中国企业品牌创新成果评价要点

|  |  |
| --- | --- |
| **类别** | **条 目** |
| **品牌**  **战略**  **创新** | a)建立完善包括品牌创新的总体战略； |
| b)具有促进对技术和产品发展形成竞争优势的作用； |
| c)凸显组织和产品或服务差异化； |
| d)建立完善品牌管理体系与组织系统。 |
| **品牌**  **文化**  **创新** | a)品牌文化创新能够塑造代表组织个性形象； |
| b)品牌文化要符合社会价值，能够获得社会广泛认同； |
| c)品牌文化对组织内部凝聚力、执行力、创新力具有激励的作用； |
| d)品牌文化对外具有树立组织良好社会形象的作用。 |
| **产品/服务创新** | a) 成果集中在新产品的开发、新包装的设计与运用、新技术的创新和应用、组织形式和结构的变化及管理方法的更新引入等方面； |
| b)明确其目标人群（或利益相关方），找出并明确描述关键需求点，满足其不断增长的需求； |
| c)体现品牌的有形特性和无形特性； |
| d)促进品牌增值。 |
| **品牌**  **传播**  **创新** | a)以品牌的核心价值为原则进行品牌传播活动； |
| b)根据品牌特点，创新传播方式并组织实施； |
| c)提高品牌知名度、认知度、美誉度、忠诚度； |
| d)加强品牌传播效果科学评价，引导传播方式的改进与创新。 |
| **履行**  **社会**  **责任**  **创新** | a)遵循基本的社会道德，恪守相关的法律法规； |
| b)企业战略与本企业所承担的多元社会责任相联系； |
| c)基于社会责任理念的企业治理理念、劳动关系、组织架构、运营流程、评价体系等方面的创新； |
| d)与外界建立良好的公共关系，树立积极承担社会责任的企业形象。 |