



中华人民共和国国家标准

GB/T XXXXX—XXXX

品牌价值评价 核心元数据规范

Brand valuation—Metadata specification

(征求意见稿)

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

国家市场监督管理总局
中国国家标准化管理委员会

发布

目 次

前 言	II
1 范围	3
2 规范性引用文件	3
3 术语和定义	3
4 元数据的属性	4
5 核心元数据模型	5
6 核心元数据描述	7
7 元数据扩展原则和方法	20
附 录 A（规范性附录） 代码表	21
附 录 B（资料性附录） 品牌价值评价核心元数据-XML 格式	23
附 录 C（资料性附录） 品牌价值评价核心元数据示例	26
参考文献	26

前 言

本标准依据GB/T1.1-2009给出的规则起草。

本标准主要以品牌价值评价活动中需要填报、计算、发布的关键数据为基础，在对核心数据进行界定的基础上，紧密围绕品牌价值评价工作过程需要产生的数据，从评价主体、评价客体、评价方法、评价数据、评价结果五个方面入手，通过对品牌价值评价核心数据的值域、定义、限制条件、出现次数等进行限定，达到对在中国境内注册或主营业务在中国的机构产生的相关数据进行管理的目的，支撑中国品牌价值评价工作，提高工作效率。

本标准由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）提出并归口。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

本标准为首次制定。

品牌价值评价 核心元数据规范

1 范围

本标准规定了品牌价值评价核心元数据（以下简称元数据）的术语和定义、属性、数据模型、数据描述以及扩展原则和方法。

本标准适用于品牌价值评价数据的管理和处理。

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 7408 数据元交换格式信息交换 日期和时间表示法（GB/T 7408-2005，ISO 8601:2000，IDT）

GB/T 18391.3-2009 信息技术 元数据注册系统（MDR）第3部分：注册系统元模型与基本属性（ISO/IEC 11179-3:2003，IDT）

GB/T 18811 电子商务基本术语

GB/T 29185 品牌价值 术语

GB/T 29186 品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌价值评价 品牌价值评价要求

GB/T 26816-2011 信息资源核心元数据

3 术语和定义

GB/T 29185 中界定的术语和定义适用于本文件。

3.1

信息资源 information resource

在政治、经济和社会等各领域产生和使用、具有各种载体形式的信息内容。

[GB/T 26816-2011, 定义3.1]

3.2

元数据 metadata

定义和描述其他数据的数据。

[GB/T 18391.3-2009, 定义3.2.18]

3.3

元数据元素 metadata element

元数据的基本单元。

注：元数据元素在元数据实体中是唯一的。

[GB/T 19710-2005, 定义4.61]

3.4

元数据实体 metadata entity

一组说明信息资源相关特性的元数据元素。

注：可以包含一个或一个以上元数据实体。

[GB/T 19710-2005, 定义4.71]

3.5

核心元数据 core metadata

描述信息资源基本属性的元数据元素和元数据实体。

[GB/T 26816-2011, 定义3.5]

4 元数据的属性

本部分采用摘要表示的方法定义和描述品牌价值评价元数据，摘要内容包括以下八个属性：中文名称、英文名称、缩写名、内容说明、数据类型、值域、约束/条件、最大出现次数。

4.1 中文名称

元数据元素或元数据实体的中文名称，用本部分第6章中各条的标题来表达。

4.2 英文名称

元数据元素的英文名称，一般用小写英文全称，英文单词之间用空格分割。

元数据实体的英文名称中没有空格，而是多个单词连写，其中每一个单词首字母为大写。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.3]

4.3 缩写名

元数据元素或元数据实体的英文缩写名称。缩写规则如下：

- a) 缩写名在本标准范围内必须唯一；
- b) 缩写名不应包括任何空格、破折号、下划线或分隔符等；
- c) 缩写名不应使用复数形式的英文单词，除非该单词本身就是复数形式，如“Goods”；
- d) 元数据实体缩写名描述应采用UCC方式，即每个英文单词的首字母均大写；元数据元素缩写名描述应采用LCC方式，即除第一个英文单词外，每个单词的首字母大写，并把这些单词组合起来；
- e) 对存在国际或行业领域惯用英文名称缩写的，采用惯用缩写。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.6]

