

# GIEHA

团 体 标 准

T/GIEHA 015—2019

## 空气净化产品品牌评价

Brand Evaluation of Air Purification Products

(报批稿)

2019 - XX - XX 发布

2019 - XX - XX 实施

广东省室内环境卫生行业协会 发布



## 前 言

本标准根据GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由广东省室内环境卫生行业协会提出。

本标准由广东省室内环境卫生行业协会归口。

本标准起草单位：国家呼吸系统疾病临床医学研究中心（广州医科大学）、宁波市垠雨净化科技有限公司、广州市微生物研究所、广东省微生物研究所（广东省微生物分析检测中心）、施凯西环保科技有限公司、深圳市民润环保科技有限公司、佛山市元粒宝智能电器科技有限公司、广州绿色时代信息科技有限公司等；

本标准主要起草人：钟南山、林国夫、杜少平、谢小保、林伟强、崔联民、梁映、徐丹、周志辉、陈沁泽等



# 空气净化产品品牌评价

## 1 范围

本标准规定了空气净化器、新风净化（系统）机品牌评价的方法、要素、结果和发布。

本标准适用于行业组织开展的空气净化器、新风净化（系统）机品牌强度评价，适用于企业开展自我评价，也适用于第三方中介机构开展的空气净化器、新风净化（系统）机品牌强度的评价活动。

## 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 29186 品牌价值 要素
- GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
- GB/T 31279 品牌价值评价 家用电器制造业
- GB/T 18801 空气净化器
- GB 36893 空气净化器能效限定值及能效等级
- T/CAQI 17 过滤式空气净化器颗粒物净化性能分级
- T/CAQI 33 空气净化器气态污染物净化性能分级（第一部分：甲醛）
- T/CAQI 34 新风净化机颗粒物净化性能分级
- T/CAQI 35 新风式空气净化器颗粒物净化性能分级
- T/GIEHA 008 空气净化器除菌性能分级
- T/GIEHA 009 空气净化器去除过敏原净化性能分级

## 3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187和GB/T 31279中界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

### 3.1

**年度销售量 Annual Sales Quantity**

该品牌在上年度（12个月）内实际销售的产品数量。

### 3.2

**年度销售额 Annual Sales Amount**

该品牌在上年度（12个月）内实际销售商品资金的总流入。

3.3

**影响力指数 Brand Impact Index**

品牌产品当年度销售量市场占有率。

3.4

**成长性指数 Brand Growth Index**

品牌产品销售量与上年度同比增量。

3.5

**产品品质 Brand Quality**

该品牌产品取得第三方认证机构对其净化性能的“九星认证”和其他认证证书的数量。

3.6

**覆盖率 Rate Of Coverage**

指该品牌服务网点覆盖销售区域的比例。

3.7

**好评率 Positive Feedback**

指在电商平台上消费者对该品牌产品的好评比例。

3.8

**机构横评 Institutional Review**

指在中国品牌建设促进会室内空气净化专业技术委员会、中国室内空气净化品牌集群进行登记备案的相关机构开展的横评。

3.9

**社会化响应度 Social Responsiveness**

该品牌有自我申明接受行业监督(见附件一)、参加行业协会组织的学术技术交流、参加标准编制、参加全国性展会、主动申请参加机构横评等。

## 4 评价方法

根据国际标准化组织品牌评价技术委员会(ISO/TC 289)和全国品牌评价标准化技术委员会(SAC/TC 532)关于品牌评价的有关要求,由中国品牌建设促进会开展对国内市场空气净化器、新风净化(系统)机进行年度品牌强度评价。空气净化产品品牌强度评价通过市场大数据采信、企业自主申报相结合的办法进行。

## 5 评价要素

空气净化产品评价根据质量、服务、技术创新等要素由十个方面内容组成，品牌强度总分为1000分。《(XX年度)空气净化器品牌评价申报表》(附件二)和《(XX年度)新风净化(系统)机品牌评价申报表》(附件三)，由企业自行填写申报。

