

ICS 13.020  
Z 04

# 团 体 标 准

T/ACEF 211—2025

## 绿色低碳品牌评价通则

General principles for evaluating green and low-carbon brand

2025-06-23 发布

2025-07-01 实施

中 华 环 保 联 合 会 发 布



## 目 次

前 言 .....	2
引 言 .....	3
1 范围 .....	4
2 规范性引用文件 .....	4
3 术语和定义 .....	4
4 总体原则 .....	6
5 评价指标体系 .....	6
6 评价方法 .....	12
7 评价实施 .....	13

## 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》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中华环保联合会提出。

本文件由中华环保联合会归口。

本文件起草单位：中华环保联合会、中国绿色碳汇基金会碳汇传播基金、广东省粤港澳大湾区战略性新兴产业发展促进会、国家林业和草原局管理干部学院、北京联合大学、上海交通大学设计研究总院有限公司、深圳职业技术大学、江门双碳实验室、盐城市生态环境科学研究会、佛山市产业园区协会、神木市生态保护建设协会、浙电（宁波北仑）智慧能源有限公司、广州中关村领科服务有限公司、内蒙古王爺地生物制品有限公司、香港标准化学会有限公司、江门市悦泉电器有限公司、绿色（北京）碳业有限公司、北京市科学技术研究院资源环境研究所、湖北鼎峰环保科技有限公司、北京中建协认证中心有限公司。

本文件主要起草人：张亚忠、张洪德、陈思思、闫武昆、高山、张应龙、冯宇希、王建华、倪自良、张丛光、许连斌、程艳玲、吴霜、张红艳、钟丰昕、何业云、石焱、耿耿、陈阳、庞博、芮萌、王雅瑾、张峰、于长陆、陈鸿韬、曾金雄、尹建国、汤英杰、徐震华、杜晶、白蕾、曹明华、罗巍、肖珂、王勤、张子先、资黎明、段建容、袁昞杰、王平、王海山。

本文件由中华环保联合会解释。

## 引 言

在当今全球气候变化和资源日益紧张背景下，绿色低碳已成为企业发展的必然趋势和社会责任的重要体现。党的二十届三中全会审议通过了《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》，明确提出健全绿色低碳发展机制，推动形成绿色发展新格局，绿色低碳成为新质生产力的内在要求。绿色低碳品牌是企业面向市场的一种重要竞争力，代表了企业的绿色形象和可持续发展能力。健全绿色低碳品牌标准体系，加强绿色低碳品牌建设，有助于提升企业自身品牌形象和市场竞争能力。

本文件将绿色低碳融入品牌建设中，遵循品牌评价理念及品牌价值发展理论，重点围绕品牌建设“五要素”，提出绿色低碳品牌评价的总体原则及技术内容。

本文件属于品牌建设在绿色低碳、生态环保、碳中和领域分支内容，旨在引导企业在品牌建设工作，坚持绿色低碳创新引领，塑造绿色低碳品牌形象，提升市场竞争力，增强消费者品牌认可。同时，通过统筹考虑绿色低碳品牌标识国际化，提升国内企业科技水平和创新能力，推动企业绿色低碳品牌的技术创新和绿色产业链合作，促进各行业绿色低碳转型，打造全球绿色低碳品牌的中国方案，加强品牌出海与合作，久久为功，促进品牌建设高质量可持续发展，加快推进人与自然和谐共生的中国式现代化。

# 绿色低碳品牌评价通则

## 1 范围

本文件规定了绿色低碳品牌评价的总体原则、评价指标、评价方法和评价实施等内容。  
本文件适用于绿色低碳品牌评价。

## 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 29185	品牌价值 术语
GB/T 29186.1	品牌价值要素评价 第1部分：通则
GB/T 29187	品牌价值评价 要求
GB/T 36308	检验检测机构诚信评价规范
GB/T 36680	品牌 分类
GB/T 39654	品牌评价 原则与基础

