|  |  |
| --- | --- |
| ICS | 03.020 |
| CCS | A 20 |

|  |
| --- |
| 4419 |

东莞市地方标准

DB4419/T XXXX—XXXX

社会组织品牌项目建设指南

Guidelines for brand project construction of social organizations

（本草案完成时间：2025-07-18）

XXXX - XX - XX发布

XXXX - XX - XX实施

东莞市市场监督管理局  发布

目次

[前言 II](#_Toc11087)

[1 范围 3](#_Toc13146)

[2 规范性引用文件 3](#_Toc6561)

[3 术语和定义 3](#_Toc963)

[4 品牌项目选择 3](#_Toc26089)

[4.1 合法合规 3](#_Toc14214)

[4.2 需求明确 3](#_Toc3440)

[5 建设内容和要求 4](#_Toc21154)

[5.1 品牌管理 4](#_Toc30892)

[5.2 品牌传播 5](#_Toc1629)

[5.3 可持续发展 6](#_Toc31693)

[5.4 社会责任和信用 7](#_Toc9762)

[5.5 品牌影响力 7](#_Toc5285)

[6 品牌项目评估 8](#_Toc6215)

[6.1 品牌项目评估的必要性 8](#_Toc6356)

[6.2 品牌项目评估的内容 8](#_Toc18947)

[6.3 品牌项目评估主体 8](#_Toc24164)

[6.4 品牌项目评估结果应用 8](#_Toc10273)

[附录A （规范性） 社会组织品牌项目评估指标体系 9](#_Toc31292)

1. 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由东莞市社会组织事务中心提出。

本文件由东莞市民政局归口。

本文件起草单位：东莞市社会组织事务中心。

本文件主要起草人：

本文件为首次发布。

社会组织品牌项目建设指南

* 1. 范围

本文件规定了社会组织品牌项目建设的术语和定义、品牌项目选择、建设内容和要求、品牌项目评估等要求。

本文件适用于东莞市行政区域内社会组织品牌项目的建设与评估工作。

* 1. 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

* 1. 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

社会组织 social organization

依据社会组织登记管理法律法规登记的社会团体、基金会和社会服务机构。

[来源：MZ/T 211-2024，3.1]

社会组织品牌项目 brand project

由社会组织运作的，拥有独特识别标签的项目类别。社会组织品牌项目具有一定的独特性、创新性，能够承载所属组织的使命、愿景及核心价值，具有社会或经济效益，具有一定的社会识别度，并能够充分满足项目相关方的需求，具有可持续发展价值。

* 1. 品牌项目选择

在选择项目时，应考虑以下因素：

1. 合法合规与公序良俗原则：项目全过程及所需资源均应符合相关国家和地方法律法规的要求，不违背公序良俗；
2. 代表性与独特性：项目能增强组织在特定领域的代表性与独特性，或具有特殊性和品牌叙事价值；
3. 贴合社会需求：项目回应的需求或问题精准明确，社会与政策关注度高；
4. 受益对象规模：项目受益对象数量达到一定的规模；
5. 资源可及性与持续性：组织现有资金、人力、物力等资源能够保障项目实施，能持续吸引政府、企业、基金会等资助方；
6. 复制推广与规模化潜力：项目具有可复制、推广以及规模化发展的潜力。
   1. 建设内容和要求
      1. 品牌管理
         1. 品牌要素
            1. 项目目标

项目目标应与社会组织的使命、愿景相契合，反映项目的价值。

应建立明确、不同层次的项目目标。明确项目的长期、中期、短期目标。

可运用SMART原则制定项目目标，确保目标具体（Specific）、可衡量（Measurable）、可实现（Attainable）、相关性（Relevant）、时限性（Time-bound）。

