附件三

**关于编撰《2019物业服务企业品牌价值测评报告》的实施方案**

各会员单位：

撰写和发布《2019物业服务企业品牌价值测评报告》具体事宜如下：

**一、主要内容**

（一）分析物业服务企业品牌价值

以物业服务企业填报数据为基础，通过国家统计局、各地统计局统计数据、CRIC咨询决策、中国物业管理年鉴等公开渠道信息数据，进行交叉证实，综合运用品牌理论、价值评估理论和相关研究成果，从品牌超额获利能力和品牌强度乘数两大方面对物业服务企业的品牌价值进行分析研究，撰写反映物业服务企业品牌价值和品牌影响力的《2019物业服务企业品牌价值测评报告》。

（二）发布物业服务企业品牌价值测评结果（共50家）

**二、测评体系**

（一）物业服务企业品牌价值评价模型：



（二）测评模型的基本逻辑体系：



**三、上报材料**

品牌价值测评研究物业服务企业可自愿参加。

请提交《2019物业服务企业品牌价值测评基础数据信息表》一份（附表3.1），加盖单位公章。于5月20日前报送至中物研协（地址：北京市海淀区三里河路17号甘家口大厦7层707）。

**四、时间安排**

（一）资料上报：5月20日前

（二）报告撰写：5月20日-5月30日

（三）报告发布：6月

**五、联系方式**

联系人：卢尧、王开迪

电话：010-58951730

邮箱：vip@cpmri.com

附表3.1

**2019物业服务企业品牌价值测评基础数据信息表**

|  |  |
| --- | --- |
| 企业名称 |  |
| 登记注册类型 | 国有□ 民营□ 外资□ 合资□ 其他□ |
| 成立时间 |  |
| 通信地址 |  | 邮编 |  |
| 负责人 |  | 职务 |  | 电话 |  |
| 联系人 |  | 职务 |  | 手机 |  |
|  | 手机 |  | 邮箱 |  |
| **财务数据** |
| **指标** | **单位** | **2018** | **2017** | **2016** |
| 一、营业总收入\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| （一）物业服务费收入 | 万元/人民币 |  |  |  |
| （二）多种经营收入 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 二、营业总成本\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| 1.营业成本\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| 2.税金及附加\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| 3.销售费用 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 其中：品牌广告推广费﹡ | 万元/人民币 |  |  |  |
| 其他 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 4.管理费用 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 5.财务费用 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 6.资产减值损失 | 万元/人民币 |  |  |  |
| 三、营业利润\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| **经营信息** |
| **指标** | **单位** | **2018** | **2017** | **2016** |
| 一、物业管理面积\* | 万平方米 |  |  |  |
| 二、在管项目数\* | 个 |  |  |  |
| 三、年度新增项目数\* | 个 |  |  |  |
| 四、在管项目续签数\* | 个 |  |  |  |
| 五、年度纳税额\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| 六、年度投诉数\* | 次 |  |  |  |
| 七、企业捐赠总额\* | 万元/人民币 |  |  |  |
| 八、企业进入城市的数量\* | 个 |  |  |  |
| **品牌价值测评信息** |
| 品牌理念 |
|  |
| 品牌个性 |
|  |
| 品牌定位 |
|  |
| 品牌发展规划 |
|  |
| 品牌管理体系 |
|  |
| 品牌建设现状及成就 |
|  |
| 单位意见 | 负责人签字： （单位公章）年 月 日 |

填表说明：

1.财务数据口径与国家会计制度和相关准则的规定一致，经营数据请按照企业经营的实际情况填写。

2.数据范围涵盖2016~2018三个会计年度，其中﹡的指标是必填项。如果缺失将影响测评结果；其他为选填数据，也将为最终测算提供重要参考信息。

3.营业总收入指企业当年主营业务收入和其他营业收入之和，与企业财务报表利润表中的营业总收入口径相对应，包括物业管理服务收入、非业主增值服务、社区增值服务和其他服务。

4.营业总成本指企业当年主营业务成本和其他业务成本之和，与企业财务报表利润表中的营业成本口径相对应。

5.上市公司依照对外发布的经审计的财务报告所披露的财务信息、经披露的公告信息进行相关数据的填写；非上市公司依照经审计的向政府有关部门报告的财务信息以及相关经营数据进行相关数据的填写。

6.品牌理念指得到社会普遍认同的、体现企业自身的价值体系。

7.品牌个性指品牌人格化后的个性体现，体现品牌的特点。

8.品牌定位指建立一个与目标市场有关的品牌形象的过程和结果。

9.品牌发展规划指企业对品牌未来发展的计划和期望。

10.品牌管理体系指企业计划、组织、协调、控制与品牌相关的各种活动时过程中所作的制度安排。

11.品牌建设现状及成就指企业品牌建设投入、取得成果等。