

中国科技产业化促进会团体标准

T/CSPSTC 1—2017

企业创新影响力评价体系

Evaluation systems for enterprise innovation influence

2017-11-01 发布

2017-12-15 实施



中国科技产业化促进会 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 总则	1
4.1 评价原则	1
4.2 评价声明	2
4.3 评价对象的界定	2
4.4 评价信息的来源	2
4.5 评价人员的要求	2
5 评价体系	2
5.1 一般要求	2
5.2 企业技术创新影响力指数	4
5.3 企业品牌创新影响力指数	6
5.4 企业经营创新影响力指数	7
6 评价模型	8
6.1 创新影响力单项指数计算模型	8
6.2 创新影响力分类指数计算模型	9
6.3 创新影响力综合指数计算模型	9
7 评价方法	9
7.1 评价总体要求	9
7.2 评价程序	9
7.3 评价报告	10
8 评价结果	10
8.1 创新影响力指数	10
8.2 创新影响力等级	10
附录 A (资料性附录) 企业创新影响力评价报告样式	11

企业创新影响力评价体系

1 范围

本标准规定了企业创新影响力评价应遵循的评价原则、指标体系、指标说明和评价方法。

本标准适用于各类行业和各种规模的企业创新影响力评价,并为企业形成、保持和提升创新影响力提供参考。

2 规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件,仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 19011—2013 管理体系审核指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

企业创新影响力 **enterprise innovation influence**

企业在产品技术、品牌塑造、经营管理、文化凝练、社会责任展现等方面进行创新活动实践,并在此过程中实现承诺、获得认同并取得成效,从而对企业自身或相关方产生良性导向作用的能力。

3.2

评价体系 **evaluation system**

以对评价对象进行评价为目的,建立指标体系,依据评价原则、评价程序和评价方法等要素构成的整体系统。

3.3

指数 **index**

围绕评价目标,运用评价体系的各要素数据进行综合、叠加、统计运作获得的指标性数字,能够有效测定并反映评价对象随各要素变动的量化影响程度。

4 总则

4.1 评价原则

企业创新影响力评价应遵循下述原则:

- 公正性 依据实际情况,客观、公平、公正地对企业创新影响力进行评价;
 - 科学性 评价指标的获取应当有可靠的来源,并与企业创新实践活动科学结合,能准确体现评价的导向和要求;
 - 可操作性 评价指标和评分方法应当具体明确,指标可衡量,指标设计应易于理解,评分方法应科学合理、便于操作;
 - 持续改进原则 企业创新影响力评价体系应持续改进以提供客观、公正、与时俱进的评价结果。
- 当评价对象如有损害社会公众利益、造成重大生态污染或重大质量安全事故等记录时,不予评价。

4.2 评价声明

评价工作开展前,应当由评价实施机构向企业声明评价结果的预期用途、评价报告使用者、评价过程、评价人员资质要求、评价实施时间和评价时效等信息。

4.3 评价对象的界定

评价实施方在开展评价前应识别被评价组织的主体类型和从事行业类型,界定其产品或服务所属的业务领域,并委任有能力的人员实施评价。

4.4 评价信息的来源

评价人员应确保获得开展评价所需要的有效信息,信息的来源可包括被评价企业和合适的第三方提供的数据等。评价人员应充分评估所使用的数据的真实性、完整性、一致性和充分性。

4.5 评价人员的要求

在评价过程中,评价人员应基于 4.1 的评价原则开展工作,并遵循以下要求:

- 熟悉评价对象所属的行业现状和发展前景;
- 积极与评价小组成员沟通,解决评价过程中的问题或疑惑;
- 保证评价过程的全面与客观,不得人为调整指标数据或操作评价结果;
- 考虑实际操作情况,确保评价过程确实可行且评价过程可回溯;
- 评价信息和中间数据未经被评价企业的允许,应严格保密;
- 以帮助企业持续改进其创新影响力为目标开展评价工作。

5 评价体系

5.1 一般要求

5.1.1 评价层级划分

企业创新影响力评价体系由 3 级指标构成。评价体系包含 3 项一级指标,分别是:企业技术创新影响力指数、企业品牌创新影响力指数、企业经营创新影响力指数。这 3 项一级指标下设共 6 项二级指标和 29 项三级指标。

