

ICS 21.020  
CCS J01

# 团 体 标 准

T/WBA 2—2024

---

## 无锡先进制造公用品牌评级规则

Wuxi Advanced Manufacturing Public Brand Rating Rule

(公示稿)

2024 - - 发布

2024 - - 实施

---

无锡品牌学会发 布

# 目次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义 .....	1
4 无锡先进制造品牌产业体系.....	3
5 先进制造品牌发展原则.....	4
6 先进制造品牌关键指标项.....	6
7 先进制造品牌化水平.....	6
8 先进制造品牌服务配套体系.....	8
9 无锡先进制造品牌评级 .....	9

# 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由无锡品牌学会品牌技术委员会、秩学有限公司提出。

本文件由无锡品牌学会归口。

本文件起草单位：江苏凤凰画材科技股份有限公司、无锡新大力电机有限公司、无锡市兰翔胶业有限公司、江苏新合益机械有限公司、无锡工源环境科技股份有限公司、无锡市珂妮日用化妆品有限公司、江苏道同环境科技有限公司、江苏立鼎太奇教育科技有限公司、江苏宝华知识产权服务有限公司、无锡川友重工科技有限公司、江苏一鼎信用服务有限公司、无锡中基电机制造有限公司、无锡市华宇厨房设备有限公司、无锡海升高压泵有限公司、无锡瑞新汽车部件科技有限公司、江苏佳成明威管理咨询有限公司、申锡机械集团有限公司、无锡盛塔摩乐建筑装饰工程有限公司、江苏海纳宝川智能科技有限公司。

本文件主要起草人：曹洪东、朱则荣、陈卫宏、袁成波、徐敏、卓理财、杭文伟、孙连军、周建红、仝辉、环海燕、赵春城、吴志杰、何强、刘同森、沈昌武、季静、杜建新、卢志利、吴仁山、盛继伟、李永康。

# 无锡先进制造公用品牌评级规则

## 1 范围

本文件给出了无锡先进制造公用品牌塑造、建设与评级规则的指南，从无锡先进制造品牌产业体系、先进制造品牌发展原则、先进制造品牌关键指标项、先进制造品牌化水平升级、先进制造品牌服务配套体系五个方面列出了无锡先进制造公用品牌产业体系发展与无锡先进制造品牌评级的关键要素，作为对无锡先进制造公用品牌授权许可企业，及产品与服务、服务配套品牌化水平提升、升级升档、品牌发展指导与评级评价的依据。

本文件适用于各类注册地在无锡市(含江阴市和宜兴市)，从事先进制造领域及相关服务配套的企业，开展品牌贯标自行评价，也适用于组织开展专有品牌技术学习培训和专项品牌技术指导，同时适用于在品牌类社会组织，及第三方开展品牌类社会化、经济领域与专项评选时，作为依据性标准。也可作为公用品牌许可授权方、第三方专业评级机构，对于无锡地区涉及先进制造领域的企业及品牌化配套服务商开展品牌评级的依据性文件。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，标注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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/T 27922-2011 商品售后服务评价体系

GB/T 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

## 2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 先进制造 Advanced manufacturing

指产业或企业，运用先进理念、先进技术、先进方法，从产品设计、技术研发、材料创新应用、制造过程优化与产品化、品牌化、市场化、服务化等方面，形成新质生产力，实现高效、自动、智能、绿色、领先等发展特征的经济实力、制造方式、产品形态、品牌概念。

### 3.2 先进制造品牌 Advanced manufacturing brand

指在生产制造、原材料、现代服务业等领域，符合先进制造方式与产品特征，通过制定先进制造品牌制略，进行专业品牌塑造、品牌国际化形象升级、品牌要素市场提升等品牌化，实施先进制造概念化品牌运营，达到高度市场辨识度、认可度和影响力的代表性企业品牌、产品品牌和服务品牌。

### 3.3 先进制造公用品牌 Advanced manufacturing public brand

由政策部门、具有专业品牌技术水平的社会团体等主导，以团体标准制定、知识产权保护、产业品牌体系建构、产业品牌化水平评级、第三方认证等工作组织形式，正式建立的公用品牌标徽与及共识性市场规范集体品牌，以专项品牌授权许可方式授予合规并达到品牌评级要求的市场主体使用。