4.4 定义

给出信息资源某个特性的解释和说明。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.2]

4.5 数据类型

说明元数据元素或元数据实体的数据类型。

例如复合型、数值型、布尔型、字符串、日期型等。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.4]

4.6 值域

规定了元数据元素的有效值域。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.5]

4.7 约束/条件

说明一个元数据元素或元数据实体是否选取的描述符。该描述符分别为：

a)M: 必选, 表明该元数据元素或元数据实体必须选择。

b)O: 可选, 根据实际应用可以选择也可以不选的元数据元素或元数据实体。已经定义的可选元数据元素和可选元数据实体, 可指导部门元数据标准制定人员充分说明其信息。

如果一个可选元数据实体未被使用, 则该实体所包含的元素(包括必选元素)也不选用。可选元数据实体可以有必选元素, 但只当可选实体被选用时才成为必选。

c)C: 条件必选, 当满足约束条件中所定义的条件时应选择。条件必选用于以下三种可能性之一:

——当在多个选项中进行选择时, 至少一个选项必选, 且必须使用;

——当另一个元数据元素已经使用时, 选用一个元数据实体或元数据元素;

——当另一个元数据元素已经选择了一个特定值时, 选用一个元数据元素。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.7]

4.8 最大出现次数

说明元数据元素或元数据实体可以出现的最大次数。只出现一次的用“1”表示, 多次重复出现的用“N”表示。允许不为1的固定出现次数用相应的数字表示, 例如“2”、“3”“4”等。

[GB/T 26816-2011, 元数据属性4.8]

5 核心元数据模型

5.1 UML 模型符号

采用统一建模语言(UML)描述元数据子集、元数据实体和元数据元素之间的关系。用UML中的包来表示元数据子集, 类来表示元数据实体, 属性来表示元数据元素。本标准中使用的UML符号如图1所示:

