

# T/PPZL

团 体 标 准

T/PPZL 061—2025

## 电梯维保品牌评估方法

Evaluation methods of the lift maintenance brands

2025 - 11 - 19 发布

2025 - 11 - 19 实施



## 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 评估原则 .....	1
5 评估主体 .....	1
6 申请条件 .....	1
7 评估内容、方法及分值 .....	2
8 评估程序 .....	2
9 申诉 .....	2
10 复评 .....	2
附录 A（规范性） 电梯维保品牌评估内容、方法及分值 .....	3

## 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。

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这些专利的责任。

本文件由赤峰电梯行业协会提出。

本文件由内蒙古自治区品牌标准化技术委员会归口。

本标准起草单位：内蒙古电梯行业协会、呼伦贝尔市产品质量计量检测所（呼伦贝尔市标准化研究中心）、中国物品编码中心、赤峰电梯行业协会、内蒙古自治区标准化院、内蒙古品牌战略促进会、内蒙古自治区特种设备检验研究院呼伦贝尔分院。

主要起草人：罗建国、王慧、于翔、张鑫、赵海英、焦鸿雁、张印香、吕凯旋、郭贺亮、梁莹、贾建华、朱亮、王佳晗、董风军、高文化、刘永生、孙文章、宋英杰、贾双文、张欣、郝建成、朱晓春、丁健。

# 电梯维保品牌评估方法

## 1 范围

本文件规定了电梯维保品牌的术语和定义、评估原则、申请条件、评估内容和方法、评估程序、申诉和复评等。

本文件适用于从事电梯维保单位的品牌评估及管理活动。

## 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 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

TSG 07-2019 特种设备生产和充装单位许可规则

## 3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29187界定的术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**电梯 lift**

动力驱动，利用沿刚性导轨运行的箱体或者沿固定线路运行的梯级（踏步），进行升降或者平行运送人、货物的机电设备。

### 3.2

**电梯维保单位 lift maintenance unit**

依法取得相应许可后，从事电梯维护保养的单位。

### 3.3

**品牌 brand**

与营销相关的无形资产，包括（但不限于）名称、用语、符号、形象、标志、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

## 4 评估原则

评估应是自愿的，应由电梯维保品牌评估机构委派专家（第三方评估代表）依据本标准对电梯维保单位进行科学、公正、公平、公开的专业评估。

## 5 评估主体

电梯维保品牌评估机构为自治区内各级电梯行业协会，自治区级电梯行业协会在全区范围内开展评估工作，盟市级电梯行业协会在各盟市范围内开展评估工作。

## 6 申请条件

申请品牌评估的电梯维保单位应同时具备以下条件：

a) 申请品牌评估的电梯维保单位应当具有法定资质；

b) 持有许可项目与其实际开展业务相适应的特种设备生产许可证，且2年以上（含2年）；

- c) 持有相应专业资质的工程技术人员和电梯修理作业资格证的人员占单位总人数的比例大于等于70%;
- d) 自申请评估之日起,2年内所维保电梯未发生过由维保单位自身原因导致的责任事故;
- e) 申请品牌评估的维保单位,不得发生任何违法行为;
- f) 电梯维保单位未被列入“信用中国”黑名单;
- g) 近1年内是否存在因参评电梯维保单位自身原因引发的媒体曝光、引发群体事件等情况。

## 7 评估内容 方法及分值

评估内容、方法及分值见附录A 表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值。

## 8 评估程序

电梯维保品牌评估活动应遵循以下程序:

- a) 电梯维保单位向电梯维保品牌评估机构提出评估申请;
- b) 进行现场评估;
- c) 形成评估报告,评估报告中应体现评估得分(满分200分),得分150分以上(含150分)的获评为内蒙古自治区电梯维保品牌;
- d) 面向社会公示。

## 9 申诉

对评估结果有异议的单位或个人,在公示信息发布之日起10个工作日内书面向实施电梯维保品牌评估工作的机构提出申诉,电梯维保品牌评估机构应在接到申诉之日起30个工作日内完成相关调查、处理,并予以答复。

