

T/NNAS

团 体 标 准

T/NNAS XXXX—XXXX

广西知名品牌评价认定规范

Norms for the evaluation and recognition of well-known brands

（征求意见稿）

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

南宁市标准化协会 发 布

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 评价原则 2

5 评价指标和内容 2

6 企业申报条件 4

7 评价认定程序 4

8 评价的应用与监督 6

9 复审要求 6

附录 A（规范性） 广西知名品牌评价委员会委员工作守则 8

附录 B（规范性） 广西知名品牌评价委员会委员承诺书 9

附录 C（规范性） 广西知名品牌评审专家工作守则 10

附录 D（规范性） 广西知名品牌评审专家承诺书 11

附录 E（规范性） 广西知名品牌评价评分表 12

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。

本文件由广西品牌建设促进会提出并宣贯。

本文件由南宁市标准化协会归口。

本文件起草单位：广西品牌建设促进会、广西农牧业龙头企业促进会、广西云澳食品科技有限公司、广西参湾食品有限公司、南宁网洁新能源科技有限公司、广西壮天香酒业集团有限公司、广西沃田食品开发有限公司。

本文件主要起草人：滕玉娟、罗柳平、张夏迪、刘哲源、刘一辰、杨曦沧、谢庆云、谢成文、农子钢。

广西知名品牌评价认定规范

1 范围

本文件界定了广西知名品牌的术语和定义，规定了评价原则、评价指标和内容、企业申报条件、评价认定程序、评价的应用与监督、复审要求。

本文件适用于广西品牌建设促进会组织的会员企业自愿参与开展品牌评价及管理活动。

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 1.1-2020 标准化工作导则
GB/T 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
GB/T 29185-2021 品牌 术语
GB/T 29186-2012 品牌价值 要素
GB/T 29187-2012 品牌评价 品牌价值评价要求
GB/T 31041-2014 品牌价值 质量评价要求
GB/T 31042-2014 品牌价值 服务评价要求
GB/T 31043-2014 品牌价值 技术创新评价要求
GB/T 36680-2018 品牌分类
DB15/T 1508-2024 知名品牌评价认定规范
SB/T 10401-2006 商品售后服务评价体系

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29187和GB/T 27925界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

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、标识、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）。

3.2

广西知名品牌 guangxi well-known brands

在特定行业领域范围内，服务质量达到国内同类先进水平、在自治区内同行业处于领先地位、社会及经济效益良好、具有较强的市场竞争力，品牌价值评价综合分值高于一般品牌的广西品牌。

3.3

品牌评价 brand assessment

基于一定的评价体系，全面分析和描述品牌的发展特征，包括品牌基础设施、品牌市场竞争力、品牌维护能力等方面，并依据具体的评分标准对品牌的实力进行量化评分，使品牌评价的结果能够成为了解品牌发展趋势的参照系。

3.4

品牌价值 brand value

以可转让的货币单位表示的品牌经济价值。

注：所计算的品牌价值可以是单一数值或数值区间。

3.5

专家评审 expert review

从广西品牌建设促进会专家库等随机抽取数名专家组成评审小组，并由专家评审小组根据本标准要求开展评价的过程。

3.6

实际调查 actual investigation

指采取在线样本调查、电话调查、现场调查和电邮调查等方法完成数据信息采集。

3.7

专家查询 expert inquiry

指通过整合和动员拥有丰富专业知识和技能的专家理论，为企业及其他参与各方提供的信息等，进行监督检查、公开查询和综合评估等任务。

4 评价原则

4.1 自愿参与原则。具有使命感，热衷公益，积极承担社会责任，彰显广西地方文化的力量，都可以自愿参与评价及认定。

4.2 公平、科学、公开原则。由广西品牌建设促进会协调社会资源公平、公正、公开地开展评价。

4.3 评价及认定的持续性原则。广西知名品牌评价每年进行一次。评价和认定的组织应持续对品牌的品质、声誉和影响进行跟踪，至少3年复评一次，敦促品牌不断持续改进。

5 评价指标和内容

5.1 指标选取原则

结合广西壮族自治区中小企业在地域文化、历史文化、民族文化方面都拥有独特的特点，品牌构建与管理构成等方面也具有自己独特的外显形式和内在元素，知名品牌评价从三个方面内容综合评价构成：品牌基础设施（43分）、品牌市场竞争力（42分）、品牌维护能力（15分），总分100分。