### 3.4 先进制造品牌产业体系 Advanced manufacturing public brand

指以先进制造公用品牌标徽为共有符号象征，统筹技术研发、原材料采购供应、生产制造、供应链发展、品牌营销、服务网络建设、服务品牌商配套等相关企业形成的集群化、链网化、生态化品牌产业体系。

### 3.5 先进制造品牌要素市场 Advanced manufacturing brand factor market

指先进制造品牌产业及企业，在土地、人才、设备、技术、数据、产权等品牌经济市场化发展中的要素组合与组成，及在细分行业、专精市场领域、供应链、服务链、采购平台、营销网络、价值链网等品牌产销链网中的品牌战略要素发展优势、品牌竞争实力、品牌影响力。

### 3.6 先进制造品牌供应链 Advanced manufacturing brand supply chain

指以先进制造理念、先进材料、先进准备、先进技术、先进产品、先进联网服务等品牌概念塑造与巩固，通过巩固向供应链的供给水平、整体效率和服务响应速度，在国际、国际、行业与地区上供应链中形成品牌美誉度、品牌影响力、专业技术实力等领先特征，从而具备在供应链市场中的竞争地位、先决优势与优先被采购实力。

### 3.7 先进制造品牌化采购 Advanced manufacturing brand procurement

指在政府采购、大中型供应链采购、各类采购平台、企业内外采购中，以品牌化招投标、经认证或评级品牌优先采购、品牌指名购买率、品牌化选用程度、品牌合同优先续约保障等形式，提高招投标品牌化采购水平，引导企业升级品牌化水平与实力。

### 3.8 先进制造品牌要应 Advanced manufacturing brand element

指先进制造品牌企业，在战略、人才、技术、艺术、设备、设施、知识产权、产品营销、客群市场、客户服务、售后服务保障、团队化、才能化等各方面，要求达到、应该达到品牌关键竞争力要素及指标。

### 3.9 先进制造品牌资产 Advanced manufacturing brand assets

涵盖品牌无形资产和有形资产，是实施先进制造领域品牌资产战略、品牌资产化配置水平、品牌资产管理、品牌资产保值与增值、品牌价值投资的重要资产形式。

### 3.10 先进制造品牌溢价 Advanced manufacturing brand premium

指通过先进制造品牌概念塑造、品牌信念提升、国际化品牌形象推广、品牌价格体系设计、品牌价值要素优化组合、品牌市场专业化、品牌高端化、品牌稀缺化，及先进材料专精化、先进技术运用、记述解决方案精细化、工匠精神根植等，使企业整体品牌价值、具体产品品牌或服务品牌产生的超出市场同类产品的价格水平与属性。

### 3.11 先进制造品牌公信力 Advanced manufacturing brand credibility

社会、公众对企业品牌的先进制造品牌概念认可度、美誉度等基本原公共认知，及所在的具体市场、行业、客群中开成的共识认知。

### 3.12 先进制造品牌专业度 Advanced manufacturing brand professionalism

指企业品牌在其专业市场、专业领域中的技术专长、客群基础、专业发展与市场地位，及品牌化专业水平与程度。

### 3.13 先进制造品牌服务商 Advanced manufacturing brand service provider

满足先进制造公用品牌市场体系生态组合与专业服务平台的品牌化水平准入要求，能够为先进制造品牌企业提供政策奖补、品牌升级、人才提升、职称评定、知识产权、管理咨询、质量保障、信用、认证、展会等各类专业配套支持的经认可服务商。

## 4 无锡先进制造公用品牌产业体系

### 4.1 先进制造品牌产业体系构建

应以本团体标准制定发布为依据，着力构建无锡先进制造品牌产业体系与代表品牌系列，着重优先发展无锡先进制造品牌要素市场建设。以本团体贯标为主，统筹公用品牌产业集群、公用品牌产销链网、公用品牌化采购、公用品牌塑造推广、先进制造品牌服务配套体系等先进制造品牌经济的总体发力与整体发展。

### 4.2 无锡先进制造公用品牌评级与授权条件

4.2.1 先进制造品牌企业：申请评级和授权的企业应属于无锡企业，具备合法合规经营条件与必要资质，属于先进制造领域生产经营范畴，至少在一个行业细分市场领域拥有市场份额、知名度、影响力，拥有自主知识产权与自有品牌注册商标、版权。

4.2.2 先进制造品牌服务商：申请评级和授权的企业应在无锡注册，具备合法合规经营条件，有实力为先进制造品牌企业提供专业配套服务，至少在一个专业服务领域拥有专业服务能力、成熟服务模式、必要资质。