5.1.2 评价指标构成

企业创新影响力评价体系指标的变量经逐级计算确定。评价体系各级指标由其下一级评价指标的算术平均或几何平均计算确定。即一级指标的指数为其类目下各二级指标的几何平均数,二级指标的指数为其类目下各三级指标的算术平均数。企业创新影响力评价体系见表 1。

表 1 企业创新影响力评价体系

一级指标	二级指标	三级指标	单位
企业技术创新影响力指数 L1	技术创新投入指数 L1P1	研发人员占员工总数比例 L1P1-A1	百分比
		研究生及高级职称以上研发人员占比 L1P1-A2	百分比
		年度研发资金投入占上年销售额比例 L1P1-A3	百分比
		研发人员上年人工成本占上年毛利润比例 L1P1-A4	百分比

表 1 (续)

一级指标	二级指标	三级指标	单位
企业技术创新影响力 指数 L1	技术创新产出指 数 L1P2	年度授权国外专利(发明、实用新型和外观设计)数量 L1P2-A1	件
		年度授权国家专利(发明、实用新型和外观设计)数量 L1P2-A2	件
		年度发布标准(国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、 团体标准)数量 L1P2-A3	项
		年度出版专著及获得著作权登记证书数量 L1P2-A4	个
		年度发表国内外专业期刊论文数量 L1P2-A5	篇
		两年内新产品获利占销售收入比例 L1P2-A6	百分比
		年度获得各级政府科研项目经费总额(万元) L1P2-A7	分级量化
		年度获得各级政府技术奖励经费总额(万元) L1P2-A8	分级量化
企业品牌创新影响力 指数 L2	品牌建设指数 L2P1	品牌规划及品牌战略投入占上年毛利润比例 L2P1-A1	百分比
		企业文化建设活动投入占上年毛利润比例 L2P1-A2	百分比
		企业广告宣传投入占上年毛利润比例 L2P1-A3	百分比
		品牌推广创新性渠道数量 L2P1-A4	分级量化
	品牌美誉指数 L2P2	年度主办、承办、协办国内外具备行业影响力会议次数 L2P2-A1	次
		年度在各类媒体的原创良性报道次数 L2P2-A2	次
		年度企业家媒体专访次数 L2P2-A3	次
		年度获得国际、国家、省部、协会级荣誉数量 L2P2-A4	次
企业经营创新影响力 指数 L3	管理创新指数 L3P1	企业实施管理方法或管理体系的数量 L3P1-A1	项
		研究生及高级职称以上管理人员占比 L3P1-A2	百分比
		年度参加并完成专业培训的员工占比 L3P1-A3	百分比
		上年度投资回报率情况 L3P1-A4	分级量化
	社会贡献指数 L3P2	创新管理方法论实践情况 L3P1-A5	分级量化
		慈善公益投入情况 L3P2-A1	分级量化
		响应政府政策号召的情况 L3P2-A2	分级量化
		顾客满意度情况 L3P2-A3	分级量化
		对产业链和行业的影响情况 L3P2-A4	分级量化

5.1.3 评价指标表头说明

企业创新影响力评价指标表(表 1)中的表头说明如下:

- 1) 指标编号:L:一级指数;P:二级指数;A:三级指标。
- 2) 指标名称:评价指标的名称。
- 3) 单位:评价指标的计量单位。
- 4) 计算方法:指标数值的计算方法。

5) 计算公式:指标数值计算使用的公式。

5.2 企业技术创新影响力指数

5.2.1 技术创新投入指数

企业技术创新投入指数评价指标及测量方法见表 2。

表 2 技术创新投入指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L1P1-A1	研发人员占员工总数比例	$X = \text{企业研发人员数量} / \text{企业员工总数量}$	$\min X = 20\%$, $\max X = 80\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L1P1-A2	研究生及高级职称以上研发人员占比	$X = \text{企业研究生及高级职称以上研发人员数量} / \text{企业员工总数量}$	$\min X = 20\%$, $\max X = 80\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L1P1-A3	年度研发资金投入占上年销售额比例	$X = \text{企业年度研发资金投入额} / \text{企业上年销售总额}$	$\min X = 10\%$, $\max X = 50\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L1P1-A4	研发人员上年人工成本占上年毛利润比例	$X = \text{企业中研发人员上年人工成本} / \text{企业上年毛利润}$	$\min X = 10\%$, $\max X = 50\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式

