|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 01.120 |
| CCS  | A 00 |

团体标准

T/JSJK001-2024

代替T/JSJK001-2023

健康产业品牌评价指南

Guide to brand evaluation of health industry

2024-08-18发布

2024-08-18实施

——————————————————————————————————

国家标准化管理委员会（全国团体标准信息平台公告）

江苏省健康产业研究会 发布

目次

[前言 III](#_Toc84929713)

[引言 IV](#_Toc84929714)

[1 范围 1](#_Toc84929715)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc84929716)

[3 术语和定义 1](#_Toc84929717)

[4 基本条件 1](#_Toc84929718)

[5 评价原则](#_Toc84929723) 2

[6 评价体系](#_Toc84929729) 2

7 评价内容2

8 [评价流程](#_Toc84929729) 3

9 [监督管理](#_Toc84929729) 3

1. 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》的规定起草。

请注意本文件中的某些内容可能涉及专利，江苏省健康产业研究会不承担识别专利的责任。

本文件由江苏省健康产业研究会提出并归口。

本文件主要起草单位：江苏省健康产业研究会、南京健康产业商会、南京保健养生学会、南通市健康产业发展研究会、宜兴市健康管理学会。

本文件主要起草人：宋建国、陈家应、冯鹏、郑建文、陶卫强

本文件于2023年3月8日首次发布。

本文件于2024年8月18日第一次修订。

1. 引言

为贯彻落实国家品牌战略，加强品牌建设，促进质量提升，为健康产业培育一批具有市场竞争力的品牌，推动健康产业高品质发展，满足市场需求，制定本文件。

本文件适用于江苏省健康产业研究会会员企业开展健康产业品牌的评价，它不对生产、经营、服务的产品质量提出具体的性能和指标要求。

江苏省健康产业研究会可以联合其他社会团体和有关单位参照本文件共同开展健康产业品牌评价。

健康产业品牌评价指南

* 1. 范围

本文件规定了健康产业品牌评价的术语与定义、基本条件、评价原则、评价体系、评价内容、评价流程、监督管理。

本文件适用于健康产业品牌评价和管理工作。

* 1. 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 29185—2012 品牌价值 术语

* 1. 术语和定义

GB/T29185—2012界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

健康产业品牌

指健康产业领域有关企业（包括其产品和服务）的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的与营销相关的无形资产，包括（但不限于）名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

[来源：GB/T 29185—2012,术语和定义2.1]

3.2

 知名品牌 well-know brand

 品牌知名度高、影响力大、竞争力强、在市场上处于强势地位，对促进经济发展具有规模性效益。

3.3

 优秀品牌 excel lent brand

品牌在市场上处于优势地位，有一定的品牌知名度和市场占有率。

3.4

 创新品牌 innovate brand

品牌通过技术、质量、商业模式和企业文化创新，对推动企业和引领行业发展有显著效果。

* 1. 基本条件

4.1 基本条件

4.1.1 企业在法定部门依法注册登记，近三年连续盈利且企业利税(净利+税)年平均值达到300万元人民币以上，具有较好发展潜力和培育提升空间。

4.1.2 自主知识产权（发明专利、著作权等）和核心技术方面表现突出，且成长很快，产品具有一定市场影响力和竞争力。

4.1.3 参与企业应是江苏省健康产业研究会单位会员。

4.1.4 参与知名品牌、优秀品牌、创新品牌评价的单位会员在会会龄应分别达到5年、4年、3年。

4.1.5 对有下列情况之一的单位会员，不予受理申请：

（1）三年内产品经市级以上有关行政部门产（商）品质量监督抽查不合格的；

（2）产品依法实行行政许可而尚未获得的；

（3）发生质量或安全事故的；

（4）有重大投诉或媒体曝光的；

（5）其他严重违反法律法规行为的。

* 1. 评价原则

5.1 公正性

成立健康产业品牌评价专家评审委员会、品牌评价监督委员会，规范评价程序，确保评价工作客观、透明、公平、公正。

5.2 平等性

符合条件的单位会员均可自愿申报。

5.3 科学性

评价指标是一个整体，既相互联系又相互独立，从品牌形象、品牌建设、品牌服务、品牌发展、品牌创新、品牌声誉等多方面进行设计，科学合理、先进适用。

5.4 持续性

得出评价结果后，按照年度对企业的品质、声誉和影响进行监督评价（包括顾客、第三方的监督），每三年重新评价一次，以达到保持和改进的目的。

* 1. 评价体系

品牌评价包括品牌企业、品牌产品、品牌人物和品牌标志等，主要采取打分和听取专家组评审意见相结合的办法组织实施。其中品牌企业、品牌产品、品牌人物的评价以打分为主，品牌标志的评价以专家组评审意见为主。