* + - * 1. 需求调研与分析

应开展充分的需求调研与分析，确保服务内容符合项目相关方的实际需求。

调研方法应多样化，宜包括问卷调查、访谈、焦点小组等，确保数据的全面性和准确性。

应定期进行需求跟踪和反馈，及时调整项目服务内容，以满足项目不断变化的需求。

* + - * 1. 实施与管理

应制定详细的实施计划，明确各项活动的具体时间节点、责任人、所需资源等。

应建立项目管理团队，明确团队成员的职责分工，加强团队协作与沟通，提高项目管理效率。

应制定与项目相关的管理体系或管理制度，确保项目按计划推进，管理制度宜包括但不限于：

1. 人力资源管理制度；
2. 项目财务管理制度；
3. 利益相关方管理制度；
4. 项目服务管理制度；
5. 风险管理制度；
6. 其他相关管理制度。

管理制度应有明确的执行标准和责任分工，并定期进行内部检查和评估。

* + - * 1. 绩效考核

应建立项目绩效考核制度。

项目产出指标宜可量化，指标宜包括服务数量、质量、覆盖范围等。

应建立项目监测和评估机制，定期收集数据，从多维度对项目产出和成效进行跟踪、分析和评估，并形成记录。

宜根据评估结果，及时调整项目实施策略，优化项目服务，提高项目成效。

* + - * 1. 档案管理

应建立项目档案管理制度，明确档案的收集、整理、保管和使用流程等。档案管理应遵守信息安全和保密要求，防止敏感信息泄露。

宜按照项目阶段和内容分类，整理项目相关文件、资料、数据等，确保档案的完整性和准确性，清晰展示项目的发展轨迹。

应定期对项目档案进行检查和更新，及时补充新产生的资料，保证档案的完整性。

宜定期根据档案资料总结项目经验教训，为项目持续改进和未来发展提供参考。

* + - * 1. 项目名称

应明确项目名称。

项目名称应简洁明了、易于记忆和传播，能够准确反映项目的核心内容和特色。

项目名称应具有独特性，避免与其他类似项目混淆，提高项目的辨识度。

项目名称应符合社会价值观和文化背景，避免产生不良影响。

* + - * 1. 标识体系

宜建立项目标识体系。

宜设计独特的项目标识，可包括图形、文字、色彩等元素，体现项目的特点和品牌形象。

宜在项目宣传、服务、活动等各个环节广泛应用项目标识，提高项目的知名度和影响力。

* + - * 1. 注册商标

宜申请注册商标。

注册商标应能够全面覆盖项目相关的产品和服务。

宜加强商标保护，及时处理商标侵权行为，维护项目品牌形象和合法权益。

* + - * 1. 专利

宜对项目中具有创新性和实用性的技术、方法、产品等进行专利挖掘和评估；有合适的专利申请类型时，宜提交专利申请，并确保专利申请顺利进行。

专利实施宜建立利益分配机制。

* + - 1. 品牌战略

应对项目的外部环境（包括政策环境、经济环境、社会环境、技术环境等）和内部环境（包括组织资源、能力、文化等）进行全面分析，明确品牌在市场中的定位，订立品牌战略目标。

应建立项目的品牌战略规划，品牌战略规划宜包括但不限于以下内容：

1. 订立各个阶段目标、成效指标；
2. 订立各个阶段的评估评价标准；
3. 包含创新战略，运用新技术新模式进行融合创新，促进服务提升的具体实施路径；
4. 明确专人（或专门团队）负责推动；
5. 明确不断优化品牌战略的目标和举措。

应根据品牌战略规划，制定具体的实施策略，包括市场进入策略、产品（服务）开发策略、推广策略、合作策略等，确保品牌战略的有效落地，并建立有效的反馈机制，在实施过程持续优化、动态调整战略规划和实施策略。

* + - 1. 对标情况

可参照相关国家标准、行业标准、地方标准或团体标准进行项目的实施与管理。

宜积极参与标准的制定和修订工作，为行业发展贡献力量，同时提升项目在行业内的影响力。

* + 1. 品牌传播
       1. 品牌联想

应采取必要措施，强化社会组织与项目的关联性，包括但不限于：

1. 统一标识；
2. 强化主从概念；
3. 故事化传播；
4. 联合报道。

项目宜持续性传递和倡导社会正能量极，总结项目经验，形成标杆或推广案例，推动解决同类型社会问题，推动出台相关政策。

* + - 1. 传播策略

应安排专人负责项目的宣传推广，并定期组织传播技能培训。

宣传推广项目时，应有明确的传播对象。

宜运用以下一种或多种渠道宣传项目，包括但不限于：

1. 有备案的网站；
2. 有经认证的组织或项目的微信公众号；
3. 有经认证的组织或项目的微博账号；
4. 视频号（如抖音、快手、哔哩哔哩、微信视频等）；
5. 定期发布的简报、年报；
6. 有合作的的公众媒体渠道；
7. 其他经过备案的平台或新媒体账号。

