封面

封面应包括报告名称、企业名称和报告日期等内容。具体形式企业自行设计。

目录

目录应将三级条款以上条款名称列入，包括前言、品牌培育概述和附件，并编排页码。

**目 录**

[一、前言 1](#_Toc24667483)

[二、公司及品牌培育概述 2](#_Toc24667484)

[三、自我评价 3](#_Toc24667485)

[1 范围 3](#_Toc24667486)

[2 引用和参考文件 3](#_Toc24667487)

[3 术语和定义 3](#_Toc24667488)

[4 品牌培育管理体系 4](#_Toc24667489)

[4.1 总要求 4](#_Toc24667490)

[4.2 管理职责 4](#_Toc24667491)

[4.3 组织的环境 4](#_Toc24667492)

[4.4 相关方需求和期望 4](#_Toc24667493)

[5 品牌战略和方针 5](#_Toc24667494)

[5.1 总则 5](#_Toc24667495)

[5.2 战略和方针的制定 5](#_Toc24667496)

[5.3 战略和方针的部署 5](#_Toc24667497)

[5.4 战略和方针的沟通 5](#_Toc24667498)

[6 资源 6](#_Toc24667499)

[6.1 总则 6](#_Toc24667500)

[6.2 财务资源 6](#_Toc24667501)

[6.3 人力资源 6](#_Toc24667502)

[6.4 供方和伙伴 6](#_Toc24667503)

[6.5 自然资源 6](#_Toc24667504)

[6.6 知识、信息和技术 6](#_Toc24667505)

[7 过程管理 7](#_Toc24667506)

[7.1 总则 7](#_Toc24667507)

[7.2 过程的策划和控制 7](#_Toc24667508)

[7.3过程的职责和授权 7](#_Toc24667509)

[7.4 品牌培育的关键过程 7](#_Toc24667510)

[7.4.1 品牌定位 7](#_Toc24667511)

[7.4.2 品牌设计 7](#_Toc24667512)

[7.4.3 技术创新和产品开发 7](#_Toc24667513)

[7.4.4 品牌传播 7](#_Toc24667514)

[7.4.5 品牌更新和延伸 7](#_Toc24667515)

[7.4.6 信誉和风险管理 8](#_Toc24667516)

[7.4.7 品牌保护 8](#_Toc24667517)

[7.4.8 品牌文化塑造 8](#_Toc24667518)

[8 监视、测量、分析、评审和改进 9](#_Toc24667519)

[8.1 总则 9](#_Toc24667520)

[8.2 监视 9](#_Toc24667521)

[8.3 测量 9](#_Toc24667522)

[8.3.1 总则 9](#_Toc24667523)

[8.3.2 品牌培育的关键绩效指标 9](#_Toc24667524)

[8.3.3 内部审核 9](#_Toc24667525)

[8.3.4 自我评价 9](#_Toc24667526)

[8.3.5 标杆 9](#_Toc24667527)

[8.4 数据信息分析 9](#_Toc24667528)

[8.5 管理评审 10](#_Toc24667529)

[8.6 改进 10](#_Toc24667530)

[8.6.1 持续改进 10](#_Toc24667531)

[8.6.2 纠正和预防措施 10](#_Toc24667532)

[附录 11](#_Toc24667533)

[附录1 主要品牌培育管理体系文件清单 11](#_Toc24667534)

[附录2品牌培育管理体系自我评价评分表 12](#_Toc24667535)

[附录3 企业品牌培育能力记录表 14](#_Toc24667536)

# 一、前言

前言部分可描述公司对品牌培育工作的认识，说明参与品牌培育试点、建立实施品牌培育管理体系、开展品牌培育能力自我评价等活动的简要情况，表明本《自评报告》的来由及预期用途。

