持质量第一、创新引领，开展中国品牌创建行动。适应新时代新要求，进一步引导企业加强品牌建设，进一步拓展重点领域品牌，持续扩大品牌消费，营造品牌发展良好环境，促进质量变革和质量提升，推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变，久久为功促进品牌建设高质量可持续发展。

（二）发展目标

到 2025 年，品牌建设初具成效，品牌对产业提升、区域经济发展、一流企业创建的引领作用更加凸显，基本形成层次分明、优势互补、影响力创新力显著增强的品牌体系，品牌建设促进机制和支撑体系更加健全，培育一批品牌管理科学规范、竞争力不断提升的一流品牌企业，形成一批影响力大、带动作用强的产业

品牌、区域品牌，中国品牌世界共享取得明显实效，人民群众对中国品牌的满意度进一步提高。

到 2035 年，品牌建设成效显著，中国品牌成为推动高质量发展和创造高品质生活的有力支撑，形成一批质量卓越、优势明显、拥有自主知识产权的企业品牌、产业品牌、区域品牌，布局合理、竞争力强、充满活力的品牌体系全面形成，中国品牌综合实力进入品牌强国前列，品牌建设不断满足人民群众日益增长的美好生活需要。

二、培育产业和区域品牌

（一）打造提升农业品牌。实施农业品牌精品培育计划，聚焦粮食生产功能区、重要农产品保护区、特色农产品优势区和现代农业产业园等，打造一批品质过硬、特色突出、竞争力强的精品区域公用品牌。深入实施农业生产“三品一标”（品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产）提升行动，加强绿色、有机和地理标志农产品培育发展，打造一批绿色优质农产品品牌。开展脱贫地区农业品牌帮扶，聚焦特色产业，支持培育一批特色农产品品牌。加强科技创新、质量管理、市场营销，打造一批产品优、信誉好、产业带动性强、具有核心竞争力的合作社品牌、家庭农场品牌和农业领军企业品牌。发展乡村新产业新业态，围绕休闲农业、乡村服务业等，打造一批新型农业服务品牌。

（二）壮大升级工业品牌。大力实施制造业“增品种、提品质、创品牌”行动，形成有影响力的“中国制造”卓著品牌，培

育一批先进制造业集群品牌。引导装备制造业加快提质升级，推动产品供给向“产品+服务”转型，在轨道交通、电力、船舶及海洋工程、工程机械、医疗器械、特种设备等装备领域，培育一批科研开发与技术创新能力强、质量管理优秀的系统集成方案领军品牌和智能制造、服务型制造标杆品牌。鼓励消费品行业发展个性化定制、规模定制，在汽车、纺织服装、消费类电子、家用电器、食品、化妆品等领域，培育一批高端品牌、“专精特新”企业。推动电子信息产业创新发展和原材料产业关键技术攻关，培育一批竞争力强的品牌企业。加强工业产品质量安全监管，督促企业落实质量主体责任，提升质量管理数字化水平，提高产品技术质量性能、稳定性和可靠性。

（三）做强做精服务业品牌。加强服务品牌意识，提升服务品牌价值。推动金融、物流、研发设计、商务咨询、人力资源、节能环保等生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，培育具有国际竞争力的生产性服务品牌。推动商贸、健康、养老、托育、文化、旅游、体育、家政、餐饮等生活性服务业向高品质和多样化升级，创新发展体验服务、共享服务、智慧服务等新业态新模式，培育专业度高、覆盖面广、影响力大、放心安全的服务精品，推动形成服务优质、应用面广的在线服务品牌。面向产业数字化发展需求，围绕人工智能、5G、工业互联网、智慧城市、智慧农业等领域，培育优质数字化品牌。实施“数商兴农”，培育电商优质品牌。

（四）培育区域品牌。鼓励各地围绕区域优势特色产业，打造竞争力强、美誉度高的区域品牌。支持产业联盟、行业协会商会、企业等共建区域品牌，在商标标识、质量标准等方面加强协调，宣传推介区域品牌形象。构建区域品牌质量标准、认证和追溯体系，推动产业集群质量品牌提升。充分发挥集体商标、证明商标制度作用，加强区域品牌运用、价值评估和知识产权融资，强化区域品牌使用管理和保护。加强地理标志的品牌培育和展示推广，推动地理标志与特色产业发展、生态文明建设、历史文化遗产、乡村振兴等有机融合，提升区域品牌影响力和产品附加值。

三、支持企业实施品牌战略

（一）提升技术和质量水平。支持企业深入开展质量提升行动，实施全产业链质量提升，加强企业技术创新和产业链协同联动，促进技术迭代和质量升级。支持企业推进生产自动化、智能化、绿色化，构建规范化、标准化、精细化的运营体系。鼓励企业推广先进质量管理模式，开展质量管理数字化升级，建立全周期全流程质量安全追溯体系。鼓励企业完善测量管理体系，夯实高质量发展的计量能力和水平。开展对标达标提升行动，鼓励企业制定高于国际标准、国家标准水平的企业标准，推动形成一批具有引领带动作用的企业标准“领跑者”和一批具有市场竞争力的“领跑者”标准。

（二）塑造提升品牌形象。鼓励企业推进产品设计、文化创

意、技术创新与品牌建设融合发展，建设品牌专业化服务平台，提升品牌营销服务、广告服务等策划设计水平。实施商标品牌战略，加强商标品牌指导站建设，培育知名商标品牌。引导企业诚信经营，信守承诺，积极履行社会责任，塑造良好品牌形象。支持企业强化商标品牌资产管理，提升品牌核心价值和品牌竞争力。