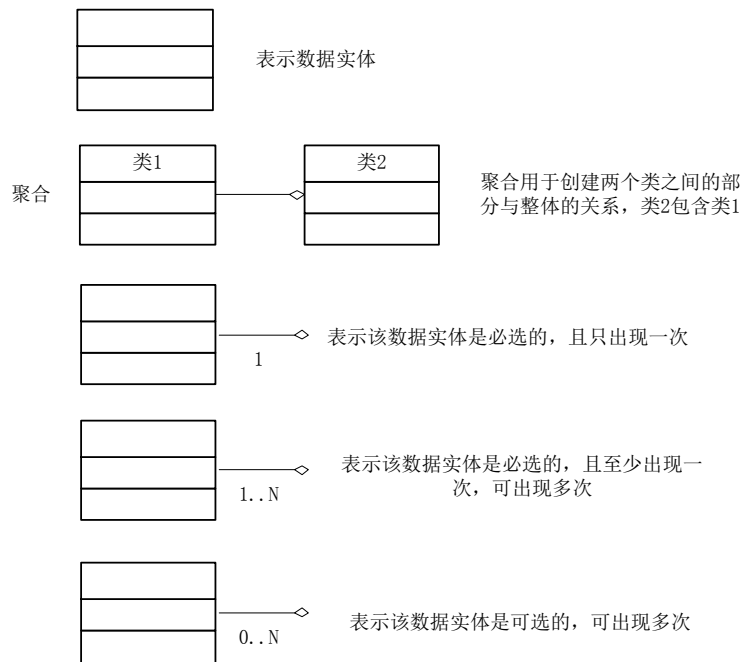


图1 UML 符号说明

5.2 品牌价值评价核心元数据 UML 图

品牌价值评价核心元数据的UML图如图3所示，数据字典形式见附录B, 品牌价值评价的XML Schema定义见附录C，并在附录D中给出了产品核心元数据的示例。

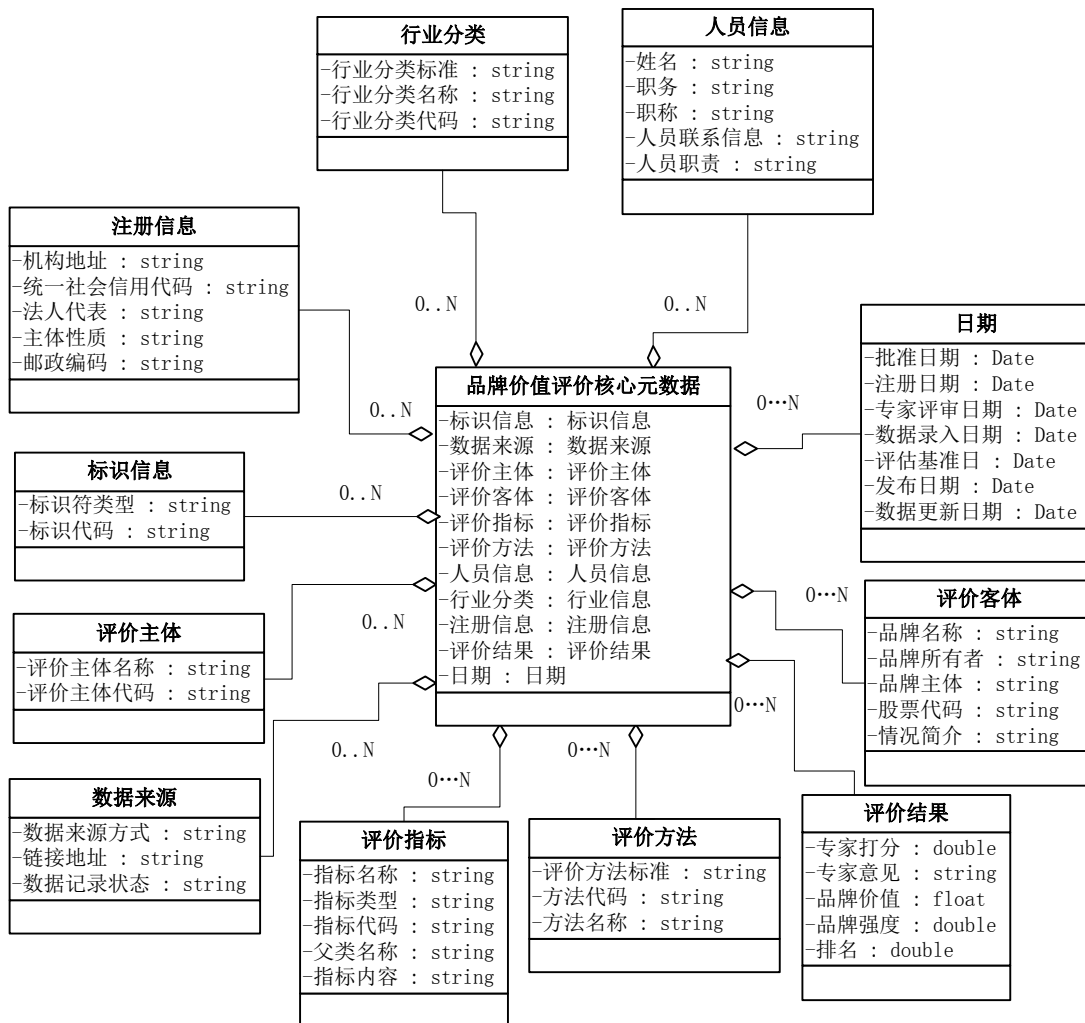


图2 核心元数据 UML 图

6 核心元数据描述

6.1 标识信息

定义:	描述品牌价值评价数据标识的一组信息
英文名称:	Brand Evaluation ID Information
缩写名:	BrandEvaluationIDInformation
数据类型:	复合型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.1.1 标识符类型

定义:	标识品牌价值评价数据的标识符的类型
-----	-------------------

英文名称: ID Type
 缩写名: IDType
 数据类型: 字符串
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.1.2 标识代码

定义: 标识品牌价值评价数据的标识符的代码
 英文名称: ID Code
 缩写名: IDCode
 数据类型: 字符串
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.2 数据来源

定义: 描述品牌价值评价数据填报/获取人、来源方式、链接地址、时间、数据状态的一组信息
 英文名称: Brand Evaluation Data Source
 缩写名: BrandEvaluationDataSource
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.2.1 数据来源方式

