

DB37

山 东 省 地 方 标 准

DB 37/T 3415.2—2018

制造业高端品牌企业培育 第2部分：评价 规范

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

2018 – 09 – 06 发布

2018 – 10 – 06 实施

山东省质量技术监督局 发布

目 次

前言 II

引言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价基本原则 1

 4.1 科学性 1

 4.2 系统性 1

 4.3 有效性 1

5 评价基本条件 1

6 评价指标 2

7 评价方法 2

8 评价结果表示 2

附录 A（规范性附录） 制造业高端品牌企业培育评价评分指标 3

附录 B（规范性附录） 制造业高端品牌企业培育评价评分方法 5

前 言

DB37/T 3415 《制造业高端品牌企业培育》分为如下部分：

——第1部分：培育指南；

——第2部分：评价规范。

本部分为DB37/T 3415的第二部分，本部分按照GB/T 1.1—2009《标准化工作导则 第1部分：标准的结构和编写》给出的规则起草。

本部分由山东省质量技术监督局提出并归口。

本部分主要起草单位：山东省质量技术监督局、山东省标准化研究院、山东省品牌建设促进会。

本部分主要起草人：高青、孙良泉、孙莹、刘欣欣、魏洁、陈珮珮、刘世新、刘志强、张娅、孙辰。

引 言

当前我省正处于新旧动能转换重要时期,制造业企业高端品牌建设是推动我省新旧动能转换和供需结构升级的重要举措,因此特提出制定制造业高端品牌企业培育系列标准,旨在通过制造业高端品牌的建设和培育,带动产业转型升级,推动形成较强的品牌影响力和辐射力。

本部分在本系列标准第1部分培育指南的基础上,提供了制造业高端品牌企业培育评价的基本原则、评价的基本条件、评价指标、评价方法和评价结果表示,为全省范围内制造业高端品牌企业培育的评价提供实施规范。政府部门和第三方机构可结合本部分的要求开展对制造业高端品牌企业培育的评价工作,以满足政府部门对高端品牌建设和培育的要求。

制造业高端品牌企业培育 第2部分：评价规范

1 范围

本标准规定了制造业高端品牌企业培育评价的基本原则、基本条件、评价指标、评价方法和评价结果表示。

本标准适用于制造业高端品牌企业培育的评价活动。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本文件。凡是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 23791 企业质量信用等级划分通则

GB/T 29185 品牌价值 术语

DB37/T 2986.1 企业质量信用等级评价通则 第1部分：制造业

3 术语和定义

GB/T 23791和GB/T 29185确立的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

跨国化指数

企业海外经营活动的经济强度。

4 评价基本原则

4.1 科学性

评价内容、评价指标体系的设置科学、合理，评价过程公开、规范。

4.2 系统性

各评价指标构成一个可系统反映高端品牌培育过程的完整体系。

4.3 有效性

评价数据真实可信，具有代表性和时效性。

5 评价基本条件

制造业高端品牌企业培育的评价基本条件，包括：

——在山东省内注册、具有独立企业法人资格，并且连续生产五年以上的规模以上制造业企业；

- 符合国家有关法律、法规和产业政策、环保政策的规定，企业近三年内无重大质量、安全、环保、卫生责任事故；
- 企业具有自主知识产权并至少获得一项发明专利；
- 企业拥有自主品牌商标所有权和国外注册商标，且在有效期内；
- 企业通过质量管理体系认证，且在有效期内；
- 企业及其法人近三年在省公共信用信息平台中无不良信用记录；
- 企业商标覆盖产品在国际市场有一定份额，在同行业内市场占有率较高；
- 企业产品获得过山东名牌产品等荣誉称号。