### 4.3 无锡先进制造公用品牌评级授权使用方式

4.3.1 制定专门的公用品牌培育规则，和公用品牌授权使用规则及许可证样式，明确授权主体、授权管理规则、授权使用方式。

4.3.2 公用品牌标徽使用：依据本团体标准评级并被授权企业，统一发放知识产权授权许可证书，允许在宣传、广告、产品或包装上使用“千年吴品”、“无锡先进制造品牌”等经知识产权保护的规范商标、著作权图形及字体。市场监管部门对广告及产品包装中另有规定、判定及使用要求的除外。

### 4.4 无锡先进制造公用品牌标准贯标示范

4.4.1 标准起草单位荣誉：本团体标准发布后，对团体标准起草单位和起草专家授予团体标准起草单位、起草专家长期荣誉。在各类政策奖补申报、资质认证认定、品牌简介、企业画册、广告宣传、视频推广等内容中可以长期用本团体标准起草单位、起草专家名义。

4.4.2 贯标专家组组成：本团体标准起草单位及标准起草专家组成员，在完成标准发布及正式实施后，转为标准贯标专家组，除非品牌学会活动组织、贯标推行与宣传、知识产权管理及品牌技术方面的特定需要，此后不再增补贯标专家组成员。

4.4.3 贯标工作安排：标准起草单位应率先贯标，带头示范，在企业标准信息公共服务平台发布采用本团体标准的声明。品牌技术委员会牵头统筹标准贯标培训、贯标企业品牌化水平提升专项咨询等工作。

4.4.4 贯标工作推进：本团体标准发布后处于长期贯标推行阶段，其后依据本团体标准申请品牌评级和公用品牌授权的企业，品牌学会年度先进制造品牌荣誉奖项、贯标先进单位示范等名单及材料，应经过贯标专家组三分之二表决通过。

4.4.5 贯标推行与宣传：以贯标讨论会、企业贯标现场验收会、贯标企业经验交流工作会、在线宣传会、标准工作总结会等多种形式推进贯标工作的长期推行。以品牌学会年会、展览、专项活动、网站、新闻、视频、画册、与其它社会组织联全推广等多种形式，长期宣传标准起草单位与贯标企业。

#### 4.5 无锡先进制造公用品牌塑造与推广

4.5.1 公用品牌形象塑造：统一对公用品牌形象进行整体设计，提升品牌辨识度和美誉度。以品牌新闻、品牌故事、品牌文化内涵提炼、起草单位采访、贯标单位经验推广等多种形式提升公用品牌整体认知与形象，增强市场及公众对公用品牌及贯标企业的认知、合作与情感连接。

4.5.2 企业级公用品牌形象推广：贯标企业应充分发掘“无锡先进制造”、“先进制造”“先进制造品牌服务商”等品牌概念，在自媒体内容制作、推介材料宣传制作、展会及企业展厅陈设等各方面，以先进制造理念、先进技术、先过性能等制作并形成多样化讲解、宣传推广形式。

#### 4.6 无锡先进制造公用品牌监管秩序

4.6.1 规范使用：品牌学会及贯标专家组定期对被授权企业的公用品牌使用情况进行监督检查，确保其遵守本团体标准条款要求和授权使用规则。

4.6.2 违规处理：对于违反本团体标准和授权使用规则的被授权企业，有权要求其进行整改，情节严重的取消其授权资格。

4.6.3 公用品牌市场秩序维护：被评级授权企业有责任维护无锡先进制造公用品牌的共同品牌形象与声誉，不得从事任何有损公用品牌的行为。因发生重大事故、被政策部门列入重点异常、社会舆论风险的被授权企业，第一时间采取必要的授权撤销决定。对于市场中伪造、假冒、侵犯知识产权、有损公用品牌声誉的行为，依法采取必要法律或政策监管程序。

