

# DB34

安 徽 省 地 方 标 准

DB34/T 4063.2—2021

---

## 服务业高端品牌企业培育 第2部分：评价 规范

Cultivation of high-end brand enterprises in service industry –Part 2: standards for  
assessment

2021-12-28 发布

2022-01-28 实施

---

安徽省市场监督管理局 发布



## 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。

本文件是 DB34/T 4063《服务业高端品牌企业培育》的第2部分。DB34/T 4063 已经发布了以下部分：

——第 1 部分：培育指南；

——第 2 部分：评价规范。

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。

本文件由安徽省市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：安徽省质量和标准化研究院、安徽省市场监督管理局质量发展处。

本文件主要起草人：曹静、龚治国、曾杰、吴倩、祝小艳、李婷婷、凌梦雅、舒方玲、朱婷婷。

## 引 言

《关于开展皖美品牌示范企业创建工作的实施意见》(皖市监质〔2021〕3号)提出,制订完善制造业、服务业高端品牌企业培育评价地方标准,统一规范“皖美品牌示范企业”在品牌战略方针、品牌培育过程、品牌传递推广、品牌维护等方面的通用要求,作为“皖美品牌示范企业”培育评价的基本依据。目前,已发布了DB34/T 3456.1《制造业高端品牌企业培育 第1部分:培育指南》和DB34/T 3456.2《制造业高端品牌企业培育 第2部分:评价规范》。在此基础上,提出制定《服务业高端品牌企业培育》标准,旨在健全“皖美品牌示范企业”标准体系,发挥标准对服务业企业品牌培育创建活动的引领作用,推动我省企业产品(服务)质量、品牌价值和核心竞争力提升,以质量品牌升级为我省“三地一区”建设筑势赋能。

本文件由两个部分构成。

- 第1部分:培育指南。目的在于为服务业企业提供高端品牌培育的通用指南,将品牌培育融入企业经营活动全过程,提高品牌培育的有效性和效率。
- 第2部分:评价规范。目的在于为服务业企业高端品牌培育活动及其结果的评价提供基本实施规范,同时为政府部门开展“皖美品牌示范企业”培育评价提供基本依据。

## 服务业高端品牌企业培育 第2部分：评价规范

### 1 范围

本文件规定了服务业高端品牌企业培育评价的基本原则、基本条件、评价指标、评价过程和评价方法。

本文件适用于服务业高端品牌企业的评价活动，提供服务的其他组织可参照执行。

### 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 29185 品牌价值 术语

DB34/T 4063.1 服务业高端品牌企业培育 第1部分：培育指南

### 3 术语和定义

GB/T 29185 和 DB34/T 4063.1 界定的术语和定义适用于本文件。

### 4 基本原则

#### 4.1 科学性

评价内容、评价指标体系的设置科学、合理，评价过程公正、规范。

#### 4.2 系统性

各评价指标构成一个系统反映高端品牌企业培育过程、结果的完整体系。

#### 4.3 有效性

评价数据真实有效，具有代表性和时效性。

### 5 基本条件

服务业高端品牌企业培育评价的基本条件，包括：

——在安徽省内注册、具有独立法人资格，且连续经营三年以上的规模以上服务业、限上批零售业、限上住餐业企业；

——符合国家有关法律、法规和产业政策、环保政策的规定，近三年内无重大质量、安全、环保、卫生责任事故或严重投诉；

- 企业及其法人代表近三年无不良信用记录，社会形象良好；
- 拥有自主品牌商标所有权或（和）使用权，且在有效期内；
- 具有先进可靠的基础设施和运营条件，采用与现代科技相结合的服务方式；
- 建立有效的质量管理体系或服务标准体系；
- 建立首席质量官制度，首席质量官经培训合格、聘任上岗并有效履行职责；
- 在省内市场具有较大影响力或拓展到省外市场，经营业绩、综合效益处于省内同行业前列，或具有较强的发展后劲。

## 6 评价指标

服务业高端品牌企业培育的评价指标包括以下内容：

- 品牌战略；
- 品牌培育实现；
- 品牌推广；
- 品牌维护。

## 7 评价过程

主要包括企业申请、市级或省直管县(市)质量主管部门初审推荐、资格及基本条件审核、专家评价等环节。

## 8 评价方法

应按照附录A 设置服务业高端品牌企业培育各项评价指标的分值，并按照附录B 给出的方法计算各项评价指标的得分。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**服务业高端品牌企业培育评价指标**

表A.1 给出了服务业高端品牌企业培育评价指标和指标说明。

**表A.1 服务业高端品牌企业培育评价指标**

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌战略 (60分)	战略制定 (20分)	/	品牌战略制定、部署和沟通情况
	品牌定位 (20分)	/	企业品牌定位情况
	品牌设计 (20分)	/	品牌名称、标识、包装、色彩、宣传语等品牌元素的设计情况
品牌培育 实现 (640分)	资源保障 (80分)	/	品牌工作职能和人力资源配置情况； 品牌维护、品牌宣传推广、固定资产改造升级等方面财务资源配置情况； 品牌培育有关的自然资源配置情况； 品牌培育有关的知识、信息和技术资源配置情况
	质量能力 (100分)	标准化 (50分)	标准实施、标准制修订、标准体系建立、标准化试点(示范)创建、参与标准化技术组织等情况； 企业开展的其他标准化工作情况
		认证 (30分)	通过服务认证、管理体系认证等情况
		质量管理 (20分)	形成契合企业发展、富有成效的服务质量管理模式/体系，并有效实施
	服务能力 (100分)	服务环境与 设施 (30分)	服务环境设计、维护、优化等情况； 服务设施的规模、档次、结构及数量，以及安全管理情况
		服务人员 (20分)	员工持有相关行业从业技能证书、岗位资质证书的情况； 员工服务意识、态度、礼仪、技能等教育培训情况； 员工获得的授权及资源支持情况； 关键岗位人员配置情况及稳定性
		服务过程 (50分)	服务过程的策划情况； 服务过程的质量控制情况； 外部提供的过程、产品和服务质量控制情况； 服务质量监督、检查等情况； 服务质量持续改进情况