可运用以下一种或多种传播方式宣传项目，包括但不限于：

1. 文字材料，新闻稿、文章等；
2. 电子材料，照片、语音、视频等；
3. 活动，沙龙、展览、讲座、演出等。

宣传内容应真实、合法、合规，严禁虚假宣传和误导性信息。

宣传推广项目时，宜根据传播对象、内容，有针对性的选择渠道、方式，并制定推进计划。

* + - 1. 传播成效

宜定期对项目传播成效进行自我评价，评价内容包括但不限于：

1. 网站或网页点击率与希望达成的目标一致；
2. 微信公众号关注量与希望达成的目标一致；
3. 相关推文点击率与希望达成的目标一致；
4. 活动报名响应度（含人数、时间等）与希望达成的目标一致；
5. 志愿者参与的响应度与希望达成的目标一致；
6. 捐款响应度与希望达成的目标一致；
7. 项目所涉及的社会问题或服务策略得到后续关注，与希望达成的目标一致。
   * 1. 可持续发展
        1. 使命、理念

组织应明确项目的使命，并保持与本组织的使命一致。

项目和组织应遵守“以人为本”的理念，对生态无害，对环境友好。

* + - 1. 项目团队

组织应保障项目团队的稳定，并通过不断吸引人才加入，为项目团队注入活力。

组织应在项目团队成员定期培训中强调本组织和本项目的使命、价值观，培养项目团队成员的协同合作能力。

* + - 1. 资助方

项目应有稳定的资助方，资助方类型宜比较多元，包括但不限于：政府、事业单位、基金会、其他社会组织、服务对象或个人、企业、学校等。

* + - 1. 创新研发

应制定项目创新研发投入计划，持续性投入人力、财力、物力等，用于创新和项目提升。

应对项目的创新研发投入资金进行管理，创新研发投入资金应为本组织积累的非限定性经费（或管理经费），可通过专门筹款（不是常态性政府购买服务或基金会资助项目）获得。

应对项目的创新研发投入人力成本进行管理，创新研发投入人力成本应扣减获得政府购买服务或基金会资助项目中的人力成本。

应对项目的创新研发投入物力进行管理，创新研发投入物力应为已扣减获得政府购买服务或基金会资助项目的物料。

应定期对项目创新成果进行自我评价，并确保创新成果的效果。

* + 1. 社会责任和信用
       1. 社会信用

组织应年检合格，无不良信用记录，不发生违纪违法行为。

组织宜获得3A级或以上的社会组织等级评估。

* + - 1. 公开透明

应建立信息披露机制，公开透明组织和项目的情况，包括但不限于：

1. 定期或不定期发布本组织的年报，并通过印刷或电子版提供给利益相关方；
2. 定期或不定期发布项目的报告（如年报、季报、月报），并通过印刷或电子版提供给利益相关方；
3. 通过本组织网站或微信公众号等渠道发布项目的进展。
   * + 1. 附加价值

应关注项目的附加价值，即既定目标和绩效评价指标以外的成效性成果，并避免项目造成负面影响。

* + 1. 品牌影响力
       1. 需求回应

应持续跟进项目成效，包括但不限于对服务对象的影响、对解决社会问题的影响等。

应保证项目的持续实施。

* + - 1. 满意度

应定期开展对满意度测评，测评对象宜包括但不限于以下利益相关方：

1. 服务对象；
2. 购买方、资助方（政府、企业、基金会等）；
3. 项目志愿者；
4. 项目团队；
5. 外部专家顾问。
   * + 1. 美誉度

应关注政府组织的各项活动和评选表彰，积极报名参加，通过开展公益活动、参与社会热点问题讨论等方式，提升组织的社会形象和知名度，争取组织、项目、项目团队、团队成员等获得正面评价，包括但不限于：

1. 组织、项目、项目团队、团队成员获得市级或以上表彰；
2. 组织或项目（含项目团队）获得媒体报道；
3. 与利益相关方合作良好，获得利益相关方的评奖、锦旗等。
   * + 1. 推广度

应关注项目推广度，通过培训自身项目团队、开展加盟合作等方式，不断推广新业务模式，增加项目服务对象，扩展项目覆盖范围。

* 1. 品牌项目评估
     1. 品牌项目评估的必要性

社会组织品牌项目可通过运用科学、合理的评估体系进行评估，以确认和提升项目的品牌影响力。

* + 1. 品牌项目评估的内容

品牌项目评估指标体系见附录A。

* + 1. 品牌项目评估主体

品牌项目评估应由政府行政主管部门主导开展，或通过政府采购程序委托具备资质的第三方机构开展。评估所需数据由被评估方自主提供。评估主体应对评估过程和结果的公正性、保密性负责。