定义: 品牌价值评价数据来源方式
 英文名称: data source mode
 缩写名: dataSourceMode
 数据类型: 字符串
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.2.2 链接地址

定义: 获取品牌价值评价数据的网络地址
 英文名称: online
 缩写名: onLine
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: 0
 最大出现次数: N

6.2.3 数据记录状态

定义:	关于品牌价值评价元数据库中记录数据的状态(修改、删除、新增)的说明
英文名称:	Data Record Status
缩写名:	dataRecordState
数据类型:	字符串
值域:	按 A.1 中所列分类选择
约束/条件:	C
最大出现次数:	N

6.3 评价主体

定义:	描述开展品牌价值评价主体的一组信息,包括名称/姓名、代码、注册信息、人员信息、日期等。
英文名称:	EvaluationSubject
缩写名:	EvaluationSubject
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.3.1 评价主体名称

定义:	经过审核的工商注册机构名称或个人姓名
英文名称:	evaluation subjec name
缩写名:	evaluationSubjecName
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.3.2 评价主体代码

定义:	经过审核的机构或个人在本系统中的代码
英文名称:	evaluation subjec code
缩写名:	evaluationSubjecCode
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.4 评价客体

定义:	描述开展品牌价值评价客体的一组信息,包括拟开展评价的品牌名称、品牌所有者、品牌主体、注册信息、人员信息、日期、股票代码、简介等。
-----	--

英文名称: EvaluationObject
 缩写名: EvaluationObject
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.4.1 品牌名称

定义: 品牌的名称
 英文名称: Brand Name
 缩写名: brandName
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.4.2 品牌所有者

定义: 品牌的归属机构或个人
 英文名称: Brand Owner
 缩写名: brandOwner
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.4.3 品牌主体

定义: 开展品牌价值评价的主体分类
 英文名称: Brand Subject
 缩写名: brandSubject
 数据类型: 字符型
 值域: 按 A.2 中所列分类选择
 约束/条件: C
 最大出现次数: N

6.4.4 股票代码

定义: 企业的股票代码
 英文名称: Stock Number
 缩写名: stockNumber
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: 0
 最大出现次数: 1

6.4.5 情况简介

定义:	拟开展评价品牌相关情况的介绍,包括发展历史、生产经营情况、文化价值理念、核心竞争力、行业地位、市场营销等情况的描述
英文名称:	Introduction
缩写名:	introduction
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.5 评价指标

定义:	描述开展品牌价值评价所需的指标信息,包括指标名称、指标类型、指标代码、父类名称、指标内容等。
英文名称:	EvationIndex
缩写名:	EvationIndex
数据类型:	复合型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.5.1 指标名称

定义:	开展品牌价值评价涉及指标的名称
英文名称:	Index Name
缩写名:	indexName
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.5.2 指标类型

定义:	开展品牌价值评价涉及指标的类型
英文名称:	Index Type
缩写名:	indexType
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.5.3 指标代码

定义:	开展品牌价值评价涉及指标的代码
英文名称:	Index Code

缩写名: indexCode
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.5.4 父类名称

定义: 品牌价值评价涉及指标分类的父类名称
 英文名称: Index Parent Class Name
 缩写名: indexParentClassName
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: N

6.5.5 指标内容

定义: 开展品牌价值评价涉及指标需要填写的内容
 英文名称: Index Content
 缩写名: indexContent
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: N

6.6 评价方法

定义: 描述开展品牌价值评价所需的方法信息，包括使用的方法标准、方法代码、方法名称等。
 英文名称: EvaluationMethod
 缩写名: EvaluationMethod
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.6.1 评价方法标准

定义: 采用的评价方法国家标准或国际标准，也可以是行业标准、地方标准、团体标准、企业标准等
 英文名称: Brand Evaluation Method Standard
 缩写名: brandEvaluationMethodStandard
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.6.2 方法代码

定义:	评价方法在采用的方法分类体系中的代码
英文名称:	Method Code
缩写名:	methodCode
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	0
最大出现次数:	1

6.6.3 方法名称

定义:	评价方法代码对应的中文名称
英文名称:	Method Name
缩写名:	methodName
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.7 人员信息