（三）丰富品牌文化内涵。积极推动中华文化元素融入中国品牌，深度挖掘中华老字号文化、非物质文化遗产、节庆文化精髓，彰显中国品牌文化特色。推进地域文化融入品牌建设，弘扬地域生态、自然地理、民族文化等特质。培育兼容产业特性、现代潮流和乡土特色、民族风情的优质品牌。

（四）发挥大型骨干企业示范引领作用。推动大型骨干企业特别是中央企业进一步发挥示范引领作用，深入实施中央企业品牌提升专项行动，加大品牌建设投入，积极推进全面品牌管理，促进品牌建设与企业经营良性互动，形成一批具有中国特色的品牌建设实践经验。支持大型骨干企业融入国家形象塑造，参与国际重大交流活动，传递中国品牌理念，不断增强全球消费者对中国制造、中国建造、中国服务的品牌认同。

四、扩大品牌影响力

（一）鼓励品牌消费。以质量品牌为重点，促进消费向绿色、健康、安全发展。广泛开展品牌宣传推广工作，推进品牌故事“走基层、入民心”，引导消费者认可、信任优质品牌。鼓励

企业在重大装备和重点工程中使用优质品牌产品。创新数字化消费新场景，鼓励有条件的地方和企业持续培育新型消费。依托中国品牌日系列活动和中国农民丰收节、全国消费促进月、双品网购节等重要活动，营造品牌消费良好氛围。

（二）引导品牌国际化。鼓励企业实施品牌国际化战略，拓展国际市场。引导企业构建研发、采购、生产、品牌建设推广、售后服务一体化体系，开展商标海外布局。鼓励品牌企业与国际品牌企业合作，提高品牌国际化运营能力。引导行业龙头企业带动中小企业联合开展海外品牌建设推广，合作共建展销中心、营销渠道、服务网络、研发体系和公共海外仓。支持企业参加海外品牌展示和推广活动。

（三）积极参与国际合作。推动完善品牌相关的知识产权国际规则 and 标准。推进重点领域计量、标准、检验检测、认证认可结果国际采信、互认。推动行业协会、品牌服务机构与国外相关组织开展合作交流。鼓励品牌研究和标准化活动国际合作，积极开展品牌评价、品牌管理等领域国际标准的制修订，加快品牌标准应用和标准信息共享。

五、夯实品牌建设基础

（一）加强品牌保护。统筹推进商标、字号、专利、著作权等保护工作，加强驰名商标保护，严厉打击商标侵权等违法行为。完善跨部门、跨区域知识产权执法协作机制，加强知识产权信息公共服务资源供给，推进商标、地理标志等知识产权数据共

享，依法依规加强知识产权领域信用体系建设。支持企业加强商标品牌保护，完善商标品牌维权与争端解决机制，推进商标数据国际交换与应用，推动商标品牌保护、纠纷处置的跨国协作。加强国家海外知识产权纠纷应对指导中心、国家海外知识产权信息服务平台等建设，开展海外纠纷应对指导服务。

（二）强化质量基础设施。建设若干国家级质量标准实验室。推进品牌培育、品牌管理、品牌评价等标准化建设，构建完善的品牌标准体系。开展“标准化+”行动，促进全域标准化深度发展。推动标准升级迭代和国际标准转化应用，加快建立健全质量分级制度，推动实施中国精品培育行动。推动国家现代先进测量体系建设，加强计量测试技术研究。鼓励符合条件的地区建设检验检测认证公共服务平台，实施质量基础设施拓展伙伴计划，打造质量基础设施集成服务基地。

（三）加强人才队伍建设。支持企业实施品牌人才提升计划，完善品牌人才引进和培养培训机制，提高品牌创建、运营和管理能力。鼓励企业联合高等院校开设品牌理论和应用管理课程，培养一批具有国际视野和品牌管理专业素质的企业家、管理人才。支持企业加强品牌适用人才培训，鼓励企业和专业机构、职业学校开展品牌管理职业培训，培养品牌建设专业人才。弘扬工匠精神，培养造就一批高素质技术技能人才。

六、组织保障

（一）加强组织协调。坚持党对新时代品牌建设工作的领

导，把党的领导贯彻到品牌建设工作的各领域各方面各环节。深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，充分认识品牌建设的重大意义，强化组织实施，完善工作机制。国家发展改革委要加强统筹协调，会同中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国务院国资委、市场监管总局、国家知识产权局等部门，按照职能分工，对品牌建设加强指导，协同配合，形成合力，扎实推进品牌建设工作。

（二）营造良好环境。深化“放管服”改革，加快构建适宜品牌发展的产业生态和制度环境，健全品牌发展法律法规，完善市场监管。支持自由贸易试验区在推进品牌建设方面深化改革创新，发挥示范引领作用。持续开展国际消费中心城市培育建设，推动城市商圈、重点商业街区、社区生活网点、步行街等错位发展、优化布局。不断完善品牌建设支持政策，鼓励企业加大品牌建设投入、建立品牌管理体系、提高品牌培育能力。健全国家质量奖励制度，鼓励地方对质量水平先进、品牌影响力突出的组织实施激励。

（三）培育品牌标杆。鼓励重点行业和领域企业开展品牌建设行动，培育一批重点行业和领域精品品牌，打造世界知名品牌企业和品牌产品。发挥品牌标杆示范作用，引导区域、行业、企业开展对标提升行动，增强品牌培育和管理能力。适时总结推广全国品牌建设典型经验和做法。

（四）加强品牌宣传。深入开展中国品牌日、“质量月”、

全国知识产权宣传周等活动，推动全社会形成爱护品牌、享受品牌的良好氛围。围绕“中国品牌 世界共享”主题，持续办好中国品牌博览会、中国品牌发展国际论坛、行业和地方特色品牌创建活动。鼓励开展中国品牌海外展示专题活动，讲好中国品牌故事。



