

团 体 标 准

T/CCFA 02012-2023

中国纤维品牌评价指标体系

Indicator system for the evaluation of Chinese fiber brand

2023-10-30 发布

2023-11-01 实施

中国化学纤维工业协会发布

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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国化学纤维工业协会提出。

本文件由中国化学纤维工业协会标准化技术委员会归口。

本文件起草单位：华峰化学股份有限公司、江苏国望高科纤维有限公司、上海德福伦新材料科技有限公司、泰和新材集团股份有限公司、中国化学纤维工业协会、江南大学

本文件主要起草人：王建波、孙律平、张晓雨、陈波、杨卫忠、郝聃、杜玉春、朱晓娜、戎中钰、李德利、靳昕怡、李增俊、沈雷、陈丽君、李雪、宋婉宁

中国纤维品牌评价指标体系

1 范围

本文件提供了纤维品牌竞争力评价的原则、评价指标体系和评价细则等。

本文件适用于中国纤维行业中拥有自主品牌的企业，若企业拥有多个自主品牌，则宜逐个品牌进行评价，以下所有相关评价数据仅针对单个品牌，如单个品牌涵盖不止一类产品，也宜分别评价。本文件同时可以应用于纤维行业品牌竞争力建设情况的评价、管理以及提升等相关活动。

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 29185-2021 品牌 术语

T/CEEAS 003-2021 中国印·企业品牌竞争力评价标准

3 术语和定义

3.1

品牌 brand

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 29185-2021,3.1]

3.2

评价 evaluation

对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的判断。

[来源：T/CEEAS 003-2021,3.1]

3.3

评价指标 evaluation index

具体、可观察、可测量的评价准则。本评价标准中的指标均为符合性的，按事实和证据（文件、记录）的符合性，以及量化数据的符合性来进行评价。

[来源：T/CEEAS 003-2021,3.2]