定义:	描述品牌价值评价涉及的人员信息,包括姓名、职务、职称、专业、人员联系信息、人员职责等。
英文名称:	PersonnelInformation
缩写名:	PersonnelInformation
数据类型:	复合型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.7.1 姓名

定义:	品牌价值评价涉及人员的姓名
英文名称:	Name
缩写名:	Name
数据类型:	字符型
值域:	自由文本
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.7.2 职务

定义:	品牌价值评价涉及人员的行政职务
英文名称:	Position
缩写名:	Position
数据类型:	字符型

值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.7.3 职称

定义： 品牌价值评价涉及人员的行政职务
 英文名称： Tital
 缩写名： Tital
 数据类型： 字符型
 值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.7.4 人员联系信息

定义： 品牌价值评价涉及人员的联系信息，包括通讯地址、电话、手机、邮箱等
 英文名称： Contact Information
 缩写名： contactInformation
 数据类型： 符合型
 值域： 自由文本
 约束/条件： 0
 最大出现次数： 1

6.7.5 人员职责

定义： 品牌价值评价涉及人员的职责分类
 英文名称： Personnel Duties
 缩写名： personnelDuties
 数据类型： 符合型
 值域： 按 A.3 中所列分类选择
 约束/条件： C
 最大出现次数： N

6.8 行业分类

定义： 描述品牌价值评价机构、人员涉及的行业信息，包括行业分类标准、行业分类名称、行业分类代码等。
 英文名称： Industry
 缩写名： Industry
 数据类型： 复合型
 值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.8.1 行业分类标准

定义： 采用的行业分类国家标准或国际标准，也可以是行业标准、地方标准、团体标准、企业标准等

英文名称： Industry Classification Standard

缩写名： industryClassificationStandard

数据类型： 字符型

值域： 自由文本

约束/条件： 0

最大出现次数： 1

6.8.2 行业分类名称

定义： 行业分类体系中行业分类对应的中文名称

英文名称： Industry Classification Name

缩写名： industryClassificationName

数据类型： 字符型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.8.3 行业分类代码

定义： 行业名称在采用的行业分类体系中的代码

英文名称： Industry Classification Code

缩写名： industryClassificationCode

数据类型： 字符型

值域： 自由文本

约束/条件： 0

最大出现次数： 1

6.9 注册信息

定义： 描述品牌价值评价机构、品牌所属机构的工商注册信息，包括机构地址、统一社会信用代码、批准时间、法人代表、主体性质、邮政编码等。

英文名称： Business Registration Information

缩写名： BusinessRegistrationInformation

数据类型： 复合型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.9.1 机构地址

定义： 机构所在地或企业的注册地点

英文名称： Institutional Address

缩写名： institutionalAddress

数据类型： 字符型

值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.9.2 统一社会信用代码

定义： 品牌价值评价机构、品牌所属机构的统一社会信用代码
 英文名称： Unified Social Credit Code
 缩写名： unifiedSocialCreditCode
 数据类型： 字符型
 值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.9.3 法人代表

定义： 品牌价值评价机构、品牌所属机构的法人代表
 英文名称： Corporate Representative
 缩写名： corporateRepresentative
 数据类型： 字符型
 值域： 自由文本
 约束/条件： M
 最大出现次数： 1

6.9.4 主体性质

定义： 描述机构或企业性质
 英文名称： Enterprise Nature
 缩写名： enterpriseNature
 数据类型： 字符型
 值域： 按 A.4 中所列分类选择
 约束/条件： C
 最大出现次数： 1

6.9.5 邮政编码

定义： 描述机构或企业邮政编码
 英文名称： Zip Code
 缩写名： zipCode
 数据类型： 字符型
 值域： 自由文本
 约束/条件： 0
 最大出现次数： 1

6.10 评价结果

定义： 描述品牌价值评价专家评价结果和最终发布的结果信

息，包括专家打分、专家结论、品牌价值、品牌强度、排名、发布日期、链接地址等。

英文名称: Brand Evaluation Results
 缩写名: BrandEvaluationResults
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.10.1 专家打分