## 10 复评

获得电梯维保品牌的电梯维保单位每3年复评一次,并自获得电梯维保品牌认定之日起每年度上报一次自我评估报告,不上报视为自愿放弃参与复评。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**电梯维保品牌评估内容 方法及分值**

电梯维保品牌评估内容、方法及分值见表A.1。

**表 A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值**

项目		评估内容与方法	分值	得分
品牌 战略	品牌定位和中长期的发展规划	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否具有清晰的品牌定位及中长期发展规划： a) 是得满分； b) 否不得分。	1	
		品牌定位及发展规划是否符合实际，具有较高的可行性： a) 是得满分； b) 否不得分。	1	
	品牌传播途径	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否建立了有效的品牌传播途径： a) 是得满分； b) 否不得分。	1	
		查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按照既定的品牌传播途径，并开展品牌推广活动： a) 是得满分； b) 否不得分。	1	
品牌知名度和美誉度	走访 3 个未与受评电梯维保单位签订电梯维保合同的电梯使用单位，询问其是否知晓受评电梯维保单位的品牌： a) 3 个电梯使用单位均知晓受评电梯维保单位的品牌，得满分； b) 2 个电梯使用单位均知晓受评电梯维保单位的品牌，得 2 分； c) 1 个电梯使用单位均知晓受评电梯维保单位的品牌，得 1 分； d) 3 个电梯使用单位均不知晓的品牌，不得分。	3		

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目		评估内容与方法	分值	得分
品牌 资源 条件	财务情况	查阅电梯维保单位上一年度财务报表，核查其实现税后利润的数值情况： a) $\geq 0$ 得满分； b) $< 0$ 不得分。	2	
	人员情况	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位人员满足《特种设备生产和充装单位许可规则》(TSG 07-2019) 附件 G 中 G3 的有关要求的情况： a) 满足 A1 许可级别的得满分； b) 满足 A2 许可级别的得 3 分； c) 满足 B 许可级别的得 1 分。	5	
	固定办公场所、计量器具、仪器设备情况	查阅相关见证材料，查看电梯维保单位日常工作所需的固定办公场所使用面积的情况： a) $\geq 1000 \text{ m}^2$ 得满分； b) $\geq 500 \text{ m}^2$ ，且 $< 1000 \text{ m}^2$ 的得 3 分； c) $\geq 300 \text{ m}^2$ ，且 $< 500 \text{ m}^2$ 的得 1 分； $< 300 \text{ m}^2$ 的不得分。	5	
		查阅相关见证材料，核查电梯维保单位的仪器设备是否满足其所取得许可项目的有关要求，且仪器设备台账齐全完整： a) 是得满分； b) 否不得分。	1	
		查阅相关见证材料，核查计量器具、仪器设备检定、校准率的情况： a) 均在检定、校准有效期内得满分； b) $\geq 90\%$ ，且 $< 100\%$ 的得 1 分； c) $< 90\%$ 的不得分。	2	
	备件供应情况	现场查看、查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否设有备件库房，且备件台账齐全完整： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
		现场查看、查阅相关见证材料，核查电梯维保单位备件种类情况： a) $\geq 30$ 种的得满分； b) $\geq 15$ 种，且 $< 30$ 种的得 1 分； c) $< 15$ 种的不得分。	2	
	技术资料配备情况	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否具有与所维保电梯相对应的电气原理图和安装使用维护说明书，且齐全完整： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目		评估内容与方法	分值	得分
社会责任	执行特种设备许可制度情况	抽查2名电梯维保单位的管理人员，询问许可制度的有关要求，核查其是否充分掌握： a) 是得满分； b) 否不得分。	3	
		咨询电梯安全监察管理部门，核查电梯维保单位是否存在超越许可范围开展业务的情况： a) 否得满分； b) 是不得分。	1	
		咨询电梯安全监察管理部门、查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否存在涂改、伪造、转让、出租、出卖《许可证》的行为： a) 否得满分； b) 是不得分。	1	
	参与社会公益、电梯安全知识科普及关注弱势群体的活动情况	查阅视频、照片等见证材料，核查近2年电梯维保单位参与有关社会公益活动的情况，按每参与1次得1分累计记分，总分不超过6分。	6	
		查阅视频、照片等见证材料，核查近2年电梯维保单位参与有关电梯安全知识科普活动的情况，按每参与1次得0.5分累计记分，总分不超过5分。	5	
	倡导电梯节能运行和资源回收利用情况	查阅相关见证材料，核查近2年电梯维保单位是否参与有关电梯节能运行和资源回收利用的实际工作，并有见证材料： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	参与电梯相关行业协会情况	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位参与电梯相关行业协会工作的情况，同时咨询有关行业协会，核查其在协会中发挥应有作用的情况，对未发挥应用作用的不予记分： a) 自治区级协会副会长单位得6分； b) 自治区级协会理事单位得5分； c) 自治区级协会会员单位得4分； d) 市级协会副会长单位得3分； e) 市级协会理事单位得2分； f) 市级协会会员单位得1分。	6	