### 5 先进制造品牌发展原则

5.1 战略引领：应制定品牌、市场、技术、性能、产品、服务等同业领先战略及规划、技术路线图等，在首台套、首创原创、概念验证、先进制造装备改造等方面落实战略。

5.2 标准领先：应参与国内外技术标准制定、重点品牌团标准制定与系统贯标，及企业标准化，以品牌指导企业发展，以先进技术创造发展优势。

5.3 品牌概念：应塑造先进水平、高技术含量、精湛技术团队等关键品牌概念，升级国际品牌形象，持续提升先进制造品牌溢价水平、影响力和美誉度。

5.4 品牌理念：应结合自身市场与行业特点，确立更专业发展、更先进性能、更美好生活等重点品牌发展理念。

5.5 诚信经营：应在市场发展和日常经营中，遵守相关法律法规，遵循诚实守信原则，履行合同约定，树立良好商业信誉。

5.6 创新驱动：应有创新理念，持续研发投入预算、技术团队、实验室、产学研合作等，推动技术巩固、创新与产品升级换代，加速科技成果转化。

5.7 人才梯队：注重先进制造人才梯队建设，组建高技术、高水平、高素养人才团队，加强专业人才培养和引进，发展才能提升体系。

5.8 产品本质：应着重产品品牌系列的开发与架构，在产品上体现先进性，以技术认识、检验检测、成果论证、验证测试等提升以产品主导市场的本质性竞争力

5.9 品质优先：实践高质量发展，运用先进质量管理方法，稳定提升质量管理水平，确保产品的高质量和高可靠性，追求品质品感品味。

5.10 服务保障：应在服务指挥、服务团队、服务准备、服务现场、客户服务、服务智能、售后服务可持续保障体系建设等方面持续巩固服务优势。

5.11 敏捷响应：构建灵活的市场变化应对与服务反馈响应机制，培育敏捷竞争力，快速响应客户需求，提升品牌产品场景与服务场景化营造水平。

5.12 国际合规：在产品、技术、服务的进出口与国际往来方面，遵守国际贸易规则，产品和服务应符合目标国市场技术法规、安全标准等要求。

5.13 知识产权：深化知识保护与运用，应在知识产权申请、管理和保护工作，及版权和专利许可权商业模式等方面巩固发展实力，维护创造创新成果。

5.14 符合性认证：应在具体市场准入、政府与供应链招标投标采购、国际市场开拓等方面积极取得所需第三方认证。

5.15 持续学习：企业领导层、管理人员、技术人员等应以人才梯队，保持持续学习与才能提升、观念改变。

5.16 绿色发展：应采用环保材料和技术，减少生产过程中的能耗和排放，推动绿色制造和可持续发展。

5.17 数字化转型：应推进数字化转型，运用大数据、人工智能等技术提高生产效率和产品质量

5.18 供应链成效：应优化供应链管理，与供应需求方、供应商和客户建立长期稳定的合作关系，提升供应链的整体发展效率。

5.19 协同发展：应主动寻求产业链上下游合作伙伴的协同发展，实现互利共赢。

5.20 企业责任：应推行并履行股东责任、领导责任、产品责任、服务责任、工作责任、员工责任、企业社会责任等各项企业责任体系建设，并参与公益事业，促进社会和谐发展，树立良好的企业形象。

## 6 先进制造品牌关键指标项

6.1 品牌市场地位：应在细分专业市场的品牌知名度、品牌影响力、市场占有率、客户忠诚度等方面形成竞争实力。

6.2 市场发展：在专业细分行业，以企业标准为主发展标准化、非标件等产品技术与服务配套，持续巩固专业市场内的产品领先度、技术领先性、品牌美誉度、服务专业度、客源稳定率。

6.3 研发投入占比：用于研究与开发的费用占同期总收入的比例，应符合专精特新、高新企业认定中对研发投入的要求。

6.4 专利数量及质量：企业的有效专利数量、发明专利授权量、高价值专利占比，应符合专精特新、知识产权等政策要求。

6.5 高新技术产品占比：高新技术产品(服务)收入占比符合高新技术企业认定条件。

6.6 人才配套与创新能力：研发人才占比、高层次人才引进与培养情况、人才激励机制建设等，应符合专精特新、高新企业、工程技术研究中心等政策对人才队伍建设的要求。

6.7 数字化转型程度：数字化设备投入比例、生产自动化率、智能管理系统应用程度、数据分析和应用能力，应符合先进制造业集群数字化转型等政策要求。

6.8 产品与服务质量：产品合格率、产品技术性、客户满意度等应符合检验检测要求、质量标准与管理水平。

6.9 第三方认证：重点采取高端认证、品牌认证，产品应取得必要的产品认证，服务应取得售后服务认证等认证。

6.10 产销链网管理与协同能力：在产业链、供应链、服务链、经销网络、价值链网中，提高供给水平、供应商管理、库存管理、物流效率、服务效能、供应链协同平台应用水平。

