

T/PPZL

团 体 标 准

T/PPZL 011—2023

内蒙古品牌企业评定通则

General Rules for the Evaluation of Brand Enterprises in Inner Mongolia

2023-05-06 发布

2023-05-06 实施

内蒙古品牌战略促进会 发 布

前 言

本标准按照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。

请注意本标准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。

本标准由内蒙古品牌战略促进会提出并归口。

本标准起草单位：内蒙古自治区品牌标准化技术委员会、内蒙古欧世蒙牛乳制品有限公司、内蒙古蒙草生态环境（集团）股份有限公司、内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司、内蒙古卓正煤化工有限公司、中国石油内蒙古销售公司、中国石化内蒙古石油分公司、内蒙古自治区产品质量检验研究院、包头冶金建筑研究院、内蒙古华溯测试科技有限公司、内蒙古自治区检验检测标准化技术委员会。

本文件主要起草人：张建军、李强、贺满平、索伦高娃、于翔、陈睿珏、贺椿、高丽忠、杨振亮、王金姣、周振宇、戴塔娜、刘斐、李萌元。

内蒙古品牌企业评定通则

1 范围

本标准主要规定了内蒙古品牌企业评定的术语和定义、总体原则、申报条件、评定程序和过程监督。本标准适用于内蒙古品牌战略促进会开展内蒙古品牌企业的评定。

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 39654 品牌评价 原则与基础

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本标准。

品牌 brand

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。

[来源：GB/T 39654—2020，3.1]

4 总体原则

4.1 公开自愿

评定规则公开透明，符合规定条件的组织均可自愿申报。

4.2 公平公正

评定全过程接受社会监督，评定结果客观公正。

4.3 科学规范

评定指标体系科学先进，评定程序规范客观。

5 申报条件

申报的企业应同时具备以下条件：

- 申报企业具有独立法人资格，有自主注册商标；
- 申报企业应有不少于 5 年的连续生产经营活动；
- 申报企业符合国家有关法律法规、产业政策和环境保护政策的规定；
- 申报企业建立了符合法律法规规定的质量管理体系，并有效运行，坚持持续改进；
- 申报企业近 3 年内无质量监督抽查不合格记录；
- 申报企业近 3 年内无重大生态、安全、环境、质量、消费者造成重大损失的事故；
- 申报组织和法人无不良信用记录。

6 评定程序

6.1 组织申报

6.1.1 内蒙古品牌战略促进会根据《内蒙古品牌企业评定管理办法》发布内蒙古品牌企业评定工作通知及有关文件。

6.1.2 内蒙古品牌战略促进会牵头组织相关行业协会组建内蒙古品牌企业评定委员会（以下简称“评定委员会”）和评定监督工作小组。评定委员会平行于内蒙古品牌战略促进会，评定委员会下设秘书处，秘书处承担评定委员会办公室职责，具体负责内蒙古品牌企业评定组织实施工作。

6.1.3 评定委员会审议通过内蒙古品牌企业评定细则，细则中的评定指标体系是以 GB/T 39654 规定的要素和维度为基础，并结合行业特征和现实环境等情况确定。内蒙古品牌企业评定指标体系（见表 1）包括一级指标、二级指标、评定内容及赋分标准，其中评定内容及赋分标准宜在相应的评定细则中具体明确。