2022年7月29日

主送：各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团
发展改革委、工业和信息化主管部门、农业农村（农牧）
厅（局、委）、商务主管部门、国资委、市场监管局
（厅、委）、知识产权局，各中央企业。

抄送：中央宣传部。

国家发展改革委办公厅

2022年8月5日印发



附件2：

**广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会
专家工作会议暨职称申报宣传动员大会**

**会
议
材
料**

广东省价格和产业品牌发展协会

广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会

2022 年 7 月 · 广东广州

目 录

会议材料之一：关于同意组建广东省品牌工程技术人才高级职称
评审委员会的复函（粤人社函〔2022〕138号）

会议材料之二：关于开展 2021 年度广东省品牌工程技术人才职称
评审工作的通知

会议材料之三：2021 年度广东省品牌工程技术人才职称评审材料
报送系统说明

会议材料之四：广东省品牌工程技术人才职称评审问答

会议材料之五：广东省人力资源和社会保障厅关于印发《广东省
品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）》
的通知（粤人社规〔2021〕25号）

广东省人力资源和社会保障厅

粤人社函〔2022〕138号

关于同意组建广东省品牌工程技术人才 高级职称评审委员会的复函

省价格和产业品牌发展协会：

《关于组建广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会的请示》收悉。根据广东省人力资源和社会保障厅《广东省品牌工程技术人才职称评价标准的通知（试行）的通知》（粤人社规〔2021〕25号）有关规定，同意组建“广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会”，负责评审品牌工程技术人才正高级及以下层级职称，评审委员会组建单位为省价格和产业品牌发展协会，评审委员会办公室设在省价格和产业品牌发展协会秘书处。

请你会按照《关于印发广东省职称评审管理服务实施办法及配套规定的通知》（粤人社规〔2020〕33号）的要求，做好相关评审组织建设，严格按照国家和省有关政策规定，规范有序地开展评审工作。

专此函复。

广东省人力资源和社会保障厅

2022年5月13日

公开方式：主动公开

抄送：各地级以上市人力资源和社会保障局。

广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会

关于开展 2021 年度广东省品牌工程技术人才 职称评审工作的通知

各地级以上市人力资源和社会保障局，各有关单位：

根据省人力资源和社会保障厅《关于做好 2021 年度职称评审工作的通知》（粤人社发〔2021〕38 号）《广东省人力资源和社会保障厅关于印发广东省职称评审管理服务实施办法及配套规定的通知》（粤人社规〔2020〕33 号）等有关规定，现将开展 2021 年度广东省品牌工程技术人才职称评审工作有关事项通知如下：

一、申报对象、专业和时间

（一）申报对象

根据《广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）》（粤人社规〔2021〕25 号），凡广东省范围内从事品牌及相关专业技术人员均可申报。

中央及外省驻粤机构人员申报须提供主管部门出具的委托函。

（二）申报专业

1. 品牌研究与开发专业：品牌理论、品牌文化研究和发掘、品牌发展规划和实施等。

2. 品牌标准与管控专业：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。

3. 品牌价值评价与应用专业：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。

4. 品牌服务与维护专业：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。

（三）申报时间

申报时间为 2022 年 7 月 20 日-2022 年 9 月 30 日。申报人员应尽量一次性提交符合条件的申报材料。对于申报材料不符合规定条件需要补正，如申报人逾期未补正，视为放弃申报。

二、申报评审条件和有关要求

（一）申报正高级工程师、高级工程师、工程师、助理工程师、技术员职称评审，执行粤人社规〔2021〕25 号文有关规定。

（二）职称外语和计算机应用能力条件不作统一要求。

（三）继续教育条件按照《广东省专业技术人员继续教育条例》执行，完成公需科目应不少于 30 学时；专业科目应不少于 42 学时；选修科目不少于 18 学时，《广东省专业技术人员继续

教育证书》需在评审完成之前提供。

（四）初次职称考核认定的，须参加不少于 42 学时的品牌工程技术人才专业知识学习。

（五）专业技术人员转系列评审的，须按规定先取得同级品牌工程技术人才职称（详见粤人社规〔2020〕33 号），并参加不少于 42 学时的品牌工程技术人才专业知识学习。

（六）申报人员为单位在职专业技术人员的，须由本单位提供在职证明。申报人员为自由职业者的，可由人事代理机构或行业性社会组织提供证明。公务员、离退休人员不得申报参加品牌工程技术人才职称评审。

三、申报途径

（一）申报人申报材料应通过其所在单位申报，按规定程序报送职称评审委员会。

（二）非公有制组织、社会组织的申报人，申报材料经用人单位推荐、由各级人社部门专门设立的职称申报点受理审核后，按规定程序报送职称评审委员会。

（三）自由职业的申报人，可由人事代理机构或行业性社会组织等履行审核、公示、推荐等程序，经职称申报点受理审核后按规定程序报送职称评审委员会。

（四）省直非公有制组织、社会组织的申报人，申报材料经用人单位推荐，直接报送职称评审委员会。

（五）申报人应通过“广东省专业技术人员职称管理系统”

(网址为 <https://www.gdhrss.gov.cn/gdweb/ggfw/web/pub/ggfwzyjs.do>) 确认申报资格并提交相应材料。同时通过“广东省品牌工程技术人才职称评审材料报送系统”(网址: <http://ppzc.org.cn/>) 提交所需申报材料。

四、申报材料及要求

(一) 申报材料包括电子材料和纸质材料。纸质材料包括:

1. 单位报送函。经申报人所在单位审核后, 出具单位报送函(附件2), 须加盖单位公章, 主送广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会(一个单位多人申报只需出具1个函件)。