5.2 品牌基础设施

5.2.1 质量能力

组织可将实物质量水平和质量管理水平作为反映品牌质量能力的要素。

- a) 市场准入情况；
- b) 产品合格/认证情况；
- c) 标准参与、执行情况；
- d) 质量信用、奖励情况。

5.2.2 财务能力

可以从盈利能力和偿债能力两个方面进行综合评价。

- a) 盈利能力；
- b) 资产质量；
- c) 财务风险；
- d) 债务风险；
- e) 经营绩效增长。

5.2.3 创新能力

创新能力可以从技术和管理两方面进行综合评价。

- a) 技术创新能力；
- b) 管理创新能力。

5.2.4 社会责任

组织应在组织治理、人权、劳动实践、环境、公平运行实践、消费者问题，社区参与和发展等方面积极履行社会责任。

5.2.5 法律保护

法律保护是影响品牌价值的重要因素,通过相关法律法规赋予品牌所有者规范第三方使用同一品牌,获得独占收益的合法权利。

- a) 商标;
- b) 专利;
- c) 版权;
- d) 产品技术标准;
- e) 专有技术。

5.3 品牌市场竞争力

5.3.1 市场竞争力

市场竞争力是企业在特定市场中与其他竞争对手相比较的能力。应涉及到企业在产品、价格、品牌形象、技术创新等方面与竞争对手的差异化表现。

- a) 国内市场占有率;
- b) 国际市场占有率;
- c) 出口产品销售率;
- d) 国际化程度及品牌覆盖率。

5.3.2 市场稳定性

市场稳定性反映品牌持续盈利能力。

- a) 销售收入增长率;
- b) 连续盈利年数;
- c) 销售利润率。

5.3.3 品牌营销渠道

品牌营销渠道反映品牌推广和传递价值的能力。

- a) 渠道控制;
- b) 渠道支持;
- c) 营销人员比例;
- d) 销售力度。

5.3.4 品牌文化和品牌

品牌文化通过市场传递给消费者及其利益相关方,形成消费者的品牌定位、品牌认知和品牌联想。

5.3.5 品牌供应链

品牌供应链反映组织开展品牌价值创建和传递的保障能力,涉及供给、生产、流通及销售多方面。

- a) 供应商数量规模;
- b) 物流配送能力。

5.4 品牌维护能力

5.4.1 顾客满意度

可将理想品牌满意度的比较、与竞争品牌满意度的比较及与顾客期望品牌满意度的比较作为反映顾客满意度的要素。

5.4.2 品牌形象

可将品牌知名度、品牌美誉度及品牌个性等作为反映品牌形象的要素。

5.4.3 顾客期望

可将顾客对产品质量的期望、服务期望以及能否满足其个性化需求的期望等作为反映顾客期望的要素。

5.4.4 顾客对产品的感知

反映顾客在综合产品价格情况下的感受。

- a) 产品可靠性;
- b) 产品满足需求的程度。

5.4.5 品牌忠诚度

反映顾客愿意重复购买和使用相同品牌产品的程度,可将重复购买可能性、溢价支付意愿等作为反映品牌忠诚度的要素。

5.4.6 顾客投诉

反映顾客对品牌的不满意状况,可将顾客投诉率、重复投诉率、投诉处理相应等作为反映顾客投诉的要素。

6 企业申报条件

6.1 企业具有合法经营资格,具有在当地工商行政管理机关注册登记的合法凭证。如属特殊监管行业还需具有产品上市许可、认证等相关资质文件,并经政府主管部门或行业协会审核。

