

DB 3302

浙江省宁波市地方标准

DB3302/T 1115—XXXX
代替 DB3302/T 1115—2020

品牌指导服务站星级评价规范

Evaluation for star-rated brand guidance service station

征求意见稿

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

宁波市市场监督管理局 发布

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。

本文件代替DB3302/T 1115—2020《品牌指导服务站星级评价规范》，与DB3302/T 1115—2020相比，除结构和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- 删除了总则（见2020年版的第4章）；
- 删除了基本要求（见2020年版的第5章）；
- 增加了“评价指标体系框架”（见4.1）；
- 增加了“评价指标的设立”，将2020年版的有关内容更改后纳入（见4.2，2020年版的第6章）；
- 删除了评价方法（见2020年版的第7章）；
- 增加了“评价指标取值规则”，将2020年版的有关内容更改后纳入（见第5章，2020年版的6.3、第7章）；
- 删除了品牌服务站评级总分中基本分值与加分分值的分布（见6.1，2020年版的8.1）；
- 更改了参与星级评价服务站的基本要求（见6.2，2020年版的5.2、5.3）；
- 更改了基础条件评价表中“组织建设”、“经费保障”与“办公场所”等指标的评价内容及评价方法指标分值（见表A.1，2020年版本的表A.1）；
- 更改了内务管理评价表中“制度建设”和“档案管理”指标的评价内容及评价方法指标分值（见表B.1，2020年版本的表B.1）；
- 更改了工作实效评价表，将行政共建型与产业集群型、平台叠加型的品牌服务站工作实效评价表整合；更改了表中“咨询指导”、“宣传推广”、“实务讲座”、“提供服务”、“育牌成效”等指标的评价内容及评级方法指标分值（见表C.1，2020年版本的表C.1、表C.2）；
- 更改了社会影响评价表中“公益活动”、“社会影响力”、“工作创新”等指标的评价内容及评级方法和指标分值（见表D.1，2020年版本的表D.1）。

本文件由宁波市市场监督管理局提出、归口并组织实施。

本文件起草单位：宁波市标准化研究院。

本文件主要起草人：

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况：

- 2020年首次发布为DB3302/T 1115—2020；
- 本次为第一次修订。

品牌指导服务站星级评价规范

1 范围

本文件确立了品牌指导服务站（以下简称“服务站”）星级评价指标体系，规定了评价指标的取值规则，描述了评价结果形成规则。

本文件适用于服务站星级评价活动的开展。

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，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。

DB33/T 2296 品牌指导服务站建设规范

3 术语和定义

DB33/T 2296 界定的术语和定义适用于本文件。

4 评价指标体系

4.1 评价指标体系框架

星级评价指标体系由三个层级的评价指标构成（见图1）。其中，一级评价指标 2 个、二级评价指标 4 个，三级评价指标 14 个。

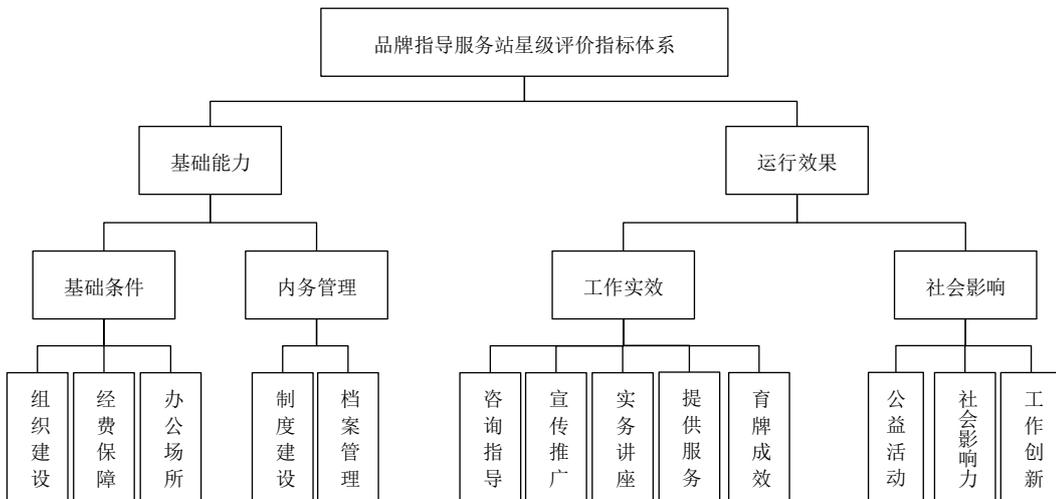


图1 服务站星级评价指标体系框架

4.2 评价指标的设立

一级评价指标由构成服务站基本要素划分而来，包括基本能力和运行效果。

二级指标由表征每个一级评价指标的指标构成，对于基本能力，主要反映服务站设立及基本运行状况，包括基础条件、内务管理等 2 个二级指标；对于运行效果，主要反映服务站所开展的品牌活动情况，包括工作实效、社会影响等 2 个二级指标。

