|  |  |
| --- | --- |
| ICS  | 03.140 |
| CCS  |

|  |
| --- |
| D:\000000部门项目\09标准化插件开发\程序源代码\StandardEditor_ShanDongKeXieYuan\团标首页面字母T.pngD:\000000部门项目\09标准化插件开发\程序源代码\StandardEditor_ShanDongKeXieYuan\团标首页面字母T后面的反斜杠.png GBC |

A 00 |

广西物品编码与标准化促进会团体标准

T/GBC XXXX—XXXX

南宁老友粉品牌评价 企业品牌

Brend evalution of Nanning old friends rice noodles corporate brand

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

广西物品编码与标准化促进会  发布

1. 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。

本文件由南宁市老友粉协会提出、归口并宣贯。

本文件起草单位：南宁市老友粉协会、广西壮族自治区标准技术研究院、南宁职业技术大学、广西南宁复记老友餐饮企业管理有限公司。

本文件主要起草人：

南宁老友粉品牌评价 企业品牌

* 1. 范围

本文件规定了南宁老友粉品牌评价的评价原则与要求、企业品牌评价与评价方法的要求。

本文件适用于南宁老友粉企业品牌的品牌评价。

* 1. 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 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

* 1. 术语和定义

GB/T 27925界定的术语和定义适用于本文件。

企业品牌 enterprise brand

企业(包括其商品和服务)的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的综合形象通过名称、标识、形象设计等相关的管理和活动体现。

[来源：GB/T 27925—2011,3.1]

品牌评价 brand evaluation

对企业品牌能力、品质、价值、声誉、影响力和企业文化等要素做出的判断。

[来源：GB/T 27925—2011,3.5]

* 1. 评价原则与要求
		1. 评价原则

进行企业及品牌评价时，应遵循以下原则，包括不限于：

1. 透明性原则：评价过程应透明，包括评价数据的来源、所采用的的评价方法、具体的评价指标、评价机构及人员资质等；
2. 公正性原则：评价人员进行评价时不应带有任何形式的偏见，在评价意见中保持独立性和客观性;
3. 有效性原则：评价基于评价基准日内有效、相关的数据及假设，保证评价数据真实有效;
4. 可靠性原则：评价结果应建立在充分的数据和分析基础上，以形成可靠的结论;
5. 持续改进原则：评价程序、评价指标、评价方法、评价模型应持续改进，以提供客观、公正、与时俱进的评价结果。
	* 1. 评价要求

进行品企业及品牌评价时，应遵循以下要求，包括不限于：

1. 声明评价目的，目的声明应规定预期用途、评价报告使用者、被评价资产、价值前提、评价机构和评价人员资质要求、评价报告和评价基准日；
2. 评价人员在开展评价之前，应识别、定义和描述被评价品牌；
3. 合理分析品牌价值评价结果；
4. 合理提出品牌价值提升建议。
	1. 企业品牌评价
		1. 有形要素
			1. 盈利能力

根据发展潜力、营销力评价企业盈利能力，评价内容包括但不限于：

1. 季、年度收入总额；
2. 资本累计率；
3. 净利润增长率；
4. 连续盈利年数；
5. 净资产收益率；
6. 总资产收益率。
	* + 1. 市场能力

根据市场份额及市场认可度对企业市场能力进行评价，评价内容包括但不限于：

1. 国内市场领导力，包括市场占有率、增长率及行业排名；
2. 本土及外省市场开拓能力；
3. 本土市场渗透率；
4. 渠道建设情况；
5. 产品销售占比。
	* + 1. 服务能力

从消费者反馈及市场评价的反馈情况进行评价，评价内容包括但不限于：

1. 客户投诉处理率，包括客户与消费者意见的反应速度与处理率；
2. 客户好评率，包括客户满意度、品牌忠诚度及品牌认知度与客户粘性；
3. 服务评级与评价，包括消费者及第三方机构出具的评价报告。
	* + 1. 服务质量

评价在服务体系、服务水平，评价内容包括但不限于：

1. 服务体系化水平，包括服务制度、服务承诺和流程规范等；
2. 服务保障能力，包括服务平台、渠道等配套服务设施建设情况等；
3. 服务持续改进情况等，包括服务模式、理念、项目等的创新与提升等。
	* 1. 质量要素
			1. 产品质量要素

评价在生产过程中的各方面质量保障水平，评价内容包括但不限于：

1. 产品生产技术、检验方法、设备、技术人员、设备设施先进性情况；
2. 产品执行标准的先进性，包括产品标准先进性、生产设备的先进性、领跑性等；
3. 产品质量情况，包括近3年出现安全事故次数、国家监管部门抽检合格、省市监管部门抽检、风险监测。
	* + 1. 生产安全

