团体标准

《苏州影响力品牌评价通则》

（征求意见稿）

编制说明

标准起草工作组

2024年2月

一、工作简况

1、任务来源

本文件由苏州市品牌促进会提出并归口。

本文件起草单位：苏州市品牌促进会、江苏省品牌学会、苏州山海荟品牌发展有限公司、苏州米爱邻品牌发展有限公司、雷允上药业集团有限公司、苏州绣娘丝绸有限公司、苏州市山水丝绸有限公司、苏州市南环桥市场发展股份有限公司、东南建设产业发展（苏州）有限公司、苏州蜜思肤化妆品股份有限公司、苏州盒马信息技术科技有限公司、利霞智能科技（苏州）有限公司、苏州苏蟹园水产有限公司、急创速供应链管理（苏州）有限公司

2、标准编制过程

随着经济发展，人民对美好生活的需要逐渐增强，消费供给侧改革不断推进，消费者对产品和服务的消费提出更高要求， 更加注重品质，讲究品牌消费，尤其对具有一定影响力的品牌关注度更高，更有消费倾向。随着消费升级，呈现出个性化、多样化、高品位、高档化、体验式消费的鲜明特点。在此背景下， 品牌已成为产品质量、服务水平以及经营理念、文化的综合体现，品牌开始全方位影响社会经济生活。现阶段的商业和市场竞争已上升为不同品牌之间的竞争，随着“三个转变”“三品工程”推进速度加快，我国市场经济发展已经进入“品牌经济”时代。

一个企业是否成为影响力品牌或其是否拥有市场影响力产品和服务品牌，既表明其经济实力和市场地位，也反映其持续发展能力的大小；一个城市拥有多少有影响力的品牌，既是衡量其经济发展水平的重要标志，也反映着城市的影响力和潜在实力。

苏州市在全国地级市经济中排名第一，但具有强大影响力的品牌很多不为世人所知，很多具有实力的品牌不发声，但是在苏州经济建设中都做出了自己的贡献，各行业哪些品牌具有影响力，大众知之甚少，所以苏州有必要挖掘和树立更多影响力品牌，在苏州有影响的、在江苏全省有影响的、在全国有影响的、在国际有影响的，要进行系统化评定认定，并广为宣传，以扩大苏州拼皮集群知名度，提升影响力，为经济可持续发展做出贡献。

基于此，本标准将在深入分析企业品牌资产的构成、来源及影响因素的基础上，借鉴国内外优秀企业在品牌评价与运营策略上的经验，结合我市企业的特点和实际情况，采用定性

分析和定量分析相结合的方法， 构建我市影响力品牌评价体系与评价模型。

通过编制本标准，一方面有利于企业加快形成影响力品牌优势，在“品牌竞争”时代实现品牌的科学管理和品牌战略的持续推进,并向广大消费者传达企业品牌的健康状态和发展趋势;另一方面，有利于更好的发挥品牌影响力作用，推动供给结构和需求结构全面升级，实现“中国制造”向“中国创造”和“中国品牌”的战略转变，加快经济发展方式由外延扩张型向内涵集约型、由规模速度型向质量效率型的转变。

苏州市品牌促进会组织有关技术人员成立标准起草工作组，工作组首先收集、整理了相关标准化资料、专业文献等，为本标准的编制提供参考，并通过企业调研，了解到企业实际业务情况，经工作组的分析、研讨、论证后编写完成了《苏州影响力品牌评价通则》团体标准草案， 经研究讨论， 形成征求意见稿，公开征求意见。

二、编制原则和主要内容

1、编制原则

在标准制定过程中，标准起草工作组按照GB/T 1.1-2020 给出的规则编写，主要遵循以下原则:

（1）协调性: 保证标准与国内现行国家标准、行业标准协调一致。

（2）规范性: 严格按照GB/T1.1—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》给出的规则起草，保证标准的编写质量。

（3）适用性: 结合产品生产、企业管理实践和产品的主要环境影响，提出对企业品牌、产品品牌、服务品牌的建设规范。

2、主要内容及说明

本标准规定了苏州影响力品牌评价通则的术语和定义、评价机制、评价规则、评价程序、评价的应用与监督。

本标准适用于由苏州市品牌促进会会组织开展的，会员单位及相关企业可自愿参与的苏州影响力品牌评价活动。

本标准主要以《中国全面品牌管理》中提出的“三品四度”品牌建设的体系、结合市场影响力等指标为基础提出的评价标准。

评价指标体系由品牌基础评价和综合评价两大部分构成，总评分 1000 分。其中品牌竞争力(300 分)、品牌组织建设(150 分)、品牌文化建设（300 分）、社会责任与品牌美誉度（200 分）、品牌忠诚度（150 分）、品牌传播力(200 分)、品牌创新力（200 分）等七个方面。

三、标准中如果涉及专利，应有明确的知识产权说明

本文件不涉及专利及知识产权问题。

四、采用国际标准和国外先进标准情况，与国际、国内同类标准水平的对比情况

本文件为首次自主制定， 不涉及国际国外标准采标情况。

五、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本文件与相关法律、法规、规章及相关标准协调一致，没有冲突。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

本文件在制定过程中未出现重大分歧意见。

七、贯彻标准的要求和措施建议

本文件发布后，应向相关企业进行宣传、贯彻，推荐执行该文件。

八、其他应予说明的事项

无。