* + 1. 品牌项目评估结果应用

品牌项目评估结果应在政府行政主管部门指定渠道进行公示，评估结果可用于对项目的宣传推广，以及结合实际情景使用。

2. （规范性）  
   社会组织品牌项目评估指标体系

社会组织品牌项目评估指标体系分为三级，其中一级指标5个，二级指标 18个，三级指标41个，总分为100分，见表A.1。

* 1. 社会组织品牌项目评估指标体系

| 一级指标 | 二级指标 | 三级指标 | 分值 | 评估内容 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 品牌管理  （33分） | 品牌要素  （24分） | 建立不同层次的项目目标 | 3 | 1. 有项目目标，得1分 2. 目标与组织的使命、愿景契合，得1分 3. 层次清晰，有长期、中期、短期目标，得1分 |
| 服务需求调研与分析 | 2 | 1. 有服务需求调研与分析，得1分 2. 有需求跟踪和反馈，得1分 |
| 有具体的实施计划和团队，按计划推进 | 3 | 1. 有项目实施计划，得1分 2. 有项目管理团队，职责分工明确，得1分 3. 按计划推进，得1分 |
| 制定管理体系或管理制度 | 5 | 体系或管理制度完善，最多得5分   1. 人力资源管理制度，得1分； 2. 项目财务管理制度，得1分； 3. 利益相关方管理制度，得1分； 4. 项目服务管理制度，得1分； 5. 风险管理制度，得1分； 6. 其他相关管理制度，得1分。 |
| 管理体系或管理制度实施 | 1 | 有定期进行内部检查和评估记录，得1分 |
| 绩效考核、监测和评估 | 3 | 1. 有绩效考核制度，得1分 2. 明确项目产出，量化指标，得1分 3. 建立项目监测和评估机制，形成记录，得1分 |
| 档案相关材料 | 3 | 1. 有建立档案管理制度，得1分 2. 档案完整、分类明确，得1分 3. 档案有定期检查和更新，得1分 |
| 项目名称、标识体系、注册商标、专利 | 4 | 1. 有项目名称，得1分 2. 有项目标识，得1分 3. 有注册商标，得1分 4. 有专利，得1分 |
| 品牌战略  （5分） | 品牌战略规划和实施策略 | 5 | 1. 有建立品牌战略规划，订立各个阶段目标、成效指标等，得1分 2. 订立各个阶段的评估评价标准，得1分 3. 包含创新战略，运用新技术新模式进行融合创新，促进服务提升的具体实施路径，得1分 4. 明确专人（或专门团队）负责推动，得1分 5. 明确不断优化品牌战略的目标和举措，得1分 |
| 对标情况（4分） | 参照相关国家标准、行业标准、地方标准或团体标准实施与管理 | 1 | 有参照相关标准执行，得1分 |
| 参与标准制修订 | 3 | 组织主导或参与相关标准，国家标准得3分、行业标准得2分，地方标准或团体标准得1分 |
| 品牌传播  （20分） | 品牌联想  （5分） | 与社会组织紧密相关，提及项目或社会组织时，会联想社会或组织项目 | 1 | 项目与社会组织联系紧密，得1分 |
| 对社会问题的解决或公益理念的传播具有倡导作用 | 1 | 积极倡导作用佐证材料，得1分 |
| 推动了相关政策的出台 | 1 | 推动政策出台佐证材料，得1分 |
| 推动了同类型社会问题的解决 | 1 | 推动解决同类型社会问题佐证材料，得1分1 |
| 传播策略  （10分） | 专人负责项目的宣传推广 | 1 | 有专门宣传推广人员，得1分 |
| 有明确的传播对象 | 1 | 有明确的传播对象，得1分 |
| 一种或多种渠道宣传项目 | 3 | 有备案的网站；有经认证的组织或项目的微信公众号；有经认证的组织或项目的微博账号、视频号（如抖音、快手、哔哩哔哩等）；定期发布的简报、年报；有合作的的公众媒体渠道；其他；每项1分，总分3分 |
| 传播方式多样 | 3 | 文字材料；影响（照片、语音、视频等）；活动（沙龙、展览、讲座、演出等）；其他；每项1分，总分3分 |
| 根据对象、内容，有针对性的选择渠道、方式，并制定推进计划 | 2 | 1. 有制定推进计划，得1分 2. 推进计划有效实施，得1分 |