6.2 企业重视品牌的使用和保护,企业或其法人已在中国(含港澳台地区)境内注册商标,且该商标的注册时间满三年。

6.3 企业在广西壮族自治区行政区域内登记注册满三年;若企业为子公司,参评品牌的持有者和使用者均应是在广西区内注册的子公司。

6.4 企业的经营活动符合国家有关法律法规和产业政策规定,近三年无质量、安全、环保等重大责任事故。

6.5 企业依法诚信经营,切实履行社会职责,具有良好的信用记录和社会信誉。

6.6 企业在同行业中具有较大的竞争优势,明显处于省内领先地位。

6.7 企业的产品、服务或主要经营范围知名度较高,受到社会大众普遍认可与主流媒体关注。

7 评价认定程序

7.1 申报阶段

应按照以下步骤进行申报:

- a) 工作领导小组在公众媒体刊登申报公告;
- b) 有意向参评的企业通过在广西品牌建设促进会官网在线填写企业的基本信息,提交证明材料,下载《自愿参评承诺书》填写、盖章确认后上传;
- c) 工作领导小组或各行业协会进行申报资格初审,并签署推荐意见。

7.2 资料受理

评价委员会在规定的期限内对申报参评企业提供的申报资料及有关情况进行审核,并将参评企业名单发至广西区市场监督管理局、广西区生态环境厅、广西区人力资源和社会保障厅、广西区应急管理厅、国家税务总局广西壮族自治区税务局等对参评企业近三年是否存在违法违纪情况等进行审核,并作为评价委员会全体会议的重要评选依据。

7.3 评价阶段

7.3.1 通用要求

遵循真实、准确、客观的原则,采集企业财务及其他信息,作为企业或第三方评价的输入值。测算各项指标得分,具体见附录D。

7.3.2 组建评价专家组

由广西企业品牌建设促进会在其专家库内，公开、随机的抽选3名以上专家，组成评价专家组。由评价专家组按评定标准对参评企业进行相关材料等进行把关与评审。评审专家应遵守评审专家工作守则的要求（参见附录C），并签署《广西知名品牌评审专家承诺书》（参见附录D），确保评审专家能履行相关的保密义务，遵守评标纪律。评审专家主要针对纳税状况、市场占有情况、品牌知名度、品牌美誉度和品牌忠诚度的评价。评价完毕后，评审专家协同评审委员会把控完整的综合打分表的复核与评价等工作。

7.3.3 企业材料核查

评审委员会调动多方人力资源，对企业填报的《广西知名品牌申报表》进行数据信息、支撑材料等的核查，根据评价打分标准记录分数。评审委员会应遵守评审委员会工作守则的要求（参见附录A），并签署《广西知名品牌评审委员会委员承诺书》（参见附录B），确保评审委员会委员严格遵守职业道德，客观、公正地履行评审委员的职责。

7.3.4 实际调查

评审委员会围绕各行业参评品牌在公众心中的知名度、联想度和忠诚度等方面内容，进行公开调查。

7.3.5 公开查询

评审委员会与评价专家组，针对参评品牌近年新闻舆情、客户满意度等方面内容，通过互联网平台等进行检索查询。

7.4 整合评价结果

通过对参评企业完成所有评价工作流程，基于此基础上整理、分类评价结果，形成初步的排序名单，提请评价委员会全体会议审议。

7.5 评审会议

召开广西知名品牌评价委员会全体会议，出席人员为广西知名品牌评价委员会成员。会议议程主要包括：

- a) 宣布评审委员会组成人员名单；
- b) 听取各项工作负责人汇报评价工作情况；
- c) 评价委成员作公正承诺；
- d) 评价委成员审议评选结果；
- e) 记名投票评选；
- f) 公证员监督计票；
- g) 宣布投票结果；
- h) 公证员宣读评选结果。

7.6 结果公示

通过官方网站、报纸及其他新媒体传播渠道，将评选结果向社会公示7天，接受社会广泛监督。对存有异议的品牌，需经过查证后报评价委员会审议，进而确定最后的入围广西知名品牌的名单，并进行公告。

7.7 表彰奖励

对获“广西知名品牌”荣誉称号的企业提供以下奖励与支持：

- a) 获得广西知名品牌荣誉的企业，可向广西品牌建设促进会申请制作《广西知名品牌证书》，由促进会统一颁发、授子荣誉；
- b) 在主流公众媒体公布“广西知名品牌”名单，通报表彰获奖企业；
- c) 纳入广西知名品牌库，作为广西品牌重点培育、推广、宣传和保护的對象；
- d) 享有在获奖品牌包装物和品牌宣传活动中使用“广西知名品牌”标志资格（标注期三年）。

