ICS 01.040.03
A 02

DB15

内 蒙 古 自 治 区 地 方 标 准

DB15/T xxxx—2024

代替 DB15/T 1506-2018

服务名牌评价认定规范

Specification of Evaluation and Recognition for Famous Brand of Service

（征求意见稿）

XXXX-XX-XX 发布　　XXXX-XX-XX 实施

内蒙古自治区市场监督管理局　　发布

目　　次

前言……II
1　范围……1
2　规范性引用文件……1
3　术语和定义……1
4　评价原则……1
5　评价内容……1
6　认定条件……2
附录A（规范性）　　服务名牌评分标准……3
参考文献……6

前　言

本文件按照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》的规则起草。

本文件代替DB15/T 1506—2018《服务名牌评价认定规范》，与DB15/T 1506—2018相比，除结构调整和编辑性改动外，主要内容修改如下：

1）删除了“引言”的具体内容（见2018年版的引言）；

2）更改了“评价原则”的规则，增加了详细的规定(见4.1,2018年版的4.1）；

3）更改了“认定条件”中的分值规则（见6,2018年版的6）；

4）更改了分值的规定（见附录A，2018年版的附录A）；

本文件由内蒙古品牌战略促进会提出。

本文件由内蒙古自治区品牌标准化技术委员会（SAM/TC 33）归口。

本文件起草单位：内蒙古自治区质量和标准化研究院、内蒙古品牌战略促进会、内蒙古自治区产品质量检验研究院、内蒙古自治区品牌标准化技术委员会。

本文件主要起草人：敖其尔、索伦高娃、贾双文、朱晓春、王俊伟、王晶、宋鑫、李谭芳、贾安、赵晨阳、崔元飞、王勐、梁雪莲、李强。

服务名牌评价认定规范

1 范围

本文件规定了服务名牌评价与认定的术语和定义、评价原则、评价内容和认定。

本文件适用于服务名牌的评价与认定。

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 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

服务名牌 famous brand of service

服务方为顾客所提供的优质服务，被社会各界普遍认可和肯定的品牌。

4 评价原则

4.1 服务名牌的评价原则应符合以内蒙古服务业市场需求和产业政策为导向，以科学性、可操作性和规范性作为实施评价与认定的 目标，对提升服务业组织服务管理水平和服务质量的持续改进具有指导作用，旨在引导各服务行业树立 标杆，促进服务业的持续、健康发展的要求。

4.2 组织评价工作等相关机构在开展评价及认定有关工作中，不得收取被评价机构任何费用。

5 评价内容

5.1 评价

包括服务能力、服务质量、服务影响和运行能力。

5.2 服务评价指标

评价服务的指标采用分级形式。其中一级指标为服务能力、服务质量、服务效应和运行能力。二级指标为服务规划、服务管理、服务保障机制、服务质量等 17 项内容。下设具体评价指标和分值，按照附录 A 评分。