| 传播成效  （5分） | 确保项目传播的成效 | 5 | 网站或网页点击率与希望达成的目标一致；微信公众号关注量与希望达成的目标一致；相关推文点击率与希望达成的目标一致；活动报名响应度（含人数、时间等）与希望达成的目标一致；志愿者参与的响应度与希望达成的目标一致；捐款响应度与希望达成的目标一致；项目所涉及的社会问题或服务策略得到后续关注，与希望达成的目标一致。每项1分，总分5分 |
| 可持续发展  （18分） | 使命、理念 | 使命一致性 | 1 | 项目的使命应与本组织的使命一致，得1分 |
| “以人为本”理念 | 1 | 项目和组织应遵守“以人为本”的理念，对生态无害，对环境友好，得1分 |
| 项目团队 | 项目团队稳定成长 | 3 | 1. 项目团队成员应认同本组织和本项目的使命、价值观，得1分 2. 项目团队应较为稳定，能够互相协同，合作进步，得1分 3. 项目团队应能注入源源活力，不断吸引人才加入，得1分 |
| 资助方 | 资助方多元化 | 3 | 1. 项目应有稳定的资助方，得1分 2. 项目的资助方类型应比较多元，包括政府、事业单位、基金会、其他社会组织、服务对象或个人、企业、学校等。包括4类及以下得1分，5类及以上得2分 |
| 研发投入  （6分） | 制定项目创新研发投入计划，持续性投入 | 2 | 1. 有项目创新研发投入计划，得1分 2. 近3年研发投入证明，得1分 |
| 项目创新研发投入资金 | 2 | 1. 为本组织积累的非限定性经费（或管理经费），得1分 2. 有进行专门筹款及证明材料，得1分 |
| 项目创新研发投入人力 | 1 | 为已扣减获得政府购买服务或基金会资助项目中的人力成本，得1分 |
| 项目创新研发投入物力 | 1 | 为已扣减获得政府购买服务或基金会资助项目的物料，得1分 |
| 创新成果  （4分） | 对项目创新成果进行自我评价，确保创新成果效果 | 4 | 1. 项目创新成果进行自我评价，得1分 2. 创新成果效果证明材料，每项创新成果得1分，总分3分 |
| 社会责任和信用  （13分） | 社会信用  （6分） | 3年内（成立未满3年的，按登记之日起计算）年检合格，无不良信用记录，未发生过严重违纪违法行为 | 3 | 1. 年检合格，得1分 2. 无不良信用记录，得1分 3. 未发生过严重违纪违法行为，得1分 |
| 获得3A级或以上的社会组织等级评估 | 3 | 1. 获得3A级，得1分 2. 获得4A级，得2分 3. 获得5A级，得3分 |
| 公开透明  （4分） | 建立信息披露机制，公开透明组织和项目的情况 | 4 | 1. 建立信息披露机制，得1分 2. 定期或不定期发布本组织的年报，并通过印刷或电子版提供给利益相关方，得1分 3. 定期或不定期发布项目的报告（如年报、季报、月报），并通过印刷或电子版提供给利益相关方，得1分 4. 通过本组织网站或微信公众号等渠道发布项目的进展，得1分 |
| 附加价值  （3分） | 负面影响 | 1 | 项目实施以来，未造成负面影响，得1分 |
| 额外成效 | 2 | 项目实施以来，取得了既定目标和绩效评价指标以外的成效性成果，每有1项得1分，总分2分 |
| 品牌影响力  （16分） | 需求回应  （4分） | 成效体现 | 3 | 1. 对服务对象的影响较大，得1分 2. 对解决社会问题的影响较大，得1分 3. 其它成效，根据实际酌情得1分 |
| 项目实施持续性 | 1 | 项目已实施两年及以上，得1分 |
| 满意度  （3分） | 利益相关方对项目服务成效的反馈，开展满意度测评 | 3 | 1. 有开展满意度测评，得1分 2. 测评对象包括服务对象及其家人、购买、资助方（政府、企业基金会等）、项目志愿者、项目团队、外部专家顾问、落地社区、其他中的4类及以下得1分，5类及以上得2分 |
| 美誉度  （6分） | 奖项 | 3 | 1. 近3年，获得市级表彰，得1分 2. 近3年，获得省级表彰，得2分 3. 近3年，获得国家级表彰，得3分 |
| 媒体报道 | 2 | 近3年，组织或项目（含项目团队）获得媒体报道，4篇及以下得2分，5篇及以上得2分 |
| 利益相关方赞许 | 1 | 与利益相关方合作良好，获得利益相关方的评奖、锦旗等，得1分 |
| 推广度  （3分） | 推广度评价 | 3 | 1. 议题具有普遍性，不只适合某类特殊人群或涉及面有限的社会问题，得1分 2. 业务推广团队包括组织自身和加盟方，得1分 3. 新增新业务模式，增加项目服务对象，扩展项目覆盖范围，得1分 |

1