定义: 专家参与的品牌价值评价指标打分
 英文名称: Score of Experts
 缩写名: scoreOfExperts
 数据类型: 数值型
 值域: 0-1000
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.10.2 专家意见

定义: 参与品牌价值评价时专家给出的意见
 英文名称: Expert Opinion
 缩写名: expertOpinion
 数据类型: 字符型
 值域: 自有文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.10.3 品牌价值

定义: 品牌价值评价时间段内计算出的以可转让的货币单位表示的品牌经济价值
 英文名称: Brand Value
 缩写名: brandValue
 数据类型: 数值型
 值域: 0-1000000
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.10.4 品牌强度

定义: 品牌价值评价时间段内计算出的品牌强度
 英文名称: Brand Strength
 缩写名: brandStrength
 数据类型: 数值型
 值域: 0-1000

约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.10.5 排名

定义: 品牌价值评价年度品牌价值评价结果排名
英文名称: Evaluation Results
缩写名: EvaResults
数据类型: 数值型
值域: 1-1000
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.11 日期

定义: 描述品牌价值评价涉及的时间, 包括机构工商批准时间、机构开展评价工作的注册日期、专家评审日期、数据录入日期、评估基准日、发布日期、数据更新日期等。

英文名称: Date Time
缩写名: DateTime
数据类型: 日期型
值域: 按 GB/T 7408-2005 执行
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.11.1 批准日期

定义: 评价机构和品牌所属机构在工商注册批准的日期
英文名称: Approval Date
缩写名: approvalDate
数据类型: 日期型
值域: 按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD
约束/条件: 0
最大出现次数: 1

6.11.2 注册日期

定义: 评价机构和品牌所属机构在品牌价值评价管理机构注册的日期
英文名称: Registration Date
缩写名: registrationDate
数据类型: 日期型
值域: 按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.11.3 专家评审日期

定义:	品牌价值评价专家评审的日期
英文名称:	Expert Review Date
缩写名:	expertReviewDate
数据类型:	日期型
值域:	按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD
约束/条件:	M
最大出现次数:	N

6.11.4 数据录入日期

定义:	品牌价值相关数据的录入日期
英文名称:	Data Entry Date
缩写名:	dataEntryDate
数据类型:	日期型
值域:	按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.11.5 评估基准日

定义:	评价输入数据、评价假设和评价结果的有效日期
英文名称:	Value Date
缩写名:	valueDate
数据类型:	日期型
值域:	按 GB/T 7408-2005 执行, CCYY
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.11.6 发布日期

定义:	品牌价值评价结果的发布日期
英文名称:	Published Date
缩写名:	publishedDate
数据类型:	日期型
值域:	按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD
约束/条件:	M
最大出现次数:	1

6.11.7 数据更新日期

定义:	品牌价值评价相关数据的更新日期
英文名称:	Data Update Date
缩写名:	dataUpdateDate
数据类型:	日期型
值域:	按 GB/T 7408-2005 执行, 格式为 CCYY-MM-DD

约束/条件: M
最大出现次数: 1

7 元数据扩展原则和方法

7.1 元数据扩展类型

允许下列扩展类型:

- a) 增加新的元数据元素;
- b) 增加新的元数据实体;
- c) 增加新的元数据子集;
- d) 建立新的代码表, 代替值域为“自由文本”的现有元数据元素的值域;
- e) 对现有的元数据实体/元素施加更严格的约束条件;
- f) 对现有元数据实体/元素施加更严格的最大出现次数限制;
- h) 调整现有元数据的值域。

7.2 元数据扩展规则

a) 扩展的元数据既要考虑数据资源特点以及工作的复杂、难以程度, 又要充分满足品牌价值评价数据资源的利用以及查询、提取数据的需要。

b) 扩展的元数据不但要满足当前阶段品牌价值评价信息化建设的标准化需求, 更应该考虑将来一定时间内可能产生的标准化需求。扩展过程中, 可以参考国内和国外先进标准。

c) 扩展的元数据元素不应改变标准中现有元数据元素的名称、定义或数据类型属性;

d) 扩展的元数据可以定义为实体, 该实体可以包含扩展的和现有的元数据元素, 作为其组成部分;