6.11 绿色环保与可持续发展：在节能减排措施、环保认证情况、绿色产品占比、可持续发展战略实施等方面符合发展理念与政策要求。

6.12 国际化程度：稳步提升海外市场拓展情况、国际合作伙伴数量、跨国项目经验等国际竞争力。

## 7 先进制造品牌化水平升级

### 7.1 品牌战略层面

7.1.1 先进制造品牌战略概念塑造：应以品牌战略总体统筹，提升对于先进制造品牌理念、品牌三定(定义、定向、定性)及品牌故事的构建与传播能力，增强品牌与企业文化、市场趋势的融合度及独特性衡量。

7.1.2 先进品牌市场领导力建设：在市场战略规划、战略布局、战略行动、市场进入、市场巩固、市场地位、对标管理等方面，巩固品牌市场领导力建设，提升品牌领导团队与领导层品牌发展观念水平。

7.1.3 品牌官人才序列培养：应建立品牌从业人员、专业人员、品牌官职业化人才体系，在培训机制、晋升通道、人才储备，有效评估品牌人才在品牌战略规划与领导力、工作力中的贡献度。

7.1.4 专业品牌化发展：应着重在品牌创始人人物品牌、品牌领导层团队塑造、品牌运营模式、主营产品皮牌、主导服务品牌等方面的塑造、品牌升级升档与专业品牌市场化发展。

## 7.2 品牌资产与品牌溢价层面

7.2.1 先进制造品牌资产：应考量品牌资产在市场竞争中的优势及潜力，在品牌有形资产、无形资产及品牌知名度、美誉度及忠诚度等方面，形成品牌资产管理、保值与增值发展实力。

7.2.2 先进制造品牌溢价：制定品牌溢价策略，定期评估品牌溢价对利润空间的提升作用，衡量品牌对产品定价及市场接受度的影响，稳定提升品牌溢价水平。

## 7.3 品牌化研发与产品层面

7.3.1 产品品系化：应通过建立主导产品品牌系列、主营产品品牌系列、周边衍生产品的产品品系化发展结构性框架，及产品品牌塑造与推广，稳定提升主营产品品牌收入占比。

7.3.2 产品研发团队：应健全产品研发体系，稳步提升研发团队化管理水平、研发实力、技能先进能力与持续学习力。

7.3.3 产品品质：应在产品在设计、生产、使用过程中的概念性、领先性、专业性、质量稳定性及可靠性等方面形成持续改进能力。

7.3.4 产品品牌市场应用场景营造：应围绕不同行业特征、重点客群类型、解决方案应用等营造高适用性、高匹配度、沉浸式用户体验感受的真实或虚拟品牌场景，提高品牌场景化关键竞争力。

## 7.4 品牌化供应链与采购层面

7.4.1 先进制造品牌供应链：应提升在大型产业链供应链中的关键地位与品牌作用，以智能化、绿色化、品牌效率、风险控制等提升协同化水平。

7.4.2 先进制造品牌化采购：应优先布局供应商管理、采购流程优化及品牌建设协同度等品牌化采购水平的提升，定期衡量品牌化采购政策与策略对品牌品质、价格、及可持续发展的影响。

## 7.5 品牌化现场管理

7.5.1 主要品牌设施：应通过梳理品牌史、升级品牌展馆、配置品牌文化墙等多种形式，形成直观的品牌印象与形象。

7.5.2 品牌化办公形象：应在办公楼入口、会议室等展现品牌标徽，运用品牌主色系提升办公现场及办公用品、办公形象传播、电脑桌面与数字化展示屏等品牌形象。

7.5.3 研发与生产制造现场品牌形象：应在产线形象、制品现场、产品外观设计、宣传册与产品说明书、研发团队品牌形象推广等各方面提升品牌品效品感。

7.5.4 服务现场与营销现场品牌形象：以提升服务标准化、在线服务形象化、营销物料设计、服务布置陈设与展示、客户服务接待区、远程服务现场、企业品牌营销体验中心与展会等营销现场等环境与环节的品牌品效。