8 评价的应用与监督

8.1 品牌培育督导

8.1.1 通过广西知名品牌认定后进入品牌巩固期,由广西知名品牌评审专家做评审体系解读及评审工作相关事项的说明,为参评企业举办专题培训辅导,进一步增强品牌培育成效。

8.1.2 跟踪参评品牌的发展状况,支持企业根据评价标准制定品牌改进提升方案,不断提升品牌培育成效;对于当年未获评审通过的企业,应列入重点跟踪培育数据库,实施跟踪辅导培育,适当提供针对性辅导。

8.1.3 不定期组织专家考察团,赴参评企业进行走访,督促获奖企业参加复评,激励未获评企业正确看待存在的问题,结合专家意见,持续提升企业的品牌意识和管理水平。

8.1.4 整合专业品牌研究机构、品牌专家、品牌活动、各类媒体等资源,举办企业品牌的交流研讨、宣传推广等活动,不断营造争创广西知名品牌的氛围。

8.2 取消资格

8.2.1 获“广西知名品牌”荣誉称号的企业,在标注有效期内将接受社会公众广泛监督 8.2.2 若发生以下情形时,应取消其“广西知名品牌”荣誉称号,并收回其奖励证书和奖牌:

- a) 涉及虚假宣传,侵害消费者合法权益并经查实的企业;
- b) 存在偷税、漏税等违法违规行为并经查实的企业;
- c) 发生重大公关事故和声誉事故并经查实的企业;
- d) 存在破坏生态环境的行为并经查实的企业;
- e) 其他违法违规经营的行为并经查实的企业。

9 复审要求

9.1 复审原则

复审时应遵守以下原则:

- a) 尊重市场;
- b) 客观、公正、全面、科学;
- c) 企业自愿申报。

9.2 复审对象

荣获“广西知名品牌”品牌荣誉称号三年期满的企业。

9.3 复审程序

按照以下步骤进行复审:

- a) 由复审企业自主提交申请并报送相关资料;
- b) 相关行业协会出具推荐意见;
- c) 复核工作小组组织专家等,对随机抽取到的复审企业进行材料评审;
- d) 复核工作小组结合企业上报的复评材料、行业推荐意见和专家评价意见等,拟定通过复核的名单,提请评价委员会全体会议审定;
- e) 通过会议审定的“广西知名品牌”企业进行社会公示 7 天,接受社会广泛监督。对存有异议的品牌,需经过查证后报评价委员会审议,进而确定最后的入围广西知名品牌的名单,并进行公告。

9.4 需提供的自评资料

复审时需提交以下材料:

- a) 企业复审申报表;
- b) 企业复审相关支撑材料等。

9.5 复审办法

9.5.1 已获“广西知名品牌”的企业，若在复审时得到行业协会与随机组建的评审专家组一致的推荐意见，可直接通过复核，再度认定。

9.5.2 未获直接认定的复审企业按复审程序执行。

9.5.3 复审企业出现以下情形时，撤销其称号：

- a) 有重大公关事故、声誉事故和严重损害消费者利益的投诉案件并经查实的企业；
- b) 严重资不抵债、破产、清算的企业；
- c) 有偷税、漏税等违法违规经营行为并经查实的企业；
- d) 有重大环境事故破坏生态环境等违法行为并经查实的企业。

附 录 A

(规范性)