6.2 企业申报

申报企业应按照内蒙古品牌企业评定通则和评定通知的要求，所有评定指标由企业提供，并提交书面材料，不得提供虚假材料。

6.3 专家评定

6.3.1 评定委员会评审专家组对申报企业提交的申报材料，依据附录 A 评定赋分表，对材料的客观性、符合性，进行初审，符合初审提交专家组评定。

6.3.2 评定委员会应逐条按细则标准规定严格评审。

6.3.3 评定委员会成立评审专家组，对材料、初评意见、评分的公正性等进行综合评定和打分。

6.4 确定候选名单

评定委员会对评审专家组提出的初审名单进行审议，确定候选名单。

6.5 候选名单公示

候选名单向社会公示，广泛征求社会各界对入选内蒙古品牌企业候选名单的意见。

6.6 确定最终名单

候选名单公示 7 天，无异议后，由评定委员会确定最终内蒙古品牌企业品牌名单。

6.7 发文公布

内蒙古品牌战略促进会确认内蒙古品牌企业名单并发布。

6.8 颁发牌匾证书及 Logo 使用

内蒙古品牌战略促进会举办适当规模的发布会，向获得内蒙古品牌企业颁发牌匾和证书，并被授权使用内蒙古品牌 Logo 标识。

7. 评定程序流程

内蒙古品牌企业评定是按照内蒙古品牌战略促进会制定的《内蒙古品牌企业评定管理办法》的规定，

由内蒙古品牌战略促进会负责开展内蒙古品牌企业的评选表彰活动。评定全过程遵循图 1 所示的程序流程开展。

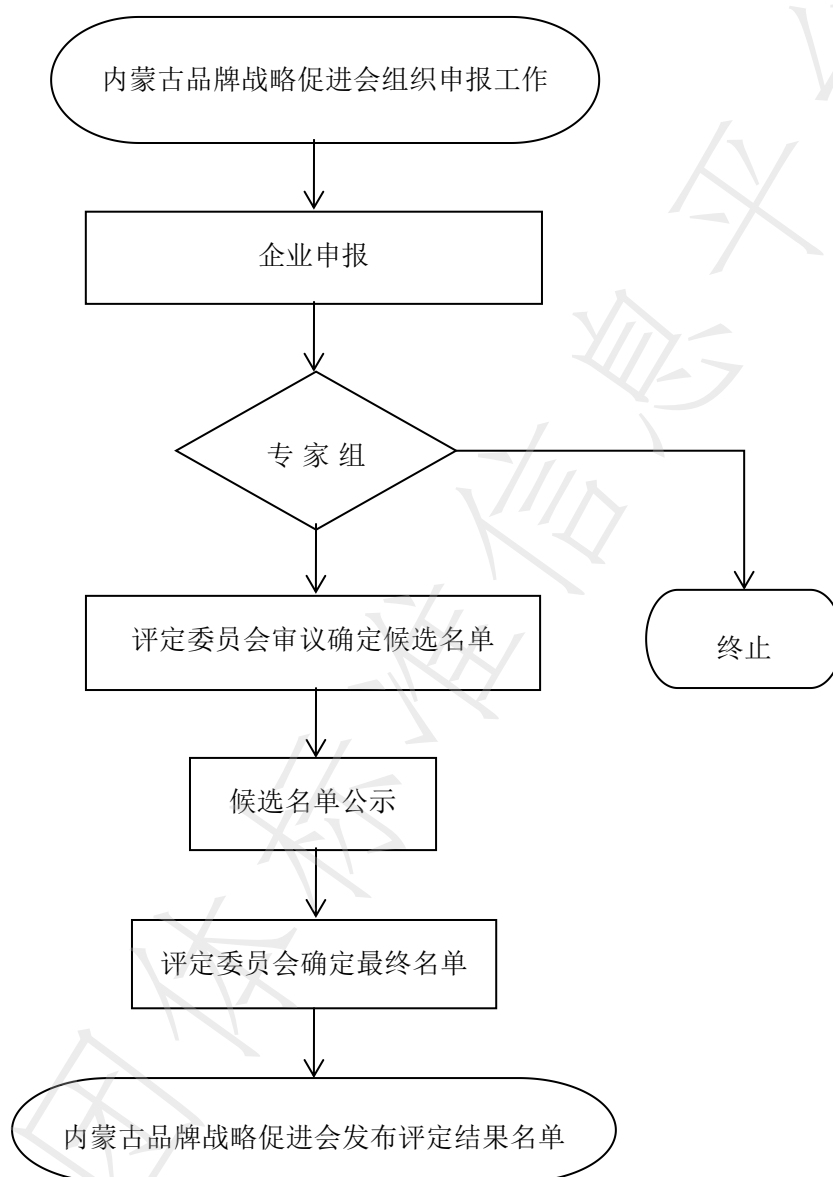


图 1 内蒙古品牌企业评定程序流程

8 过程监督

评定监督工作小组负责评定全过程的监督。

9 评分结果

根据表A.1内蒙古品牌企业评价指标和赋分标准表，总分达到60分及以上为通过，60分以下不予通过。分值达到85分（含85分）以上被评定为内蒙古品牌金牌企业，60分至85分之间被评定为内蒙古品牌银牌企业。