## 3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29187、GB/T 39654 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**绿色低碳品牌** green and low-carbon brand

践行绿色发展理念，以低碳生产、服务为发展方向，在减小生态环境和人体健康危害、提高产品和服务品质、减少资源能源消耗、降低温室气体排放等方面具有引领和导向作用的品牌。

### 3.2

**绿色低碳品牌评价** green and low-carbon brand evaluation

基于品牌建设“五要素”（包括有形、质量、创新、服务和无形），建立相互联系、相互独立、互相补充的系列指标，衡量品牌发展建设过程中绿色化、低碳化表现的活动。

### 3.3

**绿色低碳品牌标识** green and low-carbon brand logo

一种无形资产，用于代表符合绿色低碳品牌评价要求的品牌，具有产品溯源功能。

### 3.4

**品牌主体** subject of brand

品牌所依附的对象。

注：品牌主体包括企业品牌、产品品牌、区域品牌等。本文件中品牌主体主要指企业品牌、产品品牌。

[来源：GB/T 36680—2018，3.1，有修改]

### 3.5

#### 有形要素 tangible elements

实体控制的可识别且可直接测量的资源。

注：包括但不限于物质资源和财务资源。

[来源：GB/T 29185—2021，4.5]

### 3.6

#### 质量要素 quality elements

在质量承诺、质量管理和感知质量方面所投入的资源。

注：包括但不限于质量管理体系的实施、过程归档以及有资质的质量管理人员。

[来源：GB/T 29185—2021，4.6]

### 3.7

#### 创新要素 innovation elements

对创新活动所投入的资源。

注1：包括但不限于创新活动的能力、可持续性以及有效性。

注2：创新涉及品牌主体研发设计、生产、管理、营销、服务到市场应用的完整过程。

[来源：GB/T 29185—2021，4.7]

### 3.8

#### 服务要素 service elements

为满足顾客需求并加强品牌感知和参与所开展的活动。

注：包括但不限于服务能力和服务有效性。

[来源：GB/T 29185—2021，4.8]

### 3.9

#### 无形要素 intangible elements

实体拥有的知识、战略以及文化等方面的资源。

注1：不具有实物形态但可辨识。

注2：反映品牌的定位、形象、独特性以及影响力等。

[来源：GB/T 29185—2021，4.9]

### 3.10

#### 实体 entity

对品类中的品牌事实所有、法定所有和（或）经法律和（或）合同授权，为获得经济或社会利益，能够对其使用和（或）提升的个人或群体。

注：实体的组织形式可包括：个人、个体工商户、企业（包括公司、集团、合资企业、商行等）、非营利组织、主管部门、慈善机构或研究机构，或者它们的部分或组合，其性质可为公共、私营或合营。

[来源：GB/T 39654—2020，3.1.1]

#### 4 总体原则

绿色低碳品牌评价遵循以下原则：

- 评价指标的选取反映行业特点、品牌主体所属类型等，保证科学、合理并具有可操作性；
- 评价指标具有可度量性，可通过定量或定性的方法对指标进行评价；
- 评价数据、资料的获取可靠、客观、充分；
- 评价过程公开、透明、公正；
- 评价方法宜保持一致，保证评价结果的相对稳定且可比。

#### 5 评价指标体系

5.1 绿色低碳品牌评价指标体系由一级指标和二级指标组成。其中，一级指标对应GB/T 29186.1规定的构成品牌价值基础的基本要素，即有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素五类指标。

5.2 二级指标应根据被评价品牌主体所属行业领域的特性选择确定。实施评价时，评价指标应选取有代表性的、能够反映降碳、减污、扩绿、增长等有关绿色低碳发展最终目标的指标，综合考评品牌绿色化、低碳化建设状况和所处水平。

