

团 体 标 准

T/HZWXTZ 006—2025

织里童装区域品牌企业评价规范

2025 - 11 - 20 发布

2025 - 12 - 20 实施

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。

本文件由湖州市吴兴区织里童装商会提出并归口。

本文件起草单位：湖州市吴兴区织里镇人民政府、湖州市标准化研究院、湖州市吴兴区市场监督管理局、湖州吴兴东城投资发展集团有限公司、吴兴区童装产业发展中心、湖州市吴兴区织里童装商会。

本文件主要起草人：王佐彬、姜雪婷、邹新强、温作垒、蒋旭锋、马姚靖、朱佩、史宁慧、褚炎波。

织里童装区域品牌企业评价规范

1 范围

本文件规定了织里童装区域品牌企业评价的评价原则、评价内容及指标体系、等级划分、评价流程和动态管理等要求。

本文件适用于织里童装区域品牌企业的评价和管理。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

4 评价原则

4.1 自愿性

企业根据需要自主申请区域品牌企业评价。

4.2 独立性

评价过程应秉持独立、公正、平等的原则，不受外来因素影响。

4.3 科学性

评价内容、评价指标体系的设置应科学、合理，评价过程规范。

4.4 有效性

评价数据应真实可信、具有代表性和时效性。

5 评价内容及指标体系

5.1 评价内容

区域品牌企业评价内容应包括下列内容：

- 经营业绩：营业收入、纳税金额、客户服务；
- 科技创新：研发投入、技术升级、设计能力、人才培养；
- 质量管理：体系认证、质量控制、检验检测、产品质量、质量活动；
- 标准化建设：标准制修订、标准化活动、人员配置、标准培训；
- 品牌建设：品牌规划、品牌传播投入、注册商标、市场拓展、媒体报道；
- 附加分：奖项荣誉。

5.2 指标体系

从“经营业绩、科技创新、质量管理、标准化建设、品牌建设、附加分”六个方面，构建织里童装区域品牌企业评价指标体系（见附录A），包含一级指标、二级指标两层结构。二级指标包括营业收入等22个指标，按类型分为基础项和加分项，基础项满分100分，加分项满分10分，最终评分是基础项和加分项之和。

6 等级划分

最终评分在70分及以上的企业划分为“金标”“蓝标”和“普标”三个等级，最终评分在70分以下的企业不定等级：

- 金标：评分 90 分以上（含 90 分），代表织里童装标杆企业；
- 蓝标：评分 80 分~89 分（含 80 分），代表织里童装骨干与优秀企业；
- 普标：评分 70 分~79 分（含 70 分），代表达到织里童装区域品牌基本要求的企业；
- 不定等级：评分 70 分以下。

7 评价流程

7.1 申报

申请区域品牌企业评价的企业应满足下列要求：

- 应在湖州市吴兴区织里镇进行工商注册登记，具有独立法人资格；
- 不应被列入经营异常名录或严重失信主体名单；
- 近三年不应发生重大安全（含网络安全、数据安全）、质量、环境污染等事故以及偷税漏税等违法违规行为。

7.2 资料审核

对企业提交资料的完整性、真实性进行审核。不满足评价要求的，通知企业补充完善资料；满足评价要求的，进入评价打分环节。

7.3 评价打分

对照评价指标体系进行评价打分，得出评价结果。

7.4 公示

评价结果应进行公示，公示期宜不少于5个工作日。

7.5 发布

对经公示无异议或异议已处理的企业，向社会发布最终评价结果。

7.6 结果应用

授权机构应按照评价结果授予“金标”“蓝标”或“普标”标识。

8 动态管理

8.1 授权有效期为三年，有效期届满前六个月，企业应申请复评。复评程序与初次评价相同。

8.2 有效期内，授权机构可进行不定期的监督抽查。

8.3 在有效期内，如发现企业不再符合原等级要求，授权机构可对其进行降级处理；如企业不再满足本标准 7.1 申报要求的，授权机构应立即撤销其品牌使用权并对外公布。