附 录 A

内蒙古品牌企业评定的评价指标和赋分标准见表 A.1。评定指标体系总分 100 分，缺项直接扣分，并确定了否决项。

表 A.1 内蒙古品牌企业评价指标和赋分标准表

一级指标 及分值	二级指标 及分值	评价内容	赋分标准	得分	备注
有形要素 (25 分)	市场表现 (10 分)	国内市场占有率 (2 分)	1) 与同类别产品相比, 国内市场占有率 (或国内市场影响) 在行业排名前 20 位的, 得 2 分; 第 21 位后的, 顺序依次减 0.05 分。 2) 其产品在自治区内排名靠前, 按行业水平从 1~10 名, 分别按 1~0.2 分, (每名次 0.2 分) 计分。		
		国际市场占有率 (3 分)	1) 与同类别产品相比, 国际市场占有率 (或国际市场影响) 在行业排名前 20 位的, 得 3 分; 第 21 位后的, 顺序依次减 0.05 分。		
		产品覆盖国内区域情况 (2 分)	1) 产品销售范围覆盖国内市场的, 得 2 分; 2) 在国内销售覆盖 50%范围内的, 得 1 分; 3) 仅在本区范围内销售的, 得 1 分以内; 4) 国内市场开拓逐年增长的加 0.1~0.5 分。		
		产品拓展国际市场情况 (3 分)	1) 海外市场出口额近 3 年连续提高的, 得 3 分; 2) 海外市场出口额近 3 年持平的, 得 2 分; 3) 海外市场出口额近 3 年降低的, 扣 1.1~1.5 分。		

	财务表现 现（10分）	连续盈利时间（2分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年盈利得2分，连续两年盈利得0.7分，比上年盈利得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
		净资产收益率（税后利润/平均所有者权益）（2分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年增长得2分，连续两年增长得0.7分，比上年增长得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
		总资产收益率（税后利润/平均总资产）（1分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年增长得1分，连续两年增长得0.7分，比上年增长得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
		资产负债率（平均负债总额/平均资产总额）（1分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年减少得1分，连续两年减少得0.7分，比上年减少得0.4分，与上年持平得0.2分，增加的不得分。		
		总资产周转率（营业收入净额/平均资产总额）（1分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年增长得1分，连续两年增长得0.7分，比上年增长得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
		流动资产周转率（主营业务收入金额/平均流动资产总额）（1分）	结合企业财务实际和行业水平进行综合评价，连续3年提高得1分，连续两年提高得0.7分，比上年提高得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
		营业收入增长率（可考虑近三年的增长情况）（1分）	企业近三年营业收入增长率高于同行业平均水平得1分；连续两年提高得0.7分，比上年提高得0.4分，与上年持平得0.2分；低于平均水平的不得分。		

		资本扩张率（本年股东权益增长额/年初股东权益）（1分）	根据申报材料，综合评价资本扩张率情况，连续3年提高得1分，连续两年提高得0.7分，比上年提高得0.4分，与上年持平得0.2分，降低的不得分。		
	相关资源 （5分）	社会中可供自己利用的，能为产品品牌自身带来优势或经营帮助的社会人文资源、人力资源、环保资源等投入情况（5分）	根据企业申报材料，5分。 1) 根据企业的行业特点，充分挖掘当地人文资源优势，塑造独特的品牌文化内涵与价值，得0.5~1分； 2) 成立专门机构，建立行之有效的工作机制，从制度和政策层面为品牌发展提供支持，得0.5~1.5分； 3) 重视品牌研发、技术、管理、营销人才工作，为品牌发展提供人力资源保障，得0.5~1.5分； 4) 积极争取政府及相关部门支持，与金融、相关企业、消费者、中介机构根建立沟通、合作、互信关系，优化企业发展环境，获得经营帮助和投入，推动品牌工作，得0.5~1分。		
无形要素 （20分）	知识产权 （5分）	拥有专利情况（3分）	建立和完善企业知识产权培育管理，拥有专利情况，3分。 1) 国际专利授权，得3分； 2) 国内发明专利，得2分； 3) 实用新型专利，得1分； 4) 外观设计专利，得0.5分。		
		核心技术数量与等级、水平等情况（2分）	加强自有知识产权和核心技术保护，根据组织申报材料，综合评价组织核心技术数量、等级、水平和获奖情况，2分。 1) 国家级，得2分； 2) 省部级，得1分； 3) 地市级，得0.5分。		

