中华人民共和国国家标准

《品牌要素评价　第 5 部分：服务要素》（征求意见稿）

编 制 说 明

一、工作简况

（一）任务来源

本国家标准的制定任务列入国家标准化管理委员会《2018 年国家标准制修订项目》，项目编号“20184866-T-469”。

本项任务由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）提出并归口，由中国标准化研究院负责组织标准起草工作。参加起草单位包括：中国品牌建设促进会、……。

（二）主要工作过程

标准计划任务下达后，标准编制工作组对现行标准 GB/T 31042-2014《品牌价值　服务评价要求》的技术性、适用性及指标合理性情况进行充分的分析，并在此基础上对国内品牌评价活动中利益相关方的需求进行调研，在此基础上将现行标准中有关内容整合入品牌价值要素系列标准后，经多次讨论修改形成标准征求意见稿，即《品牌要素评价 第 5 部分：服务要素》（征求意见稿）。

1. 将与质量等其他要素评价时的共性要求提炼至《品牌要素评价 第 1 部分：通则》之中，仅保留与服务要素有关的评价要求

现有国标 GB/T 31042-2014《品牌价值　服务评价要求》，与《品牌价值　质量评价要求》《品牌价值 技术创新评价要求》等标准，在内容上有许多共性要求，譬如评价原则、对被评价品牌的界定、评价人员要求、评价指标权重赋值方法、评价程序以及评价报告等内容。本次修订将这类共性要求提炼至标准《品牌要素评价 第 1 部分：通则》之中，仅保留与服务要素有关的评价要求。

2. 重新梳理并确定影响品牌构成的服务要素体系

（1）根据国际标准 ISO 20671：2019 及服务相关国家标准，梳理影响品牌

构成的服务要素体系

根据国际标准化组织 2019 年在品牌评价领域发布的最新国际标准《品牌评价 原则与基础》（ISO 20671：2019），结合品牌评价科学理论最新研究成果，参考《服务标准制定导则》（GB/T 24620-2009/ISO/IEC Guide 76:2008）中对服务要素及其相关内容的划分、《服务质量评价通则》（GB/T 36733-2018)中对服务质量要素及其构成指标的划分、《服务标准编写通则》（GB/T 28222-2011)中对服务提供所涉及内容的表述和划分，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

从服务能力及建立在其上的服务结果为切入视角，确定了服务评价的三个关键评价要素——服务能力、服务供给和服务结果。对服务能力的评价，主要从服务流程化能力、服务一致性承诺、服务创新能力、服务界面契合度四方面开展。服务供给的评价主要从服务人员、服务设施设备、服务环境和服务渠道四个方面开展。服务结果的评价主要从服务有形性、服务可靠性、服务响应性、服务保证性和服务移情性五个方面开展。

3.界定科学的服务评价指标

本标准确定了影响品牌价值的服务要素体系，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，经多次讨论和修改，于 2020 年 2 月形成标准征求意见稿，即《品牌要素评价 第 5 部分：服务要素》（征求意见稿）。

二、标准编制原则和主要内容论据

（一）标准编制原则

本标准编制主要遵循了协调性、先进性、适用性原则。

1.协调性

本标准编制过程中，基于 ISO 在品牌评价领域最新发布的 ISO 20671：2019《品牌评价 原则与基础》国际标准，以品牌价值形成输入的五要素理论为依据，以 GB/T 29185《品牌价值 术语》为基础，并与 GB/T 19000《质量管理体系 基

础和术语》2016 年最新修订版本、服务领域如 GB/T 36733、GB/T 24620-2009（ISO/IEC Guide 76：2008）等相关国际标准以及国家标准中的条款与内容保持了一致性和协调性。

2.先进性

本标准在编制过程中，实时追踪、关注 ISO 20671：2019《品牌评价 原则与基础》国际标准的研制进展及成果，并借鉴质量管理领域 GB/T 19000-2016《质量管理体系 基础和术语》、GB/T 36733-2018《服务质量评价通则》等最新国际国内标准进行研究和编制。

3.适用性

本标准虽参考最新的国际国内等先进技术和标准，但在编制的过程中，针对我国品牌评价的市场需求，调研国内外品牌在服务领域内进行评价及管理的实际需求和成功经验，结合我国品牌评价及管理工作的实际开展情况，对标准框架及内容进行了充分的研讨和交流，所有条款均按照国内实际进行编制，力求简洁、具有可操作性，适用于我国品牌评价及建设工作，用以指导包括服务能力、服务供给及服务结果在内的品牌相关服务要素改进的活动。