附录 A
(规范性)
织里童装区域品牌企业评价指标体系

表A.1规定了织里童装区域品牌企业评价的指标体系。

表A.1 织里童装区域品牌企业评价指标体系

| 一级指标 | 二级指标 | 指标内容 | 分值 | 指标类型 |
|----------------|-------|---|----|---------------|
| 经营业绩 (20分) | 营业收入 | 上年度主营业务收入 \geq 2000万元, 得10分; 500万元 \leq 上年度主营业务收入 $<$ 2000万元, 得7分; 上年度主营业务收入 $<$ 500万元, 得4分。 | 10 | 基础项 (100分) |
| | 纳税金额 | 上年度纳税总额 \geq 100万元, 得5分; 20万元 \leq 上年度纳税总额 $<$ 100万元, 得3分; 上年度纳税总额 $<$ 20万元, 得1分。 | 5 | |
| | 客户服务 | 建立完善的客户服务体系, 客户满意度 \geq 95%, 投诉处理及时率100%, 得5分; 客户服务体系基本健全, 客户满意度 \geq 90%, 投诉处理及时率 \geq 95%, 得3分; 有基本客户服务流程, 客户满意度 \geq 85%, 投诉处理及时率 \geq 90%, 得1分。 | 5 | |
| 科技创新 (20分) | 技术升级 | 近两年内投入 \geq 50万元用于购买先进设备或实施信息化/智能化改造, 得6分; 有投入但金额 $<$ 50万元, 或进行了小规模技术改造, 得3分。 | 6 | |
| | 研发投入 | 上年度研发费用占主营业务收入比例 \geq 3%或超100万, 得5分; 1% \leq 比例 $<$ 3%或超50万, 得3分; 其他有投入的, 得1分。 | 5 | |
| | 设计能力 | 团队拥有专职设计师数量 \geq 3人, 得2分; 1人 \leq 专职设计师数量 $<$ 3人, 得1分。 上年度推出新款数量 \geq 50款, 得2分; 20款 \leq 新款数量 $<$ 49款, 得1分。 拥有外观设计专利或版权登记数量 \geq 1项, 得1分。 | 5 | |
| | 人才培养 | 本科及以上学历职工数占职工总数5%及以上, 得4分; 占职工总数2%及以上, 得2分。 | 4 | |
| 质量管理 (20分) | 体系认证 | 通过质量管理体系等认证1项及以上。 | 5 | |
| | 质量控制 | 同时建立了原辅料进货查验、关键工序控制、成品出厂检验三项制度, 且记录完整, 得5分; 每缺一项制度或记录严重缺失, 扣1分, 扣完为止。 | 5 | |
| | 产品质量 | 提供上年度产品检测报告, 得2分。 有2项及以上指标超过国家/行业标准, 得3分; 有1项指标超过国家/行业标准, 得2分。 | 5 | |
| | 检验检测 | 设立独立质检部门/实验室, 配备至少3种及以上检测设备, 并能提供规范的日常检验记录, 得3分; 有专职质检岗位和基本量具, 能开展外观、尺寸等常规检验, 得2分。 | 3 | |
| | 质量活动 | 开展QC小组等质量活动。 | 2 | |
| 标准化建设 (20分) | 标准制修订 | 参与制修订国家/行业/地方标准2项及以上, 得6分; 1项, 得4分。 参与制修订团体/企业标准2项及以上, 得4分; 1项, 得2分。 | 6 | |
| | 标准化活动 | 参加国际标准化活动2次及以上, 得5分; 1次, 得3分。 参加国内标准化活动2次及以上, 得3分; 1项, 得2分。 | 5 | |
| | 标准培训 | 组织开展员工标准化培训2次及以上。 | 5 | |
| | 人员配置 | 配备标准化专兼职人员。 | 4 | |

表 A.1 织里童装区域品牌企业评价指标体系（续）

| 一级指标 | 二级指标 | 指标内容 | 分值 | 指标类型 |
|---------------|--------|---|----|-----------------|
| 品牌建设 (20分) | 注册商标 | 拥有自主注册商标（R标），并有持续性的市场推广活动和年度推广预算，得5分； 仅有注册商标（TM标或R标），但无系统性推广，得3分。 | 5 | |
| | 市场拓展 | 上年度新增店面2家及以上，得5分；1家，得3分。 | 5 | |
| | 品牌规划 | 制定品牌建设方针和目标、品牌化决策、品牌模式选择、品牌识别界定、品牌延伸规划等规划。 | 4 | |
| | 品牌传播投入 | 有开展品牌宣传推广活动。 | 3 | |
| | 媒体报道 | 被主流媒体、行业专业媒体及新媒体报道2次及以上，得3分； 1次，得1分。 | 3 | |
| 附加分 | 奖项荣誉 | 获“专精特新”、“品字标”、政府质量奖、标准创新贡献奖、知识产权奖、绿色供应链管理企业、“绿色工厂”、“智能工厂”、高新技术企业，通过绿色产品认证、浙江省守合同重信用公示企业（AA及以上）等奖项荣誉，省级（或等同于省级）以上每项得5分，市级（或等同于市级）每项得3分； 其他奖项荣誉酌情给分。 | / | 加分项 (不超过10分) |