

DB4401

广州市地方标准

DB4401/T 38—2020

品牌社会组织评价指标

Evaluation indicators for brand social organization

2020-01-22 发布

2020-03-01 实施

广州市市场监督管理局 发布

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
4.1 科学性.....	1
4.2 合理性.....	1
4.3 实用性.....	1
4.4 目标导向性.....	1
5 评价对象要求.....	1
6 评价指标体系及评价内容.....	2
6.1 品牌基础.....	2
6.2 品牌管理.....	2
6.3 品牌价值.....	3
附录 A（规范性附录） 品牌社会组织评价指标评分表.....	4
附录 B（规范性附录） 品牌社会组织评分细则表.....	6
附录 C（规范性附录） 品牌社会组织评价程序.....	8
参考文献.....	9

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草。
本标准由广州市社会组织管理局提出并归口。
本标准起草单位：广州市社会组织管理局、广州社会组织研究院、广州市社会组织联合会。
本标准主要起草人：郭宁、胡小军、焦杨。
本标准首次发布。

品牌社会组织评价指标

1 范围

本标准规定了品牌社会组织评价的基本原则、评价指标体系以及评价内容。
本标准适用于广州市行政区域内品牌社会组织评价工作。

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 32100 法人和其他组织统一社会信用代码编码规则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌社会组织 brand social organization

在一定区域内具有良好品牌形象，较高知名度和美誉度，较强竞争力、引领力、创新力和公信力的社会组织。

3.2

社会组织品牌实力 brand strength of social organization

社会组织在品牌基础、品牌管理、品牌价值等层面所展现出来的能力和影响。

3.3

品牌社会组织评价 evaluation for brand social organization

依据规范的方法和程序，由评价机构根据评价标准，对社会组织品牌实力进行客观公正和全面的评价，并做出评价结论的过程。

4 基本原则

4.1 科学性

评价以科学的理论作为指导，评价指标体系应包括评价工作所需的主要因素，能全面、客观、公正地反映评价对象的品牌实力。

4.2 合理性

评价指标之间的层次性强，逻辑清晰，结构合理。

4.3 实用性

在保证评价结果客观性、全面性的前提下，评价指标在考虑不同社会组织类别的情况下，应尽可能简化，使评价方式简便易行。

4.4 目标导向性

评价的结果应具有引导和鼓励被评价对象服务国家、服务社会、服务群众、服务行业的作用。

5 评价对象要求

社会组织应满足如下要求：

- a) 取得符合 GB 32100 规定的统一社会信用代码；
- b) 登记注册时间不少于五年；
- c) 取得 4A 或 5A 评估等级并在有效期内；
- d) 未被列入社会组织活动异常名录；
- e) 最近三年内未受过行政处罚或行业处分；
- f) 未发生其他违反法律法规的情形。

6 评价指标体系及评价内容

6.1 品牌基础

6.1.1 党建工作

党建工作包括但不限于：

- a) 党组织建立：按照党章规定建立党组织；
- b) 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、运行机制标准化、工作保障标准化；
- c) 党建引领作用发挥：党组织在社会组织中的战斗堡垒作用发挥、党员的先锋模范作用发挥。

6.1.2 组织建设

组织建设包括但不限于：

- a) 发展历史：组织登记成立年限；
- b) 等级评估：所获得的社会组织评估等级；
- c) 财务管理：组织近三年年度审计报告的完整性；
- d) 团队发展：组织专职人员队伍建设、中高层人员稳定性。

6.1.3 资源支撑

资源支撑包括但不限于：

- a) 净资产规模：组织近三年平均年末非限定性净资产水平；
- b) 资源多样性：组织近三年资金来源渠道及结构；
- c) 资源持续性：组织近三年资金收入的稳定性和持续性。

6.2 品牌管理

6.2.1 品牌规划

品牌规划包括但不限于：

- a) 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；
- b) 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；
- c) 部门设置：负责品牌建设和管理工作的部门或岗位设置。