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目	评估内容与方法	分值	得分
电梯安全监察管理的部门及检验检测机构的评价情况	咨询电梯维保公司所在地的市级电梯安全监察管理的部门，查看其对参评电梯维保单位的评价情况： a) 满意得满分； b) 不满意不得分。	2	
	咨询电梯维保公司所在地的市级电梯检验检测机构，查看其对参评电梯维保单位的评价情况： a) 满意得满分； b) 不满意不得分。	2	
国内外电梯维保相关竞技赛事获奖以及能力比对或能力验证评价的情况	查看相关见证材料，核查近4年电梯维保单位参加国内外电梯维保相关竞技赛事获得名次的情况： a) 在国际级赛事中获得个人或团体前3名的得6分； b) 在国家级赛事中获得个人或团体前3名的得5分； c) 在省级赛事中获得个人或团体前3名的得3分； d) 在市级赛事中获得个人或团体前3名的得2分； e) 未在任何级别赛事获得个人或团体前3名的不得分。	6	
社会评价 电梯使用单位重复购买、溢价购买电梯维保服务情况	随机挑选5个以上（含5个）与参评电梯维保单位签订维保合同的电梯使用单位，查阅相关见证材料，查看有重复购买电梯维保服务行为的电梯使用单位数量情况： a) 5个以上（含5个）得满分； b) 4个得2分； c) <4个不得分。	5	
	随机挑选5个以上（含5个）与参评电梯维保单位签订维保合同的电梯使用单位，查阅相关见证材料，查看有溢价购买电梯维保服务行为的电梯使用单位数量情况： a) 3个以上（含3个）得满分； b) 2个得2分； c) 1个得1分；	3	

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目		评估内容与方法	分值	得分
社会评价	满意度调查及服务质量持续改进情况	查阅电梯维保公司向业主发放的满意度调查表，核查近1年内发放的满意度调查表的数量占其服务的电梯使用单位比率不少于20%： a) $\geq 20\%$ 的，得满分； b) $< 20\%$ 的，不得分。	3	
		查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否对满意度调查情况进行分析，并制定相应措施，持续改进服务质量： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	投诉情况	咨询有关部门，核查近1年内是否存在经有关部门证实的针对参评电梯维保单位投诉情况： a) 否得满分； b) 是不得分。	5	
业界交流	持续、有计划的开展业界交流活动情况	查阅相关见证材料，核查近2年电梯维保单位是否持续、有计划地开展业界交流活动： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
市场业绩	维保数量在全自治区电梯总数的占比情况	查看相关见证材料，核查电梯维保单位实际维保电梯台数占全自治区电梯总数（全自治区电梯总数，按照最近1次自治区电梯安全管理部门发布的数据计算）比率情况： a) $\geq 2\%$ 的得满分； b) $\geq 1\%$ ，且 $< 2\%$ 的得9分； c) $\geq 0.5\%$ ，且 $< 1\%$ 的得6分； d) $\geq 0.3\%$ ，且 $< 0.5\%$ 的得3分； e) $< 0.3\%$ 的不得分。	15	
	维保业绩增长率	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位本年度维保电梯数量较上一年度的增长率情况： a) $\geq 10\%$ 的得满分； b) $\geq 5\%$ ，且 $< 10\%$ 的得2分； c) $< 5\%$ 的不得分。	4	

