ICS 03.140

A00

中国品牌建设促进会标准

T/CCBD XXX—20XX

|  |
| --- |
|  |

品牌价值评价 收益分成法

Brand Valuation Income-split method

20XX- XX - XX发布

20XX- XX- XX实施

中国品牌建设促进会 发 布

目  次

[目  次 I](#_Toc488071446)

[前  言 II](#_Toc488071447)

[1 范围 1](#_Toc488071448)

[2 规范性引用文件 1](#_Toc488071449)

[3 术语和定义 1](#_Toc488071450)

[4 测算模型 2](#_Toc488071455)

[5 评价过程 3](#_Toc488071468)

附录A 本标准使用的符号与缩写 [5](#_Toc488071484)

前 言

本标准依据GB/T 1.1-2009给出的规则起草。

本标准由中国品牌建设促进会提出并归口。

本标准起草单位：……………………。

本标准主要起草人：………………。

品牌价值评价 收益分成法

# 1 范围

本标准规定了品牌价值评价中收益途径下收益分成法的评价模型、评价指标和评价过程等。

本标准适用于采用收益分成法开展品牌价值评价的各类组织。

# 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，仅所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 29185 品牌价值 术语

GB/T 29186 品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T XXX 品牌价值要素评价 第1部分：质量要素

GB/T XXX 品牌价值要素评价 第2部分：服务要素

GB/T XXX 品牌价值要素评价 第1部分：技术创新要素

GB/T XXX 品牌价值要素评价 第1部分：有形要素

GB/T XXX 品牌价值要素评价 第1部分：无形要素

# 3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T XXX（品牌价值要素评价 第1部分：通则）界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

# 3.1

品牌分成率 allocation rate of brand

品牌在企业总收益中的贡献率。

# 3.2

品牌资产报酬率 return on brand assets

企业在评估周期内获得的报酬总额与资产平均总额的比率。

# 4 测算模型

# 4.1 概述

收益分成法，作为收益途径下的一种方法，是通过计算品牌对于企业总收入的贡献率，来评估品牌的经济价值。采用该方法时，被评价品牌需满足或不限于如下条件：

品牌分成率可获取，包括采用间接的方式推算出或与行业内相似品牌的数据比较得出；

被评价品牌的全部收益，必须是由被评价品牌所独立产生的；

被评估品牌在评估周期内盈利。

# 4.2 收益分成法模型

采用收益分成法评估品牌价值，不仅可以准确的预测品牌的内在价值，还能够将企业未来预期收益准确的按照一定比例归结于品牌的价值，这其中的一个关键就是对分成比例的合理选取。其评估思路为先计算出品牌及其所依附的无形资产的全部收益，将其折现为现值，再根据品牌在实现收益过程中所做出的贡献来确定分成率，然后根据分成计算归属于品牌的那部分收益，即为品牌的价值。

基于收益分成法的品牌价值按式（1）计算：

………… ……………………………（1）

式中：

 ——品牌价值；

 ——企业全部收益中归属于品牌的分成率；

 ——年度该品牌的全部收益，可采用该年度净利润；

 ——该品牌的收益期；

 ——品牌资产折现率；

# 4.3 品牌的分成率

品牌分成率按（2）式计算

 ………… ……………………………（2）

式中：

 ——企业全部收益中归属于品牌的分成率；

 ——企业所在行业品牌分成区间最低值；

 ——企业所在行业品牌分成区间最高值；

 ——评估年度该品牌的强度系数；

# 4.4 品牌资产折现率

品牌资产折现率，可以采用行业平均资产报酬率与品牌强度系数来予以确定，按式（3）计算：

………………………………………………………(3)

 ——品牌资产折现率

 ——品牌所在行业平均资产报酬率

 ——评估年度该品牌的强度系数；

# 4.5 品牌强度系数

品牌强度系数，通常为取值范围在[0.4,1.7]的数值，按式（4）计算：

 …………………………………………(4)

式中：

K——品牌强度得分，K值越大，对应的R取值越小；

——以K为变量的函数关系公式，可根据我国品牌发展情况、所在行业市场实际情况而设定。

# 4.6 品牌强度得分

品牌强度得分，通过邀请行业、品牌、财务等领域的相关专家，针对该品牌强度评价指标体系中的各项指标情况进行打分，运用加权平均的方法计算得到品牌强度的得分。

品牌强度得分，按式（5）计算：



…………………………………………(5)

式中：

K——品牌强度得分；

Kij——第i个一级指标下第j个二级指标评估值；

Wij——第i个一级指标下第j个二级指标对品牌强度得分的影响权重。

# 5 评价过程

# 5.1 识别评价目的

根据测算意向用途、结果使用方、被测算品牌特性等因素确定评价目的。不同的评价目的，会影响评价程序、测算精度和结果报告形式。

# 5.2 描述测算品牌

测算前应识别、界定和描述接受评价的品牌，包括其产品范围、价值范围等。

# 5.3 判断测算方法的适用性

根据待评价品牌的特点，判断其是否适用该方法，可以从以下方面考虑：

——品牌经营状况，如盈利状况；

——方法中所涉及的各项评价指标数据的可获性；

——评价的目的；

——评价结果的一致性要求，等。

# 5.4 确定品牌强度评价指标体系

品牌强度应综合考虑品牌在质量、技术、服务、有形要素以及其他无形要素等方面的表现，品牌强度评价指标选择可以参考GB/TXXXX——GB/TXXXX 品牌价值要素评价系列标准。根据品牌所属行业的特性及品牌所处的发展阶段，确定品牌强度评价指标及其权重。

# 5.5 确定模型参数

根据国家有关政策规定和当前市场经济情况，确定：

――评价年和评价周期；

――品牌评价年度净利润、品牌分成率、品牌分成区间、品牌资产折现率、行业平均资本报酬率、品牌强度得分、品牌强度系数等模型参数。

# 5.6 采集测算数据

遵循真实、准确、客观的原则，采集企业财务与其他信息，作为企业或第三方评价的输入值。

# 5.7 执行测算过程

测算过程包括：

——根据式（5），计算品牌强度得分，根据式（4），计算品牌强度系数；

――根据式（2），计算品牌分成率；

――根据式（3），计算品牌资产折现率；

――将上述信息输入到式（1）中，计算所测算品牌的价值。

# 5.8 报告测算结果

根据评价目的，选择适当形式报告测算结果。

**附录A**

# 本标准使用的符号与缩写

（资料性附录）

本标准使用的符号与缩写如下表A.1所示。

**表A.1 本标准使用的符号与缩写表**

|  |  |
| --- | --- |
| **指标名称** | **符号** |
| 品牌货币价值 | VB |
| 企业全部收入中归属于品牌的分成率 | KP |
| 企业所在行业品牌分成区间最低值 | Ka |
| 企业所在行业品牌分成区间最高值 | Kb |
| t年度品牌的全部收入 | Et |
| 品牌资产折现率 | r |
| 品牌强度系数 | R |
| 品牌所在行业平均资产报酬率 | Z |
| 品牌强度得分 | K |
| 品牌收益期 | t |
| 第i个指标下的第j个指标评估值 | Kij |
| 第i个指标下的第j个指标对品牌强度得分的影响权重 | Wij |
| 以品牌强度得分为变量的函数关系式 |  |