5.3 评价指标权重的确定宜按照评价指标对品牌绿色低碳价值影响的重要性，在同级指标中赋予相应的权重，宜采用专家分析法、基于统计数据的客观赋值法、优序法等方法中的一种或几种方法的组合，结合评价目的确定具体的权重值。

5.4 绿色低碳品牌评价指标体系的评价指标、指标测量示例及可能的数据来源见表1。

表1 绿色低碳品牌评价指标体系

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
有形要素	市场规模	品牌主体的市场需求量、市场消费总额等情况	—市场需求 —市场消费总额 —未来潜在市场规模 —在行业中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> </ul>
	市场占有率	品牌主体的销售额和销售量分别占行业同类产品总量之比	—销售额在同类产品市场的占比 —销售量在同类产品市场的占比 —在行业中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> </ul>
	市场渗透率	品牌主体预期目标的产品或服务，与对应时期市场可能拥有的产品或服务的比例	—预期市场需求与潜在市场需求之比 —品牌主体数量、级别、质量在同期需求市场中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
	同类排名	品牌主体的收入排名、综合排名等情况	—收入排名 —综合排名 —在行业同类中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> </ul>
	收入总额	品牌主体的收入总额	—收入总额 —在行业同类中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/信息等</li> <li>● 财务报表</li> </ul>
	净资产收益率	品牌运用资产获取利润的效率	—税后利润与平均资产总额之比 —在行业同类中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/信息等</li> <li>● 财务报表</li> </ul>
	总资产周转率	品牌的资产经营质量和利用效率	—营业收入净额与平均资产总额之比 —在行业同类中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/信息等</li> <li>● 财务报表</li> </ul>
	营业收入增长率	品牌成长状况与发展能力	—营业收入增长额与上年营业收入之比 —在行业同类中的表现 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体公开的年报/信息等</li> <li>● 财务报表</li> </ul>
质量要素	绿色低碳战略	针对绿色低碳转型发展开展的具有全局性、长期性、基础性的谋划	<ul style="list-style-type: none"> <li>—绿色低碳战略规划、阶段性目标计划等的制定</li> <li>—绿色低碳发展愿景和价值观的传递</li> <li>—落实绿色低碳战略规划、计划的行动方案</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的绿色低碳发展战略相关文件,绿色低碳战略、规划和计划等的运行情况说明</li> <li>● 实施评价的第三方机构采用调查座谈等方式获取的相关资料</li> <li>● 社交媒体等公开发布的相关信息</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳管理制度体系建设	最高管理层制定绿色低碳发展方针和目标,配置适宜的资源,并开展相应的绿色低碳管理活动	<ul style="list-style-type: none"> <li>—绿色低碳管理机构情况</li> <li>—绿色低碳管理制度建设、实施、考核及奖励等情况</li> <li>—绿色低碳相关管理体系建设及认证情况,包括但不限于质量管理体系、环境管理体系、能源管理体系、碳排放管理体系等</li> <li>—绿色低碳管理体系运行实际成效</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的绿色低碳管理机构、管理制度、管理体系等相关文件</li> <li>● 品牌实体提供的绿色低碳管理制度落实、体系运行等情况说明</li> <li>● 社交媒体等公开发布的相关信息</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