三级评价指标是直接取值的指标，由衡量二级评价指标的指标构成。

5 评价指标取值规则

通过材料核审、实地评估、台账查阅（包括电子数据）等，运用统计数据法、证据判断法、量表法、主观赋值法等进行指标赋值。

开展评价时：

- 基础能力中的基础条件、内务管理按表 A.1、表 B.1 的规定取值；
- 运行效果中的工作实效、社会影响按表 C.1、表 D.1 的规定取值。

6 评价分级

6.1 服务站星级评价总分为 100 分。

6.2 服务站满足以下要求时，予以星级评价：

- a) 自愿建站，且正常运行 1 年以上；
- b) 无有效投诉或重大不良记录等负面情况。

6.3 评价结果按实际评价得分情况划分为：

- a) 五星级：总分 ≥ 80 分；
- b) 四星级：75 分 \leq 总分 < 80 分；
- c) 五星级：70 分 \leq 总分 < 75 分。

附录 A
(规范性)
基础条件评价表

服务站基础条件评价内容及方法见表A.1，表中有“#”标记的为加分项。

表A.1 基础条件评价表

序号	三级指标	评价内容及评价方法	分值	得分
1	组织建设 (4分)	组织架构合理，工作职责明确	0.5	
		#有本辖区（本行业）品牌建设和知识产权相关中长期规划 ^a 并获地方政府、行业主管部门领导认可	2	
		有品牌建设和知识产权相关扶持政策 ^a 或措施	1	
		#配有专职人员 ^b	0.5	
2	经费保障 (1.5分)	#承建单位保障年工作经费不少于5万元	0.5	
		有专项经费支出用于品牌和知识产权指导服务 ^c	1	
3	办公场所 (4分)	标牌、上墙信息等悬挂规范，内容包括服务项目、流程、时间以及投诉电话等	1	
		功能布局合理，整洁卫生，服务资源（如电脑、网络、电话等）满足工作需要	1	
		#选址便于到达，建筑主体外或周边有显著位置标识或引导标识	1	
		#设置宣传（科普）展示空间 ^d	1	
注：各类会议、活动需有相关通知、现场照片、纪要、签到等印证材料。				
^a 规划、政策应为原创，并有效执行。 ^b 专职人员可通过外包服务的形式聘请 ^c 资助经费需专项用于品牌和知识产权工作支出。 ^d 展示空间可包括厅、墙、专栏等，也可与其他空间功能公用。				

附 录 B
(规范性)
内务管理评价表

服务站内务管理评价内容及方法见表B.1，表中有“#”标记的为加分项。

表B.1 内务管理评价表

序号	三级指标	评价内容及评价方法	标准分	得分
1	制度建设 (1.5分)	品牌建设和知识产权相关工作纳入承建单位年度目标管理考核范畴	0.5	
		有内部议事规则或制度，站主要领导参加本站内部工作会议	0.5	
		建立服务质量管理制	0.5	
2	档案管理 (2分)	建立工作台账，有年度工作总结	1	
		向品牌工作平台上传基本信息和工作动态 ^a	1	
^a 上传内容、时间及要求由品牌工作平台规定。				