品牌评价内容主要由品牌综合能力、品牌建设能力、品牌服务能力、品牌创新能力和品牌声誉能力等五方面构成，见附录A。

总分值为1000分。原则上知名品牌总分值应达到900分，优秀品牌总分值应达到850分，创新品牌总分值应达到800分（其中创新能力分值应达到80％以上）。

* 1. 评价内容

品牌企业的评分分值和占比按附录A执行。

7.1.1企业获得国家、省、市部门或行业表彰奖励等荣誉的分别加30分、20分、10分。

7.1.2企业税收连续三年增长，每增长10﹪加10分。

品牌产品的评分分值和占比按附录A评分分值占70﹪，下列条件各占10﹪：

7.2.1 产品近三年内质量提升；

7.2.2产品近三年内市场稳定；

7.2.3 产品近三年内经济效益增长。

7.2.4 产品近三年内获得国家、省、市和行业颁发的奖项，每项分别加30分、20分、10分。

7.3 品牌人物的评分分值和占比按附录A评分分值占70﹪，下列条件各占10﹪：

7.3.1 拥护中国共产党的领导，爱党爱国，产业报国；

7.3.2 遵纪守法、诚信经营，品牌意识正确、发展理念先进；

7.3.3 积极履行社会责任，参加社会公益事业。

7.3.4 近三年内获得国家、省、市、区和行业荣誉的，每项分别加40分、30分、20分、10分。

7.3.5 担任国家、省、市、区社会职务（人大、政协、社团）的，分别加40分、30分、20分、10分。

7.4品牌标志的评分分值和占比按附录A评分分值占70﹪，下列条件各占10﹪：

7.4.1 标志（商标）有效注册满3年或实际使用满3年以上；

7.4.2 使用该标志（商标）的产（商）品应在全国范围内有效覆盖；

7.4.3 使用该标志（商标）的产（商）品近三年内主要经济指标应在行业（地区）领先。

7.4.4使用该标志（商标）近三年内获得国家、省、市和行业荣誉的，每项分别加30分、20分、10分。

1. 评价流程

8.1 申报方式

推荐或自行申报。

* 1. 申报材料

填报《健康产业品牌评价申请表》如附录B所示。

* 1. 初评审查

由专家评审组或委托第三方进行资料审核、现场调研，结合企业提供的材料进行评价打分，确定候选名单。

* 1. 网站公示

候选名单在官方网站进行公示，公示期为7个工作日。

* 1. 认定公布

公示期满，候选名单经品牌评价监督委员会审核同意，确定批准名单，并通过新闻媒体和官网向社会公布。

* 1. 颁发证书及奖牌

对评价为品牌企业、品牌产品、品牌人物和品牌标志的，由江苏省健康产业研究会进行表彰授牌，颁发证书。

* 1. 标识的使用

8.7.1 本文件所指标识的使用，是指将品牌标识用于商品、商品包装或者容器以及商品交易文书上，或者将品牌标识用于广告宣传、展览以及其他商业活动中，用于识别商品的来源。

8.7.2 被认定的品牌应按照其品牌分类和等级在品牌标识所有权许可的范围内有偿使用品牌标识。

8.7.3 品牌证书失效的应自动终止使用其对应的品牌标识。

1. 监督管理
	1. 健康产业品牌自证书颁发之日起有效期三年，到期后自动失效，企业需重新提交复审申请。
	2. 企业更名或有变更的，应及时以书面报告形式向主办单位备案。
	3. 每个年度对企业的品质、声誉和影响进行监督评价（包括顾客、第三方的监督）

企业有下述情况之一，取消健康产业品牌评价资格：

（1） 在申报过程中有弄虚作假行为的；

（2） 因违法、违规行为受到执法部门处罚的；

（3） 具有不再符合本文件规定情形的。

1. (资料性附录)
健康产业品牌评价分值设定

|  |  |
| --- | --- |
| 一级指标 | 二级指标 |
| 一、品牌综合能力（300分） | 品牌影响（80） |
| 品牌绩效（100） |
| 品牌品质（120） |
| 二、品牌建设能力（200分） | 品牌规划（60） |
| 品牌管理（70） |
| 品牌保障（70） |
| 三、品牌服务能力（150分） | 质量体系（50） |
| 服务水平（50） |
| 用户信用（50） |
| 四、品牌创新能力（100分） | 创新机制（30） |
| 创新成效（30） |
| 创新发展（40） |
| 五、品牌声誉能力（250分） | 品牌推广（80） |
| 品牌文化（80） |
| 社会责任（90） |
| 合计 | 1000分 |

品牌评价应参照附录A制定评分细则执行。

1. （资料性附录）
健康产业品牌评价申请表

A**.**1 企业和品牌基本信息

|  |
| --- |
| （一）企业基本信息 |
| 企业名称 |  |
| 统一代码 |  | 成立时间 |  |
| 单位地址 |  |
| 联系人 | 姓名 |  | 电话 |  |
| 职务 |  | 手机 |  |
| 微信 |  | 邮箱 |  |
| 注册资本（万元） |  | 注册商标 |  |
| 企业利税/年度 |  | 企业专利 |  |
| 企业性质 | □国有 □民营 □股份制 □外资 □其他 |
| 高新技术企业 |  |
| 申请项目 | 品牌企业□ 品牌人物□ |
| 企业简介 | （介绍企业基本情况，近几年生产经营、国内外市场、品牌建设、技术创新、产品质量、人才建设等情况） |
| （二）品牌基本信息 |
| 类别 | □生产型□销售型□其他 |
| 主要产品和服务 |  |
| 品牌简述 |  |
| 品牌建设亮点 |  |
| 真实性承诺 | 我所提交的申报材料内容全部属实，如有虚假，愿意承担相应责任。 签章 公章 年 月 日 |

A**.**2 品牌补充材料

1. 包含但不限于品牌发展历程、市场份额、年销售额、发展趋势、竞争优势等。
2. 包含但不限于品牌知名度、品牌价值、品牌营销策略、媒体曝光率等。

A**.**3 品牌对应产品或服务的补充材料

1. 包含但不限于产品或服务的介绍和说明等。
2. 包含但不限于产品的知识产权优势（专利、著作权等）以及技术创新优势。

