CAPSE创新准则B

（通用管理创新、品牌管理创新）

General Management Innovation and Brand Management Innovation

(V1.0)

CAPSE民航创新生态技术委员会 发布

目　录

前　言 3
引　　言 4
1　范围 6
2　规范性引用文件 6
3　术语和定义 6
4　基本程序 7
附录 11
参　考　文　献 13

前　言

本准则参照GB/T1.1—2009　给出的规则起草。

本准则起草单位：CAPSE民航创新生态技术委员会

引　　言

1 总则

为帮助民航企业、个人通过遵循科学的工作程序，在民航业务场景中更好的融合应用世界一流的创新管理理论和工具方法，高效开展创新相关工作，特制定本准则。

本准则重点关注以旅客与业务价值为导向的创新成果，强调创新的战略牵引性、价值创造性、竞争差异性和可持续落地能力。

本准则适用于 CAPSE 创新大赛（CAIC）相关生态，也可为民航企业开展服务、产品及流程创新实践提供方法参考。

资料性附录为民航创新成果或民航创新大赛评价提供参考。附录为 CAPSE 创新准则评价表A。

2　基本原则

民航创新工作遵循以下六大基本原则，示意图如图1：

①战略导向

所有的创新，创新应回应国家战略、行业发展趋势，避免脱离实际的概念创新。应与创新主体所在组织的使命、愿景、发展战略以及价值观一致，以战略统领创新建设，不断增强核心竞争力，通过创新助力组织持续发展和成功。

②顾客驱动

倾听顾客声音，将顾客当前和未来的需求、期望和偏好以及满意和不满意的信息作为不断创新的动力，提高顾客满意度和忠诚度，获得品牌价值的持续提升。

③反内卷与价值创造差异化

创新应避免同质化模仿，应形成新的服务价值、体验价值或运行价值，具备明确的价值增量，体现新赛道、新模式或显著竞争力提升。

④关注过程重视结果

创新成果源于过程，体现为结果。因此，要十分关注创新的过程，更要重视创新的成果，要通过有效的过程管理，实现预期的创新成果。

⑤以人为本

员工是组织的创新之本，一切创新活动应以激发和调动员工的主动性、积极性为中心，促进员工发展，保障员工权益，提高员工的满意度和敬业程度。

⑥遵循PDCA环

组织的创新应基于PDCA环开展，确保创新过程能够得到充分的资源和管理，确定改进机会并采取行动，确保创新过程整体有效性。

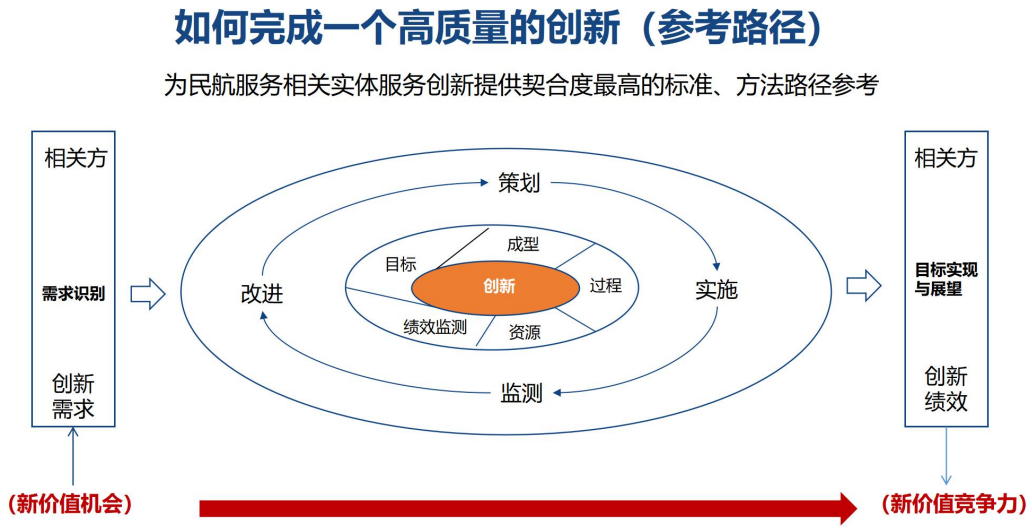


图 1　CAPSE创新活动基本原则示意图

CAPSE创新准则

1 范 围

本准则明确了民航创新活动工作实施的过程要求。

本准则适用于CAPSE创新大赛（CAIC）生态及各类民航企业单位开展创新活动和成果评价。

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 19000 质量管理体系 基础和术语

3 术语和定义

GB/T 19000 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1 民航服务产品 Civil Aviation Service Product