评价企业生产安全情况，评价内容包括但不限于：

1. 企业是否建立质量管理体系，产品溯源体系与质量标准的执行情况；
2. 企业生产管理情况，各岗位管理权限；
3. 持续改进情况，包括在质量管理、环境管理、清洁生产管理等方面的持续改进和提升。
	* 1. 无形要素
			1. 法律权益

衡量法律权益的拥有和保护情况，评价内容包括但不限于：

1. 知识产权，包括拥有专利权、知识产权转化率、在商业维权等方面的措施及成效，专利权、商标权、设计权等的数量和级别；
2. 是否属于国家或地方鼓励类产业；
3. 获证及荣誉，包括获得品牌相关的荣誉称号（中华老字号、地理标志、非物质文化遗产等）。
	* + 1. 品牌建设

评价品牌建设各方面的投入和成效水平，评价内容包括但不限于：

1. 品牌建设环境，包括品牌管理机构人员设置、资金资源、外部市场、政策支持等；
2. 品牌运营，包括品牌的持续投资、广告投入、品牌使用年限、宣传渠道及效果、赞助与合作情况等；
3. 品牌宣传，包括品牌推广、宣传费用占同期营业利润比重等；
4. 品牌保护，包括品牌保护制度、品牌维权情况、品牌使用保护、品牌形象提升、品牌声誉及荣誉称号保护。
	* + 1. 社会责任

评价企业级品牌在社会责任履行与报告发布、诚信体系建设、合规运营以及环境保护等方面的水平，评价内容包括但不限于：

1. 社会责任履行情况，包括社会责任报告发布、社会责任履行；
2. 相关体系认证情况，包括社会责任体系认证、环境管理体系认证、职业健康安全管理体系认证；
3. 环境卫生情况，包括环境卫生管理体系建设情况、生产过程中对碳排放的检测情况。
	1. 评价方法
		1. 评价工作

以书面材料为主、其他方式为辅，必要时可进行现场检查、质量抽查，也可通过对用户反映、市场信誉等深入了解后进行综合评估。

* + 1. 评价程序

组织专家成立企业品牌评价委员会，根据南宁老友粉企业品牌评价表内容对评价企业进行评审，南宁老友粉企业品牌评价表内容详见附录A。

品牌评选经“评价委员会”审定后，在企业网站上公布。

品牌评价表应接受社会公共监督，公示期内所有人均可提出异议，对于收到的异议，评价委员会应根据反馈情况进行判定，并对评价内容进行审查。

1.
2. （资料性）
南宁老友粉企业品牌评价表

南宁老友粉企业品牌评价表内容见表A.1。

* 1. 南宁老友粉企业品牌评价表

| 序号 | 审查项目名称 | 审查方法及判定原则 | 该项分值 | 该项得分 | 备注 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 有形要素 | 盈利能力 | 季、年度收入总额 | 4 | 11 |  |
| 净利润增长类 | 2 |
| 净资产收益率 | 3 |
| 总资产收益率 | 2 |
| 2 | 市场能力 | 本土及外省市场开拓能力 | 4 | 16 |  |
| 市场渗透能力 | 4 |
| 渠道建设情况 | 4 |
| 产品销售占比 | 4 |
| 3 | 服务能力 | 投诉处理率 | 2 | 12 |  |
| 品牌好评率 | 2 |
| 品牌认知度 | 4 |
| 客户粘性 | 2 |
| 品牌评价 | 2 |
| 4 | 服务质量 | 服务体系化水平 | 2 | 6 |  |
| 服务保障情况 | 2 |
| 服务持续改进情况 | 2 |
| 5 | 质量要素 | 产品质量要素 | 产品生产技术、检验方法、设备、技术人员、设备设施先进性情况 | 3 | 8 |  |
| 产品执行标准的情况 | 2 |
|  产品质量情况 | 3 |
| 6 | 生产安全 |  是否建立质量管理体系 | 2 | 8 |  |
|  生产管理情况 | 3 |
|  持续改进情况 | 3 |
| 7 | 无形要素 | 法律权益 |  知识产权掌握情况 | 5 | 13 |  |
|  国家/地方鼓励产业 | 3 |
|  获得荣誉 | 5 |
| 8 | 品牌建设 |  品牌建设环境 | 3 | 14 |  |
|  品牌运营状况 | 3 |
|  品牌宣传与推广 | 4 |
|  品牌保护 | 4 |
| 9 | 社会责任 |  社会责任履行 | 4 | 12 |  |
|  品牌体系认证 | 4 |
|  环境卫生情况 | 4 |
| 合计 | 100 |  |