5.3 评价程序

服务名牌评价与认定可遵循以下程序：

a) 服务业组织形成自评报告；
b) 听取申请组织工作汇报；
c) 查阅必备的文件、记录；
d) 进行现场评估、评定；
e) 形成评估报告。

5.4 复评

获得服务名牌的服务业组织每 3 年复评一次，并自获得服务名牌认定之日起每年度上报一次服务业组织情况报告，不上报视为自愿放弃参与复评认定。

6 认定条件

申报服务名牌总分 110 分(含 100 分附加分)，获得 70 分以上（含 70 分）认定为服务名牌。

附　录　A
（规范性）
服务名牌评分标准

服务名牌的评价评分标准按照表 A.1 的规定执行。

表 A.1　服务名牌评分标准

一级指标	二级指标	评价标准	分值	得分
服务能力（19 分）	服务规划（6 分）	重视服务品牌能力建设，服务业组织重心放在对客户或顾客感知服务质量上	2	
		与单位或企业的发展目标相一致	2	
		符合服务业组织经营活动的市场、服务要素等的要求	2	
	服务管理（4 分）	服务业组织内部组织与执行良好	1	
		服务状态的监管良好	1	
		有服务质量的调整和改进	1	
		制定相关管理制度和奖惩制度	1	
	服务保障机制（9 分）	有专门服务管理的职能部门	2	
		岗位设置职责明确，人员结构合理	2	
		符合国家要求单位用人的相关政策，包括用人的选择和维护员工应享有的权利	2	
		硬件设施完善，维护良好	1	
		有效保障服务服务业组织的经营活动的开展和实施	1	
		提供了良好的工作环境和服务环境	1	
服务质量（17 分）	风貌（7 分）	服务业组织形成良好的内部文化意识、学习意识	2	
		服务业组织内部整体感知，包括外部形象和服务人员精神面貌及单位或企业形象	2	
		有相关服务的培训，培训一年度不少于 5 次	3	
	服务态度（10 分）	制定系统、有序、合理的服务制度（规范），包括服务人员的仪容仪表、行为举止要求	2.5	
		服务业组织人员具有良好的服务态度和服务技能	2.5	
		对顾客承诺能够及时有效兑现	2.5	
		服务得到顾客认可和赞誉	2.5	

表 A.1 （续）

一级指标	二级指标	评价标准	分值	得分
服务质量（24 分）	知名度（6 分）	有易于识别标识，并能体现单位或企业的服务宗旨和理念，符合公众审美	2	
		公众能通过服务业组织行为或企业标识形成认知	2	
		在自治区范围内具有较高知名度，年纳税额占比较大	2	
	美誉度（4 分）	公众对服务业组织开展的直接服务或间接服务产生认同，有良好的心里感知	2	
		服务业组织的服务赢得公众的认同和赞誉	2	
	品牌稳定性（4 分）	客户或顾客有再次往来，其频率反映了顾客的忠诚度	1	
		属于客户或顾客推荐或其他表现形式	1	
		连续盈利，市场稳定性良好	2	
	社会责任（6 分）	为社会创造利润、实现经济价值和社会效益	2	
		能承担持续发展责任，主要体现在节能、降耗、低碳、环保等方面	2	
		履行法律法规的各项义务和责任，注重以人为本，体现职业健康发展要求和人文关怀	2	
	诚信度（4 分）	将诚信作为单位或企业的核心价值观，纳入发展战略	2	
		社会诚信度良好，不存在任何失信问题	1	
		采取诚信承诺管理、诚信评价管理等措施，提升单位或企业的诚信水平	1	
服务影响（14 分）	宣传推广（4 分）	有电视、网络、报纸等媒介宣传推广，宣传不存在欺诈、夸大宣传	2	
		对社会公众进行必要的文化传播，体现区域文化、地域特色和精神风貌等	2	
	业界交流（2 分）	与行业内外的相关单位或企业开展交流合作或参与学习交流	1	
		参与相关领域其他有助于增强单位或企业经验和交流的其他活动	1	
	创新服务（3 分）	服务设施、服务形象等对顾客服务方面，具有创新思维，给人以独特的服务体验	3	
	经济效益（2 分）	取得良好的经济效益	2	
	社会效益（ 3 分）	取得良好的社会效益	3	

表 A.1 （续）

一级指标	二级指标	评价标准	分值	得分
服务影响（18 分）	顾客满意度（9 分）	顾客满意度测评以单位或企业的内部测评和公众满意度为准，满意度达 90%以上	9	
	顾客投诉处理（9 分）	投诉能够及时处理，处理率达 98%以上	9	
运行能力（18 分）	财务状况（9 分）	上年度财务（偿债、营运、盈利、发展、现金流量）能力运营良好	3	
		开展服务以来的资产总量、债务、业绩情况良好	3	
		有比要的经费投入	3	
	运行管理（9 分）	各部门通力合作，运行良好	9	
注：获得国家级、自治区级或市级荣誉称号，分别以 100 分、70、40 分加分。				