6 评价指标

制造业高端品牌企业培育的评价指标包括以下内容：

- 品牌战略；
- 品牌价值；
- 品牌推广；
- 品牌创新；
- 品牌保护。

评价指标项及说明见附录A。

7 评价方法

应按照附录A设置制造业高端品牌企业培育的各项评价指标的分值，并应按照附录B给出的计算方法计算各项评价指标的得分。

8 评价结果表示

按照附录A和附录B计算的得分，得分800分以上的制造业企业为高端品牌培育企业。

附 录 A
(规范性附录)
制造业高端品牌企业培育评价评分指标

制造业高端品牌企业培育评价评分指标见表A.1。

表A.1 制造业高端品牌企业培育评价评分指标

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌战略 (160 分)	品牌架构设计 (40 分)	/	品牌梯次发展的顺序设计等情况
	品牌定位 (40 分)	/	企业品牌定位及调整情况
	品牌文化 (20 分)	品牌内涵	在品牌文化中提炼并清晰表达品牌重要、独特价值的情况
		品牌历史	主导品牌商标注册年限
	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
	品牌资源保障 (40 分)		企业在人力、财务、合作伙伴、自然资源、知识和信息方面的投入情况
品牌价值 (530 分)	质量 (170 分)	标准化水平 (70 分)	企业承担省级及以上标准化技术委员会秘书处情况；标准（国际、国外先进、国家标准）制定情况；产品执行标准水平；企业标准体系建设及运行情况
		行业及产品认证 (20 分)	企业获得行业及产品特有认证情况
		检验检测能力 (30 分)	企业检测实验室认证情况；关键检测设备水平及有效运行情况、设备运行维护记录的完整度
		质量管理能力 (50 分)	企业采用的质量管理模式的有效性、适用性及推广情况；企业在生产制造过程中的智能化和信息化水平
	技术创新 (200 分)	科技投入 (100 分)	技术机构建设：省级及以上企业技术中心、工业设计中心、工程技术研究中心、工程实验室和院士（博士后）科研工作站设立及运行情况； 人才：研发人员占员工总数的比重； 研发投入强度：研发投入占主营业务收入的比重
		科技产出 (100 分)	科研项目：国家级和省部级科研项目应用范围内产生的经济效益及社会效益； 科技奖励：国家级专利奖励获得情况、省级及以上科技奖励（科技进步奖、国家标准创新贡献奖）等获得情况
	持续发展能力 (80 分)	/	近三年销售利润率
		/	近三年流动资产周转率

表 A.1 制造业高端品牌企业培育评价评分指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标	指标说明
品牌价值 (530 分)	持续发展能力 (80 分)	/	主营业务收入三年平均增长率
		/	近三年资产保值增值率
	社会责任 (30 分)	社会责任履行情况	职业健康、安全生产、清洁生产、节能环保等认证证书获得情况（证书在有效期内）；企业和社会公益、环保、劳工权益等社会责任方面的履行情况或奖励获得情况（省级及以上政府部门授予）；纳税信用等级；社会责任报告发布情况
	品牌价值评价 (50 分)	企业品牌价值评价结果	第三方品牌评估机构评价的企业年度品牌价值
品牌推广 (170 分)	品牌传播 (100 分)	品牌传播投入 (30 分)	品牌宣传推广经费投入；品牌宣传推广经费投入占销售收入比重
		品牌荣誉 (70 分)	在质量、品牌等方面获得的省级及以上政府部门授予的荣誉（政府质量奖、质量标杆、工业品牌培育示范企业等）
	品牌国际化 (70 分)	跨国化指数（50 分）	跨国化指数=（国外总资产/总资产+国外销售额/总销售额+国外雇员数/总雇员数）/3×100%
		自主品牌国际市场开拓情况 (20 分)	在国外设立子公司和分公司的情况
品牌创新 (60 分)	品牌监测 (20 分)	/	依据品牌监测指标和内容开展品牌监测的情况
	品牌更新 (20 分)	/	对品牌形象、品牌定位、产品及其包装等进行更新的情况
	品牌延伸 (20 分)	/	品牌延伸策略制定及实施情况
品牌保护 (80 分)	品牌资产保护 (30 分)	/	品牌资产保护措施制定及实施情况
	信用管理 (50 分)	企业诚信管理体系 (20 分)	企业诚信管理体系建立情况；年度《企业质量信用报告》发布情况
		企业质量信用等级 (30 分)	依据《企业质量信用等级评价通则 第1部分：制造业》（DB37/T 2986.1—2017）评价的企业质量信用等级情况

附 录 B
(规范性附录)
制造业高端品牌企业培育评价评分方法

B.1 指标计算公式

持续发展能力指标和跨国化指数分值按近三年得分权重分配，权重分别为0.2、0.3、0.5，即对近三年得分按权重计算后求和，计算出每个企业实际得分。计算公式如下：

$$Y = s_{n-3} \times 0.2 + s_{n-2} \times 0.3 + s_{n-1} \times 0.5 \dots\dots\dots (B.1)$$

式中：

Y ——企业该项指标得分；

s_{n-3} ——企业第 $n-3$ 年度得分；

s_{n-2} ——企业第 $n-2$ 年度得分；

s_{n-1} ——企业第 $n-1$ 年度得分。

B.2 得分计算公式

$$S = \frac{a}{a_{\max}} \times D \dots\dots\dots (B.2)$$

式中：

S ——该项最终得分；

D ——该项指标满分分值；

a ——企业该指标数据；

$a_{\max}$ ——参评企业该指标数据最大值。

B.3 总得分计算公式

$$M = Q + V + C + I + P \dots\dots\dots (B.3)$$

式中：

M ——企业总得分；

Q ——品牌战略得分；

V ——品牌价值得分；

C ——品牌推广得分；

I ——品牌创新得分；

P ——品牌保护得分。