4 评价原则

4.1 科学性

评价指标设置应不交叉、不重复，指标及其层级设置应科学、合理，各项指标应相互协调构成有机整体，每个指标应从不同角度反映品牌竞争力情况。

4.2 客观性

评价指标设置，评价过程和结果应真实反映品牌影响力的实际状况。

4.3 有效性

评价指标应易于理解，便于数据信息的采集和处理，便于评价实施。

4.4 指导性

评价指标符合科学发展规律，对于纤维品牌的长久提升具有一定的指导性。

5 评价指标体系

评价指标体系包括市场地位、品牌建设、服务与客户关系、绿色发展、社会责任、质量状况、技术创新以及知识产权保护。

5.1 市场地位

5.1.1 经营状况

包括近三年营业收入、利润总额、净利润以及营业收入平均增长率。

5.1.2 市场能力

包括主要服务终端客户类型、期货参与度。

5.1.3 品牌影响力

包括国内市场占有率、行业产量排名、品牌形象。

5.2 品牌建设

5.2.1 品牌投入

包括品牌宣传推广投入占当前营业收入的比重和品牌推广方式。

5.2.2 品牌管理机制

包括品牌专职人员占管理人员占比、品牌专职人员中拥有硕士及以上学历、中高职称占比人数、品牌管理体系认证（含质量、环境管理体系认证等）。

5.2.3 品牌成效

包括品牌建设发展情况、品牌（注册至今）延续时间。

5.3 服务及客户关系

5.3.1 服务保障

包括专职售后人员配备数量占管理人员占比、专职售后人员中技术人员占比情况。

5.3.2 服务能力

指导下游产品应用的能力。

5.3.3 客户关系

企业通过建立、维护和提升客户关系投入的资源，如客户关系管理信息系统及客户满意度调查。

5.4 绿色发展

5.4.1 绿色生产

包括绿色工厂建设和环境与能源管理制度。

5.4.2 绿色产品

在全生命周期过程中，符合环境保护要求，对生态环境和人体健康无害或危害小、资源能源消耗少、品质高的产品，包括是否获得相关绿色认证

5.4.3 碳排放管理

指产品碳足迹核算（按 ISO 标准）。

5.5 社会责任

5.5.1 社会责任管理机制

包括年度社会责任报告情况、社会责任相关体系构建情况。

5.5.2 责任关怀情况

包括员工关怀，如福利、社保等国家劳保制度。

5.5.3 社会公益形象

包括遵守法律法规情况、社会公益事业参与情况。

5.6 质量状况

5.6.1 质量管理能力

包括健全的质量管理机构、质量人员占职工总人数比例、质量人员中拥有本科及以上学历、中高级职称占比人数。

5.6.2 质量管理水平

包括企业参与标准制修订情况、质量体系认证情况、获得质量奖励情况。

5.7 技术创新

5.7.1 创新能力

包括企业技术中心或研发中心情况；研发人员占职工总人数比例；研发人员中拥有硕士及以上学历、中高职称人数占比；研发投入占销售收入比重。

5.7.2 创新成效

包括近三年新产品产值占总产值比例、科技进步类奖励、科技成果、是否曾入选中国纤维流行趋势。

5.8 知识产权保护

5.8.1 知识产权

包括授权发明专利、有效注册商标、知识产权认证。

5.8.2 保护措施

指对知识产权、技术创新成果等采取的保护措施。

6 取值规则

评价指标体系中的三级指标，依据现有与品牌竞争力相关的研究成果、行业实践经验和素材证据确定指标值（见表 1）。

评价指标体系中的一级指标、二级指标由对应的三级指标的评分值计算得出。

表 1 中国纤维品牌竞争力评价指标体系和评分标准

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评分标准
市场地位 (300 分)	经营状况 (160)	近三年营业收入 (40)	10 亿 \leq 三年营业收入合计 (40) 1 亿 \leq 三年营业收入总额 $<$ 10 亿 (30) 5000 万 \leq 三年营业收入总额 $<$ 1 亿 (20) 三年营业收入总额 $<$ 5000 万 (10)
		近三年利润总额 (40)	1 亿 \leq 三年利润总额合计 (40) 5000 万 \leq 三年利润总额 $<$ 1 亿 (30) 1000 万 \leq 三年利润总额 $<$ 5000 万 (20) 三年利润总额 $<$ 1000 万 (10)
		近三年净利润 (40)	1 亿 \leq 三年净利润 (40) 3000 万 \leq 三年净利润 $<$ 1 亿 (30) 600 万 \leq 三年净利润 $<$ 3000 万 (20) 三年净利润 $<$ 600 万 (10)
		近三年营业收入平均增长率 (40)	10% \leq 经营指标平均增长率 (40) 5% \leq 经营指标平均增长率 $<$ 10% (30) 0 \leq 经营指标平均增长率 $<$ 5% (20) 经营指标平均增长率 $<$ 0 (0)
	市场能力 (50)	主要服务终端客户类型 (40)	包括国际知名企业 (40) 仅为国内知名企业 (20) 其他企业 (5)
		期货参与度 (10)	设有专职机构 (10) 通过第三方参与 (5) 未参与 (0)
	品牌影响力 (90)	国内市场占有率 (30)	30% \leq 市场占有率 (30) 10% \leq 市场占有率 $<$ 30% (15) 市场占有率 $<$ 10% (5)
		行业产量排名 (30)	排名前 3 (30) 排名 4-10 (15) 排名 10 以外 (5)
		品牌形象 (30)	优秀 (30) 良好 (15) 一般 (5)
	品牌建设 (210)	品牌投入 (70 分)	品牌宣传推广投入占品牌价值评价当期营业收入的比重 (60)
品牌推广方式 (相关证明) (累计加分) (10)			国际展会 (4) 国内展会 (3)

			广告投放 (2) 新媒体推广 (1)	
品牌管 理机制 (80 分)	品牌专职人员占管理 人员占比 (20)	20%≤占比 (20)	10%≤占比<20% (10)	
		占比<10% (5)		
	品牌专职人员中拥有 硕士及以上学历、中高 职称占比人数 (20)	50%≤占比 (20)	20%≤占比<50% (10)	
		占比<20% (5)		
品牌管理体系 (40)	有认证 (40)	无认证 (0)		
品牌成 效 (60)	品牌建设发展情况(文 字描述+相关证明) (30)	优秀 (30)	良好 (20)	
		良好 (20)	一般 (10)	
	品牌(从初创至今)延 续时间 (30)	21年及以上 (30)	11-20年 (20)	
		6-10年 (10)	1-5年 (0)	
服务及客户关系 (200)	服务保 障 (60)	专职售后人员配备数 量占管理人员占比 (30)	30%≤占比 (30)	
		15%≤占比<30% (20)	占比<15% (10)	
	服务能 力 (60)	专职售后人员中技术 人员占比情况 (30)	20%≤占比 (30)	10%≤占比<20% (20)
			占比<10% (10)	
	指导下游产品应用的 能力(文字描述+相关 证明) (30)	优秀 (30)	良好 (20)	一般 (10)
		良好 (20)	一般 (10)	
供应链信息化能力(文 字描述+相关证明) (30)	优秀 (30)	良好 (20)	一般 (10)	
	良好 (20)	一般 (10)		
客户关 系 (80)	投入资源:如客户关系 管理信息系统(文字描 述+相关证明) (50)	优秀 (50)	良好 (30)	
		良好 (30)	一般 (10)	
	定期进行顾客满意度 调查(文字描述+相关 证明) (30)	优秀 (30)	良好 (20)	
		良好 (20)	一般 (10)	
绿色发展 (200)	绿色生 产 (90)	绿色工厂建设 (50)	国家级 (50)	
			省部级 (30)	
			地市级 (10)	
			无 (0)	