### 5.1 销售(线上+线下)额

根据国内市场当年所有在售空气净化器、新风净化机(系统)的大数据(含自行申报)，取TOP100由140、139、138、137……依次计分，满分为140分。

### 5.2 销售(线上+线下)量

根据国内市场当年所有在售空气净化器、新风净化机(系统)的大数据(含自行申报)，取TOP100由140、139、138、137……依次计分，满分为140分。

### 5.3 品牌影响力(线上+线下)指数

根据国内市场当年所有在售空气净化器、新风净化机(系统)的大数据(含自行申报)，取TOP100由140、139、138、137……依次计分，满分为140分。

### 5.4 品牌成长性(线上+线下)指数

根据国内市场当年所有在售空气净化器、新风净化机(系统)的大数据(含自行申报)，取TOP100由140、139、138、137……依次计分，满分为140分。

### 5.5 品牌主流产品机型数

根据市场当年在售和历史上有销售记录的机型，每款计5分，总得分不超过40分。

### 5.6 品牌研发、生产能力

发明专利20分/个，实用新型专利、外观专利(以获得专利证书为准)和行业组织的专家技术鉴定计5分/个，小计为50分；产品自主研发、生产的计50分；产品自主研发、委托加工生产的计30分；产品委托研发、委托加工生产的计10分。总得分不超过100分。

### 5.7 产品品质

产品获得第三方机构认证，“颗粒物、甲醛、微生物、过敏原”净化性能“九颗星”的《认证证书》计10分/个，其他《认证证书》的计5分/个，总得分不超过80分。

### 5.8 产品售后服务能力建设

产品售后服务(实体)、团队体系按网点覆盖率来计分，覆盖率100%计10分，覆盖率每下降1%减1分；电商好评率99%以上计10分，好评率每降低1%减1分；客服电话接通率100%计20分，上班时间无人接听一次减1分；社会满意度调查由中国品牌建设促进会室内空气净化专业技术委员会联合室内空气净化品牌集群每年进行一次，社会满意度满分的记20分。总得分不超过60分。

### 5.9 产品抽检不合格曝光率

在当年产品质量抽检中，没有不合格记录的满分计60分；有不合格记录的国抽扣60分/次、地抽扣45分/次、机构横评扣30分/次，扣分不限60分。

#### 5.10 社会化响应度

企业自我申明接受行业监督计30分；参加相关专业的行业协会组织的学术技术交流计10分/次；参加国际或全国性展会计10分/次；参加空净行业的国际、国家、行业标准编写计15分/个，地方、团体标准编写计10分/个；主动申请参加机构横评加30分。总得分不超过100分。

### 6 评价结果

对企业主动报名参评和通过行业采信大数据公司提供的品牌，根据评价要素测算品牌强度取前100强。企业品牌评价各项得分不对外公布（承担上报数据的保密责任），只公布品牌强度总得分。