7.5.5 先进管理在品牌化管理现场的应用：应增强知识产权管理、精益管理、数字化、数据等在管理现场的应用，以品牌技术、专业管理提升品牌化管理层水平、工作力水平。

## 7.6 品牌化营销与服务层面

7.6.1 专业品牌运营团队水平提升：品牌化团队应提升团队战斗力与专业能力、协作效率及市场响应速度，及品牌塑造、品牌建设、推广及维护方面的策略与执行效果。

7.6.2 品牌市场营销策略：应提升品牌市场设计与营销策略水平，在市场细分、渠道拓展、连续销售等方面提升品牌专业化、客群精准性、品牌成效性。

7.6.3 服务满意：应在客户服务流程、服务标准化、响应速度、客户满意度、售后服务保障团队建设、客户反馈机制评估及服务可持续改进能力方面予以提升。

## 7.7 品牌专业度与公信力层面

7.7.1 先进制造品牌专业度：应提升品牌在技术研发、产品创新及行业引领方面的专业能力，定期评估专业度对品牌竞争力及市场地位的提升作用。

7.7.2 先进制造品牌公信力建设：应衡量品牌在社会责任、诚信经营及可持续发展方面的表现，定期评估公信力对品牌形象及市场信任度的提升作用。

# 8 先进制造品牌服务配套体系

## 8.1 专精特新品牌团组团

专精特新品牌团是专精特新类企业的专业品牌化联合组团，本团体标准起草单位及贯标单位适需加入，提供专精特新政策解读、企业学习与品牌演练、行业数据分析、人热门趋势、集中采购、国际供应链协同、国际认证、新闻报道等系列支持。

## 8.2 先进制造品牌服务配套体系建设

以专业化服务平台发展为主，在提供专业服务配套的本团体标准起草单位基础上，以经甄选与评级的先进制造品牌服务商为骨干，实施先进制造品牌服务配套体系建设，开展先进制造服务商评级准入机制，集中涵盖政策解读、奖补申领、企业办事、人才培养等一站式在线信息查询、服务对接，必要时集中现场办公或分批入企（驻）服务。

## 8.3 先进制造品牌服务配套体系组成

8.3.1 先进制造品牌政策与园区支撑：发展以政策奖补申领协助、科创园区入驻、飞地建设、产业协同、产学研、上市计划、品牌路演、投融资等政策、平台级、园区级企业支撑体系建设。

8.3.2 先进制造品牌知识产权支持：与先进制造品牌产业体系和企业品牌资产配套的知识产权战略，涵盖专利、商标、著作权等原创性、首创性、独创性知识产权法律保护，及版权许可权、专利许可权、技术合同备案等技术市场化经营模式的开发运用提升与配套支持。

8.3.3 先进制造品牌人才发展支持：与先进制造品牌产业体系和企业人才需求与发展相配套的人才战略，涵盖品牌创始人及品牌技术团队品牌塑造、品牌营销团队专业人才培养，及三年期各类先进制造人才需求规划制定、年度人才需求计划编制、人才储备与人才培养、人才学历提升与专业才能发展、人才职称晋级与等级认定，人才结构优化与人才工作水平提升等工作与配套支持。

8.3.4 先进制造品牌品质提升支持：与先进制造品牌产业体系和企业级先进制造品牌在选材、质地、工艺、技术、品味、品感高可靠性、安全性、客户满意度等产品与服务的品牌性能、品牌认知、品牌感官、品牌感受，及供应链质量保障、质量稳定性等质量管理水平与售后服务等提升与配套支持。

8.3.5 先进制造品牌信用建设支持：与先进制造品牌产业体系和先进制造企业相关的品牌信誉、商业道德、合同履行能力、诚信交付行为、信用资质认证等市场信用准入、管理、保障与维护、资信水平提升与配套支持。

8.3.6 先进制造品牌数字化支持：与先进制造品牌产业体系和先进制造企业相关的数字化系统部署、数字工厂、数字化生产力转型、数字化改造与升级、数字化产品形式、数字化客源市场建设、数字化经营成效、数字化联合联网等发展与配套支持。

8.3.7 先进制造品牌绿色支持：与先进制造品牌产业体系和先进制造企业相关的环境保护、清洁能源、洁净生产、绿色工厂、天然生态、生态补偿、节水、节能、降耗、新能源、低碳、碳足迹等绿色发展方式与技术解决等配套支持。