由民航相关单位或其授权委托方，为满足细分市场顾客需求所提供的服务输出。该输出以无形要素为核心，至少包含一项在服务提供方与顾客之间直接发生的服务活动，亦可包含为实现顾客满意所需的有形支持要素。

注1：有形支持要素可包括一次性消耗品（如：餐食、登机牌）、重复使用设施（如：指引系统、候机座椅）及固定资产（如：值机设备、安检通道、登机口、摆渡车辆等）；

注2：服务产品应结合服务场景进行界定，根据不同用户需求提供差异化的产品组合。不同民航单位可依据其业务定位构建自身的服务产品架构；

注3：服务产品的核心价值体现为顾客所感知的服务体验，其主要构成为无形；

注4：服务产品的绩效评估应覆盖其涉及的全部服务要素及运行过程，可用于持续优化与质量改进。

3.2 服务（品牌）创新 Service (Brand) Innovation

服务（品牌）创新是指围绕服务对象的需求，采用新的服务设计（含流程再造）、新技术、行业外成功模式应用等一种或多种方式融合，推出新服务、服务品牌或进行服务迭代，实现服务本质质量或品牌力领先的创新。

3.3产品（品牌）创新 Product (Brand) Innovation

产品（品牌）创新是指围绕消费对象的需求，应用新技术、新材料或对原有要素进行重组等方式，推出新产品、产品品牌或对原有产品进行重构、迭代，实现服务产品本质质量或品牌力领先的创新。

3.4流程创新 rocess Innovation

是指围绕流程相关方要求，通过对标、流程风险管理、新技术&知识融合等方式，对原有业务流程架构、流程体系、流程要素、配套规范等的设计方法、实施路径等进行改良或再造，实现相应流程绩效领先的创新。

3.5 标杆 benchmarks

针对相似的活动，其过程和结果代表组织所在行业的内部或外部最佳的经营实践和绩效。

3.6 核心竞争力 Core Competence

是指组织在长期发展中形成的、支撑其持续价值创造和差异化竞争的关键能力与优势组合，具有系统性、独特性和不可轻易模仿性。

4 基本程序

（一）程序示意图

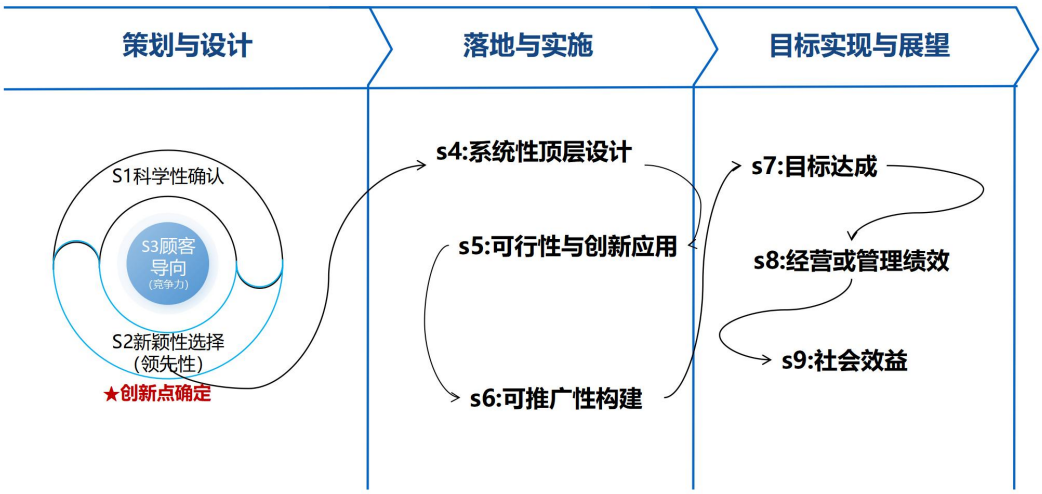


图 2　管理类创新基本程序示意图

（二）具体程序说明

4.1策划与设计

4.1.1科学性确认

（1）从企业管理生态的角度进行了系统思考，有明确的创新所参考的成熟管理学基本原理或科学管理模型领域（比如投诉管理、服务产品管理、需求管理、排队管理等），且对于管理理论或科学模型所涉及的管理要素所处发展阶段、管理体系融合性等有管理应用的映射、管理的一般规律确认。

