

表 B.1 (续)

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	三级指标的说明 (包括公式、量值等)	评分细则
社会责任	100分	社会责任建设	100分	企业社会责任履行	100分	履行社会责任情况及是否发布社会责任报告	企业发布年度社会责任报告,得40分,其次, 1. 企业至少连续三年发布,加10分; 2. 报告内容详实、公正、透明,加5分; 3. 报告通过了第三方测评,加5分; 4. 社会责任履行情况:履行较好,得10分;履行一般,得5分;履行较差,得0分。 另外,若企业履行社会责任获国家级奖项,加15分/次;获省部级奖项或全国范围的社会奖项,加10分/次。 上述分数应累加,但总分不超过100分

GB/T 31044—2014

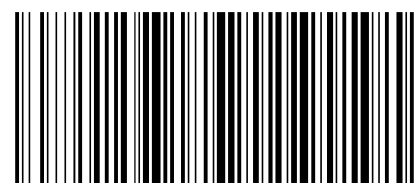


中华人民共和国国家标准

GB/T 31044—2014

品牌价值评价 银行与保险业

Brand valuation—Banking and insurance industry



GB/T 31044-2014

版权专有 侵权必究

*

书号:155066·1-50752

定价: 21.00 元

2014-12-05 发布

2014-12-31 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

表 B.1 (续)

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	三级指标的说明 (包括公式、量值等)	评分细则				
无形资产	270分	品牌投入	40分	品牌宣传投入	40分	品牌宣传投入比重(品牌宣传费用与营业额的比率)或品牌宣传投入总量(单位:亿元)	1. 品牌宣传投入比重 \in [2.0%,100.0%)或品牌宣传投入总量 \in [10,+ ∞),得40分;				
							2. 品牌宣传投入比重 \in [1.5%,2.0%)或品牌宣传投入总量 \in [5,10),得30分;				
		品牌美誉度	170分	品牌诚信	40分	近3年是否出过保险诈骗案件及数量	近3年出过保险诈骗案件及数量	近3年出过保险诈骗案件及数量,扣10分;其次,每发生一次扣5分;扣完为止			
								主流媒体新闻;正面报道事件数	40分	中央一级电视、广播、报纸和人民网、新华网的报道事件数	1. 1次正面事件报道,得5分;
											2. 1次负面事件报道,扣10分。可累计,总分不超过40分,不低于0分
								品牌获奖情况	30分	驰名商标;商标局依据《商标法》认定	1. 获中国驰名商标等,每项/次得10分。
2. 获国家级奖项,每次得5分,3. 获其他奖励、荣誉的,每项2分。各项累加,总分不超过30分											
品牌保护	30分	知识产权保护情况	30分	企业知识产权保护情况及商标注册情况	1. 总体良好,得30分;						
					2. 较好,得20分;						
						3. 一般,得10分;					
						4. 较差,得0分					

中华人民共和国
 国家标准
品牌价值评价 银行与保险业
 GB/T 31044—2014
 *
 中国标准出版社出版发行
 北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
 北京市西城区三里河北街16号(100045)
 网址 www.spc.net.cn
 总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
 读者服务部:(010)68523946
 中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
 各地新华书店经销
 *
 开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 31 千字
 2014年12月第一版 2014年12月第一次印刷
 *
 书号: 155066·1-50752 定价 21.00 元
 如有印装差错 由本社发行中心调换
 版权专有 侵权必究
 举报电话:(010)68510107

表 B.1 (续)

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	三级指标的说明 (包括公式、量值等)	评分细则
服务	160分	顾客满意	60分	客户满意度排名	30分	客户对企业产品及服务的满意度情况,主要以客户满意度在行业中的排名测算	1. 客户满意度的行业排名为前 10%,得 60分; 2. 客户满意度的行业排名为前 20%,得 40分; 3. 客户满意度的行业排名为前 30%,得 20分; 4. 客户满意度的行业排名为前 50%,得 10分; 5. 其他不得分
				客户投诉率	30分	企业业务的客户投诉量与客户总量的比率	1. 客户投诉率 \in [0,0.5%],得 30分; 2. 客户投诉率 \in (0.5%,0.8%],得 25分; 3. 客户投诉率 \in (0.8%,1.0%],得 20分; 4. 客户投诉率 \in (1.0%,1.2%],得 15分; 5. 客户投诉率 \in (1.2%,1.5%],得 10分; 6. 其他不得分
		顾客忠诚	100分	续保率	50分	当年实际续保标的总量与上年应续标的总量比率	1. 续保率 \in [85.0%,100.0%],得 50分; 2. 续保率 \in [80.0%,85.0%),得 40分; 3. 续保率 \in [70.0%,80.0%),得 30分; 4. 续保率 \in [60.0%,70.0%),得 20分; 5. 续保率 \in [50.0%,60.0%),得 10分; 6. 其他不得分
				弃保率	50分	弃保率反映客户对企业品牌 and 业务的信任指标。间接体现企业的业务质量和服务能力。弃保率为当期合计退保金总额与期初累计准备金总额+本期纯保费总额之和的比率	1. 弃保率 \in [0,1.0%],得 50分; 2. 弃保率 \in (1.0%,2.0%],得 40分; 3. 弃保率 \in (2.0%,3.0%],得 30分; 4. 弃保率 \in (3.0%,5.0%],得 20分; 5. 弃保率 \in (5.0%,10.0%],得 10分; 6. 其他不得分
无形资产	270分	品牌历史	30分	品牌年限	30分	从品牌创立时间开始计算	满 2 年以上开始计分,每年 2 分,20 年以上满分,总分不超过 30 分

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国品牌价值及价值测算标准化技术委员会(SAC/TC 532)提出并归口。

本标准起草单位:上海金融业联合会、上海质量管理科学研究院、中国标准化研究院、深圳市振鹏质量与品牌促进中心、上海市银行同业公会、上海市保险同业公会、交通银行股份有限公司、上海质量体系审核中心、中国平安财产保险股份有限公司上海分公司。

本标准主要起草人:郭政、郝相君、康健、卫国强、邓绩、崔继峰、李明、杨志花、张泽明、李晓华、赵磊、蒋领伟、吴军、吴芳。