5.2.2 技术创新产出指数

企业技术创新产出指数评价指标及测量方法见表 3。

表 3 技术创新产出指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L1P2-A1	年度授权国外专利(发明、实用新型和外观设计)数量	$X = \sum M \times m$ M 为国外专利分值; m 为 M 对应的专利获得数量。 国外专利分值 M , 取值如下: 发明=1 实用新型=0.8 外观设计=0.6	$\min X = 0$, $\max X = 50$	件	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A2	年度授权国家专利(发明、实用新型和外观设计)数量	$X = \sum M \times m$ M 为国家专利分值; m 为 M 对应的专利获得数量。 国家专利分值 M , 取值如下: 发明=1 实用新型=0.8 外观设计=0.6	$\min X = 0$, $\max X = 100$	件	水平对比法	见 6.2 公式

表 3 (续)

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L1P2-A3	年度发布标准 (国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、团体标准)数量	$X = \sum N \times M \times m$ N 为单一标准研制贡献度; M 为起草标准等级; m 为同时与 N 和 M 对应的起草标准数量。 单一标准研制贡献度 N , 取值如下: 主持=1(排名 1~3) 主要参与=0.6(排名 4~6) 参与=0.3(排名 6 以后) 起草标准等级 M , 取值如下: 国际标准=1 国家标准=0.8 行业标准=0.7 团体标准=0.6 地方标准=0.5	$\min X = 0$, $\max X = 20$	项	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A4	年度出版专著 及获得著作权 登记证书数量	$X = \sum m$ m 为年度出版专著及获得著作权 登记证书数量(企业必须为第一署名 单位)	$\min X = 0$, $\max X = 50$	个	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A5	年度发表国内 外专业期刊论 文数量	$X = \sum M \times m$ M 为发表论文等级; m 为 M 对应 的专业期刊论文发表数量。 发表论文等级 M , 取值如下: SCI/EI 期刊=1 核心期刊=0.6 公开发行业期刊=0.4	$\min X = 0$, $\max X = 80$	篇	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A6	两年内新产品 获利占销售收 入比例	$X = \text{企业两年内新产品获利总额} / \text{企业两年内总销售收入}$	$\min X = 0$, $\max X = 80\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A7	年度获得各级 政府科研项目 经费总额万元	当总额=0 时, $X=0$; 当 $0 < \text{总额} < 100$ 时, $X=25$; 当 $100 \leq \text{总额} < 500$ 时, $X=50$; 当 $500 \leq \text{总额} < 1\,000$ 时, $X=75$; 当总额 $\geq 1\,000$ 时, $X=100$	$\min X = 0$, $\max X = 100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式
L1P2-A8	年度获得各级 政府技术奖励 经费总额万元	当总额=0 时, $X=0$; 当 $0 < \text{总额} < 50$ 时, $X=25$; 当 $50 \leq \text{总额} < 100$ 时, $X=50$; 当 $100 \leq \text{总额} < 200$ 时, $X=75$; 当总额 ≥ 200 时, $X=100$	$\min X = 0$, $\max X = 100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式