（2）创新的切入点清晰，有明确的管理模式或者管理要素的锚定（比如人力资源管理中的绩效管理或者人员胜任力管理、指标管理等）。

（3）相应的创新价值目标设定清晰，可测量，确保目标与管理的关联可验证，可通过数据量化目标、验证假设，并建立创新的关键举措/机制带来的结果因果关系链。

4.1.2新颖性选择

（1）明确的首次采用差异化的技术、方法或借鉴行业外成功经验等取得成果，比如表现为方法论组合创新/机制创新/治理结构创新/数字化赋能的管理再造，或在特定管理领域内形成稳定、可复制、可推广的系统性管理方法，需呈现为一种管理范式、模式等一般管理形态（比如国际航班服务人员胜任力管理、中转旅客忠诚度管理、航班不正常服务管理、AI在航班不正常服务中的应用管理等）。

（2）或实践中率先发现和总结出某些管理领域的规律，在治理机制、流程机制、组织机制、激励机制、数据机制等方面形成可复制的系统性新方法，并产生显著效果，需表现为一种管理范式、模式或理论，等一般管理形态。

4.1.3.顾客导向

（1）管理创新践行“人民航空为人民”的理念，锚定交通强国建设民航篇章战略目标，与国家2035愿景、国家十五五规划，《新时代新征程谱写交通强国建设民航新篇章行动纲要》、民航“十五五”规划要求等战略方向一致。

（2）管理创新应用能够理解最终影响在顾客与市场需求侧的核心竞争力形成。

（3）应用层，能够进行充分、科学的分析，找出内外部顾客及相关方关键需求要点，满足超越关键相关方需求。（注：相关方包括但不限于顾客、员工、股东/上级单位、合作伙伴、监管方、社会公众等。）

4.2落地与实施

4.2.1系统性顶层设计

（1）有较完备、有效的创新策划工作程序和依据，建立基于数据和信息的可重复、可预测创新实施过程。

（2）有清晰的管理模型及配套实施文件体系；可通过PDCA循环（计划—执行—检查—处理）进行管理过程持续改进，并利用绩效指标监测管理创新所覆盖的关键过程。

（3）创新过程逻辑性强，思路清晰，推理严谨，与其他相关管理要素的“协调一致，融合互补”（1+1>2效应），可以包括战略与资源的联动、跨部门协同、技术系统整合等，至少说明创新所输出的一种协同机制与证据，如跨部门RACI、端到端流程、系统打通、资源联动的节拍/接口指标等。

4.2.2可行性与创新应用

（1）创新成果易于实施，符合企业人力、资金、技术、设备和材料、信息等资源的配置能力。

（2）实施中应用创新思维，实施过程中基于管理创新，整合运用创新工具与方法，能够灵活应用相应领域的成熟方法论和模型等驱动管理创新实施。

4.2.3 可推广性

（1）方法路径具有公司内外、行业内外示范与推广的价值，形成标准落地应用方案、系统等。

（2）建立了针对性的管理绩效测量体系。

4.3 目标实现与展望

4.3.1目标达成

（1）基于相应的创新价值目标的相应过程和结果目标值达成。

（2）基于“因果链”的过程和结果均能提供充分、有效的数据和证据。因果关系链证据原则上应至少包含：关键举措/机制、关键过程指标、关键结果指标，以及前后对比或基线对照。