		环境和能源管理制度 (40)	优秀 (40) 良好 (20) 一般 (10) 无 (0)
	绿色产品 (80)	是否获得相关绿色认证 (80)	有认证 (80) 其他证明 (40) 无 (0)
	碳排放管理 (30)	产品碳足迹核算 (30)	由第三方进行核算 (30) 企业自行开展核算 (15) 未核算 (0)
社会责任 (100)	社会责任管理机制 (40)	年度社会责任报告情况 (20)	优秀 (20) 良好 (15) 一般 (10) 无 (0)
		社会责任相关体系构建情况 (相关证明文件) (20)	优秀 (20) 良好 (15) 一般 (10) 无 (0)
	责任关怀情况 (20)	员工关怀, 如工作辅导、培训进修、离职关怀、节日关怀、社保等 (10)	优秀 (10) 良好 (5) 一般 (3) 无 (0)
		薪酬待遇 (10) (企业薪酬高于社平薪酬的百分比)	30%≤企业薪酬高于社平 (10) 15%≤薪酬高于社平<30% (5) 5%≤薪酬高于社平<15% (3) 0≤薪酬高于社平<5% (2) 薪酬高于社平<0 (0)
	社会公益形象 (40)	遵守法律法规情况, 三年内是否有不良信用记录 (20)	无 (20) 有 (0)
		社会公益事业参与情况 (文字描述+相关证明) (20)	优秀 (20) 良好 (15) 一般 (10) 无 (0)
质量状况 (80)	质量管理能力 (30)	健全的质量管理机构 (文字描述+相关证明) (10)	健全 (10) 不健全 (5) 无 (0)
		质量人员占职工总人数比例 (10)	20%≤占比 (10) 10%≤占比<20% (6) 占比<10% (3)
		质量人员中拥有本科以上学历、中高级职称	50%≤占比 (10) 20%≤占比<50% (6)

		占比人数 (10)	占比<20% (3)	
	质量管理水平 (50)	企业参与标准制修订情况 (20)	国际标准 (20) 国家标准 (15) 行业 (团体) 标准 (10) 企业标准 (5)	
		质量体系认证情况 (10)	优秀 (10) 良好 (5) 无 (0)	
		获得质量奖励情况 (20)	国家级 (20) 省部级 (15) 地市级 (10) 无 (0)	
技术创新 (65)	创新能力 (20)	企业技术中心/研发中心情况 (5)	国家级 (5) 省市级 (3) 企业 (1)	
		研发人员占职工总人数比例 (5)	20%≤占比 (5) 10%≤占比<20% (3) 占比<10% (1)	
		研发人员中拥有硕士及以上学历、中高职称人数占比 (5)	50%≤占比 (5) 20%≤占比<50% (3) 占比<20% (1)	
		研发投入占销售收入比重 (5)	20%≤占比 (5) 10%≤占比<20% (3) 占比<10% (1)	
	创新成效 (45)	近三年新产品产值占总产值比例 (10)	20%≤占比 (10) 10%≤占比<20% (6) 占比<10% (2)	
		科技进步类奖励 (20)	国家级 (20) 省部级 (15) 地市级 (10) 无 (0)	
		近三年科技成果 (5)	通过省部级鉴定 (5) 通过地市级鉴定 (2) 无 (0)	
		是否曾入选中国纤维流行趋势 (10)	是 (10) 否 (0)	
	知识产权保护 (45)	知识产权 (35)	授权专利数量 (20)	20≤专利数量 (20) 10≤专利数量<20 (10) 专利数量<10 (5)
			有效注册商标 (5)	有 (5) 无 (0)

		知识产权认证（10）	有（10） 无（0）
	保护措施（10）	对知识产权、技术创新成果等采取的保护措施（文字描述+相关证明）（10）	优秀（10） 良好（5） 无（0）

7 评级（需要几家企业信息套入试用，根据具体情况制定合理评分分级）

本文件最终对品牌竞争力的评价按照由优到劣分为AAAAA、AAAA、AAA、AA、A五个等级，依据品牌竞争力评价体系与评分标准，对应级别见表。

类别	得分范围
AAAAA	1100-1200分
AAAA	950-1099分
AAA	800-949分
AA	500-799分
A	499分及以下

8 补充说明

纤维品牌评价是考量某一时段该品牌的综合发展情况，不是长期评价。纤维品牌评价应实行动态评估，例如进行年度核算，任何年度的评价结果在下一年度均可能变动。