附录 C
(规范性)
工作实效评价表

服务站工作实效评价内容及方法见表C.1，表中有“#”标记的为加分项。

表C.1 工作实效评价表

序号	三级指标	评价内容及评价方法	指标分	得分
1	咨询指导 (3分)	为市场主体提供现场咨询和品牌建设指导，发放品牌指导服务文书 ^a ，做好服务日志或记录	0.5	
		为市场主体提供咨询指导服务，行政共建型每月不少于2次，产业集群型与平台叠加型每周不少于1次	0.5	
		通过咨询实现事务处理、资源对接的数量，行政共建型不少于10次，产业集群型与平台叠加型不少于15次	2	
2	宣传推广 (10分)	向公众进行普及宣传，宣传成果被肯定，其中国家级1.5分/次、省级1分/次、市级0.5分/次、县区级0.2分/次 ^b	2	
		#编发工作专刊、专(题)栏或视频等 ^c	2	
		#在自媒体账号(公众号、抖音、小红书等)中发布、分享相关动态信息，每月不少于1条	1	
		留存和展示品牌活动、指导服务案例等信息	2	
		#在品牌工作平台提交的企业品牌和知识产权建设、品牌故事等被采用或分享到首页，每采用一条加0.5分 ^d	3	
3	实务讲座 (10分)	组织品牌和知识产权相关培训达4次及以上，其中“你点我讲”不少于2次 ^e ，专家库专家授课，每次计2分；自请专家授课，每次计1分	8	
		向品牌工作平台上传分享实务讲座相关信息，每次信息上传并分享加0.5分 ^f	2	
4	提供服务 (18分)	市场主体品牌需求信息登记完整，处理结果有反馈，未满足20件扣0.5分 ^g	2	
		提供维权对接等服务，切实帮助市场主体品牌维权，帮扶企业一次计1分	2	
		#指导市场主体实施ISO 56005	3	
		建立日常服务企业或重点培育企业“一企一档”，信息完整、时效性强	2	
		建立市场主体信息联络渠道 ^h ，信息推送及时有效，氛围好。计数企业数成员需逾100人，每少10人扣0.5分	2	
		根据商标预警信息，有效推送率 $\geq 80\%$ ⁱ	2	
		为政府关注的重大课题、项目提供技术支持，包含但不限于数据统计、分析。	5	
5	育牌成效 (32分)	#成功培育国家知识产权示范企业、优势企业，新增国家知识产权示范企业一家加2分，新增优势企业一家加1分	3	
		成功促成市场主体签订知识产权保险合同、完成知识产权质押登记，不少于6家(含本数)的得3分，每增加3家加1分	5	
		成功促成市场主体完成专利权转让登记、专利实施许可合同备案、专利开放许可声明等，不少于6家(含本数)的得3分，每增加3家加1分	5	
		国家专利产品备案每年新增不少于20个	3	
		#成功推动产品被认定为专利密集型产品，每新增1件加1分	2	
		市场主体注册商标年增长率 $\geq 3\%$ ^j ，发明专利正增长	2	
		#市场主体有马德里商标申请注册、PCT国际专利申请等 ^k	2	
		指导企业申报专利奖等并取得荣誉 ^l ，每成功创牌国家级荣誉一次加3分，省级荣	3	

序号	三级指标	评价内容及评价方法	指标分	得分
		誉一次加2分，市级荣誉一次加1分，区（县市）荣誉一次0.5分		
		#成功指导组建区域产业知识产权联盟	3	
		指导产业知识产权联盟、产业运营中心等绩效考核良好及以上	2	
		#成功助推驰名商标申报及地理标志商标（产品）、区域公用品牌、集体（证明）商标注册申请	2	
<p>注1：服务均需要留存相应记录或凭证。</p> <p>注2：育牌成效需提供证书等文件化信息佐证。</p>				
<p>^a 品牌指导服务文书见附录 E（指导八书）；</p> <p>^b 系原创且涉及本辖区市场主体当年度品牌和知识产权运用促进相关工作，同一内容只允许一次加分；同一事件多家媒体宣传，取最高级别分值；</p> <p>^c 编发专刊需有服务站署名，且内容以品牌和知识产权运用促进相关工作为主；</p> <p>^d 数据可从品牌工作平台上获取；</p> <p>^e “你点我讲”应聘用品牌工作平台专家库专家授课，其他培训可自请专家授课；</p> <p>^f 数据可从品牌工作平台上获取；</p> <p>^g 建立电子档案，包括时间、受理人员、事件内容、进展、办结或反馈内容；</p> <p>^h 包括微信群、微信公众号、微博、QQ 群、APP 等；</p> <p>ⁱ 有效推送率=信息反馈的市场主体数量/应推送的预警信息市场主体数量。没有预警的，可不推送；</p> <p>^j 增长率数据从品牌工作平台上获取；</p> <p>^k 仅评价以制造企业为主要服务对象的服务站；</p> <p>^l 奖项范围由当年度考核细则确定，包括但不限于老字号、精品金奖、守重企业、知识产权奖、政府质量奖、农产品区域公用品牌最具影响力品牌等，同一项目得奖按就高原则得分，不重复计分。</p>				