### 7 评价发布

评价结果由中国品牌建设促进会室内空气净化专业技术委员会联合中国室内空气净化品牌集群于次年5月10号（中国品牌日）对社会公开发布。

附件一

## 自我声明接受行业监督公约

品牌强度评价专业技术委员会：

本企业自愿接受行业监督，遵守中国品牌建设促进会室内空气净化专业技术委员会和室内空气净化品牌集群自律公约声明如下：

- 1、为了建立和完善符合社会主义市场经济体制要求的企业信用体系，规范室内空气净化行业市场，维护行业整体利益，制定本公约。
- 2、凡从事室内空气净化研发、生产、服务、销售、代理及相关企业和机构应遵守本公约。
- 3、自觉遵守国家有关法律、法规及管理规定，接受政府有关部门的监督、管理，守法经营、依法纳税。
- 4、坚持诚信为本的原则，守合同、重信誉，严格遵守职业道德，不使用假冒伪劣材料，不偷工减料，坚持质量第一、用户第一的原则，精心设计、精心管理，确保治理的工程质量、环境质量合格，争创精品工程、品牌企业。
- 5、增强行业自律意识和道德观念，提倡公平竞争，不搞价格欺诈。及时、认真处理投诉。不贬损同业企业和从业者，不拖欠工人工资。加强企业间的团结与合作，共同净化市场环境、维护市场秩序，保护企业和消费者的合法权益。
- 6、加强企业管理者和从业者的自律教育及专业培训，积极参与行业内外的交流和培训，努力提高企业和从业人员的综合素质。
- 7、树立安全意识，重视职业健康，杜绝安全事故。
- 8、如违反本公约有关规定，自愿接受中国品牌建设促进会等有关组织的调查处理。

声明企业负责人（签名、盖章）

年 月 日

## 附件二

## (XX 年度) 空气净化器品牌评价申报表

XX 年 XX 月 XX 日

项目	指标		权重(分)
年度销售量	线上(台)	线下(台)	140
年度销售额	线上(元)	线下(元)	140
品牌影响力指数(市场份额)	线上(%)	线下(%)	140
品牌成长性指数(销售量同比)	上年度总销售(台)	本年度总销售(台)	140
主流机型数量	在售机型:	下架机型:	40
品牌研发与生产能力	发明专利(个): 实用新型专利(个): 其他专利(个):	行业组织的专家技术鉴定(个):	100
	<input type="checkbox"/> 自主生产 <input type="checkbox"/> OEM <input type="checkbox"/> ODM		
产品品质(第三方认证情况)	九星级认证证书(个):	其他认证证书(个):	80
产品售后服务和消费者投诉记录	电商平台线上好评率: 客服电话接通率: 全国销售区域网点覆盖率:		60
产品抽检、横评情况(不合格批次)	国抽: 地抽: 机构横评:		60
社会化响应度	<input type="checkbox"/> 自我声明接受行业监督管理 <input type="checkbox"/> 参加机构横评 国际标准( )个、国家标准( )个、行业标准( )个 地方标准( )个、团体标准( )个; 参与行业学术交流( )次; 参加国际、全国性展会( )次; 主动申请参加机构横评( );		100
申报企业法人签名(盖章): 企业联系地址: 联系人: 联系电话:			

注 1: 请确保以上信息的真实性(法人签字、盖章), 提交此表时对相关指标请附带证明材料。

## 附件三

## (XX年度)新风净化(系统)机品牌评价申报表

XX年XX月XX日

项目	指标		权重(分)
年度销售量	线上(台)	线下(台)	140
年度销售额	线上(元)	线下(元)	140
品牌影响力指数(市场份额)	线上(%)	线下(%)	140
品牌成长性指数(销售量同比)	上年度总销售(台)	本年度总销售(台)	140
主流机型数量	在售机型:	下架机型:	40
品牌研发与生产能力	发明专利(个): 实用新型专利(个): 其他专利(个):	行业组织的专家技术鉴定(个):	100
	<input type="checkbox"/> 自主生产 <input type="checkbox"/> OEM <input type="checkbox"/> ODM		
产品品质(第三方认证情况)	九星级认证证书(个):	其他认证证书(个):	80
产品售后服务和消费者投诉记录	电商平台线上好评率: 客服电话接通率: 全国销售区域网点覆盖率:		60
产品抽检、横评情况(不合格批次)	国抽: 地抽: 机构横评:		60
社会化响应度	<input type="checkbox"/> 自我声明接受行业监督管理 <input type="checkbox"/> 参加横评 国际标准( )个、国家标准( )个、行业标准( )个 地方标准( )个、团体标准( )个; 参与行业学术交流( )次; 参加国际、全国性展会( )次; 主动申请参加机构横评( )。		100
申报企业法人签名(盖章): 企业联系地址: 联系人: 联系电话:			

注2: 请确保以上信息的真实性(法人签字、盖章), 提交此表时对相关指标请附带证明材料。