2. 破格申报人员情况简表及专家推荐函。破格申报的, 须填报破格申报人员情况简表(附件4), 并提供2位本专业或相关专业专家的推荐函(附件3)原件各1份、推荐专家的职称证书或其他作证材料复印件各1份。

3. 《()级职称申报人基本情况及评审登记表》。提供盖章原件2份(A3纸规格单面打印, 填写说明见附件5)。

4. 《广东省职称评审表》。A4纸规格双面打印, 在“职称管理系统”录入个人信息时, 将重要的业绩成果、学术成果等材料排在前面。提供盖章原件1份。

5. 《职称申报材料真实性承诺书》。提供原件1份(附件6)。

6. 《广东省专业技术人员申报职称评前公示情况表》。提供原件1份, 加盖单位公章。

7. 专业技术工作总结。提供任职以来专业技术总结, 高级约

3000 字，申报初、中级的约 2000 字，A4 纸规格双面打印并签名 1 份。

8. 原岗位职称证书原件及《专业技术资格评审表》。属于转系列申报评审的，申报人应在申报材料中作出说明，同时提交原岗位职称证书原件及《专业技术资格评审表》（复印件须审核人签名并加盖单位公章）。

（二）申报人统一使用省人力资源社会保障厅制作的评审表格。相关表格可在“广东省专业技术人才职称管理系统”表格下载栏目下载，其中《广东省职称评审表》通过该系统自动生成，自动生成表格如有跨页或格式错误，可进行格式调整。

（三）为做好疫情防控常态化下的职称评审工作，电子材料均通过“广东省品牌工程技术人才职称评审材料报送系统”进行申报，具体要求详见《2021 年度广东省品牌工程技术人才职称评审材料报送系统说明》（附件 1）。在电子材料报送审核通过后，纸质材料快递至评委会办公室（纸质材料不予返还）。

五、审核要求

（一）单位审核

申报人所在单位应认真审查申报材料的合法性、真实性、完整性和时效性，对“单位审核评价意见”负责，并做好评前公示。公示结束后，申报人所在单位的人事（职称）管理部门在《广东省专业技术人员申报职称评前公示情况表》和《（ ）级职称申报人基本情况及评审登记表》上加具意见并加盖公章，作为申报材

料一并报送。

（二）行业主管部门、人社部门复核

各级行业主管部门、人社部门应加强对申报材料的审查，明确审查责任人，落实审核责任。建立诚信档案制度，对提供虚假材料的个人列入失信档案，作为今后申报、评审的重要参考依据。

（三）职称评审委员会办公室受理审核

职称评审委员会办公室应认真做好受理审核。对不符合申报条件和程序、超出职称评审委员会受理范围或违反委托评审程序报送的申报材料，应及时按原报送渠道退回，并及时书面告知申报人。有以下情形之一的，不予受理：

1. 不符合申报条件。
2. 没有使用规定表格。
3. 不符合填写规范。
4. 不按规定时间、程序报送材料。
5. 未按规定进行公示。
6. 未按规定时间，取得继续教育证书或未参加品牌工程技术人才专业知识培训的初次申报人员。
7. 其他不符合职称政策规定的。

六、答辩要求

按省人力资源社会保障厅有关文件要求，申报广东省品牌工程技术人才正高级工程师职称评审实行答辩制。如申报人不能按时参加答辩，则直接取消参加评审资格。

七、评审收费

评审收费按《关于转发省物价局、省财政厅<关于调整专业技术资格评审费标准的复函>的通知》（粤人发〔2007〕35号）规定收取。其中，正高级工程师 920 元/人（包括评审费 580 元，论文鉴定费 200 元，答辩费 140 元）、高级工程师 780 元/人（包括评审费 580 元，论文鉴定费 200 元）、工程师 450 元/人，助理工程师（含技术员）280 元/人。评审费用直接缴入广东省价格和产业品牌发展协会账户，一经缴费，不予退款。

广东省价格和产业品牌发展协会收款信息如下：

银行账号：44050140011300000036

开户行：中国建设银行广州北较场支行

备注：XXX（）级职称评审费

八、评后公示、审核确认及发证

（一）评审结束后，职称评审委员会按照有关规定对评审结果进行公示，公示期不少于 5 个工作日。

（二）职称评审委员会办公室在公示结束后 10 个工作日内，向省人力资源社会保障厅报送评审结果审核确认或备案的相关材料。

（三）对评审取得职称的人员，通过信息系统制作电子职称证书。专业技术人才可登录《广东省专业技术人才职称管理系统》自行下载打印本人证书。

九、申报材料受理地点及联系方式

（一）申报材料受理单位及地址：申报材料（纸质）请邮寄至广东省品牌工程技术人员高级职称评审委员会办公室。地址：广东省天河区广州大道中 1078 号办公大院 4 楼 405 室（邮编：510620）

（二）联系人及电话：孙先生 13632186816，程小姐 18819813102，蹇小姐 13667630095，办公室 020-83602590。

- 附件：1. 广东省品牌工程技术人员职称评审材料报送系统说明
2. 单位报送函
3. 破格申报专家推荐函
4. 破格申报人员情况简表
5. 《（ ）级职称申报人基本情况及评审登记表》填写说明
6. 职称申报材料真实性承诺书

广东省品牌工程技术人员高级职称



广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会

2021 年度广东省品牌工程技术人才 职称评审材料报送系统说明

各申报人员：

根据广东省人力资源和社会保障厅《关于做好 2021 年度职称评审工作的通知》（粤人社发〔2021〕38 号）要求，为做好疫情防控常态化下的职称评审工作，采用纸质版材料和电子材料相结合的方式。