4.贸易性

本标准规范了构成品牌的服务要素的评价要求，更好支撑了我国自主品牌在服务要素方面的价值提升，以当前自主品牌建设的实际需求为基础，参考服务质量评价领域、质量管理领域最新的管理标准，指定符合我国国情的品牌要素评价系列国家标准，以规范我国品牌评价及管理市场，增强国内企业在国际市场的竞争力，进而促进国际贸易的发展。

（二）确定标准主要内容的论据

本标准规定了构成品牌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。本标准为开展品牌服务要素评价的指标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。

本标准框架结构的编制参考了 GB/T 1.1-2009《标准化工作导则 第 1 部分标准的结构和编写》相关要求以及其他管理体系标准，标准内容按照品牌价值服务要素评价的实际需求进行编制，共分为 6 个章节。

第一章节明确标准的适用范围，为开展品牌服务要素评价的指标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。

第二章节为本标准的引用文件，包括 GB/T 29185《品牌价值 术语》、ISO 20671：2019《品牌评价 原则与基础》、GB/T 24620-2009《服务标准制定导则》（ISO/IEC Guide 76:2008）、GB/T 19000-2016《质量管理体系 基础和术语》、GB/T 28222《服务标准编写通则》和 GB/T 36733-2018《服务质量评价通则》。

第三章节为术语和定义，对服务、服务能力、服务供给、顾客和组织的定义进行明确和规范性描述。

第四至六章节是有关品牌价值服务要素有关内容的规范，主要从服务能力、服务供给和服务结果三个方面开展，并分别对服务能力、服务供给和服务结果所选取的测量指标、指标的属性、测量数据的来源和要求等方面提出指南：

第四章节为评价指标体系，包括评价的主要方面及评价指标体系，给出了评价指标体系图。

第五章节为指标的测量，对评价的三个方面下选取的测量指标、指标内涵、指标属性、测量内容以及数据来源与要求进行了规范。

第六章为得分的计算，对服务要素评价之后得分的计算方法及涉及的参数进行了落实和规范。

三、主要试验（或验证）的分析、综述，技术经济论证及预期社会经济效益分析

本标准对品牌价值服务要素评价开展的三个方面——服务能力、服务供给和服务结果，以及服务能力、服务供给和服务结果所包含的测量指标、指标的属性、测量数据的来源和要求等方面进行规范，预期对品牌价值服务要素评价内容与过程做出统一性的管理规范，解决目前品牌价值服务要素评价工作过程中评价指标及其属性在不同评价行业及评价对象中缺少统一性依据的问题。以服务要素评价规范保障评价方法的切实有效，保障凭借结果的真实、客观及有效。通过本标准的实施，可以完善品牌价值要素评价工作的系统性，进一步降低因服务要素评价不准确所引发的整体结果可信度存疑问题，提高我国自主品牌价值评价的科学性

和规范性。

四、采用国际标准和国外先进标准的情况

（一）采标情况

无。

（二）与国际、国外同类标准水平的对比情况

无。

五、与现行有关法律、法规和标准的关系

本标准符合现行法律法规，在充分考虑现行标准 GB/T 31042-2014《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，结合国际标准化组织 2019 年在品牌评价领域发布的最新国际标准《品牌评价 原则与基础》（ISO 20671：2019），以及品牌价值科学理论研究最新成果，参考《服务标准制定导则》（GB/T 24620-2009/ISO/IEC Guide 76:2008）中对服务要素及其相关内容的划分、《服务质量评价通则》（GB/T 36733-2018)中对服务质量要素及其构成指标的划分、《服务标准编写通则》（GB/T 28222-2011)中对服务提供所涉及内容的表述和划分，在现有国标的基础上，进一步结合我国品牌评价及建设工作的实际需要，进一步完善了我国品牌价值服务要素的评价指标体系，保障我国品牌评价市场的规范。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准编制过程中，尚无重大分歧意见。

七、标准性质（强制性、推荐性）的建议

建议标准为推荐性国家标准。

八、替代或废止现行有关标准的建议

本标准替代GB/T 31042-2014《品牌价值　服务评价要求》。

九、其他应予以说明的事项

无。

标准起草组

二〇二〇年三月