

ICS 03.120.10
A 00



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。