

团 体 标 准

T/CASME 005—

清洁环卫环境行业品牌建设评价指南

Evaluation guide for brand building of cleaning industry

2021 - 12 - 31 发布

2022 - 01 - 01 实施

中国国际经济技术合作促进会 发布

目 次

前 言	IV
1 范围	6
2 规范性引用文件	6
3 术语和定义	6
4 总则	7
5 评价规则	7
5.1 申报条件	7
5.2 评价机构	7
5.3 评价人员	7
6 评价方法	7
6.1 通用要求	7
6.2 专项要求	8
6.3 星级评定	8
7 评价程序	8
7.1 申请	8
7.2 初审	8
7.3 现场评审	8
7.4 公示	9
7.5 确认和公告	9
7.6 授予	9
8 动态管理	9
8.1 通用要求	9
8.2 处罚要求	9
附录 A（规范性附录） 品牌评价评分表	10
附录 B（资料性附录） 清洁行业品牌评价申报表	12
参 考 文 献	13

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国国际经济技术合作促进会提出并归口。

本标准修订单位：中清净业（北京）环境科技研究院、北控城市环境服务集团有限公司、深圳市升阳升清洁服务有限公司、青岛国际机场物业发展有限公司、广西朋宇组物业服务有限责任公司、中标时创认证（深圳）有限公司、北京中清净业认证有限公司、北京和泰麦宁酒店物业管理有限公司、广东美居庭清洁服务有限公司、深圳市鑫梓润物业管理股份有限公司、广州正汇骏业环保科技有限公司、湖北欣兴洁环境技术有限公司、康洁科技集团有限公司、株洲宏达物业管理有限责任公司、深圳市龙城物业管理有限公司、盛世之星（福建）企业管理有限公司、咨信（天津）企业管理咨询有限公司、合肥春和景明物业服务有限责任公司、深圳市绿城环保实业有限公司、天津市利远清洁服务股份有限公司、珠海市鹰皇服务有限公司、天津市中清未来环保科技有限公司、浙江勤泽美业环境科技有限公司、沈阳辽新源环境服务有限公司、浙江享净环保科技有限公司、石狮市新天泓环卫工程有限公司、泉州市鸿润环卫工程有限公司、福建省锦辉环境科技有限公司、福建腾源环境工程有限责任公司。

本标准主要修订人：李军、张海林、许春林、孟令倩、彭辉、董伟、高雪松、滕辉、吕义文、丘振球、刘君亮、魏云春、范满国、何巍、徐永平、陈捷、张玉玉、张春、阳爱华、孙鹏宇、杨焯寰、禹帅、潘伟亮、杨剑芳、潘晓琼、王卫民、杜贤武、何棋松、陈进福、陈晋、张树军、乔婷婷、詹东龙、卢兴会、王迪、刘二豆、柴丽、刘丹、袁凡淇、安苹、李新慧、刘换章、王仙、韩伯识。

引 言

2014年5月，习近平总书记在河南考察时强调，“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。从全局和战略的高度，指明了提升经济发展质量效益的前进方向和实现路径，廓清了建设质量强国的宏大目标和具体要求，是我们做好新形势下中国好品牌培优孵化工作的行动纲领和重要遵循。2017年4月，国务院把每年的5月10日设立为“中国品牌日”，目的在于发展品牌经济以推动我国从经济大国向经济强国转变，以营造品牌发展良好环境，推动中国品牌经济发展，提高自主品牌影响力和认知度。

环境清洁领域拥有广泛的设备厂商及用户，和众多的服务机构，加强品牌建设，有利于整个行业的整体提升，传播、发展清洁文明，改善质量。从创新、诚信、文化、人才、营销和环境环节夯实基础，创新升级，为实现中华民族伟大复兴的中国梦奠定坚实的基础。

清洁环卫环境行业品牌建设评价指南

1 范围

本标准规定了清洁、环卫、人居环境行业品牌建设的评价规则、评价方法、评价程序、检测监测及动态管理。

本标准适用于清洁、环卫、人居环境行业企业和项目的品牌建设评价。

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，仅所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 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