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目		评估内容与方法	分值	得分
创新能力	创新服务理念	查阅相关见证材料，查看电梯维保单位是否提出具有创新性的服务理念： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	获得专利、著作权的情况	查阅相关见证材料，核查近3年内电梯维保单位获得专利、著作权的情况： a) 获得2项以上（含2项）的得满分； b) 获得1项的得1分； c) 未获得的不得分。	3	
	参与科研项目及标准编制的情况	查阅相关见证材料，核查近3年内电梯维保单位参与科研项目研发、标准编制的情况，按国家级每项得3分，省部级每项得2分，盟市级每项得1分累计记分，总分不超过6分	6	
服务能力	电梯维保大数据信息化管理的情况	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位本年度维保电梯纳入大数据信息化管理的比率情况： a) $\geq 95\%$ 的得满分 b) $\geq 80\%$ ，且 $< 95\%$ 的得3分； c) $\geq 50\%$ ，且 $< 80\%$ 的得2分； d) $\geq 30\%$ ，且 $< 50\%$ 的得1分； e) $< 30\%$ 的不得分	5	
	服务规划	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否具有清晰明确、切合实际的服务规划： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
		查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按照服务规划的有关内容，开展相关的实际工作： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	服务保障机制	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位的服务保障机制是否健全，且具有较强的实用性： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按照服务保障的有关要求，并开展相关的实际工作： a) 是得满分； b) 否不得分。		2		

表A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值（续）

项目	评估内容与方法	分值	得分
服务能力	查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按照法律法规、安全技术规范的有关要求制定维保计划，并按计划开展维保工作： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	维保计划、维保方案制定情况 查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按照法律法规、安全技术规范以及电梯产品安装使用维护说明书的有关要求制定维保方案，并与所维保电梯安全性能相适应： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	职业资质证书持证情况 查阅相关见证材料，核查电梯维保单位持电梯安装维修工职业资格证书的情况： 高级技师每人得 2.5 分、技师每人得 2 分、高级技工每人得 1.5 分、中级技工每人得 1 分、初级技工每人得 0.5 分，按电梯维保单位持证人数情况累计得分，最高 8 分。	8	
	与电梯维保业务相关的仪器、设备、设施资金投入情况 查阅上一年度财务报表，核查电梯维保单位用于购买电梯维保业务相关计量器具、仪器设备的资金投入占业务总收入的比率情况： a) $\geq 1.5\%$ 的得满分； b) $\geq 1\%$ ，且 $< 1.5\%$ 的 2 分； c) $\geq 0.5\%$ ，且 $< 1\%$ 的 1 分； d) $< 0.5\%$ 的不得分。	3	
	人员培训情况 查阅相关见证材料，核查电梯维保单位是否按培训计划对单位人员进行安全教育、培训、考核，且记录、档案内容齐全完整： a) 是得满分； b) 否不得分。	2	
	人员培训情况 查阅相关见证材料，查看按计划接受安全教育的电梯修理作业人员占所有持证人员的比率情况： a) 均按计划接受了安全教育的得满分； b) $< 80\%$ 的不得分。	2	
	人员培训情况 查阅相关见证材料，查看上一年度电梯维保单位人员接受电梯维保相关专业知识培训的情况： a) $\geq 200$ 人次的得满分； b) $\geq 120$ 人次，且 $< 200$ 人次的得 2 分； c) $\geq 60$ 人次、且 $< 120$ 人次的得 1 分； d) $< 60$ 人次的不得分。	3	

表 A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值 (续)