一、申报材料要求

评审及认定相关表格在“广东省专业技术人才职称管理系统”（以下简称“职称管理系统”）网址为业技人才职
<https://www.gdhrss.gov.cn/gdweb/ggfw/web/pub/ggfwzyjs.do>
o) “文件下载”栏目下载。申报人按照自己申报的级别和专业技术岗位情况申报并提交电子材料，必填栏目不得留有空白，文字表述清楚，材料必需真实可靠。

（一）纸质版材料

相关材料模板见《关于开展 2021 年度广东省品牌工程技术人才职称评审工作的通知》。

1. 单位报送函。经申报人所在单位审核后，出具单位报送函，须加盖单位公章，主送广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会（一个单位多人申报只需出具 1 个函件）。

2. 破格申报人员情况简表及专家推荐函。破格申报的，须填报《破格申报人员情况简表》，并提供 2 位本专业或相关专业专家的《破格申报人员推荐函》，原件各 1 份、推荐专家的职称证书或其他作证材料复印件各 1 份。

3. 《（ ）级职称申报人基本情况及评审登记表》。提供盖章原件 2 份（A3 纸规格单面打印 7）。

4. 《广东省职称评审表》。A4 纸规格双面打印，提供盖章原件 1 份。在“职称管理系统”录入个人信息时，将重要的业绩成果、学术成果等材料排在前面。

5. 所有申报人必须提供《职称申报材料真实性承若书》原件 1 份。

6. 《广东省专业技术人员申报职称评前公示情况表》。提供原件 1 份，加盖单位公章。

7. 专业技术工作总结。提供任职以来专业技术总结，高级约 3000 字，申报初、中级的约 2000 字，A4 纸规格双面打印并签名

1 份。

8. 原岗位职称证书原件及《专业技术资格评审表》。属于转系列申报评审的，申报人应在申报材料中作出说明，同时提交原岗位职称证书原件及《专业技术资格评审表》（复印件须审核人签名并加盖单位公章）。

9. 若属于跨区域、跨单位流动专业技术人才，申报人须提交《跨区域、跨单位流动专业持术人才职称确认表》，确认表须由单位盖章。

（二）电子版材料

申报人员注册“广东省品牌工程技术人才职称材料报送系统”（网址：<http://ppzc.org.cn/>），按照系统要求上传相应的电子版材料 PDF 版本。主要包括：

1. 纸质材料的扫描件，按照系统要求逐项上传。

2. 其他证明材料扫描件，按照系统要求逐项上传。原件指证明材料原件扫描件，复印件指由审核人签字并加盖单位公章的复印件扫描件。每项证明材料尽量合成 1 个 PDF 文件（科研成果可最多上传 3 个 PDF 文件），每个 PDF 文件大小不超过 10M，同时务必保证电子版材料的清晰度。

（1）对应材料清单原件，清单务必与提供的佐证材料一致。须由审核人签名并加盖单位公章。

(2) 证书证明材料。学历(学位)证书(境外获得学历学位必须同时提供教育部认学位学历认证)、职称证书、奖励证书、聘书(含聘文、劳动合同等聘用材料)、继续教育证明(申报人所在单位须在发证单位处盖章)、职称外语合格证书、计算机应用能力考试合格证书、博士后证明材料(在站博士后提供博士后进站备案证明,已出站博士后提供博士后证书)等原件。

(3) 工作证明材料。申报人员为单位在职专业技术人员的,须由本单位提供在职证明。

(4) 年度考核材料。任现职以来的年度考核(或绩效考核)院原件、任职期满考核登记表原件。

(5) 业绩、成果材料。申报人对照所申报的职称条件,提供与《广东省职称评审表》、《()级职称申报人基本情况及评审登记表》填报一致的工作经历、获现职称以来符合申报条件的获奖、科研成果、专利、论文、论著等证明材料。

获奖材料、已授权专利证书、科研成果、研究报告等提供复印件,并在首页和相关项目成员名单处加盖公章。

产生的经济和社会效益等应用证明提供原件。

论文提供原件,同是提供申报相应职称已发表论文的检索证明原件;满足论文破格条件的破格申报者须在论文检索证明中体现SCI分区检索情况。申报人必须是按照申报标准条件要求的论文的的第一作者或通讯作者,公开发表在对应的有国内刊号和国

际刊号“CN”或“ISSN”刊号的专业期刊（不含电子期刊），不受理用稿通知。

论著提供封面、包含作者信息页复印件。

其他业绩成果材料提供复印件。

（6）需鉴定的论文论著在报送系统中按照要求逐项填报，与提供申报材料中的论文保持一致。

二、材料受理

（一）受理申报材料：申报材料（电子版和纸质版）受理截止日期：2022年7月20日-9月30日。电子版材料在“广东省品牌工程技术人员职称材料报送系统”显示“受理材料”后，申报人须通过快递或个人报送的方式，将纸质版材料在受理时间内提交至评委会办公室，否则不予以评审。为保证申报纸质材料顺利送达，建议采用顺丰或EMS邮寄。

（二）申报材料受理单位及地址。申报材料（纸质）请邮寄至广东省品牌工程技术人员高级职称评审委员会办公室。地址：广东省天河区广州大道中1078号办公大院4楼405室（邮编：510620）