	品牌文化 (10分)	品牌(商标)注册时间 (1分)	根据注册商标3年以上(含3年)、社会知名度及影响力状况,酌情给予0.1~1分。 1) 有品牌商标注册,得0.5分; 2) 注册时间长短、知名度和影响力,得0.1~1分。 3) 如抢注他人商标等侵犯品牌知识产权的不良竞争行为,此项不得分。		
		品牌定位、发展总体规划等制定和实施情况(2分)	有明确的品牌定位、发展战略规划,品牌危机预警、品牌危机公关、动态监测,以及开展品牌诊断与价值提升工作,实施效果好,得0.5分; 其它情况酌情得0.1~0.5分。		
			参与全国品牌价值评价的得1分; 在全国品牌价值评价前100位的得0.1~1分;		
		品牌管理机构设置及运行情况(1分)	企业有专职品牌管理机构、品牌管理人员,定期对品牌管理专职人员开展专业性培训,制定品牌发展战略规划、品牌管理相关制度文件,运行效果好,得1分;其它情况酌情得0.1~0.5分。		
		品牌建设方面的投入情况(1分)	根据企业申报材料,对组织品牌宣传、人才培养、维护等方面的投入、占比、国际化战略投入等情况进行综合评价,高于行业平均水平的,得1分;持平的,得0.5分;低于行业平均水平的,不得分。		

		品牌认证情况（3分）	根据企业申报材料，对组织获得各类荣誉称号、标志、证书等、品牌知名度进行综合评价，3分。 1) 品牌知名度近三年逐年提高的，得0.2分；持平的，得0.1分；降低的，不得分。 2) 获得生态原产地保护产品证书，得0.5分；没有，不得分 3) 获得国家地理标准产品认证证书，得0.5分。没有，不得分 4) 获得内蒙古“蒙字标”认证证书，得0.5分。没有，不得分 5) 品牌知名度高于行业平均水平的，得0.3分；持平的，得0.2分；低于平均水平的，不得分。 6) 品牌获得国际、国内及行业相关品牌类奖项数量，如“亚洲品牌500强”，获得1个国际奖项得0.1分，获得1个国内奖项得0.1分，获得1个行业奖项得0.1分；		
		品牌忠诚度情况（2分）	根据企业申报材料，对组织提供的品牌忠诚度自测自评进行综合评价， 1) 品牌忠诚度近三年逐年提高的，得0.5分；持平的，得0.3分；降低的，不得分。 2) 企业对消费者的创新服务、人性化服务、有效沟通服务得0.2分。 3) 品牌忠诚高于行业平均水平的，得0.5分；持平的，得0.3分；低于平均水平的，不得分。 4) 企业根据相关信息持续改进，有措施、有效果，得0.2分；没有，不得分。		

	社会责任 (5分)	社会责任报告情况 (5分)	企业已发布社会责任报告，或从企业治理、人权、劳工实践、环境、公平运营、消费者、社区参与和发展七个方面提供企业履行社会责任材料，对企业构建社会责任相关体系、持有证书、运行效果的情况进行综合评价。 1) 运行情况良好，拥有经过认可且在有效期内的社会责任、职业安全、职业健康、环境管理、能源管理体系证书的，得 1~5 分； 2) 企业拥有未经认可且在有效期内的上述证书的，得 1~4 分； 3) 品牌公益项目年执行落地情况，酌情得 3 分； 4) 未通过认证或证书不在有效期内的，不得分。 注： 获得以下奖项者依次加 0.5~2（国家级 2 分，自治区级 1 分），最高不超过 2 分： ☐ 评为国家级/自治区级绿色工厂 ☐ 评为国家级/自治区级绿色设计产品 ☐ 评为国家级/自治区级绿色供应链管理示范组织 ☐ 其他相应奖项的		
--	--------------	------------------	---	--	--

质量要素 (25 分)	产品质量水平 (14 分)	产品执行标准先进性 (5 分)	企业产品执行标准先进性, 5 分 1) 国际先进, 得 4 分; 2) 国内先进, 得 3 分; 3) 区内先进, 得 2 分; 4) 行业、团体标准, 得 1 分 ; 5) 企业标准, 得 0.5 分;		
		产品通过各类认证情况 (4 分)	企业产品通过质量、安全、合格等认证, 2 分。 1) 产品通过认证且在有效期内, 得 2 分; 2) 产品通过质检且报告在有效期内, 得 1 分; 3) 产品未通过认证、质检或证书不在有效期内的, 不得分。 注: 认证证书, 包括 (但不限于): CE、UL、CCC、CDM 等。		
		产品质量安全情况 (3 分)	企业产品质量安全的, 得 3 分。 被媒体曝光的质量不良事件、三年内国家级/省级等产品质量监督抽查有不合格、因质量问题列入严重违法失信组织名单等情况, 不得分; 三年内发生过重大及以上生态、环保事件/事故、或安全生产事故, 或列入严重失信名单作为否决项, 取消认定资格。		
		质量信用报告发布情况 (1 分)	企业质量信用情况, 得 1 分; 1) 企业发布质量信用报告, 内容详实、无违反承诺现象, 并获得外部质量信用等级评价, 得 1 分; 2) 企业发布质量信用报告, 内容详实、无违反承诺现象, 未获得外部质量信用等级评价, 得 0.5 分; 3) 其余情况, 不得分。		