	绿色低碳基础条件建设	绿色低碳转型发展得以保证的基本要素及条件	<p>— 专职人员配备，绿色低碳相关知识的教育培训与考评情况</p> <p>— 容积率、建筑密度、单位用地面积产能/产值水平等土地集约化利用情况</p> <p>— 建筑、照明等基础设施：遵守相关法律法规标准、产业政策要求，依照绿色低碳相关标准建设的情况</p> <p>— 生产设施和设备：专用设备、通用设备、计量器具等符合产业准入、能效、运行效率、分类计量等绿色低碳相关要求情况</p> <p>— 能源：能源管理中心建设、可再生能源使用、余热余压利用等情况</p> <p>— 资源：节约用水、节约原辅材料、有害物质及化学品减量使用或替代、回收料替代原生材料、替代或减少使用增温潜势较高温室气体等情况</p> <p>— 供应链：绿色低碳采购要求或准则的制定和实施、绿色供应链建设等情况</p> <p>— 环境：污染物处理设施、固体废物暂存间、危险品仓库、有毒有害操作间等配备设置情况</p> <p>— 绿色低碳发展智慧化管理平台建设，具有污染物排放、能源消耗、碳排放等实时监测、统计分析、调配管控等功能</p> <p>— 其他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的人、地、机、料、法、环等情况的相关文件</li> <li>● 品牌实体自行发布的年度报告/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 品牌实体提供的社会责任年报/ESG报告等</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 社交媒体等公开发布的相关信息</li> <li>● 其他</li> </ul>
	产品和服务的绿色低碳特性	产品或服务符合国家有关法律法规要求、相关绿色低碳标准要求以及行业绿色低碳发展方向的固有特性	<p>— 遵守法律法规情况</p> <p>— 满足绿色产品、低碳产品、生态设计产品等要求情况</p> <p>— 满足国家对产品中有害物质限制使用或替代等要求情况</p> <p>— 执行的相关国际、国家、行业、地方、团体、企业绿色低碳和节能环保标准</p> <p>— 执行标准的先进性情况</p> <p>— 产品碳足迹核算及持续改善的实施情况</p> <p>— 在行业绿色低碳发展进程中所处阶段和水平</p> <p>— 其他公开发布的关于绿色低碳、节能环保先进程度的情况，如碳中和实现</p> <p>— 其他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的产品和服务绿色低碳特性情况的相关文件</li> <li>● 组织实施绿色产品、低碳产品、生态设计产品等评定机构的官方网站</li> <li>● 执行的国际、国家、行业、地方、团体、企业绿色低碳与节能环保标准</li> <li>● 品牌实体自行发布的年度报告/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 品牌实体提供的社会责任年报/ESG报告等</li> <li>● 品牌实体提供的碳足迹核算报告</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
	生产过程的绿色低碳特性	产品生产和提供服务过程中涉及的生产工艺、设备、污染治理技术等方面的绿色低碳固有特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>—国家、地方和行业鼓励的先进生产工艺/环境友好工艺/绿色低碳工艺等使用情况</li> <li>—国家、地方和行业重点推广的绿色低碳技术装备使用情况</li> <li>—按照国家、地方及行业相关要求实施清洁生产审核和清洁生产改造情况</li> <li>—能源资源利用效率，包括但不限于单位产品取水量、单位产品综合能耗、单位产品主要原材料消耗量、绿色物料（再生原材料）使用率、水重复利用率、废水处理回用率、固体废物综合利用率</li> <li>—大气、水污染物处理技术及其处理效率，污染物排放水平及达标情况</li> <li>—噪声污染防治措施及成效</li> <li>—固体废物源头减量和资源化回收利用措施</li> <li>—温室气体排放量、排放绩效核算及其持续改善—周边资源环境质量（土壤、地表水、地下水、矿产、生物等）保护和治理措施及成效</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的先进生产工艺/环境友好工艺/绿色低碳工艺、绿色低碳技术装备使用情况的相关文件</li> <li>● 品牌实体提供的清洁生产审核报告/年度报告/可持续发展报告/绿色发展报告/排污许可执行报告等</li> <li>● 品牌实体提供的社会责任年报/ESG报告/碳足迹核算报告/温室气体核查报告等</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	使用/消费/废弃过程的绿色低碳特性	