# 二、公司及品牌培育概述

为保证为品牌培育能力评价提供充分信息，本部分应对公司品牌培育工作状态做概要性表述。包括但不限于：

1、公司简介，包括公司自然情况、所处行业、行业地位、主要产品、奖励荣誉等

2、公司拥有企业品牌/产品品牌的情况

3、公司品牌培育战略、方针和目标

4、最近3年（含今年预期）的销售收入

5、各品牌产品的主要目标市场，及市场占有率（说明信息来源）

6、各品牌的目标顾客群体，及顾客满意度/忠诚度等情况（说明信息来源）。

7、主要竞争对手，与竞争对手相比的竞争优势，以及可以体现竞争优势的指标水平。

# 三、自我评价

正文采用小4号宋体，行间距固定值25，图表标注及说明采用5号楷体，其他文字字体字号自行确定。

框架内容请参考《评价指南》。

## 1 范围

说明本《自评报告》的编制目的和使用范围。

## 2 引用和参考文件

说明本《自评报告》在编制过程中所引用和参考的标准和文件。

## 3 术语和定义

说明在本《自评报告》需要特别明确其含义的专用词汇、习惯用语等。《实施指南》中列出的通用术语不必在这里重新说明。

## 4 品牌培育管理体系

### 4.1 总要求

### 4.2 管理职责

### 4.3 组织的环境

### 4.4 相关方需求和期望

## 5 品牌战略和方针

### 5.1 总则

### 5.2 战略和方针的制定

### 5.3 战略和方针的部署

### 5.4 战略和方针的沟通

## 6 资源

### 6.1 总则

### 6.2 财务资源

### 6.3 人力资源

### 6.4 供方和伙伴

### 6.5 自然资源

### 6.6 知识、信息和技术

## 7 过程管理

### 7.1 总则

### 7.2 过程的策划和控制

### 7.3过程的职责和授权

### 7.4 品牌培育的关键过程

#### 7.4.1 品牌定位

#### 7.4.2 品牌设计

#### 7.4.3 技术创新和产品开发

#### 7.4.4 品牌传播

#### 7.4.5 品牌更新和延伸

#### 7.4.6 信誉和风险管理

#### 7.4.7 品牌保护

#### 7.4.8 品牌文化塑造

## 8 监视、测量、分析、评审和改进

### 8.1 总则

### 8.2 监视

### 8.3 测量

#### 8.3.1 总则

#### 8.3.2 品牌培育的关键绩效指标

#### 8.3.3 内部审核

#### 8.3.4 自我评价

#### 8.3.5 标杆

### 8.4 数据信息分析

### 8.5 管理评审

### 8.6 改进

#### 8.6.1 持续改进

#### 8.6.2 纠正和预防措施

# 附录

## 附录1 主要品牌培育管理体系文件清单

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **文件名称** | **归口管理部门** |
| 1 | 例：xx企业品牌培育体系管理手册 | 品牌部/市场部/质量部 |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| 6 |  |  |
| 7 |  |  |
| 8 |  |  |
| 9 |  |  |
| 10 |  |  |
| 11 |  |  |
| 12 |  |  |
| 13 |  |  |
| 14 |  |  |
| 15 |  |  |
| … |  |  |