		顾客满意度（第三方满意度测评及持续改进情况）（1分）	企业顾客满意度，得1分。 1) 顾客满意度近三年逐年提高的，得0.4分；持平的，得0.3分；降低的，不得分。 2) 第三方测评机构是经过认可的权威机构，得0.2分；不是，不得分。 3) 顾客满意度高于行业平均水平的，得0.2分；持平的，得0.1分；低于平均水平的，不得分。 4) 企业根据顾客满意信息持续改进，有措施、有效果，得0.2分；没有，不得分。		
	质量管理水平（7分）	管理体系建设（3分）	管理体系建设，得3分。 1) 企业建立了质量文化、质量管理制度、激励制度、合格评定、质量体系及相关文件，有落实情况说明得1分； 2) 企业通过第三方质量类管理体系认证且证书在有效期内者，得1分； 3) 社会公共媒体公开发布的企业、组织相关信息得1分。 未通过认证或证书不在有效期内的，不得分。 注：认证证书，包括（但不限于）：ISO9001、ISO10012、GB/T13485、信息服务、信息安全等行业专属管理体系。		

		质量管理能力（近 3 年获得质量成果及奖励情况）（3 分）	依据质量战略和目标，近 3 年获得质量成果及奖励情况： 1) 省部级及以上质量奖等，得 3 分； 2) 地、市级质量奖等，得 2 分； 3) 有影响力、知名度的第三方组织评定的，按上述层级分数的 80% 计分； 4) 其余不得分。 注：个人类奖励参照上述赋分标准的 30% 执行，不突破每项分值。		
		质量信用建设情况（1 分）	质量信用建设，得 1 分。 1) 有信用体系或质量诚信体系建设方案，并建设了质量诚信体系，得 0.5 分； 2) 通过信用体系或质量诚信体系认证或具备第三方出具的诚信体系评价报告，得 0.5 分。		
	质量发展能力（4 分）	组织的质量创新能力（包括质量管理新模式等）（2 分）	质量创新能力，得 2 分。 1) 在质量管理、经营模式方面进行有效的创新并真正实施（从形成独特的质量管理方法、技术情况及人才培养、培训三方面评价），得 0.5~2 分； 2) 按三方面情况衡量，其余酌情递减，得 0.5~1.5 分；没有任何创新时，不得分。		
		质量持续改进能力（包括改进机制、改进的成果以及可持续性等方面）（2 分）	质量改进能力，得 2 分。 在质量方面有健全的改进机制（包括员工素质、生产设施、设备、生产资料、基础设施和环境等），改进措施真正实施并成效显著，得 2 分，其余情况酌情递减给分，没有任何创新时，不得分。		

创新要素 (20 分)	创新成效 (12 分)	拥有专利的种类和数量情况 (3 分)	专利情况, 3 分。 1) 对专利、技术标准、商标、创新有保护措施, 有投入, 得 1 分、少项适当减分; 2) 有国际、国家、行业或主管部门公开信息, 有第三方机构研究报告或公开信息, 得 1 分, 少项适当减分; 3) 组织拥有发明专利 (三年以内), 得 0.4 分; 实用新型专利, 得 0.3 分; 外观设计专利, 得 0.2 分; 4) 科技成果转化, 转化率高于同行业水平的酌情得 0.3~1 分; 5) 近 3 年新产品新技术开发情况, 根据行业特点, 酌情得 0.3~1 分。		
		新产品销售收入及市场占有率情况 (3 分)	新产品销售, 3 分。 1) 有企业提供的市场拓展规划和经营报告, 得 1 分; 2) 有稳定的营销渠道合作文件或覆盖网络及业绩报告, 得 1 分; 3) 新产品销售收入高于同行业平均水平, 得 1 分; 持平, 得 0.5 分; 低于平均水平, 不得分。		
		获得科技成果及奖励情况 (3 分)	科技成果, 3 分。 获得相应科技成果及奖励, 1) 省部级及以上的, 得 3 分; 2) 地市级的, 得 1.5 分; 获得相应等级、较有影响力的社团组织的科技成果奖励, 按照上述规则的 60% 获取分数。 个人获得相应等级、较有影响的科技成果奖励, 按照上述规则的 30% 获得分数。		