附录 D
(规范性)
社会影响评价表

品牌指导服务站社会影响评价见表D.1，表中有“#”标记的为加分项。

表D.1 社会影响评价表

序号	二级指标	评价内容及评价方法	指标分	得分
1	公益活动 (10分)	组织开展品牌和知识产权公益服务活动 ^a	2	
		组织开展重点企业免费品牌体检活动不少于2次 ^b	2	
		承办知识产权转化等相关活动不少于2次 ^c	6	
2	社会影响力 (2分)	服务综合满意度90%以上 ^d	2	
3	工作创新 (2分)	#指导站工作有创新、有特色，经验做法可借鉴复制	2	
注： 各类活动、经验总结等需提供证书等文件化信息佐证。				
^a 包括各类志愿活动，国家级1.5分/次、省级1分/次、市级0.5分/次、其他0.2分/次； ^b 品牌体检内容见附F，服务站可自行组织开展； ^c 应明确活动主题、时间、承办单位，参与单位不少于20家； ^d 满意度调查一般采用抽样问卷或随机电话方式，随机抽样量不少于服务对象的5%且不少于10家，满意度调查内容见附录G。				

附 录 E
(资料性)
品牌指导服务文书

E.1 概述

本附录给出了以下品牌指导服务文书：

- 品牌申报建议书，见 E.2；
- 商标注册建议书，见 E.3；
- 商标续展/变更/转让/使用许可申请指导书，见 E.4；
- 商标规范使用指导书，见 E.5；
- 知识产权维权指导书，见 E.6；
- 知识产权质押融资指导书，见 E.7；
- 专利申请建议书，见 E.8；
- 专利信息变更/转让/许可使用申请指导书，见 E.9。

E.2 品牌申报建议书

编号

_____:

实施品牌战略，积极开展创牌工作，是企业品牌建设的重要组成部分，也是企业实现转型升级、寻找新增长点的重要途径。

你单位近几年主要经济指标、品牌创建时间等相关条件基本符合申报

- 驰名商标
- 省级“品字标”
- 市级守重企业
- 高新技术企业
- 质量认证
- 其他
- 知识产权示范优势企业
- 省级守重企业
- 市级信用示范企业
- ISO56005创新管理体系认证
- 市长质量奖

如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话 _____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到争创_____申报建议书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

电话

经办人

手机

年 月 日

E.4 商标续展/变更/转让/使用许可申请指导书

编号

_____:

根据《中华人民共和国商标法》的规定，商标申请人需及时地对注册商标进行合理的专用权管理，并缴纳相应的费用，使注册商标可以有效使用。目前你单位_____商品(或服务)尚未办理

商标续展 商标变更 商标转让 商标使用许可备案申请，不利于企业品牌、知识产权建设和市场竞争力的提高。为此，建议你单位对该商标办理相关申请。

具体可以到国家知识产权局商标局宁波商标受理窗口（宁波国家高新区甬江大道2660号新材料（国际）创新中心A区A5幢知识产权大厦一楼大厅，咨询电话：0574-87976971、87976972、87976973）办理申请手续，也可以自行网上办理申请，或委托相应的商标代理机构办理。

如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话_____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到商标续展商标变更商标转让商标使用许可备案申请指导书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

经办人

电话

手机

年 月 日

E.5 商标规范使用指导书

编号

_____:

根据商标法律法规的规定，商标应当规范使用，具体包括：一是商标使用的主体须合法；二是使用的商标须合法；三是使用商标的商品或服务项目名称、范围须合法。否则，都将构成商标不规范使用行为。

商标不规范使用的类型包括：

（一）使用商标的主体不合法：1、企业进行分立、合并、转制或更名等形态变化时，其商标主体已经相应发生变化，却没有办理转让或更名手续的行为；2、企业形态没有发生变化，却自行改变了商标注册人的名义的行为；3、自行将注册的商标转让给他人并以他人名义进行使用的行为；4、商标许可使用不当行为，许可他人使用注册的商标未签订使用许可合同或者使用许可合同未报国家商标局备案。

（二）使用的商标不合法：1、自行改变注册商标文字、图形、颜色或其组合，但仍然加注注册商标标识的行为；2、商标注册有效期满，原注册人没有申请续展仍然继续使用并加注注册商标标识的行为；3、广告宣传中商标使用不当。如在广告语中，使用他人的商标抬高自己商标的知名度或者以自己的商标贬抑他人商标的行为；4、未注册商标擅自使用“注册商标”字样或注册标记；5、连续三年停止使用该注册商标；