5.3 企业品牌创新影响力指数

5.3.1 品牌建设指数

品牌建设指数评价指标及测量方法见表4。

表4 品牌建设指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L2P1-A1	品牌规划及品牌战略投入占上年毛利润比例	$X = \text{企业品牌规划及品牌战略投入额} / \text{企业上年毛利润}$	$\min X = 0$, $\max X = 10\%$	百分比	水平对比法	见6.2公式
L2P1-A2	企业文化建设活动投入占上年毛利润比例	$X = \text{企业文化建设活动投入额} / \text{企业上年毛利润}$	$\min X = 0$, $\max X = 10\%$	百分比	水平对比法	见6.2公式
L2P1-A3	企业广告宣传投入占上年毛利润比例	$X = \text{企业广告宣传投入额} / \text{企业上年毛利润}$	$\min X = 0$, $\max X = 10\%$	百分比	水平对比法	见6.2公式
L2P1-A4	品牌推广创新性渠道数量(如微博、微信等互联网或新媒体营销)	当创新渠道数=0时, $X=0$; 当 $0 < \text{创新渠道数} < 3$ 时, $X=25$; 当 $3 \leq \text{创新渠道数} < 6$ 时, $X=50$; 当 $6 \leq \text{创新渠道数} < 9$ 时, $X=75$; 当创新渠道数 ≥ 9 时, $X=100$	$\min X = 0$, $\max X = 100$	分级量化	水平对比法	见6.2公式

5.3.2 品牌美誉指数

品牌美誉指数评价指标及测量方法见表5。

表5 品牌美誉指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L2P2-A1	年度主办、承办、协办国内外具备行业影响力会议次数	$X = \sum N \times M \times m$ N 为责任单位层次; M 为会议等级; m 为同时与 N 和 M 对应的会议次数。 责任单位层次 N , 取值如下: 主办=1 承办=0.8 协办=0.6 会议等级 M , 取值如下: 国际会议=1 国内会议=0.8	$\min X = 0$, $\max X = 100$	次	水平对比法	见6.2公式
L2P2-A2	年度在各类媒体的原创良性报道次数	$X = \sum m$ m 为年度在各类媒体的原创非重复性良性报道次数	$\min X = 0$, $\max X = 100$	次	水平对比法	见6.2公式

表 5 (续)

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L2P2-A3	年度企业家媒体专访次数	$X = \sum m$ m 为年度企业家媒体专访次数	$\min X = 0$, $\max X = 20$	次	水平对比法	见 6.2 公式
L2P2-A4	年度获得国际、国家、省部、协会级荣誉数量	$X = \sum M \times m$ M 为荣誉分值; m 为 M 对应的荣誉获得数量。 荣誉分值 M , 取值如下: 国际级=1 国家级=0.8 省部级=0.6 协会级=0.4	$\min X = 0$, $\max X = 10$	次	水平对比法	见 6.2 公式

5.4 企业经营创新影响力指数

5.4.1 管理创新指数

管理创新指数评价指标及测量方法见表 6。

表 6 管理创新指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L3P1-A1	企业实施管理方法或管理体系的数量	$X = \sum m$ m 为企业实施管理方法或管理体系的数量	$\min X = 0$, $\max X = 10$	项	水平对比法	见 6.2 公式
L3P1-A2	研究生及高级职称以上管理人员占比	$X = \text{研究生及高级职称以上企业管理人员数量} / \text{企业管理人员数量}$	$\min X = 20\%$, $\max X = 80\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L3P1-A3	年度参加并完成专业培训的员工占比	$X = \text{企业年度参加并完成 1 次或多次专业培训的员工数量} / \text{企业员工总数量}$	$\min X = 20\%$, $\max X = 100\%$	百分比	水平对比法	见 6.2 公式
L3P1-A4	上年度投资回报率情况	当投资回报率=0 时, $X=0$; 当 $0 < \text{投资回报率} < 5\%$ 时, $X=25$; 当 $5\% \leq \text{投资回报率} < 10\%$ 时, $X=50$; 当投资回报率 $\geq 10\%$ 时, $X=100$	$\min X = 0$, $\max X = 100$	分级量化	水平对比法	见 6.2 公式
L3P1-A5	创新管理方法论实践情况	创新管理方法论缺失, $X=0$; 创新管理方法论已具备, 能指导企业创新活动实践, $X=60$; 创新管理方法论健全, 能促进企业创新活动实践, $X=100$	$\min X = 0$, $\max X = 100$	分级量化	水平对比法	见 6.2 公式

