ICS号

中国标准文献分类号

广州市国资国企创新战略联盟团体标准

T/GZCXLM 001.2-2020

广州品牌评价

第2部分：特殊要求

目 录

[前言 I](#_Toc47270879)

[1 范围 1](#_Toc47270880)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc47270881)

[3 术语和定义 1](#_Toc47270882)

[4 评价原则 2](#_Toc47270883)

[4.1 公正性 2](#_Toc47270884)

[4.2 持续改进 2](#_Toc47270885)

[5 评价指标 2](#_Toc47270886)

[5.1 能力 2](#_Toc47270887)

[5.2 品质 3](#_Toc47270888)

[5.3 声誉 4](#_Toc47270889)

[5.4 企业文化 4](#_Toc47270890)

[5.5影响 5](#_Toc47270891)

[6评价方法 5](#_Toc47270892)

[6.1基本要求 5](#_Toc47270893)

[6.2评分 6](#_Toc47270894)

# 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。

T/GZCXLM 001《广州品牌评价》分为2个部分：

——第1部分：基本要求

——第2部分：特殊要求

本文件是T/GZCXLM 001的第2部分。

本文件由xx提出。

本文件由xx归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

**广州品牌评价 第2部分：特殊要求**

# 1 范围

本文件规定了广州品牌评价应遵照的原则、指标和方法等内容。

本文件适用于广州市国资国企创新战略联盟会员及其下属企业（以下统称组织）的品牌评价，其他企业和社会组织自愿采用。

# 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 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

GB/T 27000-2006 合格评定 词汇和通用原则

GB/T 27400-2020 合格评定 服务认证技术通则

GB/T 29185-2012 品牌价值 术语

GB/T 29188-2012 品牌评价 多周期超额收益法

GB/T 19011/ISO 19011 管理体系审核指南

# 3 术语和定义

GB/T 27000-2006、GB/T 27925-2011、GB/T 29185-2012和T/GZCXLM 001.1-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

**3.1**

**企业文化 enterprise culture**

企业在长期生产经营活动中确立的，被内部认可和外部各方普遍认知的基本理念、价值观念、行为规范和道德、风尚、习俗等心理积淀的总和。

**3.2**

**品牌规划 brand planning**

对确定的品牌进行设计规划，是塑造品牌的工具、方法和途径。

**3.3**

**品牌知名度 brand awareness**

顾客及其他利益相关方对特定品牌的知晓程度。

**3.4**

**品牌认知度 brand cognition**

顾客及其他利益相关方对品牌定位、内涵、个性、形象、价值等的理解和认识。

**3.5**

**品牌美誉度 brand favorite**

顾客及其他利益相关方对特定品牌的偏好、信任和认同程度。

**3.6**

**品牌忠诚度 brand loyalty**

顾客购买决策中，多次表现出对某品牌具有偏向性的行为反应。表现为顾客为购买该品牌资源投入时间、精力、金钱以及其他超越购买该品牌所需的最基本花费。

# 4 评价原则

## 4.1 公正性

评价应公平、公正，遵守GB/T 19011中第4章的要求。

## 4.2 持续改进

评价应是持续性的，得出评价结果后，应至少按年度对企业的品质、声誉和影响进行监督评价（包括顾客、第三方的监督），至少每三年重新评价一次，达到保持和改进的目的。

# 5 评价指标

## 5.1 能力

**5.1.1 品牌规划**

应符合GB/T 27925-2011中5.1.1的要求，此外还应满足：

a）企业的品牌建设与企业核心竞争能力建设有效结合；

b）规划企业品牌发展时，应考虑对广州行政区域范围内公众的影响。

**5.1.2 品牌管理**

应符合GB/T 27925-2011中5.1.2的要求，此外建立的品牌管理制度，内容应包括：

1. 品牌管理机构设置、职责和权限的相关文件；
2. 品牌状态的监视机制和预警机制；
3. 品牌状态和策略的调整制度；
4. 品牌保护和品牌运营风险控制的相关制度。

**5.1.3 保障机制**

应符合GB/T 27925-2011中5.1.3的要求，此外负责品牌管理的职能部门，授权并承担以下职责：

1. 负责品牌战略性管理、决策与监督；
2. 负责品牌资产的经营决策，有效利用品牌资产；
3. 维护品牌资产；
4. 负责品牌的营销战略、年度营销计划的制定和实施等；
5. 制订品牌推广计划，参与管理市场推广组合；
6. 主持或参与品牌的新产品开发、上市及市场营销工作；
7. 负责公司CI（corporate identity system，即企业形象识别系统）的管理；
8. 管理、培养、考核与评估所属的品牌经营团队，指导下属分子公司品牌管理团队；