## 附录2品牌培育管理体系自我评价评分表

| **序号** | **评价指标** | **单项级别** | **单项分值** | **单项实际分值** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 4 品牌培育管理体系（总分150分） | | | | |
| 1 | 总要求 | 1-5级 | 30 |  |
| 2 | 管理职责 | 1-5级 | 30 |  |
| 3 | 组织的环境 | 1-5级 | 60 |  |
| 4 | 相关方的需求和期望 | 1-5级 | 30 |  |
| 5 品牌战略和方针（总分150分） | | | | |
| 5 | 总则 战略和方针的制定 | 1-5级 | 70 |  |
| 6 | 品牌战略和方针的部署 | 1-5级 | 50 |  |
| 7 | 品牌战略和方针的沟通 | 1-5级 | 30 |  |
| 6 资源（总分150分） | | | | |
| 8 | 总则 | 1-5级 | 20 |  |
| 9 | 财务资源 | 1-5级 | 30 |  |
| 10 | 人力资源 | 1-5级 | 30 |  |
| 11 | 供方和伙伴 | 1-5级 | 20 |  |
| 12 | 自然资源 | 1-5级 | 20 |  |
| 13 | 知识、信息和技术 | 1-5级 | 30 |  |
| 7 过程管理（总分300分） | | | | |
| 14 | 总则  过程的策划和控制 | 1-5级 | 80 |  |
| 15 | 过程的职责和授权 | 1-5级 | 30 |  |
| 16 | 品牌培育的关键过程 | 1-5级 | 30 |  |
| 17 | 品牌定位 | 1-5级 | 20 |  |
| 18 | 品牌设计 | 1-5级 | 20 |  |
| 19 | 技术创新和产品开发 | 1-5级 | 20 |  |
| 20 | 品牌传播 | 1-5级 | 20 |  |
| 21 | 品牌更新和延伸 | 1-5级 | 20 |  |
| 22 | 信誉和风险管理 | 1-5级 | 20 |  |
| 23 | 品牌保护 | 1-5级 | 20 |  |
| 24 | 品牌文化塑造 | 1-5级 | 20 |  |
| 8 监视、测量、分析、评审和改进（总分250） | | | | |
| 25 | 总则  监视 | 1-5级 | 30 |  |
| 26 | 测量  总则 | 1-5级 | 30 |  |
| 27 | 关键绩效指标 | 1-5级 | 25 |  |
| 28 | 内部审核 | 1-5级 | 25 |  |
| 29 | 自我评价 | 1-5级 | 25 |  |
| 30 | 标杆 | 1-5级 | 25 |  |
| 31 | 数据信息分析 | 1-5级 | 30 |  |
| 32 | 管理评审 | 1-5级 | 30 |  |
| 33 | 改进 | 1-5级 | 30 |  |
| 合计 | | | 1000 |  |