使用/消费/废弃过程中涉及的绿色低碳固有特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>—产品能耗、能效、水效等符合相关要求情况</li> <li>—包装符合相关法律法规和国家、行业标准规定，满足无污染、可回收、可降解等要求的情况</li> <li>—产品可回收率及其持续改善</li> <li>—产品寿命</li> <li>—产品健康安全特性</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 官方网站、产品包装、说明书等</li> <li>● 品牌实体提供的社会责任年报/ESG报告等</li> <li>● 品牌实体提供的相关说明材料</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳管理绩效	对照绿色低碳发展战略和目标，实现所策划的绿色低碳化成果进展情况	<ul style="list-style-type: none"> <li>—绿色低碳相关的合格评定、获得认证、示范认定等情况</li> <li>—绿色低碳相关奖励情况</li> <li>—主导或参与制定绿色低碳领域国际、国家、行业、地方、团体及企业标准情况</li> <li>—独特的绿色低碳发展管理方法、模式或技术等</li> <li>—绿色低碳发展可持续性情况</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的合格评定、认证、奖励等证书或相关证明文件</li> <li>● 品牌实体提供的主导或参与各类标准制定的证明资料</li> <li>● 品牌实体提供的绿色低碳管理方法、模式、技术等情况说明</li> <li>● 合格评定、认证、奖励等认定颁布机构、标准信息平台/机构官方网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 社交媒体等公开发布的相关信息</li> <li>● 其他</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
创新要素	绿色低碳创新资源管理	品牌绿色低碳创新活动所需研发人员、资金、设备等资源投入的充足性、先进性和结构合理性，以及拥有的研发平台和可利用的外部资源等的保障情况	<ul style="list-style-type: none"> <li>—绿色低碳创新研发人员占比</li> <li>—绿色低碳创新研发经费投入占比与增长率</li> <li>—绿色低碳创新研发平台（如实验室、技术中心等）的数量与等级</li> <li>—绿色低碳创新研发设备水平（如先进程度、执行标准情况等）</li> <li>—参与绿色低碳标准化技术组织、权威技术团体或联盟情况</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体自我公开声明</li> <li>● 品牌实体提供的年度报告/可持续发展报告/绿色发展报告、绿色低碳创新研究报告等</li> <li>● 主管部门公布信息数据</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳创新战略机制管理	品牌为绿色低碳创新活动做出的规划、部署、落实和监控，以及为战略制定实施而建立的保障体系	<ul style="list-style-type: none"> <li>—品牌绿色低碳创新规划制定与实施</li> <li>—品牌绿色低碳创新目标完成情况</li> <li>—品牌绿色低碳创新战略与品牌定位契合度</li> <li>—品牌绿色低碳创新架构完善程度</li> <li>—品牌绿色低碳创新需求的识别和传导机制</li> <li>—内、外部协同绿色低碳创新机制</li> <li>—绿色低碳创新考核与激励机制的建立与执行情况</li> <li>—绿色低碳创新风险管控机制的建立与执行情况</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体自我公开声明</li> <li>● 品牌实体提供的年度报告/可持续发展报告/绿色发展报告、绿色低碳创新研究报告等</li> <li>● 品牌实体提供的相关说明文件</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳知识产权创造	绿色低碳创新过程中形成的知识产权成果及其质量水平	<ul style="list-style-type: none"> <li>—绿色低碳相关的有效专利、技术标准、商标、著作等的数量和级别</li> <li>—绿色低碳相关的专利中发明专利占比</li> <li>—绿色低碳相关的专利授权量占其申请量比重</li> <li>—获得国内外绿色低碳类创新奖项的数量</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体对绿色低碳方面专利、技术标准、商标、著作、创新奖项等的自我声明</li> <li>● 