广西知名品牌评价委员会委员工作守则

- A.1 评价委员会的职责是依据《广西知名品牌评价办法》，对企业申报的品牌按照“集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效”的原则开展工作，力求评选结果的客观性、公正性、准确性。
- A.2 全体委员应按照《广西知名品牌评价办法》的规定，不应接受任何单位和个人的提示或暗示，按照个人的研判独立对入围的企业品牌进行客观、公正的评价。
- A.3 全体委员要严格遵守工作纪律、严格执行审查程序，坚持集体审查、民主集中制决策原则，任何人不得诱导或压制不同意见。
- A.4 全体委员要严格遵守保密规律，保守企业的商业机密、知识产权：评价委员会委员不得在不适当场合议论或泄露。
- A.5 全体委员要按照规定对送审材料进行把关，准时参加评价会议，不应无故缺席。A.5
- A.6 评价委员会成员不得接受请托，遵守廉洁、公正、公平的原则，不得为个人关系对某品牌蓄意人为加分。
- A.7 评价委员会成员应严格按照等评比标准进行，不得以个人喜好进行评审，评审应当有理有 A.7 据。
- A.8 如发现违反上述规定的委员，将依据违规的情况及造成的影响做出相应处理，直至取消评价委员会成员资格。
- A.9 评价委员会需有三分之二以上的人员参加方可进行评选。
- A.10 评价委员承诺书应符合附录 B 的要求。

附 录 B

（规范性）

广西知名品牌评价委员会委员承诺书

本人已阅读并了解《广西知名品牌评价委员会委员工作守则》，为遵循集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效的原则开展评价工作，本人作为广西知名品牌评价委员会委员，郑重承诺如下：

为履行评价委员会成员职责，依据《广西知名品牌评价认定规范》的规定，对企业申报的品牌进行科学、真实地评价，本人愿为评选结果的客观性、公正性、准确性尽责，根据个人的研判对提名的企业品牌进行科学、公正的评价。

本人承诺，在完全独立的条件下进行品牌评价，严格遵守国家有关廉洁自律的要求，拒绝任何单位和个人的礼金、礼卡等好处，以保证评价的公正性。

本人承诺，在评价会议上充分表达个人对评价品牌的意见和判断，评价结果坚持集体审查、民主集中制决策原则。

本人承诺，对评价对象、评价过程、评价资料、评价结果不擅自议论和泄露，对被评价的企业信息严格保密，保守企业的商业秘密、知识产权，严于律己，公正廉洁，严格按照有关规定、程序进行评价。

本人承诺，对送审材料认真审查，按规定准时参加评价会议，不无故缺席。

本人承诺，遵守廉洁、公正、公平的原则，在参加评价工作之前，不单独接受被评价单位的拜访、礼请和咨询，不以个人关系对某品牌蓄意人为加分。

本人承诺如违反上述规定，愿接受按《广西知名品牌评价委员会委员工作规则》规定处理。

承诺委员：（签名）

签署时间：

附 录 C

(规范性)

广西知名品牌评审专家工作守则

- C.1 广西知名品牌评审专家，是由广西智库抽取、广西知名品牌评价委员会审核选定。为严肃评审纪律、规范专家行为，保证广西知名品牌评审质量，广西知名品牌评价委员会制定评审专家工作守则。
- C.2 评审专家须严格按照《广西知名品牌评价办法》进行评审，保持对各企业品牌评分尺度不因个人偏见、喜好肆意提高或压低某一品牌分数，应保证客观、公正、真实并承担个人责任。
- C.3 评审专家如因个人或其它原因无法准时出席品牌评审会议，需提前 3 天和评价委员会联系，不无故缺席。
- C.4 评审专家在评审前，不得接受关联企业请托、礼请，遵守廉洁、公正、公平的原则，不得为个人关系对某作品蓄意人为加分。
- C.5 评审专家须遵守保密规律，保守企业的商业机密，保护知识产权，不得在不适当场合议论或泄露。
- C.6 如有评审专家和评审企业存在影响评审独立性的关系，评审专家需如实申请回避。
- C.7 评审结束后，评审专家需按要求在规定时间内完成评分，并将综合打分表及现场评审意见及建议反馈表等提交评价委员会。
- C.8 如发现在评审过程中存在违规违纪等不公平行为的，应及时向评价委员会报告并加以制止。
- C.9 受邀的专家必须凭身份证亲自参加评审，不得委托他人替代。
- C.10 评审时应各自独立进行评审，不得发表然后具有倾向性、诱导性的间接，不得对其他评委的评审意见施加任何影响。
- C.11 如发现违反上述规定，将依据违规的情况及造成的影响做出相应处理，直至取消现场评审专家资格。