SB/T 10595-2011 清洁行业经营服务规范

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌 brand

与营销相关的无形资产,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)。

3.2

清洁、环卫、人居环境行业品牌 Industry brands of cleaning, sanitation and living environment

依据《清洁环卫环境行业品牌建设评价指南》，由具有国家认证认可监督管理委员会批准的第三方评价机构进行品牌评定认证工作，并发布认证结果。

3.3

企业品牌 corporate brand

以企业为载体的品牌命名。

注1：企业品牌传达的是企业的经营理念、企业文化、企业价值观念及对消费者的态度等。

注2：企业品牌的内涵至少应包含商品品牌和服务品牌，并在两者基础上衍生出企业品牌。

3.4

项目品牌 project brand

以项目为载体的品牌命名。

注：评价对象为特定时期、区域在运营项目的服务内容及品质。

3.5

星级 star rating

清洁、环卫、人居环境行业品牌的评价等级方法。

注 1: 新申报行业品牌评价企业从三星级起评，初评最高级为五星；

注 2: 已取得行业品牌评价企业星级的组织，每年限晋升一个星级。

注 3: 最高评定级别为七星卓越；

3.6

品牌评价 brand evaluation

对企业或项目品牌能力、品质、价值、声誉、影响力和企业文化等要素做出的判断。

3.7

品牌构建师 Brand builder

申报主体对企业品牌、项目品牌进行规划、设计和筹备，建立品牌管理的构建人员。品牌构建师对企业品牌进行有效管理，包括品牌管理的组织与执行、品牌状态的监视、品牌策略的调整，及品牌保护等内容。建立品牌管理制度，并以企业文件形式体现。

备注: 品牌构建师是通过有资质的机构培训并考试合格，获得专业能力证书。

3.8

品牌咨询师 Brand Consultant

运用专业知识、技能和经验，通过咨询的技术与方法，帮助申报主体通过企业品牌和项目品牌的专业人员。

4 总则

本标准旨在推动清洁、环卫、人居环境行业品牌建设，提升品牌价值，树立清洁、环卫、人居环境行业品牌标杆，体现创新、协调、绿色、开放、共享发展等理念，培育经济发展新动能。

注: 本标准评价的清洁、环卫、人居环境行业品牌应符合国家和地方的相关标准。

5 评价规则

5.1 申报条件

申报主体向行业协会推荐的第三方评价机构提交申请，并满足以下条件：

- a) 依法在中华人民共和国境内登记注册的企业，具有独立法人资格；
- b) 近 3 年内无重大质量、安全、环境污染、公共卫生等事故；
- c) 近 3 年内企业经营无违规行为；
- d) 近 3 年企业负责人无违法违纪行为，无不良诚信记录。

5.2 评价机构

由行业协会推荐，具备第三方评价资格的机构，承担清洁、环卫、人居环境行业品牌评价及相关工作。

5.3 评价人员

承担清洁、环卫、人居环境行业品牌评价的人员应具备以下的专业要求：

- a) 清洁、环卫、人居环境行业（领域）相关工作经历 5 年以上；
- b) 中级职称以上资格；
- c) 国家注册的服务认证通用审查员资格；
- d) 评价人员应确保获得完成品牌评价所需的可靠资料，并评估所使用资料的相关性、一致性和充分性；
- e) 评价人员在形成评价意见时，应行使认真的专业判断，保持独立性和客观性。

6 评价方法

6.1 通用要求

根据本标准的规定对清洁、环卫、人居环境行业品牌进行评价时，评价的通用要求如下：

- a) 申报主体为从事清洁、环卫、人居环境领域的生产、流通、服务单位和研发机构；
- b) 品牌建设过程应有明确的定位、策划、设计、实施、验证；
- c) 企业应建立品牌管理制度，明确品牌创建、传播、更新、延伸和保护的方式方法和形式；
- d) 行业品牌建设取得的成效（应具有递进作用）；
- e) 未来品牌发展的方向。
- f) 申报主体应有至少两名品牌管理师。

6.2 专项要求

6.2.1 企业品牌评价要求及评分

企业品牌评价评分表（见附录 A1）。评价时，宜采用 SB/T10595-2011《清洁行业经营服务规范》的要求。

6.2.2 项目品牌评价要求及评分

项目品牌评价评分表（见附录 A2）。

6.3 星级评定

按评价分值进行品牌星级评定，评分与星级对应关系如下图 1：

评价分值	星级	说明
500 分以下（不含 500 分）	不予以评定星级	
500 分以上（含 500 分），至 800 分（不含 800 分）	3 星	起评星级
800 分以上（含 800 分），至 900 分（不含 900 分）	4 星	
900 分以上（含 900 分），至 1000 分（不含 900 分）	5 星	初评企业最高星级
注：以上年度评价分值为基准（a），每年评价分值（b）；当 $b \geq a$ 时，则保持或上调星级（适用于 5 星级以上的评价）；当 $b < a$ 时，不予以上调星级，若连续两个年度出现此类情况，则考虑下调星级（3、4、5 星级不受此限制）。		

