



品牌服务评价认证证书

证书编号:

统一社会信用代码:

**建立的品牌服务评价认证符合标准:
GB/T 27925-2011**

注册地址:

审核地址:

认证范围:

首次发证日期: 本次有效日期: 有效期至:

本证书在国家规定的行政许可、资质许可有效期内有效。获证组织应按规定执行监督审核并经审核合格的情况下方可保持认证证书的有效性。本证书可通过以下方式查询: 1. 本机构网站 (<http://www.bozrz.com>) 2. 中国国家认监委官方网站 (<http://www.cnca.gov.cn>)



签发:



地址: 浙江省杭州市钱塘区白杨街道东部创智大厦1幢1007室
电话: 0571-86821236 邮箱: bang_zheng@yeah.net



中华人民共和国国家标准

GB/T 27925—2011

商业企业品牌评价与企业文化建设指南

Evaluation of business enterprise brand and guide of enterprise culture
construction

2011-12-30 发布

2012-02-01 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。

本标准由中国商业联合会提出并归口。

本标准起草单位：中国商业联合会、北京五洲创意营销策划有限公司、中国人民大学、中国消费者协会、中国认证认可协会、中国保护消费者基金会、中国质量协会、波司登股份有限公司、五粮液股份公司、广州中标联检验认证技术开发有限公司、四川沱牌集团有限公司、广东美的精品电器制造有限公司、合肥美菱股份有限公司、远东控股集团有限公司、长沙中联重工科技发展股份有限公司、北京城乡贸易中心股份有限公司、北京金殿友谊商城、恺王科技(北京)有限公司、浙江金洲管道科技股份有限公司、山东梦金园珠宝首饰有限公司。

本标准主要起草人：王民、谭新政、褚峻、王寿魁、邱建国、傅瑞云、侯贵良、张鸿雁、曾强、郭新峰、虞晓冬、丰文平、徐浩然、赵凝凝、戴钢、周和平、郭天雨、王灿平、沈淦荣、张秀芹。

商业企业品牌评价与企业文化建设指南

1 范围

本标准规定了在对商业企业品牌进行评价时应遵照的原则、指标和方法,并对企业文化建设提出了指南。

本标准适用于组织内部和外部(包括第三方机构)对商业企业品牌的评价,适用于组织内部企业文化建设的指导。

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 19011—2003 质量和(或)环境管理体系审核指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

企业品牌 enterprise brand

企业(包括其商品和服务)的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的综合形象,通过名称、标识、形象设计等相关的管理和活动体现。

3.2

企业文化 enterprise culture

企业在长期生产经营活动中确立的,被内部认可和外部各方普遍认知的基本理念、价值观念、行为规范和道德、风尚、习俗等心理积淀的总和。

3.3

企业精神 enterprise spirit

企业员工所表现的共同内心态度,体现对企业文化和企业个性具有的群体意识,并以此作为行为准则和理想追求。

3.4

品牌保护 brand protection

对品牌的相关各方,以及品牌所承载的品质与声誉实行预防保护、风险预警、损害修复等机制或措施。

3.5

品牌评价 brand evaluation

对企业品牌能力、品质、价值、声誉、影响力和企业文化等要素做出的判断。

3.6

顾客满意 customer satisfaction

顾客对其要求已被满足程度的感受。

注1: 顾客抱怨是一种满意程度低的常见表达方式,但没有抱怨并不一定表明顾客很满意。

注2: 即使规定的顾客要求符合顾客的愿望并得到满足,也不一定确保顾客很满意。



编号: BZ-MC-R-042
版本: A/0

杭州邦证认证有限公司

Hangzhou Bangzheng Certification Co., Ltd

品牌服务评价认证实施规则

| | |
|-------|-------------|
| 文件编号: | BZ-MC-R-042 |
| 版本: | A/0 |
| 编制: | |
| 审核: | |
| 批准: | |
| 控制状态: | 受控 |



1 范围

本规则规定了本机构品牌服务管理体系的能力要求,对品牌服务管理体系认证与审核的要求,以及提供认证管理过程中的一致性和公正性要求。一是帮助企业提升品牌服务管理体系的管理水平,二是通过品牌服务评审认证是对组织品牌服务的管理能力、管理过程和管理结果进行打分评级,有助于组织在市场竞争中取得优势。

品牌服务管理体系对于组织品牌服务评审质量、团队能力和技术水平等进行标准化管理,使组织遵循系统化方法实现品牌服务评审的持续改进,有助于组织提升品牌服务评审质量和规范其管理过程,提升品牌服务评审的效果和客户满意度。为确保品牌服务管理体系审核的有效性,本规则规定的内容涉及审核过程、参与品牌服务管理体系认证过程的人员能力要求、审核时间和多场所抽样,并明确了品牌服务管理体系审核与认证的能力、认证相关活动的实施和管理要求等。

2 规范性引用文件

下列文件对于本规则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)适用于本规则。

- CNAS-CC01 管理体系认证机构要求
- GB/T 27000 合格评定词汇和通用原则

3 术语和定义

GB/T 27000、CNAS-CC01 和品牌服务评审相关标准中界定的以及下列术语和定义适用于本规则。

3.1 品牌服务管理体系认证

由独立于受审核方和用户的第三方机构通过实施审核,对受审核方的品牌服务管理体系持续符合相关标准的要求,并能实现其品牌服务评审方针和目标所给予的证明。