## 附录3 企业品牌培育能力记录表

| **条款** | **评价内容** | **情况综述 （300字以内，具体内容请于自评报告中体现）** | **证实资料[[1]](#footnote-1)** | **特色及成效** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **4.1 总要求** | 1、品牌培育管理体系文件的编制情况？ |  |  |  |
| 2、品牌培育管理体系对策划和管理品牌培育过程的有效性？ |  |  |
| 3、品牌培育管理体系与其他管理体系的整合情况？ |  |  |
| 4、是否为落实品牌培育战略和方针提供了清晰的途径？ |  |  |
| 5、品牌培育管理体系在品牌培育过程改进和创新方面的作用？ |  |  |
| **4.2 管理职责** | 1、最高管理者在品牌培育方面的主要职责及落实情况？ |  |  |  |
| 2、品牌培育管理者代表的职责及落实情况？ |  |  |
| 3、各相关部门品牌培育职责及落实情况？ |  |  |
| **4.3  组织的环境** | 1、识别、监视、评价、使用和管理重要环境信息的职责和程序？ |  |  |  |
| 2、对所识别的重要环境信息开展监视和评价活动的情况？ |  |  |
| 3、环境信息在识别与品牌培育相关的风险和机遇方面的作用？ |  |  |
| 4、环境信息在支持品牌培育相关的决策方面的作用？ |  |  |
| **4.4  相关方需求和期望** | 1、识别相关方需求和期望的职责和程序？ |  |  |  |
| 2、识别和满足重要相关方需求和期望的工作开展情况？ |  |  |
| 3、在不同相关方需求和期望出现矛盾时，如何协调和满足其需求？ |  |  |
| **5.1 总则 5.2 战略和方针的制定** | 1、制定品牌培育战略和方针的程序及落实情况？ |  |  |  |
| 2、品牌培育战略和方针的内容和含义？ |  |  |
| 3、在制定品牌培育战略和方针过程中所考虑的因素及与各因素相适应的情况？ |  |  |
| 4、更新品牌培育战略和方针的程序及落实情况？（如出现更新的情况） |  |  |
| **5.3  战略和方针的部署** | 1、品牌培育战略和方针的部署程序及落实情况？ |  |  |  |
| 2、将品牌培育战略目标分解为品牌培育工作目标和指标的情况？ |  |  |
| 3、各相关部门如何策划品牌培育活动以实现工作目标和指标？ |  |  |
| 4、在部署品牌培育战略方针时如何协调和保证资源？ |  |  |
| 5、对品牌培育战略风险的分析情况及应对措施？ |  |  |
| 6、对与品牌培育战略和方针相关的关键绩效指标进行长短期预测的情况？ |  |  |
| 7、在品牌培育战略方向上，与主要竞争对手进行预测绩效比较的情况？ |  |  |
| **5.4  战略和方针的沟通** | 1、就品牌培育战略和方针进行内部沟通的程序、途径、落实情况和效果？ |  |  |  |
| 2、与外部相关方就品牌培育战略进行沟通的程序、途径，以及落实情况和效果？ |  |  |
| 3、对沟通过程和效果的评价和改进？ |  |  |
| **6.1  总则** | 1、识别、配置和管理品牌培育所需内、外部资源的程序及落实情况？ |  |  |  |
| 2、识别和评价与资源相关风险的程序及其落实情况？ |  |  |
| 3、对与资源相关风险所采取的措施？ |  |  |
| **6.2  财务资源** | 1、长短期资金需求的确定、分配、提供、监控、评价、优化程序及落实情况 ？ |  |  |  |
| 2、当期品牌培育经费预算及预算执行情况？ |  |  |
| 3、当前和未来品牌培育资金需求的保障情况？ |  |  |
| **6.3  人力资源** | 1、开发和管理品牌培育相关人员的程序及落实情况？ |  |  |  |
| 2、品牌培育相关职责和权限的沟通和落实情况？ |  |  |
| 3、保证员工能力满足品牌培育活动需要的情况？ |  |  |
| **6.4  供方和伙伴** | 1、主要的供方和伙伴及与他们的合作关系？ |  |  |  |
| 2、选择和评价供方和伙伴，改进其能力的程序及落实情况？ |  |  |
| 3、主要供方和伙伴为企业品牌培育做出的贡献？ |  |  |
| **6.5  自然资源** | 1、自然资源对品牌培育的影响方式和程度？ |  |  |  |
| 2、保障短期和长期自然资源供应的措施和成果？ |  |  |
| 3、如何在产品的全生命周期追求环境影响最小化？ |  |  |
| **6.6  知识、信息和技术** | 1、识别、获取和共享知识和信息的程序及平台？ |  |  |  |
| 2、所获取的知识和信息如何支持品牌培育过程决策？ |  |  |
| 3、如何制定技术开发与改造的目标和计划，以及为增强技术先进性、实用性所采取的措施？ |  |  |
| 4、就知识、信息和技术与相关方进行沟通和分享的程序及落实情况？ |  |  |
| **7.1总则 7.2 过程的策划和控制** | 1、策划和确定品牌培育过程及其关系的程序及结果，并说明其合理性？ |  |  |  |
| 2、如何对过程进行控制，以实现预期目标？ |  |  |
| 3、所策划的过程对获得新技术、开发新产品、降低成本、稳定质量和增加价值等方面的作用？ |  |  |
