

ICS XXXXX
X XX

DB

广 州 市 地 方 标 准

DBXXX/T X—XXXX

品牌社会组织评价指标

Evaluation index of brand social organization

XXXX-XX-XX 发布

XXXX-XX-XX 实施

目 次

前言.....	III
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 基本原则.....	1
HYPERLINK \l "_Toc522179643" 4.1 科学性.....	错误! 未定义书签。
4.2 合理性.....	1
4.3 实用性.....	1
4.4 目标导向性.....	1
4.5 前瞻性.....	2
5 评价对象要求.....	2
6 评价指标体系及评价内容.....	2
HYPERLINK \l "_Toc522179649" 6.1 品牌基础.....	2
6.2 品牌管理.....	2
6.3 品牌价值.....	3
7 评价组织.....	4
8 评价程序.....	4
HYPERLINK \l "_Toc522179672" 8.1 发布通知.....	4
8.2 申报受理.....	4
8.3 初次评审.....	4
8.4 实地考察.....	4
8.5 二次评审.....	4
8.6 确定结果.....	4
9 结果运用.....	4
附录 A（资料性附录） 品牌社会组织评价指标评分表.....	5
附录 B（资料性附录） 品牌社会组织评分细则表.....	7
参考文献.....	9

表 A.1 品牌社会组织评价指标评分表

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	分值	得分
)	党建工作 (15分)	党组织建立	按照党章规定建立党组织	2	
		党组织标准化建设	组织设置标准化、班子建设标准化、党员教育管理标准化、组织生活标准化、发挥作用标准化、运行机制标准化、工作保障标准化	7	
员的先锋 模范作用	6				

发挥	组织建设 (5分)	发展历史	组织登记成立年限	1	
		评估等级	所获得的社会组织评估等级	1	
		团队发展	组织专职人员队伍建设、人员稳定性	3	
	资源支撑 (10分)	净资产规模	组织近三年平均年末非限定性净资产水平	4	
		资源多样性	组织近三年资金来源渠道及结构	3	
		资源持续性	组织近三年资金收入的稳定性和持续性	3	
品牌管理 (20分)	品牌规划 (5分)	组织战略	组织的战略规划、长远发展目标制定及使命、愿景、价值观的清晰度	2	
		规划制定	组织的品牌发展规划及年度工作方案的制定与执行	2	
		部门设置	负责品牌建设和管理工作的部门或岗位设置	1	
	品牌传播 (10分)	技术应用	组织信息化建设水平及互联网技术应用能力	3	
		品牌识别	品牌符号、视觉形象及品牌识别系统运营	4	
		传播模式	品牌传播渠道、媒介组合及传播模式	3	
	品牌保护 (5分)	品牌注册	组织所持有的发明专利数量、商标注册、著作权登记情况	3	
		品牌授权	组织的品牌授权及品牌许可管理	1	
		危机管理	品牌危机防范措施、危机管理体系与机制建设	1	
品牌价值 (50分)	品牌竞争力 (15分)	社会需求	组织的服务领域与社会需求、社会发展趋势的整体契合度	2	
		地域覆盖	组织的活动、产品、服务的地域覆盖度	5	
		品牌地位	组织服务对象的总体规模、组织在相应服务领域所处地位	5	
		服务质量	项目质量管理体系建设、针对项目和服务等由第三方实施的独立评估结果	3	
	品牌延伸力 (5分)	品牌延伸	组织品牌延伸的类型、实际成效及增长潜力	3	
		品牌国际化	品牌的国际化程度及潜力	2	
	品牌创新力 (10分)	技术创新	专业服务和管管理技术的引进、研发及应用	5	
		创新示范	技术创新等带动其他社会组织及相关团体产生的创新示范效应	5	

表 A.1 (续)

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容	分值	得分
品牌价值 (50分)	行业领导力 (10分)	行业建设	组织主办行业交流活动、参与行业标准及行业规范制定、起草行业发展规划等	5	
		行业组织	作为行业组织的主要发起方或主要负责成员	2	
		政策影响	组织提出的政策性建议及其被采纳情况	3	
	社会公信力 (10分)	信息公开	公开披露信息的真实性、准确性、完整性、及时性	4	
		荣誉奖励	获得各级政府相关部门及行业表彰、奖励情况	3	
		媒体报道	获得中央、省级、市级主流媒体报道次数	3	