（三）联系人及电话：孙先生 13632186816

程小姐 18819813102

蹇小姐 13667630095

（四）技术服务联系人及电话：张立平020-37656316

广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会

广东省品牌工程技术人才职称评审问答

1. 为什么设立品牌工程技术人才职称？

答：品牌是企业乃至国家竞争力的综合体现，是参与全球竞争的重要资源。2014年5月10日，习近平总书记在河南考察时提出要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。总书记的重要指示，为品牌强国建设指明了努力方向、提供了根本遵循。2016年，国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，明确提出要推进品牌基础建设工程，着力打牢品牌发展基础，为发挥品牌引领作用创造条件。2017年4月，国务院批准将每年5月10日设立为“中国品牌日”。国家“十四五规划”提出“开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力”，为品牌强国建设提供了战略指引。为深入贯彻落实国家和广东品牌发展战略，推动广东由产品大省向品牌强省迈进，

加快广东品牌工程技术人才队伍建设，省人力资源社会保障厅深化职称制度改革，正式设立品牌工程技术人才职称，并专门出台了《广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）》（粤人社规〔2021〕25号）。

2. 品牌工程技术人才职称设置了哪些等级？

答：品牌工程技术人才职称分为初级、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）。

3. 品牌工程技术人才职称设置了哪些专业？

答：品牌工程技术人才职称设置了四个专业方向。一是品牌研究与开发（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）；二是品牌标准与管控（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）；三是品牌价值评价与应用（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）；四是品牌服务与维护（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）。

4. 品牌工程技术人才职称申报对象的范围？

答：根据《广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）》（粤人社规〔2021〕25号），凡广东省范围内从事品牌及相关专业技术人员均可申报。

中央及外省驻粤机构人员申报须提供主管部门出具的委托函。

5. 品牌工程技术人才职称对申报人的学历和专业有什么要求？

答：品牌工程技术人才职称评审从中等职业学校毕业学历到博士学历都可参与申报，对所学专业并无限制。

6. 品牌工程技术人才职称申报时间安排？

答：品牌工程技术人才职称评审申报时间为评审年度的下一自然年的1月至3月，在下一自然年的6月底前完成评审。如2021年度的职称评审工作，职称评审委员会申报材料受理时间为2022年1月至3月，2022年6月底前完成评审。

具体评审时间请参照当年《广东省品牌工程技术人才职称评审通知》。

7. 品牌工程技术人才职称申报途径有哪些？

答：申报人申报材料应通过其所在单位申报，按规定程序报送职称评审委员会。

非公有制组织、社会组织的申报人，申报材料经用人单位推荐、由各级人社部门专门设立的职称申报点受理审核后，按规定程序报送职称评审委员会。

自由职业的申报人，可由人事代理机构或行业性社会组织等履行审核、公示、推荐等程序，经职称申报点受理审核后按规定程序报送职称评审委员会。

省直非公有制组织、社会组织的申报人，申报材料经用人单位推荐后直接报送职称评审委员会。

申报人应通过“广东省专业技术人才职称管理系统”（网址 <https://www.gdhrss.gov.cn/gdweb/ggfw/web/pub/ggfwzyjs.do>）确认申报资格并提交相应材料。同时通过“广东省品牌工程技术人才职称评审材料报送系统”（网址 <http://ppzc.org.cn/>）提交所需申报材料。

8. 品牌工程技术人才职称对申报材料有哪些要求？

答：申报人应提交电子材料和纸质材料。电子材料须通过“广东省品牌工程技术人才职称材料报送系统”进行申报，包括申报人的身份信息、业绩成果等。具体请参看《2021 年度广东省品牌工程技术人才职称评审材料报送系统说明》。纸质材料则需提交至品牌工程技术人才职称评审委办公室，地址：广东省广州市天河区广州大道中 1078 号办公大院东梯四楼。

9. 品牌工程技术人才职称评审是否需要考试？

答：品牌工程技术人才职称评审不需要考试。主要考察申报人从事品牌及相关工作所取得的业绩成果和学术成果。业绩成果，包括取得的经济效益和社会效益。学术成果，包括项目技术报告、研究报告、品牌建设运营规划、标准规范制定、论文专著等。

10. 品牌工程技术人才职称评审是否需要答辩？

答：申报品牌工程技术人才除正高级职称须参加答辩外，其

他层级职称不需要答辩。

11. 品牌工程技术人才职称申报对继续教育如何要求？

答：根据《广东省专业技术人员继续教育条例》规定，转序列参评人员则需要提供 2021 年《广东省专业技术人员继续教育证书》。

品牌工程技术职称评审为我省首次开展，“品牌工程技术”也未作为一门专业学科在院校中设置，为提高申报人品牌理论知识和专业技能，促进全省品牌工程技术人才队伍建设，广东省品牌工程技术人才高级职称评审委员会专门组织编写了《品牌工程技术人才培训讲义》，并建立了网络培训平台。初次申报职称考核认定人员和转系列评审晋升的专业技术人员都应参加不少于 42 学时的品牌工程技术人才专业知识培训。

12. 其他职称系列是否可以转序列评审品牌工程技术人才职称？

答：可以。只要符合参评品牌工程技术人才职称条件的，都可以转序列评审品牌工程技术人才职称。

13. 品牌工程技术人才职称是否可以破格申报？

答：品牌工程技术人才职称只有高级工程师（副高级）和正高级工程师（正高级）可以破格申报。主要是从工作经历和专家推荐上实现破格申报。详见《广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）》（粤人社规〔2021〕25 号）。

14. 自由职业者如何申报品牌工程技术人才职称？

答：自由职业者申报广东省品牌工程技术人才职称，可由人事代理机构或行业性社会组织等履行审核、公示、推荐等程序，经职称申报点受理审核后按规定程序报送职称评审委员会。

15. 在广东工作的外籍和港澳台专业技术人才如何申报品牌工程技术人才职称？

答：在广东工作的外籍和港澳台专业技术人才，可按自愿原则申报。实行的职称评审标准条件、评审程序、评审办法等与广东省内专业技术人才一致。根据《关于推进粤港澳大湾区职称评价和职业资格认可的实施方案》（粤人社规〔2019〕38号）文件，对于在粤港澳大湾区内地九市工作的港澳台专业人才，以及引进到粤东西北地区或基层一线企事业单位担任技术骨干的外籍或港澳台专业人才，从事本专业对口专业技术工作满一定年限后，可按有关规定直接申报副高级或正高级职称。