| **7.3  过程的职责和授权** | 1、品牌培育过程负责人职责和权限的沟通程序及认可情况？ |  |  |  |
| 2、如何保证过程负责人及其团队成员具备履行职责能力？ |  |  |
| **7.4  品牌培育的关键过程** | 1、识别和确定品牌培育关键过程的程序及所确定的关键过程？ |  |  |  |
| 2、每个关键过程对实现品牌培育目标的影响程度？ |  |  |
| 3、如何对品牌培育关键过程进行评价及评价结果情况？ |  |  |
| **7.4.1  品牌定位** | 1、如何进行品牌定位及影响品牌定位的主要因素？ |  |  |  |
| 2、当前的企业和(或)产品的品牌定位？ |  |  |
| 3、从自身优势、目标市场需求及与竞争对手差异化等三个方面说明当前品牌定位的合理性？ |  |  |
| **7.4.2  品牌设计** | 1、品牌设计涉及的主要方面及工作开展情况？ |  |  |  |
| 2、如何控制品牌设计活动使品牌形象与品牌定位相适应？ |  |  |
| 3、举例说明品牌设计对塑造品牌形象的作用？ |  |  |
| **7.4.3  技术创新和产品开发** | 1、如何根据目标顾客当前和潜在需求，确定技术创新和产品开发的计划？ |  |  |  |
| 2、近期新技术和新产品的开发情况，以及对提升品牌竞争优势的影响？ |  |  |
| **7.4.4  品牌传播** | 1、品牌传播主要形式及当前的品牌传播方案？ |  |  |  |
| 2、如何确定品牌传播的内容、方式、渠道、强度，以及如何分配资源以保证良好的传播效果？ |  |  |
| 3、如何评价品牌传播的效果，并对传播方式和内容进行改进与创新？ |  |  |
| **7.4.5  品牌更新和延伸 （如不涉及，可不填写）** | 1、如何根据内外部环境变化对品牌更新和延伸的可行性进行评估？ |  |  |  |
| 2、近期或可预见的将来，（将）采用何种形式对品牌进行更新和延伸？ |  |  |
| 3、品牌更新和延伸的（潜在）效果如何评价或预测？ |  |  |
| **7.4.6  信誉和风险管理** | 1、如何在组织内部树立诚信经营的理念和行为规范？ |  |  |  |
| 2、如何规避或降低导致信誉损害的风险？ |  |  |
| 3、与信誉相关的应急响应预案及对其有效性的测试情况？ |  |  |
| **7.4.7  品牌保护** | 1、品牌资产保护状态的调查、评估和分析情况？ |  |  |  |
| 2、对品牌资产侵权事件的处理情况？ |  |  |
| 3、品牌资产保护措施的制定、实施和改进情况？ |  |  |
| **7.4.8  品牌文化塑造** | 1、如何在企业文化基础上梳理和构建品牌文化？ |  |  |  |
| 2、传播品牌文化的活动开展情况？ |  |  |
| **8.1 总则 8.2 监视** | 1、监视的主要内外部环境信息？ |  |  |  |
| 2、监视信息对品牌培育相关决策的支持作用？ |  |  |
| 4、如何评价监视过程的有效性和效率，以及如何改进监视过程？ |  |  |
| **8.3 测量 8.3.1 总则** | 1、如何对测量过程进行策划，以评价过程实现预期目标的能力？ |  |  |  |
| 2、说明对不同的目标和指标所采用的主要测量方法，以及其合理性？ |  |  |
| **8.3.2 品牌培育的关键绩效指标** | 1、如何识别影响品牌培育的关键因素，及如何围绕关键因素确定关键绩效指标？ |  |  |  |
| 2、每个关键绩效指标与品牌培育能力和绩效的关系，以及其分解情况？ |  |  |
| 3、每个关键绩效指标的测量方法和当前的实现的水平？ |  |  |
| 4、利用关键绩效指标支持品牌培育决策的情况？ |  |  |
| **8.3.3  内部审核** | 1、开展内部审核的情况，及对管理体系符合性和有效性的评价结论？ |  |  |  |
| 2、利用内部审核的输出来识别问题、风险以及改进机会，实施改进的情况？ |  |  |
| **8.3.4  自我评价** | 1、开展自我评价活动的情况？ |  |  |  |
| 2、如何利用自我评价的结果反映品牌培育的能力、绩效及改进机会？ |  |  |
| 3、如何针对自我评价的识别的改进机会实施改进？ |  |  |
| **8.3.5  标杆** | 1、如何选择标杆并组织标杆对比活动？ |  |  |  |
| 2、当前设立的内部和（或）外部标杆，以及如何获取标杆信息？ |  |  |
| 3、与标杆的对比情况，及如何通过对比实现改进？ |  |  |
| **8.4  数据信息分析** | 1、如何对监视和测量活动中获取的数据信息进行分析？ |  |  |  |
| 2、利用数据信分析结果支持品牌培育过程持续改进的情况？ |  |  |
| **8.5  管理评审** | 1、开展管理评审活动的情况？ |  |  |  |
| 2、对品牌培育管理体系有效性和充分性的评价结论？ |  |  |
| 3、管理评审提出的对体系的变更或改进要求如何实施及其效果？ |  |  |
| **8.6  改进** | 1、如何利用数据信息分析的结果，识别潜在问题？ |  |  |  |
| 2、对所识别的潜在问题如何采取措施防止问题发生？ |  |  |

1. 证实资料：可引用管理手册、自评报告相关章节；或引用管理文件等 [↑](#footnote-ref-1)