e) 扩充的原则与方法应符合: GB/T 26816-2011《信息资源核心元数据》第6章的规定。

附 录 A
(规范性附录)
代 码 表

A.1 记录状态代码

记录状态代码见表A.1。

表A.1 记录状态代码

代码	名称	说明
A	修改	A-Amend
D	删除	D-Delete
N	新增	N-New

A.2 品牌主体代码

品牌主体代码见表A.2。

表A.2 品牌主体代码

代码	中文名称	英文名称
B01	产品品牌	Product brand
B02	企业品牌	Enterprise brand
B03	区域品牌	Regional brand
B04	地理标志品牌	Geographical indication brand
B05	中华老字号品牌	Chinese old brand name brand
B06	历史文化名镇品牌	Famous historical and cultural town brand
B07	其他	Other brands

A.3 人员职责

人员职责代码见表A.3。

表A.3 人员职责代码

代码	名称	说明
P01	数据生产/提供者	生产/提供该数据资源的单位或个人
P02	管理者	对数据承担义务和责任，并保证对其管理和维护的单位或个人
P03	所有人	数据资源的版权单位或个人
P04	联系人	为获取相关信息，可以联系的单位或个人
P05	发布者	发布评价结果的单位
P06	其他	其他情况人员

A.4 主体性质代码

表A.4 主体性质代码

代码	名称	缩写
1	国有企业	国有
2	中外合作企业	合作
3	中外合资企业	合资
4	外商独资企业	独资
5	集体企业	集体
6	私营企业	私营
7	个体工商户	个体工商户
8	报关	报关
9	其他	其他

附 录 B
(资料性附录)
品牌价值评价核心元数据-XML 格式

品牌价值评价核心元数据-XML格式示例如下:

```
<?xml version="1.0" encoding="GB2312"?>
<Metadata>
  <mdInfo brandEvaluation="品牌价值评价核心元数据示例">
    <beID name="标识信息">
      <idType>主动品牌评价数据</idType>
      <idCode>201809210001</idCode>
    </beID>
    <beDataSource name="数据来源">
      <node>
        <dataSourceMode>主动获取</dataSourceMode>
        <onLine>http://xxxx.xxx.xxx</onLine>
        <dataRecordState>new</dataRecordState>
      </node>
    </beDataSource>
    <beEvaluationSubject name="评价主体">
      <node>
        <evaluationSubjecName>主动获取</evaluationSubjecName>
        <evaluationSubjecCode>http://xxxx.xxx.xxx</evaluationSubjecCode>
      </node>
    </beEvaluationSubject>
    <beEvaluationObject name="评价客体">
      <node>
        <brandName>格力</brandName>
        <brandOwner>珠海格力电器股份有限公司</brandOwner>
        <brandSubject>产品品牌</brandSubject>
        <stockNumber>000651</stockNumber>
        <introduction>珠海格力电器股份有限公司是一家多元化的全球型工业集团,
*****</introduction>
      </node>
    </beEvaluationObject>
    <beEvationIndex name="评价指标">
      <node>
        <indexName>质量管理</indexName>
        <indexType>要素指标</indexType>
        <indexCode>003</indexCode>
        <indexParentClassName>质量</indexParentClassName>
        <indexContent>产品质量安全情况***, 质量信用报告发布情况, 质量成果及奖励
**</indexContent>
```



```

    </node>
  </beEvaluationIndex>
  <beEvaluationMethod name="评价方法">
    <node>
      <brandEvaluationMethodStandard>GB/T *****-20**</brandEvaluationMethodStandard>
      <methodCode>001</methodCode>
      <methodName>多周期超额收益法</methodName>
    </node>
  </beEvaluationMethod>
  <bePersonnelInformation name="人员信息">
    <node>
      <Name>吕**</Name>
      <Position>***</Position>
      <Tital>工程师</Tital>
      <professionalField>食品</professionalField>
      <contactInformation> 通讯地址: **省**市****; 电话: 010598****; 手机:
      139****; 传真: 010598****; 邮箱: ***@***.mail.com</contactInformation>
      <personnelDuties>数据获取</personnelDuties>
    </node>
    <node>
      <Name>卢**</Name>
      <Position>理事长</Position>
      <Tital>研究员</Tital>
      <professionalField>食品</professionalField>
      <contactInformation> 通讯地址: **省**市****; 电话: 010598****; 手机:
      139****; 传真: 010598****; 邮箱: ***@***.mail.com</contactInformation>
      <personnelDuties>评价管理</personnelDuties>
    </node>
  </bePersonnelInformation>
  <beIndustry name="行业分类">
    <node>
      <industryClassificationStandard>GB/T *****-20**</industryClassificationStandard>
      <industryClassificationName>食品</industryClassificationName>
      <industryClassificationCode>***.***.**</industryClassificationCode>
    </node>
  </beIndustry>
  <beBusinessRegistrationInformation name="注册信息">
    <node>
      <institutionalAddress>**省**市**区**路**号</institutionalAddress>
      <unifiedSocialCreditCode>91000****</unifiedSocialCreditCode>
      <enterpriseNature>郑**</enterpriseNature>
    </node>
  </beBusinessRegistrationInformation>