16. 2021 年度及以后取得职称的专业技术人才职称资历年限如何计算？

答：2021 年度及以后年度取得职称的专业技术人才申报评审高一级职称，职称资历年限的起算时间为本级职称评审年度的下一自然年 1 月 1 日，截止时间为申报高一级职称评审年度的 12 月 31 日。例如，申报人在 2022 年 4 月取得 2021 年度中级职称，申报高级职称评审，其职称资历年限从 2022 年 1 月 1 日起算，到 2026 年 12 月 31 日满 5 年。

17. 2020 年度及以前取得职称的专业技术人才职称资历年限

如何计算？

答：2020 年度及以前年度取得职称的专业技术人员申报评审高一级职称，职称资历年限的起算时间为本级职称评审年度的 1 月 1 日，截止时间为申报高一级职称评审年度的 12 月 31 日。例如：申报人在 2017 年 11 月取得 2017 年度中级职称，申报 2021 年度高级职称评审，其职称资历年限从 2017 年 1 月 1 日起算，到 2021 年 12 月 31 日满 5 年。

18. 取得品牌工程技术人才职称有哪些作用？

答：职称被社会广泛接受、认可，成为专业技术人员评价的标准，拥有了职称就代表你有了相应的学识水平和工作能力。品牌工程技术人才职称不仅对个人有作用，对企业单位的作用也很大。对个人来讲，取得品牌工程技术人才职称，无论对职位晋升、城市落户、加薪补贴，还是个人荣誉地位提升都有帮助。对企业单位来讲，获得职称的人才数量象征着企业单位资质，是衡量一个企业单位实力的重要标准。

19. 品牌工程技术人才职称评审如何收费？

答：品牌工程技术人才职称评审收费按《关于转发省物价局、省财政厅<关于调整专业技术资格评审费标准的复函>的通知》（粤人发〔2007〕35 号）规定收取。其中，正高级工程师 920 元/人（包括评审费 580 元，论文鉴定费 200 元，答辩费 140 元）、高级工程师 780 元/人（包括评审费 580 元，论文鉴定费 200 元）、工程师 450 元/人，助理工程师（含技术员）280 元/人。

广东省人力资源和社会保障厅文件

粤人社规〔2021〕25号

广东省人力资源和社会保障厅关于印发《广东省品牌工程技术人员职称评价标准条件（试行）》的通知

各地级以上市人力资源和社会保障局，省直有关单位：

现将《广东省品牌工程技术人员职称评价标准条件（试行）》印发给你们，自2021年12月20日起实施，有效期为3年。

实施中如有问题及意见，请及时反馈省人力资源社会保障厅专业技术人员管理处。

广东省人力资源和社会保障厅

2021年11月10日



广东省品牌工程技术人才职称评价标准条件（试行）

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才申报职称评价。

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。

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。

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。

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。

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。

四、品牌工程技术人才申报各等级职称，须同时满足第二章基本条件和第三章各等级职称评价条件。

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规章制度。

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，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,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)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。

(三)业绩成果条件。

从事品牌工程专业领域技术工作期间,参与品牌研究与开发、品牌标准与管控、品牌价值评价与应用、品牌服务与维护等专业方向相关工作。

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。
- 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,经单位考核合格。
- 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,从事品牌工程技术工作满4年。

（二）工作能力（经历）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。
- 2.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。
- 3.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。
- 4.具有指导和培训技术员的工作能力。

（三）业绩成果条件。

从事品牌工程专业领域技术工作期间，参与完成品牌建设项目，取得一定的经济效益和社会效益，形成项目的技术报告、研究报告、规划设计方案、标准规范制定等业绩成果，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，或全过程参与企业品牌、区域公用品牌或产业集群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，能够撰写为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。

从事品牌工程专业领域技术工作期间，完成品牌建设项目，取得较好的经济效益和社会效益，形成项目的技术报告、研究报告、规划设计方案、标准规范制定等业绩成果，符合下列条件之一：

1.从事品牌研究与开发工作，具备一定的品牌建设、运营、维护、评价等理论研究与技术开发能力。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，具备一定的品牌标准制定和管理与控制能力。符合下列条件之一：

（1）参与制定品牌标准2项，并取得一定的经济效益和社会效益；

（2）参与品牌认证、管控等项目2项，并取得一定的经济效益和社会效益。

3.从事品牌价值评价与应用工作，具备一定的品牌价值评估与综合应用能力。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和社会效益；

（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，被县级以上行业主管部门或中小型以上企业采用（均须提供相关证明材料，下同）。

4.从事品牌服务与维护工作，具备一定的品牌服务与运维能

力。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和社会效益；

（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和社会效益；

（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和社会效益。

（四）学术成果条件。

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.作为主要参与人在公开发行的学术刊物上发表与本专业相关的论文1篇。

2.作为主要参与人撰写的能代表本人专业技术水平能力的项目咨询报告、研究报告或品牌建设运营规划等1份。

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；或具备博士学位，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，取得工程师职称后，从事品牌工程技术工作满5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,取得工程师职称后,从事品牌工程技术工作满5年。

4.不具备上述学历条件,取得工程师职称后从事本专业工作满5年,或具备上述学历条件取得工程师职称后满3年,从事品牌工程专业领域技术工作期间,符合下列七项条件之二,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)担任国家或省品牌建设专家委员会专家;