表A.1（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明	
品牌培育 实现 (640分)	创新能力 (110分)	创新投入 (30分)	人员、经费、设施等方面的创新投入情况	
		创新活动 (40分)	创新活动开展情况，包括： 针对具体问题提出创新性的管理方法、技术或工具； 开展重大创新改进，解决行业共性问题，对促进组织及行业发展发挥积极作用； 将服务创新与现代科技有效结合，依靠现代科技（如信息技术）形成新的服务技术、服务流程、服务产品和服务模式	
		创新成果 (40分)	与服务项目实现相关的专利、著作权等情况； 承担科研项目情况； 获得的科技奖励、荣誉等情况	
	可持续发展 能力 (150分)	/	近三年主营业务收入、利润率、总资产收益率、流动资产周转率、资产负债率、资产保值增值率等关键财务指标的水平及其趋势	
	绩效评价及 改进 (100分)	服务满意度 (25分)		顾客投诉及处理、顾客满意度调查等情况
		标杆对比 (20分)		开展品牌培育标杆对比情况，对比指标包括市场占有率、品牌影响力、品牌知名度等
		绩效测量 (20分)		开展品牌培育绩效测量情况
		品牌价值 (20分)		第三方评估机构出具的品牌价值测算结果，或依据相关国家标准自我开展品牌价值测算情况
		改进 (15分)		品牌培育过程实施改进情况
	品牌推广 (170分)	品牌文化 (40分)	/	品牌核心理念、内涵，以及品牌文化建设情况； 主导品牌商标注册年限
品牌传播 (90分)		/	品牌传播活动开展情况； 政府部门授予的质量品牌相关荣誉及奖励情况； 网络、电视、报刊等媒体对企业优质服务、良好管理等方面的报道	
品牌跨区域 发展 (40分)		/	市场占有率； 市场开拓情况，如连锁经营、特许加盟、跨区域经营、跨领域经营等； 开展品牌国际化活动情况	
品牌维护 (130分)	品牌保护 (20分)	资产保护 (10分)	品牌资产识别、使用、保护和处置情况	
		风险管理 (10分)	品牌风险识别、分析，建立风险规避程序和应急预案，开展应急演练情况	
	品牌更新 (20分)	/	品牌更新的评估、策划和实施情况	



表A.1（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌维护 (130分)	品牌延伸 (20分)	/	品牌延伸的评估、策划和实施情况
	诚信与责任 (70分)	信用 (30分)	企业信用管理情况； 信用报告发布、信用记录及外部评价情况
		社会责任 (40分)	环境保护、员工健康、安全生产、节能降耗、公益慈善、引领行业高质量发展等方面社会责任履行情况； 与履行社会责任有关的证书、荣誉、媒体报道等外部评价情况
注：应结合 DB34/T 4063.1《服务业高端品牌企业培育 第1部分：培育指南》理解评价指标和指标说明。			

附 录 B  
(规范性)  
服务业高端品牌企业培育评价评分方法

B.1 财务指标得分计算方式

见公式 (B.1)。

$$S = \frac{a}{a_{max}} \times D \dots\dots\dots (B.1)$$

式中:

- $S$  —— 该项最终得分;
- $D$  —— 该项指标满分分值;
- $a$  —— 被评价企业该指标数据值;
- $a_{max}$  —— 同组被评价企业该指标数据最大值。

B.2 非财务指标得分计算方式

结合 DB34/T 4063.1和附录A 的“指标说明”，根据企业落实情况进行评分。

B.3 总得分计算方式

见公式 (B.2)。

$$M = Q + V + C + P \dots\dots\dots (B.2)$$

式中:

- $M$  —— 企业总得分;
- $Q$  —— 品牌战略得分;
- $V$  —— 品牌培育实现得分;
- $C$  —— 品牌推广得分;
- $P$  —— 品牌维护得分。

## 参 考 文 献

- [1] GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
  - [2] GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
  - [3] GB/T 32230 企业质量文化建设指南
  - [4] GB/T 34417 服务信息公开规范
  - [5] GB/T 38372 企业品牌培育指南
  - [6] GB/T 39064 品牌培育指南 产业集群
  - [7] GB/T 39654 品牌评价 原则与基础
  - [8] QB/T 5256 品牌培育管理体系实施指南
  - [9] SB/T 10761 品牌管理专业人员技术条件
  - [10] DB34/T 3456.1 制造业高端品牌企业培育 第1部分：培育指南
  - [11] DB34/T 3456.2 制造业高端品牌企业培育 第2部分：评价规范
  - [12] 《关于开展皖美品牌示范企业创建工作的实施意见》（皖市监质〔2021〕3号）
-