国际、国家、地方、行业主管部门的公开信息</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳知识产权保护	对绿色低碳知识产权创新成果的保护情况	<ul style="list-style-type: none"> <li>—知识产权保护规章制度制定（如产权认证、法律支持等）</li> <li>—知识产权预警机制和应对方案制定</li> <li>—知识产权保护经费投入水平</li> <li>—国内外知识产权保护机构设置情况</li> <li>—近三年有效处理国内外知识产权纠纷情况</li> <li>—其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体对绿色低碳方面专利、技术标准、商标、著作、创新奖项等的自我声明</li> <li>● 国际、国家、地方、行业主管部门的公开信息</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
	绿色低碳拓展能力	品牌实体为实现绿色低碳转型发展对现有技术/工艺的改进、产品/服务功能优化、品牌再塑等的延伸能力	—绿色低碳技术/工艺的改进程度和先进性 —产品/服务功能在节能降碳、减污增效方面的提升拓展 —与技术/工艺改进、产品/服务功能优化、品牌实体发展相应的品牌内涵的挖掘、重塑能力 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体自我公开声明</li> <li>● 品牌实体提供的采用、引进更新或对外合作开发先进技术工艺的文件</li> <li>● 品牌实体提供的产品/服务功能实现绿色低碳化提升拓展的相关数据和材料</li> <li>● 可采信第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳创新布局	品牌实体提高绿色低碳创新资源聚集和优化配置,加快绿色低碳技术获取、吸收和再创新的能力	—国内外绿色低碳创新研发的区域布局水平(如研发机构数量和分布) —国内外绿色低碳技术获取渠道及吸收利用 —新产品/服务的区域布局情况 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的相关说明材料</li> <li>● 国内外研发机构注册平台</li> <li>● 可采信第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	绿色低碳知识产权运用	品牌实体对拥有的绿色低碳知识产权进行推广、转化、许可、转让等的效益产出情况	—绿色低碳知识产权示范推广情况 —近三年绿色低碳知识产权转化率 —近三年绿色低碳知识产权许可、转让收益占品牌实体营收的比重 —近三年绿色低碳知识产权融资情况 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体对专利权、商标权及著作权等的自我公开声明</li> <li>● 品牌实体提供的相关说明材料</li> <li>● 国际、国家、地方、行业主管部门的公开信息</li> <li>● 可采信第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
服务要素	服务流程绿色化能力	服务过程程序化、服务行为规范化、服务结果标准化过程中实施节能降碳、减少污染等措施的能动性	—服务制度中关于节能降碳、减少污染的规定和落实举措; —服务行为规范/操作规程中关于节能降碳、减少污染的规定和落实举措 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的服务制度建立及运行情况相关说明</li> <li>● 服务手册</li> <li>● 内部有关培训记录</li> <li>● 其他</li> </ul>
	服务绿色创新能力	对服务进行绿色低碳方向创新的能力,包括对服务项目、传递方式、传递过程等的创新	—创新内容 —创新模式 —创新服务技术 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的服务清单及相关说明</li> <li>● 品牌实体营销宣传手册</li> <li>● 其他</li> </ul>
	服务设备设施	保证服务过程绿色低碳化转型实现的设备设施、信息系统的配置及持续优化能力	—设备设施满足绿色低碳创新和服务需求的情况 —设备设施对应的绿色低碳服务的覆盖程度和取得效果 —服务信息系统的单位信息流量综合能耗 —其他	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的相关说明</li> <li>● 服务信息系统能源消耗、处理信息流量等相关记录</li> <li>● 专家打分</li> <li>● 其他</li> </ul>