(2)主持或主要参与完成的品牌建设相关建议被市(厅)级以上政府、部门采纳;

(3)主持或主要参与完成的市(厅)级或大中型企业品牌建设项目,经专家认定对品牌建设发展产生重大经济效益和社会效益;

(4)独立完成或作为第一作者完成的本专业论文论著、咨询报告、调研报告等,获省(部)级以上优秀论文或报告奖;

(5)主持或主要参与完成的品牌建设项目,在品牌建设机制完善和商业模式创新方面取得重大成果,作为典型案例被省(部)级以上主流媒体宣传报道;

(6)主持或主要参与完成重大品牌建设项目,取得明显经济效益和社会效益,并得到省(部)级行业主管部门鉴定认可;

(7)担任品牌建设负责人期间,所服务的品牌进入中国品牌价值评价信息发布榜100名或广东省品牌价值评价信息发布榜50名。

(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。

取得工程师职称后，主持完成品牌建设项目，取得良好的经济效益和社会效益，形成项目的技术报告、研究报告、规划设计方案、标准规范制定等业绩成果，符合下列条件之一：

1.从事品牌研究与开发工作，具备较强的研究与开发能力。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和社会效益；

（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和社会效益；

(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和社会效益;

(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和社会效益;

(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, 具备较强的品牌标准制定和管理与控制能力。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和社会效益。

3.从事品牌价值评价与应用工作，具备较强的品牌价值评估与综合应用能力。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和社会效益；

（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和社会效益；

（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和社会效益。

4.从事品牌服务与维护工作，具备较强的品牌服务与运维能力。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

的经济效益和社会效益；

(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和社会效益；

(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和社会效益。

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

6.主要参与完成的品牌建设相关报告、方案等被省(部)级以上政府、部门采纳。

7.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。

(四) 学术成果条件。

取得工程师职称后,符合下列条件之一:

1.作为主要作者公开出版与本专业相关的编著、专著、教材、译著等1部。

2.作为第一作者或通讯作者在公开发行的学术刊物上发表与本专业相关的学术论文2篇。

3.作为第一完成人或独立完成人撰写的能代表本人专业技术水平能力的咨询报告、项目研究报告、品牌建设运营规划等1份(均不少于1万字),经专家认定对品牌建设具有较大贡献。

四、正高级工程师评价条件

(一) 学历资历条件。

具备下列条件之一:

1.一般应具备本科以上学历或学士以上学位,取得高级工程师职称后,从事品牌工程专业领域技术工作满5年。

2.不具备上述学历条件,取得高级工程师职称后从事本专业工作满5年,或具备上述学历条件,取得高级工程师后从事本专业满3年,符合下列条件之一,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)主持完成省(部)级以上重大品牌建设项目1项,或主持完成的品牌建设相关报告、方案等被省(部)级以上政府、部门采纳;

(3)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(部)级以上政府部门表彰奖励;

(4)担任品牌建设负责人期间,所服务的品牌进入中国品牌

价值评价信息发布榜50名或广东省品牌价值评价信息发布榜20名。

（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，有很高的行业认可度，取得了显著的经济效益和社会效益，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。

取得高级工程师职称后，主持完成品牌建设项目，取得显著的经济效益和社会效益，形成项目的技术报告、研究报告、规划设计方案、标准规范制定、专利成果等业绩成果，符合下列条件之一：

1.从事品牌研究与开发工作，具备很强的研究与开发能力和行业影响力。符合下列条件之一：

（1）主持完成省级以上政府部门或省级以上社会组织的品牌研究与开发、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，并取得重大的经济效益和社会效益；

（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、部门或省级以上社会组织采纳；

（3）作为主要作者（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，具备很强的品牌标准制定和管理与控制能力以及行业影响力。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）部级政府、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，具备很强的品牌价值评估与综合应用能力和行业影响力。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，并获批准应用；

（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（部）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（部）级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，具备很强的品牌服务与运维能力和行业影响力。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，或省（部）级以上品牌推介传播服务项目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；

(2)主持完成省(部)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。

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

6.主持完成品牌建设项目2项,取得显著经济效益和社会效益,获得省(部)级行业主管部门或全国性社会组织表彰。

(四) 学术成果条件。

取得高级工程师职称后,符合下列条件之一:

1.作为主要著作者公开出版品牌建设领域学术专著1部。

2.作为第一作者或通讯作者在公开发行的学术刊物上发表与本专业相关的学术论文3篇。

3.作为第一完成人或独立完成人撰写的能代表本人专业技术水平能力的咨询报告、项目研究报告、品牌建设运营规划等1份(均不少于1万字),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。

第四章 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、专业技术人员申报工程系列不同专业职称或转系列评

审，按《广东省人力资源和社会保障厅关于印发广东省职称评审管理服务实施办法及配套规定的通知》（粤人社规〔2020〕33号）有关规定执行。

三、本标准条件由广东省人力资源和社会保障厅负责解释。

四、本标准条件自2021年12月20日起实施，有效期3年。

五、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（证明）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（部）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、服务或其它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、品味、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。作为农产品品牌的一种重要类型，农产品区域公用品牌指的是特定区域内相关机构、企业、农户等所共有的，在生产地域范围、品种品质管理、品牌使用许可、品牌行销与传播等方面具有共同诉求与行动，以联合提高区域内外消费者的评价，使区域产品与区域形象共同发展的农产品品牌。

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力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：对应产品而言，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范化、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.广东省品牌价值评价信息发布榜：受中国品牌建设促进会委托，由广东省价格和产业品牌发展协会在广东省范围内，根据品牌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。

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

公开方式：主动公开