8.3.8 先进制造品牌学习、营销等系列专业配套支持：以产品品牌、人物品牌、品牌化专业团队、品牌服务营销等品牌技术规则标准建设与品牌专有技术研发，品牌化项目试点、品牌学习、品牌演练等推进品牌具体实践运用，协同品牌新闻、品牌设计、品牌主播(直播带货)、品牌翻译、品牌宣传与营销推广等品牌服务商专业评级配套，稳定提升企业品牌效、品牌化营收结构与品牌溢价水平。

## 9 无锡先进制造品牌评级

### 9.1 无锡先进制造品牌评级原则

#### 9.1.1 公正性

根据无锡先进制造公用品牌及企业先进制造品牌发展实际情况，客观、公平、公正地对品牌水平和成效进行评级。

#### 9.1.2 时效性

指标判定应从品牌专业立场及多种渠道获得相应的阶段性品牌发展成果、数据信息等作为评级依据。

#### 9.1.3 持续性

评级与品牌阶段性升级升档相结合，定期组织开展评级与复审，达到促进先进制造公用品牌市场发展，与企业产品与服务品牌升级升档、优化改进目的。

## 9.2 评级方法

9.2.1 本章节给出有关无锡先进制造品牌化水平和发展成效的评分要求。

9.2.2 无锡礼品品牌评级指标总分为100分。

9.2.4 总评分达到70分(含70分)以上进行评级，70分以下不能认为有效实施了先进制造品牌塑造与建设。

9.2.5 评级的等级和表述方式：

- a) 90分以上(含90分)，无锡先进制造典范品牌（指经典、典型、典藏、模范、示范级品牌）；
- c) 80分以上(含80分)，无锡先进制造精致品牌（指精美、精心、精细、精密、极致级品牌）；
- d) 70分以上(含70分)，无锡先进制造优选品牌（指优先、优秀、选拔、选择、推荐级品牌）。

一级指标	分值	二级指标	分值	三级指标	分值	备注
5 先进制造品牌发展原则	20分	5.1 战略引领	1分			
		5.2 标准领先	1分			
		5.3 品牌概念	1分			
		5.4 品牌理念	1分			
		5.5 诚信经营	1分			
		5.6 创新驱动	1分			
		5.7 人才梯队	1分			
		5.8 产品本质	1分			
		5.9 品质优先	1分			
		5.10 服务保障	1分			
		5.11 敏捷响应	1分			
		5.12 国际合规	1分			
		5.13 知识产权	1分			
		5.14 符合性认证	1分			
		5.15 持续学习	1分			
		5.16 绿色发展	1分			
		5.17 数字化转型	1分			
		5.18 供应链成效	1分			
		5.19 协同发展	1分			
		5.20 企业责任	1分			
6 先进制造品牌关键指标项	48分	6.1 品牌市场地位	4分			
		6.2 市场发展	4分			
		6.3 研发投入占比	4分			
		6.4 专利数量及质量	4分			
		6.5 高新技术产品占比	4分			
		6.6 人才配套与创新	4分			
		6.7 数字化转型程度	4分			
		6.9 第三方认证	4分			
		6.10 产销链网发展	4分			
		6.11 绿色发展	4分			
		6.12 国际化程度	4分			
		7 先进制造品牌化	32分			
7.1.2 品牌市场领导力	2分					
7.1.3 品牌官人才序列	2分					

水平			7.1.4 专业品牌化发展	2分	
	7.2 品牌资产与品牌溢价	2分	7.2.1 先进制造品牌资产	1分	
			7.2.2 先进制造品牌溢价	1分	
	7.3 品牌化研发与产品	8分	7.3.1 产品品系化	2分	
			7.3.2 产品研发团队	2分	
			7.3.3 产品品质	2分	
			7.3.4 产品品牌应用场景	2分	
	7.4 品牌化供应链与采购	4分	7.4.1 品牌供应链	2分	
			7.4.2 品牌化采购	2分	
	7.5 品牌化现场管理	5分	7.5.1 品牌主要设施	1分	
			7.5.2 品牌化办公形象	1分	
			7.5.3 研发与制造现场	1分	
			7.5.4 服务与营销现场	1分	
			7.5.5 品牌化管理现场	1分	
	7.6 品牌化营销与服务	3分	7.6.1 专业品牌运营团队	1分	
			7.6.2 品牌市场营销策略	1分	
			7.6.3 服务满意程度	1分	
7.7 品牌专业度与公信力	2分	7.7.1 品牌专业度	1分		
		7.7.2 品牌公信力	1分		