

《企业品牌信用评价指标体系》编制说明

近年来我国质铁信行为频发,给消费者造成了很大损失,扰乱了国家经济秩序,构建企业质量信用评价指标体系,对企业进行质量信用评价能够有效促进企业的质量信用建设和社会诚信氛围的形成。

一、制订标准的意义和必要性

社会信用体系是市场经济体制中的重要制度安排。国务院《关于社会印发信用体系建设规划纲要(2014-2020 年)的通知》(国发[2014]21 号)提出“加快信用信息标准体系建设。制定全国统一的信用信息采集和分类管理标准,统一信用指标目录和建设规范。”完善企业信用评价指标体系相关国家标准对提高企业信用管理水平,促进信用信息共享,提高信用服务行业服务质量,保障社会信用体系建设顺利进行等都具有重大意义。

(1) 本标准是完善信用体系建设的重要组成部分。

企业信用评价指标体系是企业信用管理的重要组成部分,而企业信用是社会信用体系的核心,通过对企业信用评价指标体系进行规范统一,将有效监督企业履行社会信用,践行社会承诺,这为企业提高其信用水平提供了有效的监督和督促,将进一步完善企业信用管理,进而将促进社会信用体系建设。

(2) 有利于规范我国企业信用监督管理。

近年以来,国务院及相关部门相继出台一系列政策措施推动社会信用体系建设发展,但对企业信用评价指标体系还需要进一步的规

范、完善，通过建立《企业品牌信用评价指标体系》标准，相关部门可以根据标准对企业的品牌信用情况进行监管，将为消费者或利益相关方提供经营或消费警示，促进对市场信用主体的监督管理，营造、维护诚信守约的投资发展环境和放心满意的消费环境，促进全社会对进行企业监督，进而营造良性的市场竞争环境，最大限度地保护公众的利益，促进企业全面提高其产品竞争力。

(3) 有利于提高我国企业的国内和国际竞争力。

面对国际、国内市场的激烈竞争，企业信用已经成为企业最重要的市场竞争力之一。加强企业信用管理，树立企业的信用形象，打造企业信用品牌，将有效提高企业市场竞争力，《企业品牌信用评价指标体系》标准将为评价和改进自身的信用管理水平提供一个标准化指导方案，便于企业更加有效的提高自身的信用管理水平，最终提高其在国内和国际市场的竞争力。

二、标准技术内容

1. 范围

本文件规定了企业品牌信用评价指标建立的基本原则、指标内容及评价流程。

本文件适用于处于品牌信用建设不同阶段的各类组织，为组织提升品牌信用提供开展自我品牌信用评价和改进依据，可作为行业组织、第三方机构品牌信用评价依据，其他相关评价活动也可参照使用。

2. 术语和定义

本文件规定了“品牌”、“品牌主体”、“品牌信用评价”、“品牌信用评价报告”、“品牌信用档案数据库”、“信用承诺书”、“舆情”的定义。

3. 评价原则

本文件规定了企业品牌信用评价的评价原则

4. 评价内容与评价指标

本文件规定了企业品牌信用评价的基本指标和专项指标。

5. 信用等级与计分标准及定义

本文件规定了信用等级与计分标准及定义。

6. 评价流程

本文件规定了信用等级评价流程从受理申请、舆情、初评、等级确定、公示及终审、等级通知、复评、结果发布到结果跟踪。

7. 报告撰写

本文件规定了信用等级评价报告撰写额基本要求及报告内容。

三、与现行法律、法规、标准的关系

该标准的内容符合《标准化法》等法律法规，符合安全性要求及有关强制性标准要求。引用文件现行有效，引用标准的标准号和标准名称如下：

GB/T 22116 企业信用等级表示方法

GB/T 22117 信用 基本术语

GB/T 22119—2017 信用服务机构 诚信评价业务规范

GB/T 23794 企业信用评价指标

GB/T 29185—2012 品牌价值 术语

GB/T 29186—2012 品牌价值 要素

GB/T 31043—2014 品牌价值 技术创新评价要求

GB/T 31042—2014 品牌价值 服务评价要求

GB/T 31041—2014 品牌价值 质量评价要求

四、贯彻标准要求

为使标准能更好的发挥企业品牌信用评价指导作用，更好地构建企业品牌质量信用评价指标体系，要求：一是做好《企业品牌信用评价指标体系》标准的宣贯工作，进一步提高信用服务行业服务质量，保障社会信用体系建设。二是对《企业品牌信用评价指标体系》标准执行情况进行跟踪调查，及时发现标准执行中的问题，不断修改完善，提高标准的科学性、合理性和实用性。

五、采用国际标准和国外先进标准的程度

本标准为首自主制定，不涉及国际国外标准采标情况。

六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准符合国家现行法律、法规、规章和强制性国家标准的要求。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在制定过程中未出现重大分歧意见。

八、废止现行有关标准的建议

本标准不涉及对现行标准的废止。

九、其他应予说明的事项

无。