4.3.2经营或管理绩效

（1）取得领先的新产品、新技术、新标准、新规范，或在管理效率、质量、安全、风险控制、组织能力、品牌资产等方面形成显著提升成果。

（2）创新应用取得良好的财务、市场等经营结果。

4.3.3社会效益

（1）项目成果社会效益显著，形成公司差异化竞争优势。

（2）对公司的管理水平、品牌形象提升有积极影响。

附录

（资料性）

CAPSE创新准则评价表B（3.0版本）

（通用管理创新、品牌管理创新）

维度分类	维度明细	细则
1.策划与设计（40分）	1.1科学性确认（10分）	1.1.1 从企业管理生态的角度进行了系统思考，有明确的创新所参考的成熟管理学基本原理或科学管理模型领域（比如投诉管理、服务产品管理、需求管理、排队管理等），且对于管理理论或科学模型所涉及的管理要素所处发展阶段、管理体系融合性等有管理应用的映射、管理的一般规律确认。
		1.1.2 创新的切入点清晰，有明确的管理模式或者管理要素的锚定（比如人力资源管理中的绩效管理或者人员胜任力管理、指标管理等）。
		1.1.3相应的创新价值目标设定清晰，可测量，确保目标与管理的关联可验证，可通过数据量化目标、验证假设，并建立创新的关键举措/机制带来的结果因果关系链。
	1.2新颖性选择（15分）	1.2.1 明确的首次采用差异化的技术、方法或借鉴行业外成功经验等取得成果，比如表现为方法论组合创新/机制创新/治理结构创新/数字化赋能的管理再造，或在特定管理领域内形成稳定、可复制、可推广的系统性管理方法，需呈现为一种管理范式、模式等一般管理形态（比如国际航班服务人员胜任力管理、中转旅客忠诚度管理、航班不正常服务管理、AI在航班不正常服务中的应用管理等）。
		1.2.2 或实践中率先发现和总结出某些管理领域的规律，在治理机制、流程机制、组织机制、激励机制、数据机制等方面形成可复制的系统性新方法，并产生显著效果，需表现为一种管理范式、模式或理论，等一般管理形态。
	1.3顾客导向（15分）	1.3.1 管理创新践行“人民航空为人民”的理念，锚定交通强国建设民航篇章战略目标，与国家2035愿景、国家十五五规划，《新时代新征程谱写交通强国建设民航新篇章行动纲要》、民航“十五五”规划要求等战略方向一致。
		1.3.2 管理创新应用能够理解最终影响在顾客与市场需求侧的核心竞争力形成。
		1.3.3 应用层，能够进行充分、科学的分析，找出内外部顾客及相关方关键需求要点，满足超越关键相关方需求。 注：相关方包括但不限于顾客、员工、股东/上级单位、合作伙伴、监管方、社会公众等。
2.落地与实施（35分）	2.1系统性顶层设计（10分）	2.1.1 有较完备、有效的创新策划工作程序和依据，建立基于数据和信息的可重复、可预测创新实施过程。
		2.1.2 有清晰的管理模型及配套实施文件体系；可通过PDCA循环（计划－执行－检查－处理）进行管理过程持续改进，并利用绩效指标监测管理创新所覆盖的关键过程。
		2.1.3 创新过程逻辑性强，思路清晰，推理严谨，与其他相关管理要素的“协调一致，融合互补”（1+1>2效应），可以包括战略与资源的联动、跨部门协同、技术系统整合等，至少说明创新所输出的一种协同机制与证据，如跨部门RACI、端到端流程、系统打通、资源联动的节拍/接口指标等。
	2.2可行性与创新应用（15分）	2.2.1 创新成果易于实施，符合企业人力、资金、技术、设备和材料、信息等资源的配置能力。
		2.2.2 实施中应用创新思维，实施过程中基于管理创新，整合运用创新工具与方法，能够灵活应用相应领域的成熟方法论和模型等驱动管理创新实施。

	2.3可推广性构建（10分）	2.3.1 方法路径具有公司内外、行业内外示范与推广的价值，形成标准落地应用方案、系统等。
		2.3.2 建立了针对性的管理绩效测量体系。
3.目标实现与展望（20分）	3.1目标达成（10分）	3.1.1 基于1.1.3目标的相应过程和结果目标值达成。
		3.1.2 基于“因果链”的过程和结果均能提供充分、有效的数据和证据。因果关系链证据原则上应至少包含：关键举措/机制、关键过程指标、关键结果指标，以及前后对比或基线对照。
	3.2经营或管理绩效（5分）	3.2.1 取得领先的新产品、新技术、新标准、新规范，或在管理效率、质量、安全、风险控制、组织能力、品牌资产等方面形成显著提升成果。
		3.2.2 创新应用取得良好的财务、市场等经营结果。
	3.3社会效益（5分）	3.3.1 项目成果社会效益显著，形成公司差异化竞争优势。
		3.3.2 对公司的管理水平、品牌形象提升有积极影响。
4.提交资料/现场表现（5分）	4.1提交资料/现场表现（5分）	4.1.1 逻辑清晰、展示连贯
		4.2.1 展示新颖、重点突出，时间把握

参 考 文 献

[1] 公共航空运输旅客服务质量管理体系建设指南，中国民用航空局，2021

[2] 企业创新方法工作规范，GB/T37097-2018

[3] 守正·民航创新案例与研究 2023，航空工业出版社，2023