附录 A
(资料性附录)
品牌社会组织评分细则表

品牌社会组织评分细则表的样例见表 B.1。

表 B.1 品牌社会组织评分细则表

编号	指标名称	评分标准
1.1.1	党组织建立	单独成立党支部得 2 分； 联合成立党支部得 1 分。
1.1.2	党组织规范化建设	组织设置、班子建设、党员教育管理、组织生活、发挥作用、运行机制、工作保障标准化建设完善，各得 1 分。
1.1.3	党建引领作用发挥	党组织在社会组织中的战斗堡垒作用有效发挥得 3 分；党员的先锋模范作用有效发挥得 3 分。
1.2.1	发展历史	组织登记成立时间在五年以上（含）得 1 分。
1.2.2	评估等级	获得 5A 等级得 1 分。
1.2.3	团队发展	专职员工 10 人以上（含）且本科以上学历占 80%以上（含）得 2 分；人员稳定性高得 1 分。
1.3.1	净资产规模	近三年平均年末非限定性净资产高于 100 万元（含）得 4 分； 近三年平均年末非限定性净资产低于 100 万元高于 50 万（含）得 3 分； 近三年平均年末非限定性净资产低于 50 万元高于 10 万元（含）得 1 分。
1.3.2	资源多样性	组织近三年资金来源渠道多样性等级“高”、收入结构均衡度“高”得 3 分； 组织近三年资金来源渠道多样性等级“一般”、收入结构均衡度“一般”得 1 分。
1.3.3	资源持续性	组织近三年资金收入的稳定性和持续性“强”得 3 分； 组织近三年资金收入的稳定性和持续性“一般”得 1 分。
2.1.1	组织战略	组织制定了长期发展战略规划并得到有效执行得 2 分； 组织制定了长期发展战略规划并得到一定执行得 1 分。
2.1.2	规划制定	组织制定了品牌发展规划并得到有效执行得 2 分； 组织制定了品牌发展规划并得到一定执行得 1 分。
2.1.3	部门设置	组织设置了负责品牌建设和管理工作的部门或岗位得 1 分。
2.2.1	技术应用	组织信息化建设水平及互联网技术应用能力“强”得 3 分； 组织信息化建设水平及互联网技术应用能力“一般”得 1 分。
2.2.2	品牌识别	组织的品牌符号、视觉形象及品牌识别系统的完善程度“高”得 4 分； 组织的品牌符号、视觉形象及品牌识别系统的完善程度“一般”得 1 分。
2.2.3	传播模式	品牌传播渠道、媒介组合及传播模式的可行性“强”得 3 分； 品牌传播渠道、媒介组合及传播模式的可行性“一般”得 1 分。
2.3.1	品牌注册	组织持有发明专利得 1 分；组织持有注册商标得 1 分；著作权登记得 1 分。
2.3.2	品牌授权	组织建立了品牌授权及品牌许可管理制度得 1 分。
2.3.3	危机管理	组织建立了品牌危机管理机制及相应的防范措施得 1 分。

表 B. 1 (续)

编号	指标名称	评分标准
3.1.1	社会需求	组织的活动、产品、服务领域与社会需求、社会发展趋势的整体契合度“高”得 2 分； 组织的活动、产品、服务领域与社会需求、社会发展趋势的整体契合度“一般”得 1 分。
3.1.2	地域覆盖	组织的活动、产品、服务地域拓展至海外地区得 5 分； 组织的活动、产品、服务地域拓展至省外地区得 3 分； 组织的活动、产品、服务地域拓展至市外地区得 1 分。
3.1.3	品牌地位	组织在相应服务领域的“市场”占有率高，处于领先地位得 5 分； 组织在相应服务领域的“市场”占有率较高，处于前列地位得 3 分； 组织在相应服务领域的“市场”占有率一般，处于中间地位得 1 分。
3.1.4	服务质量	组织建立了有效的项目质量管理体系得 2 分；组织针对核心项目、服务等定期开展第三方独立评估得 1 分。
3.2.1	品牌延伸	组织品牌延伸的成效显现得 3 分； 组织已开始品牌延伸探索和努力得 1 分。
3.2.2	品牌国际化	品牌已开始国际化发展探索与努力，具有良好发展潜力得 2 分； 品牌已开始国际化发展探索与努力得 1 分。
3.3.1	技术创新	组织积极开展专业服务或管理技术的引进得 1 分；组织自主开展研发工作并取得相应成果得 3 分；引进或研发的成果已应用于实践之中得 1 分。
3.3.2	创新示范	产生了很强的创新示范效应得 5 分； 产生了较强的创新示范效应得 3 分； 产生了一定的创新示范效应得 1 分。

起草 行业 发展 规划 得 1 分。		
3.4.2	行业组织	是行业组织的主要发起方或主要负责成员的得 2 分； 是行业组织成员的得 1 分。
3.4.3	政策影响	组织近三年提出政策性建议报告，并被政府部门采纳得 3 分； 组织近三年提出政策性建议报告，并被政府部门部分采纳得 2 分； 组织近三年提出政策性建议报告得 1 分。
3.5.1	信息公开	按照法律法规要求的内容和形式进行信息公开，公开信息真实得 1 分；信息准确得 1 分；信息完整得 1 分；信息公开及时得 1 分。
3.5.2	荣誉奖励	近三年以组织名义获得区级以上（含）政府部门、行业组织表彰和奖励五次以上（含）得 3 分； 低于五次高于三次（含）得 2 分；低于三次高于一次（含）得 1 分。
3.5.3	媒体报道	近三年获得的中央、省级、市级主流媒体报道次数（针对同一事件的报道以最高级别为准）五次以上（含）得 3 分；低于五次高于三次（含）得 2 分；低于三次高于一次（含）得 1 分。

参 考 文 献

- [1] 民政部、国家标准化管理委员会.《全国民政标准化“十三五”发展规划》(民发〔2016〕142号).2016年8月19日.
 - [2] 广州市民政局.《广州市民政局关于印发〈广州市社会组织品牌战略实施方案〉的通知》(穗民〔2016〕140号).2016年4月29日.
 - [3] 广州市民政局.《广州市民政局关于印发〈广州市品牌社会组织评价指标体系(试行)〉的通知》(穗民〔2016〕414号).2016年12月19日.
 - [4] 广州市民政局.《广州市民政局关于开展2018年广州市品牌社会组织创建申报评估工作的通知》(穗民〔2018〕406号).2018年10月10日.
 - [5] GB/T 31867-2015 社会组织信用评价指标.
-

DB/T XXXXX—XXXX

DB/T XXXXX—XXXX

7

7

7

DB/T XXXXX—XXXX