5.4.2 社会贡献指数

社会贡献指数评价指标及测量方法见表 7。

表 7 社会贡献指数评价指标

编号	指标名称	指标测量方法	阈值范围	单位	计算方法	计算公式
L3P2-A1	慈善公益投入情况	企业慈善公益年度投入额、慈善公益项目年度数量、员工志愿者年均活动时长等慈善公益投入低于去年, $X=0$; 慈善公益投入与去年持平, $X=60$; 慈善公益投入高于去年, $X=80$; 慈善公益投入大幅度高于去年, $X=100$	$\min X=0$, $\max X=100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式
L3P2-A2	响应政府政策号召的情况	企业发展战略与国家、区域产业发展政策规划契合度较低, $X=60$; 与产业发展政策规划一致性较好, $X=80$; 与产业发展政策规划紧密契合, $X=100$	$\min X=60$, $\max X=100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式
L3P2-A3	顾客满意度情况	顾客满意度较低, 投诉情况多, $X=0$; 顾客对产品和服务质量比较满意, $X=60$; 顾客对产品和服务质量满意, $X=80$; 顾客对产品和服务质量非常满意, $X=100$	$\min X=0$, $\max X=100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式
L3P2-A4	对产业链和 行业的影响 情况	对产业链和行业发展产生影响较低, $X=0$; 产生一定影响, $X=60$; 产生较好影响, $X=80$; 能够改造升级产业链和行业, $X=100$	$\min X=0$, $\max X=100$	分级 量化	水平对比法	见 6.2 公式

6 评价模型

6.1 创新影响力单项指数计算模型

企业创新影响力单项指数即各项二级指标的计算分值,如“技术创新投入指数”分值,由各项三级指标的算术平均计算得到,具体计算过程如下。

首先,各项三级指标的测量中,若需采用水平对比法判断所评价企业的第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标在该项变量阈值范围中所处的水平,计算方法见式(1):

$$Q_{ijk} = \frac{X_{ijk} - \min X_{ijk}}{\max X_{ijk} - \min X_{ijk}} \dots\dots\dots (1)$$

式中:

- Q_{ijk} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标分值;
- X_{ijk} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标实际测量值;
- $\min X_{ijk}$, $\max X_{ijk}$ ——本标准设定的第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标的阈值构成项,分别指阈值的最小值和最大值。各项三级指标的阈值范围见表 2~表 7。

当采用水平对比法判断所评价企业的第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标超过该项变量阈值范围中的最大值时,该项三级指标分值 Q_{ijk} 直接取 1。

其次,企业创新影响力单项指数即各项二级指标分值由其下若干三级指标的算术平均值构成,计算

方法见式(2):

$$Q_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^k Q_{ijk}}{k} \dots\dots\dots (2)$$

式中:

Q_{ij} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标分值;

Q_{ijk} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标下的第 k 个三级指标分值。

6.2 创新影响力分类指数计算模型

企业创新影响力分类指数即各项一级指标的分值计算,当企业技术创新影响力分类指数(Q_1)、企业品牌创新影响力分类指数(Q_2)和企业经营创新影响力分类指数(Q_3)等一级指标由二级指标构成时,使用几何平均方法计算得到,计算方法见式(3):

$$Q_i = \sqrt[j]{\prod_{j=1}^j Q_{ij}} \dots\dots\dots (3)$$

式中:

Q_i ——第 i 个一级指标分值;

Q_{ij} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标分值。

6.3 创新影响力综合指数计算模型

企业创新影响力综合指数由企业技术创新影响力指数(Q_1)、企业品牌创新影响力指数(Q_2)和企业经营创新影响力指数(Q_3)3项一级指标的分值使用几何平均方法计算得到,计算方法见式(4):

$$Q = \sqrt[3]{\prod_{i=1}^3 Q_i} \dots\dots\dots (4)$$

式中:

Q ——企业创新影响力综合指数;

Q_i ——第 i 个一级指标指数。

7 评价方法

7.1 评价总体要求

7.1.1 依据本标准开展企业创新影响力评价时,需组织专门的评价小组执行具体工作,由有资质的评审员组成。企业内部的评价可由企业中的相关部门人员进行。

7.1.2 评价过程宜有实施计划,计划应包括对企业技术创新影响力指数、企业品牌创新影响力指数、企业经营创新影响力指数等不同层面的调查和评分,得出综合性的评价结果。

7.1.3 评价时采用文件调查和现场调查的方式,包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场等,宜按 GB/T 19011—2013 中 6.4 规定的方法进行。