项目		评估内容与方法	分值	得分
服务能力	维保区域人员配备情况	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否在每个开展业务的旗、县、区均设置与维保业务量相适应的维保人员 (不超过 30 台/人): a) 是得满分; b) 否不得分。	3	
	应急保障能力	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否依据所维保电梯的实际情况, 分别制定了切合实际的应急措施和救援预案: a) 是得满分; b) 否不得分。	2	
		查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否按要求每半年至少针对所维保的不同类别 (类型) 电梯进行了应急演练: a) 是得满分; b) 否不得分。	2	
		模拟困人事故情况, 现场核查设立的应急救援电话是否能有效接通, 并能在规定时间内赶到现场: a) 能有效接通, 且能在规定时间达到现场的得满分; b) 能有效接通, 但未能在规定时间达到现场的得 1 分; c) 救援电话未能有效接通的不得分。	3	
服务质量	质量保证体系建立、实施和持续改进情况	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位当组织结构、质量保证体系人员配备及其职能、各控制要素发生变化、电梯安全有关的法律、法规、安全技术规范等发生变更, 以及特种设备安全监管部门对质量保证体系提出新的要求, 原有的质量保证体系已经不能适用, 需进行修改、修订, 必要时进行再版等情况发生时, 是否及时按照规定程序予以完善, 修订相应的质量保证体系文件: a) 是得满分; b) 否不得分。	5	
		查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否按照《特种设备生产和充装单位许可规则》(TSG 07-2019) 附件 M 中 M1.3 的有关要求开展管理评审工作: a) 是得满分; b) 否不得分。	3	

表 A.1 电梯维保品牌评估内容 方法及分值 (续)

项目	评估内容与方法	分值	得分	
服务质量	质量保证体系建立、实施和持续改进情况	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否按照《特种设备生产和充装单位许可规则》(TSG 07-2019) 附件 M 中 M3.13 的有关要求开展质量改进与服务工作: a) 是得满分; b) 否不得分。	2	
	质量管理、环境管理、职业健康安全管理体系认证	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位是否取得 ISO 9001、ISO 14001、OHSAS 18001 中 1 项或多项认证: a) 是得满分; b) 否不得分。	5	
	定期检验一次合格率	查阅相关见证材料, 核查电梯维保单位所维保电梯的定期检验一次合格率情况: a) 100%的得满分; b) $\geq 95\%$ , 且 $< 100\%$ 的得 6 分; c) $\geq 90\%$ , 且 $< 95\%$ 的得 4 分; d) $\geq 80\%$ , 且 $< 90\%$ 的得 2 分; e) $< 80\%$ 的不得分。	8	
	维护市场公平竞争	抽查 10 份电梯维保合同, 核查电梯维保单位是否存在电梯维保价格恶性竞争的情况: a) 否得满分; b) 是不得分。	4	
	电梯故障率	查阅电梯应急救援平台有关数据, 核查上一年度电梯维保单位所维保电梯的故障率情况 (电梯应急救援平台未投入使用的地区, 随机抽取一个参评电梯维保单位所维保电梯数量不少于 20 台、且平均使用年限超过 5 年的维保项目, 统计电梯故障率情况): a) 零故障率的得满分; b) $\leq 1\%$ 的得 6 分; c) $\leq 3\%$ , 且 $> 1\%$ 的得 4 分; d) $\leq 5\%$ , 且 $> 3\%$ 的得 2 分; e) $> 5\%$ 的不得分。	10	
	投放电梯相关保险情况	查阅相关见证材料, 核查上一年度已投放相关保险的电梯占总维保电梯数量的比率情况: a) $\geq 60\%$ 的得满分; c) $\geq 30\%$ , 且 $< 60\%$ 的得 1 分; d) $< 30\%$ 的不得分。	3	
	接受特种设备安全监督管理部门处罚的情况	咨询各级特种设备安全监督管理部门, 核查上一年度电梯维保单位受到各级特种设备安全监督管理部门行政处罚的次数情况: a) 未受到行政处罚的得满分; b) 受到 1 次行政处罚的得 1 分; c) 受到 2 次以上 (含 2 次) 的不得分。	3	