图 1 评分与星级对应关系图

评价分值	星级	说明
500 分以下（不含 500 分）	不予以评定星级	
500 分以上（含 500 分），至 800 分（不含 800 分）	3 星	起评星级
800 分以上（含 800 分），至 900 分（不含 900 分）	4 星	
900 分以上（含 900 分），至 1000 分（不含 1000 分）	5 星	初评企业最高星级
1000 分以上（含 1000 分），至 1200 分（不含 1200 分）	7 星	最高评定级别
注：以上年度评价分值为基准（a），每年评价分值（b）；当 $b \geq a$ 时，则保持或上调星级（适用于 5 星级以上的评价）；当 $b < a$ 时，不予以上调星级，若连续两个年度出现此类情况，则考虑下调星级（3、4、5 星级不受此限制）。		

图 1 评分与星级对应关系图

7 评价程序

7.1 申请

申报主体根据自身情况填写《清洁卫生环境行业品牌评价申报表》（见附录 B），由品牌咨询师负责全程咨询辅导。

7.2 初审

清洁卫生环境行业品牌评价办公室受理申请后对申报材料进行初审核查（必要时对有关内容进行现场调研，提出评审意见，撰写评价报告），对符合申报资格，且申报资料齐全的申报主体进行汇总登记，统一向“清洁卫生环境行业品牌评价委员会”申报；对不符合所列申报资格，或申报材料不完整的申报主体，及时予以告知，同时允许其在申报时限内补充申报。

7.3 现场评审

7.3.1 通用要求

第三方评价机构和评价委员会以材料审核、现场审核走访相结合的方式，依据清洁卫生环境行业品牌评价评分表，对相关要素进行评审，并提出评审结果。

7.3.2 检测

适用时，在企业申请品牌评价过程中，对于评价项目涉及的关键参数（定量的），应进行适宜的检测。检测由具备相关资质的第三方检测机构进行；若申请企业自身具备检测能力，且检测过程和测量装置具备可靠性和可追溯性，其检测结果均可采信。

7.3.3 监测

在企业申请品牌评价过程中，对于评价项目涉及的关键过程能力（一般为非定量的），应进行适宜的监测；监测项目至少应包括以下内容：

- a) 品牌价值的增长变化；
- b) 顾客对品牌的满意程度变化；
- c) 品牌建设的投入（资金、人力、技术手段、传播渠道等）；
- d) 品牌风险（危机）处理能力等。

7.4 公示

每年度进行新一轮评选，周期为一年。

7.5 确认和公告

申报主体收到品牌认证结果后，在取得证书的一个月内进行公告，公告在中国清洁网、中清认证及第三方评价机构等平台进行发布，可进行查询。

7.6 授予

由中国国际经济技术合作促进会设施服务工作委员会和第三方评价机构共同授予行业品牌评价认证证书，并许可获证企业使用其品牌评价标志。

8 动态管理

8.1 通用要求

通过清洁卫生环境行业品牌评价的企业和（或）项目，在相关宣传上可以使用清洁卫生环境行业品牌标志。

8.2 处罚要求

8.2.1 在清洁卫生环境行业品牌申报过程中弄虚作假，经事后发现并核实，情节严重的经过审议后撤销证书，并予以公示。

8.2.2 清洁卫生环境行业品牌所在单位发生严重的违法违规、失信行为，经过行业协会核实，撤销证书，并予以公示。列入失信名单的企业，3年内不得再次申报。

附 录 A
(规范性附录)
清洁环卫环境行业品牌评价评分表

A.1 企业品牌评价评分表

一级指标	二级指标	分值
企业综合能力 (350分)	组织能力	100
	管理机制	50
	品牌影响	5
	资源	50
	创新能力	50
	企业文化	50
品牌管理 (350分)	品牌定位	100
	品牌传播	100
	品牌更新和延伸	50
	品牌保护	50
	信誉和风险管理	50
顾客满意度 (200分)	项目品质	100
	顾客满意度调查	50
	服务失败补救	50
改进能力 (100分)	数据分析	5
	持续改进	50
影响 (200分)	品牌建设成就	20
	行业影响	40
	社会影响	30
	社会责任	50
	社会贡献	60

A.2 项目品牌评价评分表

一级指标	二级指标	分值
项目价值 (200分)	项目规模	100
	资源	50
	创新与企业文化	50
项目管理 (200分)	管理机制	50
	管理方案	50
	运营管理	50
	风险管理	50
品牌管理 (200分)	品牌影响	50
	品牌更新和延伸	50
	品牌保护	50
	信誉和风险管理	100
美誉度 (100分)	知名度	50
	顾客满意度	100
影响 (200分)	品牌建设成就	20
	行业影响	40
	社会影响	30
	社会责任	50
	社会贡献	60

参 考 文 献

- 【1】 GB/T 29186-2012 品牌价值 要素
- 【2】 GB/T 29187-2012 /ISO10668:2010 品牌评价品牌价值评价要求
- 【3】 GB/T 29188-2012 品牌评价多周期超额收益法
- 【4】 GB/Z 19579-2012 卓越绩效评价准则实施指南