		承担标准化技术组织秘书处及参与标准制修订情况（3分）	承担标准化技术机构秘书处，1.5分。 是标准化技术委员会秘书处承担单位， 1) 国际级的，得1.5分 2) 国家级的，得1分； 3) 省级的，得0.5分； 4) 其它，不得分。		
			标准制修订，1.5分。 1) 制修订国际标准，得1.5分； 2) 国家标准，得1分； 3) 行业标准，得0.8分； 4) 地方标准，得0.5分； 5) 团体标准，得0.3分。 6) 企业标准，得0.2分 参与制修订情况，按照上述同级别情况，按照75%得分。		
			获得标准领跑者产品得0.2分，没获得不得分。		
			承担标准化试点工作，最高得0.2~0.3分。 1) 国家级，得0.3分； 2) 自治区级，得0.2分； 3) 不承担不得分。		

	创新能力（8分）	技术研发水平、人才基地（研发人员所占比重等情况）（5分）	技术研发、人才基地，5分。 根据企业申报材料，综合评价以下内容，酌情赋分： 1）研发人员数量、占比，博士、硕士占比，高级、中级职称占比等，得0.5~1.5分； 2）博士、院士工作站，国家级/自治区级组织技术中心、工业设计中心、实验室等技术平台建立情况，得0.5~1.5分。 3）国家级、自治区、地级市高技能人才基地（或人才高地）分别得2分、1.5分、0.5分。		
		产品研发经费投入情况（3分）	产品研发，经费投入，3分。 1）企业提供研发计划及业绩报告，得1分； 2）产品研发经费投入占当年销售收入比例高于上年或行业平均水平，酌情得0.5~1分；持平，得0.5分，低于平均水平，不得分； 3）企业产品研发经费投入三年内连续递增的，得1分；连续两年递增的，得0.5分；高于上年的，得0.3分。		
服务要素（10分）	服务保障（3分）	组织服务人员、服务费用投入、服务设施、服务网点建设情况（3分）	根据企业申报材料，对组织服务人员、服务费用投入、服务设施、服务网点建设、服务获得的便捷情况进行综合评价，酌情得1~3分。 服务有措施，有投入（有具体举措），得1分； 服务设施建设到位（有设施设备），得1分； 重视服务网点建设（有具体网络），得1分；		
	服务能力（5分）	服务支持体系得建设情况（5分）	1、服务管理体系建设完整，酌情得1~1.5分。 1）有领导负责、有品牌规划，得1分； 2）参与全国、自治区会展，得0.5分。		

			2、加强服务体系、服务合作、服务品牌酌情得 0.5~1.5 分。 1) 统筹、指导集团子公司或公司内部品牌传播工作，得 0.5 分； 2) 开展产品直播分享、办企业内刊，得 0.5 分； 3) 协助完成商务合作、品牌建设工作，得 0.5 分。		
			3、服务管理体系有效实施，人员能力素质培养全面实施，酌情得 0.5~1 分。 1) 重视职工职业道德、职业技能培训和业务素质提高，得 0.5 分； 2) 企业官网、公众号优化运营，得 0.5 分。		
			4、服务投诉率情况，根据行业特点、行业水平，及时处理存在问题酌情得 0.5~1 分。 1) 消费者购买和使用产品可通过电话、互联网等查询方式，简单、快捷查询到所购产品的相关信息，得 0.5 分； 2) 及时处理，得 0.5 分； 3) 服务工作不到位或有负面影响的视情况扣 0.5 分。		
	服务响应能力 (2 分)	服务支持项目多样性、个性化、响应及时性等情况 (2 分)	5、对服务种类全面性、快速响应性、承诺可靠性等进行综合评价，酌情得 0.5~2 分。 1) 标签与产品完美结合，关系对应、重视和及时回应消费者评价或个性化需求，得 1 分； 2) 产品从生产到流通再到销售各环节的信息都有详细记录存放在中心数据库中，及时与消费者沟通协调，得 1 分。		
100 分	100 分	100 分			