（三）使用商标的商品或服务项目名称、范围不合法：1、超出核定使用的商品或服务范围使用其注册商标并仍然加注注册标记的行为；2、服务商标使用不当的行为；3、擅自改变核定使用的商标或服务项目名称，或者实际使用的商品名称模糊、概念含混；4、共存商标使用不当行为；5、反向假冒行为。商标不规范使用的法律后果包括：一是构成商标一般违法行为；二是构成冒充注册商标行为；三是构成商标侵权行为等。

商标不规范使用应当依法承担不利后果：轻者，受到行政执法部门的行政处罚，甚至导致商标专用权的丧失；重者，上述行为一旦构成侵权，不仅要承担行政责任，还要承担民事乃至刑事责任。

请对照问题认真整改，如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话_____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到商标规范使用指导书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

电话

经办人

手机

年 月 日

E.6 知识产权维权指导书

编号

_____:

企业在维权工作中，要善于运用法律武器，深入了解《商标法》、《专利法》、《反不正当竞争法》、《商标法实施条例》、《驰名商标认定和保护规定》、《知识产权海关保护条例》、最高人民法院和最高人民检察院《关于办理侵犯知识产权刑事案件具体应用法律若干问题的解释》等法律法规和规范性文件的规定，主动与市场监管、海关、公安、检察、法院等行政机关、司法机关配合、沟通，形成合力，共同打击侵犯知识产权专用权违法犯罪行为。

1. 做好相关证据的收集和提供：

(1) 权利人或利害关系人根据具体案件侵犯客体的不同，在投诉时应提供其相关专用权属证明材料或者知名商品特有的名称、包装、装潢专用权属证明材料（商标注册证、营业执照或身份证、商标权利人的使用证明等）。(2) 权利人或利害关系人应提供侵权的证据，证据可以是侵权产品说明书、实物、照片、包装袋、印刷品等等，提供实物的应提供实物来源，如购买侵权产品的地点、侵权产品的价格、销售人的名称等事项。应索取购物清单、发票等，并在购物单据、发票上注明侵权产品名称。对网上证据建议事先请公证机关固定证据。(3) 提供境外材料应当说明来源。企业提供的境外材料必须经所在国公证机关证明，并经中华人民共和国驻该国使领馆认证，或者履行中华人民共和国与证据所在国订立的有关条约中规定的证明手续。

2. 制作并提交投诉书：

投诉书的制作要注意将事实和请求结合在一起，写明侵权事实及应适用的具体法律条款，并将相关证据作为投诉书附件，以便工商等机关在调查核实的基础上迅速认定和处理。

3. 协助办案单位鉴别涉案物品真伪：

企业作为假冒物品的鉴定者，有义务协助办案单位指证侵权物品，对查获的涉案物品真伪进行鉴定，依法出具鉴定意见，为侵权事实的认定提供有力证据。

为切实保护你单位合法权益，一旦发现有假冒、仿冒或者其他侵害知识产权行为时，可及时与我们联系，我们将协助市场监管等部门依照有关法律、法规协同开展维权工作。

如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话 _____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到申请知识产权维权指导书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

电话

经办人

手机

年 月 日

E.7 知识产权质押融资指导书

编号

_____:

知识产权质押融资是指企业以合法拥有的知识产权(含:专利权、商标权等)经评估作为质押物从银行获得贷款的一种融资方式。一般来说,以知识产权做担保申请银行贷款,需要经过银行认可的中介评估机构对知识产权的价值、资质进行评估和审核,然后再到相关主管部门进行质押登记,最后,银行将根据知识产权评估价值以一定的比例向企业发放贷款。

中小企业融资难,是一个共性问题,也是一个长期问题。知识产权质押融资或许可以一解燃眉之急。

市场监管部门将对需要知识产权质押融资的企业提供有关法律、法规方面的服务,我们也愿全程跟踪帮助办理有关知识产权质押登记手续。

具体可以到国家知识产权局商标局宁波商标受理窗口(宁波国家高新区甬江大道2660号新材料(国际)创新中心A区A5幢知识产权大厦一楼大厅,咨询电话:0574-87976971、87976972、87976973)办理申请手续。

如需进一步咨询服务,请联系本品牌指导服务站:

联系人:_____联系电话_____

指导服务单位:

年 月 日

编号

我单位已收到知识产权质押融资指导书,会认真处理。

收文单位(盖章或签字)

