

中华人民共和国国家标准

《品牌价值 要素评价 第5部分：服务要素》（征求意见稿）

编制说明

一、任务来源

本项任务由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC532）提出并归口。

二、目的和意义

我国经济发展已经进入由“中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变”的转型时期。如何有效开展品牌建设、提升品牌价值 and 效应是品牌管理人员面临的重要课题。本标准在充分调研已有国标 GB/T31042-2014《品牌价值 服务评价要求》技术先进性基础上，针对现有标准在技术、方法方面的局限，结合品牌价值科学理论研究最新成果，从影响品牌价值的五大关键要素：有形要素、质量、服务、技术创新和无性要素其中之一服务要素入手，提出品牌评价时需要考虑的对品牌价值具有重要影响的服务要素指标及其测量要求，进而指导品牌管理者根据标准改善服务要素表现，提升品牌价值。

三、修定本标准的基本思路

（1）重新梳理影响品牌价值的服务要素体系

结合品牌评价科学理论最新研究成果，在现有国标的基础上，进一步结合我国品牌建设工作的实际需要，对品牌价值服务要素的评价体系予以梳理。

（2）确定服务评价的关键评价要素

本标准确定了服务评价从服务设计能力、服务传递能力和服务结果能力三方面进行评价。服务设计能力的评价主要从服务体系、服务界面、服务渠道和服务

创新四方面进行评价。服务传递能力的评价主要从服务设施和服务人员两个方面进行评价。服务结果能力的评价主要从服务满意度、感知价值、品牌忠诚、服务效率和服务改进五个方面进行评价。

（3）制定科学的服务评价指标

本标准在确定了影响品牌价值的服务要素体系后，制定出科学合理的服务评价指标，对指标的内容、属性进行描述，对指标测量进行了界定，明确了各指标获取数据的来源及要求，规定了指标权重明确的方法。

四、起草过程

1、成立起草组

2017 年底初成立标准起草组，制定任务计划，明确任务分工，确定主要负责人。

2、确定修订思路

结合品牌价值评价科学理论的最新发展，考虑到有形资产、质量、服务、技术创新以及无形资产五个要素的整体性、系统性，2018 年 3 月几个标准起草组成员共同开会研讨，确定标准的修订思路、内容结构框架以及修订中注意的事项。

3、形成标准草案

根据确定的修订思路和基础结构，起草组成员召开了 3 次会议集中进行了认真讨论，特别对质量评价指标设置、测量等内容进行了重点分析，形成了标准草案初稿。

4、形成征求意见稿

2018 年 8 月，针对标准草案中不能完全确定的问题，特别邀请了 ISO/TC289 和 TC532 秘书处专家、国际标准起草专家等，针对草案中的内容进行了研讨，对草案进行了深入修改，并于 2018 年 9 月形成了征求意见稿。

五、内容介绍与说明

本标准规定了影响品牌价值的服务要素的评价要求，包括指标体系、指标的

属性、测量方法以及数据要求等。本标准适用于开展品牌建设活动的各类实体，为组织开展品牌价值评价服务要素方面指标的选取和确定提供依据。同时为组织提升品牌价值提供服务要素改进的指导。

评价品牌价值的服务要素时，主要从服务设计能力、服务传递能力和服务结果能力三方面开展。标准中对上述三方面所遴选指标的内容、属性进行描述，对指标测量进行了界定，明确了各指标获取数据的来源及要求，规定了指标权重明确的方法，并给出了服务评价得分的计算公式。为品牌价值的服务要素评价提供了具体工具。