

ICS 03.140  
A 00



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 31042—2014

GB/T 31042—2014

## 品牌价值 服务评价要求

Brand value—Requirements for service evaluation

中华人民共和国  
国家标准  
品牌价值 服务评价要求  
GB/T 31042—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 25 千字  
2014年12月第一版 2014年12月第一次印刷

\*

书号: 155066·1-50692 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



GB/T 31042-2014

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

## 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与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:北京邮电大学、中国标准化研究院、深圳市标准技术研究院、中国市场学会服务质量分会、北京东灵通知识产权服务有限公司、方圆标志认证集团有限公司、中国品牌建设促进会。

本标准主要起草人:袁玉宇、吴芳、杨志花、陈莉、张朝栋、谢修平、康健、黄冠、卢军平、陈诚、薛腾飞、黄舒啸、金一诺、陈栩、常笑、宋基帅。

表 A.8 (续)

指标名称	测量目的	应用的方法	测量、公式及数据元素计算	测量值解释	测量类型	测量输入	在本标准中的应用	目标用户
创新投入	衡量组织在引进新设备、人才方面的和专利方面的投入	调查统计	$S_{cr} = \frac{M_d}{M_{ad}} + \frac{N_p}{N_{op}} + \frac{P}{P_a}$ $M_d$ 为组织引进设备投入金额; $M_{ad}$ 为行业引进设备平均投入金额; $N_p$ 为组织引进人才人数; $N_{op}$ 为行业平均引进人才人数; $P$ 为组织拥有专利数日; $P_a$ 为行业平均拥有专利数日	$0 \leq S_{cr}$ , $S_{cr}$ 取值越大,组织对新设备、人才和专利方面的投入越多	$M_d$ : 计数; $M_{ad}$ : 计数; $N_p$ : 计数; $N_{op}$ : 计数; $P$ : 计数; $P_a$ : 计数; $S_{cr}$ : 计数/计数	第三方调查数据	5.2.8 服务投入	待评价品牌

表 A.9 顾客反馈测量

指标名称	测量目的	应用的方法	测量、公式及数据元素计算	测量值解释	测量类型	测量输入	在本标准中的应用	目标用户
顾客忠诚度	顾客对服务的忠诚程度的度量	调查统计	$S_1 = \frac{N_r}{N}$ $N_r$ 为重复使用服务的人数; $N$ 为使用服务的总人数	$0 \leq S_1 \leq 1.00$ , $S_1$ 取值越大,顾客的忠诚度越高	$N_r$ : 计数; $N$ : 计数; $S_1$ : 计数/计数	第三方调查数据	5.2.9 顾客反馈	待评价品牌
顾客推荐意愿	顾客向他人推荐服务的意愿的度量	调查统计	$S_2 = \frac{N_s}{N}$ $N_s$ 为愿意推荐该服务给他人的 人数; $N$ 为使用服务的总人数	$0 \leq S_2 \leq 1.00$ , $S_2$ 取值越大,顾客的推荐意愿越高	$N_s$ : 计数; $N$ : 计数; $S_2$ : 计数/计数	第三方调查数据	5.2.9 顾客反馈	待评价品牌

## 品牌价值 服务评价要求

### 1 范围

本标准规定了在品牌价值评价过程中对影响品牌价值的服务要素的评价要求。包括评价的总体要求、评价要素、评价方法、评价程序和评价报告。

本标准适用于各种不同的服务类型及处于品牌建设不同阶段的各类组织,为组织提升品牌价值提供服务要素方面的评价和改进依据。

### 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 29185—2012 品牌价值 术语

### 3 术语和定义

GB/T 29185—2012 中界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

#### 3.1

##### 服务 service

服务通常是无形的,并且是在供方和顾客接触面上需要完成至少一项活动的结果。

注 1: 服务的提供可涉及在顾客提供的有形产品或无形产品上所完成的活动、无形产品的交付、为顾客创造氛围等。

注 2: 改写 GB/T 19000—2008。

#### 3.2

##### 响应性 response

服务供应商帮助顾客并提供便捷服务的反应速度。

#### 3.3

##### 可靠性 reliability

服务供应商准确无故障地执行所承诺服务的能力。

#### 3.4

##### 安全性 safety

避免产品或服务可能对人身安全、健康、环境以及产品本身带来危害的能力。

#### 3.5

##### 可追溯性 traceability

追溯所考虑对象的历史、应用情况或所处位置的能力。

[GB/T 19000—2008, 定义 3.5.4]

### 4 总体要求

#### 4.1 目的声明

开展评价时,应首先声明本次评价的目的。目的声明应规定预期用途、评价报告使用者、被评价服