6.2.2 品牌传播

品牌传播包括但不限于：

- a) 技术应用：组织信息化建设水平及互联网技术应用能力；
- b) 品牌识别：品牌符号、视觉形象及品牌识别系统运营；
- c) 传播模式：品牌传播渠道、媒介组合及传播模式。

6.2.3 品牌保护

品牌保护包括但不限于：

- a) 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；
- b) 品牌授权：组织的品牌授权及品牌许可管理；

- c) 危机管理：品牌危机防范措施、危机管理体系与机制建设。

6.3 品牌价值

6.3.1 品牌竞争力

品牌竞争力包括但不限于：

- a) 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；
- b) 地域覆盖：组织的产品、服务的地域覆盖度；
- c) 品牌项目：组织拥有持续时间长、社会知名度高、作用发挥显著的项目数量；
- d) 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。

6.3.2 品牌延伸力

品牌延伸力包括但不限于：

- a) 品牌延伸：组织品牌延伸的类型、实际成效及增长潜力；
- b) 品牌国际化：品牌的国际化程度及潜力。

6.3.3 品牌创新力

品牌创新力包括但不限于：

- a) 技术创新：专业服务和管技术引进、研发及应用；
- b) 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。

6.3.4 品牌引领力

品牌引领力包括但不限于：

- a) 行业建设：组织主办行业领域交流活动、参与相关标准及行业领域规范制定、起草行业领域发展规划等；
- b) 行业组织：作为联合型、平台型或枢纽型组织的主要发起方或主要负责成员；
- c) 政策影响：组织提出的政策性建议及其被采纳情况。

6.3.5 品牌公信力

品牌公信力包括但不限于：

- a) 信息公开：公开披露信息的真实准确性、完整性、及时性及公开渠道的多样性；
- b) 荣誉奖励：组织或组织所实施的项目获得政府相关部门及行业表彰、奖励情况；
- c) 媒体报道：获得中央、省级、市级主流媒体报道次数。

品牌社会组织评价指标评分表见附录 A，评分细则表见附录 B；评价程序见附录 C。

附 录 A
(规范性附录)
品牌社会组织评价指标评分表

品牌社会组织评价指标体系分为三级，其中一级指标 3 个，二级指标 11 个，三级指标 33 个，总分为 100 分。品牌社会组织评价指标评分表的样例见表 A.1。

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
品牌基础 (30 分)	党建工作 (15 分)	党组织建立	按照党章规定建立党组织	3	
		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、运行机制标准化、工作保障标准化	6	
		党建引领作用发挥	党组织在社会组织中的战斗堡垒作用发挥、党员的先锋模范作用发挥	6	
	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、中高层人员稳定性	2	
		财务管理	组织近三年年度审计报告的完整性	1	
	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	2	
		资源持续性	组织近三年资金收入的稳定性和持续性	4	
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	组织的产品、服务的地域覆盖度	5	
		品牌项目	组织拥有持续时间长、社会知名度高、作用发挥显著的项目数量	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	专业服务和管技术引进、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 品牌社会组织评价指标评分表（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)	品牌引领力 (10分)	行业建设	组织主办行业领域交流活动、参与相关标准及行业领域规范制定、起草行业领域发展规划等	5	
		行业组织	作为联合型、平台型或枢纽型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	
	品牌公信力 (10分)	信息公开	公开披露信息的真实准确性、完整性、及时性及公开渠道的多样性	4	
		荣誉奖励	组织或组织所实施的项目获得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 B
(规范性附录)
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 3 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、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 60%以上（含）得 1 分；中高层人员稳定性高得 1 分。
1.2.4	财务管理	组织近三年的年度审计报告完整有效得 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 2 分； 近三年平均年末非限定性净资产低于 10 万元高于 5 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 2 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 4 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	组织在项目管理、会员或志愿者管理、财务管理、筹资、信息公开等方面的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	品牌传播渠道的广泛性、媒介组合的多元性及传播模式的有效性“高”得 3 分； 品牌传播渠道的广泛性、媒介组合的多元性及传播模式的有效性“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并得到执行得 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并得到执行得 1 分。