7.2 评价程序

企业创新影响力评价过程应包含以下程序:

- a) 声明评价目的:通过综合的分析对被评价企业的创新状况及其结果进行评价和论断,以促进被评价企业创新能力的提高、行业整体发展水平的提升和社会经济的发展;
- b) 界定被评价企业类型:识别被评价的企业类型和所属行业类型,界定其产品或服务所属的业务领域;

- c) 厘清影响企业创新影响力的主要方面,确定企业创新影响力评价指标:结合被评价企业的实际情况,根据表 1~表 7 中各项及各级指标的具体测量及计算方法确定被评价企业的创新影响力评价指标;
- d) 制定评价数据和信息的采集方案,并采集信息:评价人员需根据被评价企业的实际情况制定详细的评估数据和信息采集方案,信息的来源可包括被评价企业和合适的第三方提供的数据等,充分评估所使用的数据的真实性、完整性、一致性和充分性,确保开展评价所使用的信息真实有效;
- e) 选择适宜方法进行评价:可依据被评价企业类型、所属行业类型、其产品或服务所属的业务领域的不同,使用不同的具体方法开展企业创新影响力评价活动;
- f) 出具评价结果报告:评价活动结束后,应向被评价企业出具评价结果报告,评价结果报告应包含的内容具体参见 7.3,评价报告样表见附录 A。

7.3 评价报告

企业创新影响力评价报告应由基本信息、被评价企业概要、评价内容与分值、差距分析、现场图片和审核文件、评价结论六部分组成。

基本信息应包括被评价企业名称和地址、评价日期、评价人员及其资质证明等信息。

被评价企业概要应包括被评价企业类型等基础信息以及财务状况和主要经营情况等能够说明企业状况的信息。

评价内容和分值应包括企业技术创新影响力指数、企业品牌创新影响力指数、企业经营创新影响力指数 3 项一级指标,6 项二级指标,29 项三级指标的评价内容、证明描述和对应的各项分值。

差距分析应对评价过程中发现的问题,以及被评价企业尚存在的差距进行说明,并提出需改进的具体建议。

评价结论应根据第 8 章中的要求给出企业创新影响力评价的最终结论。

8 评价结果

8.1 创新影响力指数

综合评价得到企业创新影响力指数使用千分制形式展现,即企业创新影响力综合指数分值 $Q \times 1\,000$,按分数高低进行横向排名,排名在前的企业创新影响力大于排名在后的企业。当分值相同时,采取排名并列的处理方法。

8.2 创新影响力等级

根据企业创新影响力指数分值,评价确定企业创新影响力等级如下:

- a) 达到 700 分以上(含 700 分),创新影响力卓越企业(AAAAA+);
- b) 达到 500 分(含 500 分)且不足 700 分,创新影响力优秀企业(AAAA+);
- c) 达到 300 分(含 300 分)且不足 500 分,创新影响力成长企业(AAA+).

附 录 A

(资料性附录)

企业创新影响力评价报告样式

企业创新影响力评价报告样表见表 A.1。

表 A.1 企业创新影响力评价报告样表

报告编号 Report number	日期和参考号等 Date, Reference No., etc
企业名称 Enterprise	企业地址 Enterprise address
评价组组长 Expert group leader	评价组成员 Expert group
创新影响力指数 Innovation influence index	创新影响力等级 Innovation influence index classification
评价依据： Assessment standards	
评价过程描述： Assessment procedure description	
自由处置区 Free disposal (签署) Place and date of issue, Authentication	

中国科技产业化促进会
团 体 标 准
企业创新影响力评价体系
T/CSPSTC 1—2017

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 www.spc.net.cn

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238

读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

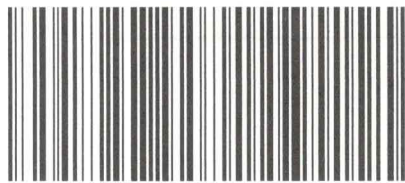
*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 26 千字
2017年11月第一版 2017年11月第一次印刷

*

书号: 155066 • 2-32517 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



T/CSPSTC 1—2017