参与监督对品牌相关的商标、版权等知识产权的管理。

## 5.2 品质

**5.2.1 企业品质**

应符合GB/T 27925-2011中5.2.1的要求，此外企业保障产品和服务质量的措施包括但不限于：

a）保持质量管理水平，建立并运行质量管理体系；

b）建立并运行测量管理体系、信息安全管理体系或产品质量溯源体系。

**5.2.2 商品质量**

应符合GB/T 27925-2011中5.2.2的要求，此外：

a）企业应提供商品质量安全、质量信用、质量保障等方面的相关证据；

b）企业从核心自主知识产权、科技成果转化能力、研究开发的组织管理水平、企业成长性四个方面进行了创新能力评价；

c）所供的商品具有自主知识产权，且权益状况明确（获得专利权权属或许可），不存在知识产权权属纠纷。

d）企业商品质量应考虑广州行政区域内的政策要求。

**5.2.3 服务质量**

应符合GB/T 27925-2011中5.2.3的要求，此外企业服务质量应考虑广州行政区域内顾客的特点。

## 5.3 声誉

**5.3.1 品牌知名度**

应符合GB/T 27925-2011中5.3.1的要求，此外：

a）对企业标识实施了保护，包括但不限于版权登记或商标注册；

b）如对企业标识进行了商标注册，则商标类别要能够覆盖企业产品；

c）在广州行政区域范围内的具有较高的品牌知名度。

**5.3.2 品牌美誉度**

应符合GB/T 27925-2011中5.3.2的要求。

**5.3.3 品牌忠诚度**

应符合GB/T 27925-2011中5.3.3的要求。

**5.3.4 社会责任**

应符合GB/T 27925-2011中5.3.4的要求，此外：

履行社会责任及发布社会责任报告，报告内容要面向企业所有利益相关方，包含可持续发展理念，披露企业与利益相关方在共同创造价值过程中面临的机遇和挑战、为实现可持续发展制定的战略和管理举措以及所做的努力等。

**5.3.5 诚信**

应符合GB/T 27925-2011中5.3.5的要求。

## 5.4 企业文化

**5.4.1 精神信念**

应符合GB/T 27925-2011中5.4.1的要求。

**5.4.2 宣传推广**

应符合GB/T 27925-2011中5.4.2的要求，此外：

a）企业文化宣传推广前建立舆情监控机制，保障品牌声誉；

b）品牌推广前，制定了品牌相关的知识产权保护和风险规避方案；

c）应考虑在广州行政区域范围内对企业文化的宣传推广程度。

**5.4.3 顾客感知**

应符合GB/T 27925-2011中5.4.3的要求。

**5.4.4业界交流**

应符合GB/T 27925-2011中5.4.4的要求。

## 5.5影响

**5.5.1企业具有一定的行业影响力**

应符合GB/T 27925-2011中5.5.1的要求，此外：

1. 企业在行业中处于领导地位；
2. 产品市场的开拓情况，明确国内外市场情况及份额；
3. 参与地方、行业、国家、国际标准的制定情况；
4. 应考虑广州行政区域范围内的行业影响力。

**5.5.2企业具有一定的社会影响力**

应符合GB/T 27925-2011中5.5.2的要求，此外：

1. 对实现国际化的品牌，要保持品牌形象一致，且品牌相关的知识产权进行了境外申请、注册或登记。
2. 应考虑广州行政区域范围内的社会影响力。

# 6评价方法

## 6.1基本要求

根据本文件的规定开展广州品牌评价时，对各项指标采用评分制。

具体要点如下所述：

1. 商业企业在品牌建设过程中所采用的方式、方法和形式；
2. 所使用的方式、方法与标准评分项要求的适宜性及有效性；
3. 各种方式、方法的可重复性，是否以可靠的数据和信息为基础；
4. 为实现标准评分项要求所采用方法的展开程度；
5. 企业品牌建设的当前水平和取得的效果与反应。

## 6.2评分

评价结果的等级和表述方式如下：

1. 950分以上（含950分），五星品牌；
2. 900分以上（含900分），四星品牌；
3. 800分以上（含800分），三星品牌；
4. 700分以上（含700分），二星品牌。