附 录 D
（规范性）
广西知名品牌评审专家承诺书

为“遵循集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效”的原则评价工作原则，本人作为广西知名品牌评审专家，郑重承诺如下。

本人承诺严格遵守《广西知名品牌评价办法》、《广西知名品牌评审专家工作守则》的规定,对申报企业进行评审，对评审结果的客观性、公正性、准确性负责，根据个人的研判对提名的企业品牌进行科学、公正的评价。

本人承诺将按照《广西知名品牌评价办法》的规定，认真研究申报单位提交的申报材料，严格遵守职业道德、客观、公正地履行评审专家的职责，对评审过程中提出的评审意见承担个人责任。

本人承诺在完全独立的条件下进行评审工作，拒绝任何单位和个人的提示或暗示，保证评审的公正性。

本人承诺在评审过程中充分发扬民主，对有争议的内容有评审专家进行集体讨论并表决，遵循少数服从多数的原则，不得对外宣泄评审有关的其他情况。

本人承诺将严格遵守保密规定，不得擅自向任何单位或个人泄露评审过程、结果等相关信息，对参评企业信息严格保密。

本人承诺将保守参评企业的商业机密，保护知识产权：严于律己，公正廉洁，严格按照有关规定、程序进行评审。

本人承诺不接受任何参评企业赠送的礼品礼金、有价证券、购物券、回扣、佣金；不接受关联企业请托、礼请，不为个人关系对某作品蓄意人为加分。

本人承诺将妥善保管相关评审文件，不私自保存、复制，在评审结束后及时上交评价委员会。

本人承诺，如违反上述规定，愿接受按《广西知名品牌评审专家工作守则》规定处理。

评审专家：（签名）

签署时间：

附 录 E
(规范性)
广西知名品牌评价评分表

广西知名品牌评价评分见表E.1。

表 E. 1 广西知名品牌评价评分表

一级指标	二级指标	评价标准	分值	得分
品牌基础设施 (43分)	质量能力 (10分)	市场准入情况	3分	
		产品合格/认证情况	3分	
		标准参与、执行情况	2分	
		质量信用、执行情况	2分	
	财务能力 (10分)	盈利能力	2分	
		资产质量	2分	
		财务风险	2分	
		债务风险	2分	
		经营业绩增长	2分	
	创新能力 (8分)	技术创新能力	4分	
		管理创新能力	4分	
	社会责任 (8分)	组织治理	1分	
		人权	1分	
		劳动实践	1分	
		环境	1分	
		公平运行实践	1分	
		消费者问题	1分	
		社区参与和发展	2分	
	法律保护 (7分)	商标	1分	
		专利	1分	
		版权	1分	
		产品技术标准	1分	
		专有技术	2分	
品牌市场竞争力 (42分)	市场竞争力 (10分)	国内市场占有率	3分	
		国外市场占有率	3分	
		出口产品销售率	2分	
		国际化程度及品牌覆盖率	2分	
	市场稳定性 (10分)	销售收入增长率	4分	
		连续盈利年数	3分	
		销售利润率	3分	
	品牌营销渠道 (8分)	渠道控制	2分	
		渠道支持	2分	
		营销人员比例	2分	
		促销力度	2分	
	品牌文化和品牌 (7分)	消费者的品牌定位	4分	
		消费者的品牌认知	3分	
		消费者的品牌联想	4分	
品牌维护能 (15分)	顾客满意度 (4分)	与竞争品牌满意度比较	2分	
		与理想品牌满意度比较	1分	
	品牌形象 (3分)	品牌知名度	1分	
		美誉度	1分	
		品牌个性	1分	

表 E.1 广西知名品牌评价评分见表（续）

一级指标	二级指标	评价标准	分值	得分
品牌维护能（15分）	顾客期望 （2分）	对质量期望	1分	
		对服务期望	1分	
	顾客对产品的感知 （2分）	产品可靠性	1分	
		产品满足需求的程度	1分	
	品牌忠诚度 （2分）	重复购买可能性	1分	
		溢价支付意愿	1分	
	顾客投诉 （2分）	投诉率	1分	
		重复投诉率	2分	
注：评价机构可根据实际情况在具体开展工作中增加补充细则。				