法定代表人

经办人

电话

手机

年 月 日

E.8 专利申请建议书

编号

_____：
 根据《中华人民共和国专利法》和其他国家或者组织的相关法律规定，未申请专利的技术产品不具备专利权，不受相应法律保护。目前你单位在_____技术产品尚未申请专利

发明专利 实用新型专利 外观设计
国际专利

容易发生知识产权侵权纠纷等问题，而且不利于企业品牌、知识产权建设和市场竞争力的提高。为此，建议你单位申请发明专利实用新型专利外观设计国际专利。

具体可以到国家知识产权局官网自行网上办理申请，或委托国家认可的专利代理机构办理。

如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话_____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到发明专利实用新型专利外观设计国际专利申请建议书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

经办人

电话

手机

年 月 日

E.9 专利信息变更/转让/许可使用申请指导书

编号

_____：
根据《中华人民共和国专利法》的规定，专利申请人需及时地对授权专利进行合理的专用权管理，并缴纳相应的费用，确保专利权有效。目前你单位_____技术产品尚未办理

专利著录项信息变更 专利转让 专利许可使用备案申请，不利于企业品牌、知识产权建设和市场竞争力的提高。为此，建议你单位对该专利技术办理相关申请。

具体可以到国家知识产权局官网自行网上办理申请，或委托相应的专利代理机构办理。

如需进一步咨询服务，请联系本品牌指导服务站：

联系人：_____ 联系电话_____

指导服务单位：

年 月 日

编号

我单位已收到专利著录项信息变更专利转让专利许可使用备案申请指导书，会认真处理。

收文单位（盖章或签字）

法定代表人

经办人

电话

手机

年 月 日

附录 F
(资料性)
品牌体检

F.1 品牌体检申请表

企业品牌体检申请表见表F.1。

表F.1 品牌体检申请表

企业名称		企业注册号	
企业联系地址		邮政编码	
联系人		联系电话	
关联企业名单	(用于检索申请人名下所有的相关商标)		
企业发展规划	(主要描写：1、企业未来拟涉足行业领域；2、企业未来的目标市场)		
企业商标 境内、境外已注册商标	(主要介绍：企业境内、境外已注册商标的国别、名称、类别、注册号等)		
企业商标 境内、境外已申请商标	(主要介绍：企业境内、境外已申请商标的国别、名称、类别、注册号等)		
企业品牌维权情况	(主要介绍：有无商标维权、行政投诉记录以及涉假冒侵权情况等)		
相关主管部门意见	(盖章) 年 月 日		
备注			

F.2 品牌体检报告

品牌体检报告包括企业基本情况、针对基本情况的说明和后果表述、后续管理建议。其中：

- a) 企业基本情况主要包括：
- 1) 商标现状：商标件数，是否有国际注册，是否已到有效期等；
 - 2) 专利及其他知识产权情况；
 - 3) 使用情况：可强调商标规范使用相关内容；
 - 4) 侵权及维权情况。
- b) 后续管理建议的主要内容包括：
- 1) 商标及相关知识产权“确权”方面；
 - 2) 企业使用知识产权应注意问题；
 - 3) 创牌的途径；
 - 4) 如何进行权益保护。

附 录 G
(资料性)
服务综合满意度调查问卷表

您好！

这是专门为您设计的一份简单的调查问卷，目的是了解品牌指导服务工作状况和质量水平，改进工作。在此，我们提出一些问题，请您根据亲身感受，在每一个问题的五个答案中选择一个答案打“√”，实事求是地反映出您的看法。

填写此表，是不记名的，我们将负责为您保密，请不要有任何顾虑。

1、您在接受服务期间对指导站总的印象如何？

a)很好 b)较好 c)一般 d)较差 e)很差

2、您对接待工作或电话回应是否满意？

a)满意 b)较满意 c)一般 d)不太满意 e)不满意

3、您进入指导站时，服务人员接待的态度如何？

a)热情 b)较热情 c)一般 d)较冷淡 e)冷淡

4、服务人员是否详细地向您介绍或提醒过您可以享有的权益和注意事项？

a)详细 b)较详细 c)一般 d)不详细 e)没有

5、您的合理需求是否能得到足够满足？

a)能 b)基本能 c)一般 d)不太能 e)不能

6、您认为提供的服务是否方便、快捷？

a)很方便 b)较方便 c)一般 d)不太方便 e)不方便

7、如果您对服务有意见或有投诉，怎样解决您了解吗？

a)很清楚 b)清楚 c)一般 d)不太清楚 e)不清楚

8、您对服务完成质量、及时性满意吗？

a)满意 b)较满意 c)一般 d)不太满意 e)不满意

您对品牌指导服务工作的其他宝贵意见建议