表1（续）

一级指标	二级指标	指标描述	指标测量示例	参考数据来源
无形要素	绿色低碳文化	品牌实体内部形成	—绿色低碳文化的建立	● 品牌实体关于绿色低

		<p>的由组织和全体成员所认同的关于绿色低碳生产/服务的思想、理念、行为、习惯,以及由这个组织绿色低碳意识所辐射出来的一切行为</p>	<p>—绿色低碳文化的理解和传递 —绿色低碳文化的培育和提升措施 —其他</p>	<p>碳文化相关文件、绿色低碳文化理解、培育等情况的说明</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 实施评价的第三方机构采用调查座谈等方式获取的相关资料</li> <li>● 社交媒体等公开发布的相关信息</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	社会责任	<p>有利于品牌绿色低碳发展的关系维护</p>	<p>—绿色低碳营销和宣传 —近三年无较大及以上安全、环保、质量等事故 —履行降碳、减污、扩绿、增长等社会责任情况 —对供应链施加的绿色低碳转型影响 —顾客满意度 —在行业中的表现 —其他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体关于绿色低碳营销宣传活动等情况的说明</li> <li>● 品牌实体提供的社会责任年报/可持续发展报告/绿色发展报告/ESG报告等</li> <li>● 调研访谈</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>
	发展潜力	<p>品牌绿色转型发展战略规划、品牌绿色转型发展速度、品牌绿色转型发展阶段、品牌辐射范围四个方面情况</p>	<p>—品牌绿色转型发展战略规划与国家政策方向、行业绿色发展水平、品牌实体能力的匹配度 —品牌绿色转型发展速度在行业中的表现 —品牌绿色转型发展阶段与行业所处阶段是否匹配、与行业中标杆品牌所处阶段是否匹配 —品牌的区域影响力、市场覆盖范围 —其他</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品牌实体提供的战略规划、年报/可持续发展报告/绿色发展报告等</li> <li>● 调研访谈</li> <li>● 行业协会网站</li> <li>● 可采信的第三方公共服务平台或相关调查和研究报告等</li> <li>● 其他</li> </ul>

## 6 评价方法

6.1 绿色低碳品牌评价根据有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素五个一级指标及其权重,按照公式(1)计算:

$$K = \sum_{i=1}^5 K_i \times W_i \dots\dots\dots (1)$$

式中:

$K$ ——绿色低碳品牌评价值;

$K_i$ ——第*i*个一级指标评价值;

$W_i$ ——第*i*个一级指标对绿色低碳品牌的影响权重。

6.2 有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素五个一级指标分别存在若干二级指标时，其评价价值按照公式（2）计算：

$$K_i = \sum_{j=1}^n K_{ij} \times W_{ij} (j = 1, 2, 3, \dots, n) \quad \dots\dots\dots (2)$$

式中：

$K_i$ ——第*i*个一级指标评价价值；

$K_{ij}$ ——第*i*个一级指标下第*j*个二级指标评价价值；

$W_{ij}$ ——第*i*个一级指标下第*j*个二级指标对  $K_i$  的影响权重；

$n$ ——第*i*个一级指标下二级指标的个数。

## 7 评价实施

### 7.1 评价相关方

7.1.1 品牌实体按照自愿原则提出绿色低碳品牌评价申请，提供评价所需证明材料，并对材料的真实性与准确性负责。

7.1.2 评价机构需具备品牌建设/品牌价值评价认证等相关资质能力，并对评价内容和结果的真实性和准确性负责。

7.1.3 评价机构资质要求宜参照GB/T 36308界定。

### 7.2 评价程序

开展绿色低碳品牌评价宜遵循以下程序：

- a) 明确评价目的；
- b) 确定评价对象，被评价品牌的品牌主体和所属行业宜符合GB/T 36680规定；
- c) 确定评价指标；
- d) 确定评价指标的权重；
- e) 制订评价数据和信息的采集方案并实施；
- f) 对评价指标进行量化，计算评价结果；
- g) 对评价结果的符合性进行检验和修正；
- h) 出具评价报告。

### 7.3 评价报告

评价报告应明确陈述以下内容：

- a) 评价人员的相关信息，如能力水平；
- b) 评价目的；
- c) 评价对象；
- d) 报告使用者；
- e) 评价依据；
- f) 评价的具体要素和指标；
- g) 评价所采用的方法；

- h) 评价基准日和评价报告日；
- i) 评价数据和信息的来源；
- j) 评价结果及描述或改进建议；
- k) 使用限制。

#### 7.4 评价结果

根据审定后的绿色低碳品牌评价结果，可对其品牌实体颁发绿色低碳品牌证书等。

---