

附件二：

中国化妆品品牌评价指标体系（征求意见稿）

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容
品牌基础能力 (220分)	质量状况 (120分)	质量管理能力40分	产品制造工艺
			检验能力
			生产制造设备
			产品执行标准的先进性
		质量管理水平60分	企业管理体系认证情况
			获得各级政府的质量奖励情况
	社会责任 (100分)	质量信用情况20分	建立可追溯体系情况
			产品质量监督抽查情况
		社会责任参与情况50分	企业参与公益活动和社会慈善活动情况
			环境保护50分
品牌市场能力 (380分)	品牌盈利能力 (240分)	营业收入120分	品牌营业收入
		净利润60分	品牌净利润率
		利税60分	品牌利税
	品牌市场占有率 (80分)	市场占有率80分	品牌的销售额在市场同类产品中所占的比重
	品牌开拓市场能力 (60分)	国外市场开拓建设10分	产品出口额
		国内市场开拓建设50分	国内工厂规模和数量，销售分布情况
	品牌持续发展能力 (340分)	品牌建设能力 (100分)	品牌文化20分
品牌战略规划30分			品牌战略规划情况
品牌保护20分			对技术创新成果、品牌无形资产等采取的保护措施情况以及知识产权保护效果
品牌成效30分			获得各类荣誉称号、标志、证书情况
品牌投入 (60分)		品牌宣传投入60分	品牌宣传推广投入占销售额比重
		研发投入70分	研发投入占销售收入比重
		研发平台建设20分	创新技术支持平台建设情况

	品牌创新能力（180分）	创新水平90分	拥有的专利和科技成果的级别和数量
			获得的科技进步奖励及相关奖项情况
			主导或参与标准制修订情况
品牌服务能力 （60分）	服务保障（40分）	服务管理20分	是否有服务管理体系
		应急管理20分	是否有应急管理机制
	客户关系（20分）	顾客投诉20分	顾客投诉情况