表 B.1 品牌社会组织评分细则表（续）

编号	指标名称	评分标准
3.1.1	社会需求	组织的服务领域与社会需求、国民经济和社会发展规划的整体契合度“高”得2分； 组织的服务领域与社会需求、国民经济和社会发展规划的整体契合度“一般”得1分。
3.1.2	地域覆盖	组织的产品、服务地域拓展至海外地区得5分； 组织的产品、服务地域拓展至省外地区得3分； 组织的产品、服务地域拓展至市外地区得1分。
3.1.3	品牌项目	组织拥有持续时间长、社会知名度高、作用发挥显著的项目3项以上（含）得5分； 组织拥有持续时间长、社会知名度高、作用发挥显著的项目2项得3分； 组织拥有持续时间长、社会知名度高、作用发挥显著的项目1项得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1分；组织针对核心项目、服务等定期开展第三方独立评估得2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。
3.4.1	行业建设	主办行业领域交流活动得1分；作为主要参与方制定行业领域标准规范得3分；作为主要参与方起草行业领域发展规划得1分。
3.4.2	行业组织	是联合型、平台型或枢纽型组织的主要发起方或主要负责成员的得2分； 是联合型、平台型或枢纽型组织成员的得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，公开信息真实准确得1分；信息完整得1分；信息公开及时得1分；信息公开渠道多样得1分。
3.5.2	荣誉奖励	近三年以组织名义获得国家、省、市、区政府部门、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（包括中央、省、市党报和广播电台、电视台）、行业权威媒体报道次数（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。

附 录 C
(规范性附录)
品牌社会组织评价程序

C.1 评价组织

民政部门作为主办单位统筹品牌社会组织评价工作，具体评价工作可委托给具备以下条件的第三方评价机构承办。

- a) 依法在民政部门注册登记，具有独立承担民事责任能力的社会组织；
- b) 具有承接政府购买服务项目的经验；
- c) 熟悉和了解各类社会组织运作和管理工作；
- d) 专职工作人员数量不低于 3 人；
- e) 有良好的信誉度和公信力；
- f) 近三年内没有因违法、违规行为被国家有关部门予以处罚的记录。

C.2 评价程序

C.2.1 发布通知

主办单位发布评价通知，符合条件的社会组织自愿申报，根据通知要求提交申报材料。

C.2.2 申报受理

承办单位接收本年度品牌社会组织评价申报材料，对申报材料及参评资格进行审核。对不符合参评资格的单位，在收到材料后 5 个工作日内向申报单位出具《不予受理通知书》并说明理由。

C.2.3 初次评审

承办单位组织专家召开初审会议，根据评价指标及细则对评价对象提供的申报材料逐一进行核查、评分，并根据得分高低提出实地考察名单。

C.2.4 实地考察

承办单位组织专家开展实地考察工作，听取评价对象现场汇报、查阅材料后，进行评分，填写得分表，计算初评分数。根据得分高低，提出初评建议名单。

C.2.5 二次评审

承办单位组织专家召开第二轮评审会议，结合实地考察结果，对初评建议名单进行会审。

C.2.6 公布结果

主办单位对初评建议名单进行复核审议，并对结果名单进行公示，公示期为 5 个工作日。公示结束后，确认品牌社会组织名单。

C.3 结果应用

通过评价，全面衡量社会组织品牌实力，客观反应社会组织品牌创建进程，发现社会组织品牌管理薄弱环节，为提升社会组织品牌实力和综合影响提供科学指导和重要参考，以品牌引领社会组织科学化、规范化建设和高质量发展。

评价结果有效期为五年。

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.
-

公开方式：主动公开

抄送：省社会组织管理局，市发展和规范社会组织工作联席会议各成员单位。

广州市社会组织管理局办公室

2020年3月25日印发