```

```
<unifiedSocialCreditCode>其他</unifiedSocialCreditCode>
  <zipCode>10000</zipCode>
</node>
</beBusinessRegistrationInformation>
<beBrandEvaluationResults name="评价结果">
  <node>
    <scoreOfExperts>80</scoreOfExperts>
    <expertOpinion>****</expertOpinion>
    <brandValue>**亿元</brandValue>
    <brandStrength>860</brandStrength>
    <EvaResults>2</EvaResults>
  </node>
</beBrandEvaluationResults>
<beDate name="日期">
  <node>
    <approvalDate>2014-03-21</approvalDate>
    <registrationDate>2017-09-21</registrationDate>
    <expertReviewDate>2018-09-21</expertReviewDate>
    <dataEntryDate>2018-06-21</dataEntryDate>
    <valueDate>2018-01-01—2018-12-31</valueDate>
    <publishedDate>2018-05-20</publishedDate>
    <dataUpdateDate>2018-07-21</dataUpdateDate>
  </node>
</beDate>
</mdInfo>
</Metadata>
```

附录 C

(资料性附录)

品牌价值评价核心元数据示例

C.1 示例描述

本附录按照第6章的要求给出完整的核心元数据示例，所填元数据内容仅仅具有示意性。

C.2 元数据示例

——标识信息

——标识类型：主动品牌评价数据

——标识代码：201809210001

——数据来源

——数据来源方式：主动获取

——链接地址：<http://xxxx.xxx.xxx>

——数据记录状态：new

——评价主体

——评价主体名称：xx品牌建设促进会

——评价主体代码：001

——评价客体

——品牌名称：格力

——品牌所有者：珠海格力电器股份有限公司

——品牌主体：产品品牌

——股票代码：000651

——情况简介：珠海格力电器股份有限公司是一家多元化的全球型工业集团，主营家用空调、中央空调、智能装备、生活电器、空气能热水器、手机、冰箱等产品。公司自 1991 年成立以来，始终坚持“自主创新”的发展理念，秉承“百年企业”的经营目标，凭借领先的技术研发、严格的质量管理、独特的营销模式、完善的售后服务享誉海内外。公司总部位于风景如画的南海滨城——珠海，拥有 8 万多名员工，在全球建有珠海、重庆、合肥、郑州、武汉、石家庄、芜湖、长沙、杭州、巴西、巴基斯坦等 11 大生产基地以及长沙、郑州、石家庄、芜湖、天津等 5 大再生资源基地，下辖凌达压缩机、格力电工、凯邦电机、新元电子、智能装备、精密模具等 6 大子公司，覆盖了从上游零部件生产到下游废弃产品回收的全产业链条。目前，公司获批建设“空调设备及系统运行节能国家重点实验室”，建有“国家节能环保制冷设备工程技术研究中心”和“国家认定企业技术中心”。

——评价指标

——指标名称：质量管理

——指标类型：要素指标

——指标代码：003

——父类名称：质量

——指标内容：产品质量安全情况***，质量信用报告发布情况，质量成果及奖励**

——评价方法

——评价方法标准：GB/T *****-20**

——方法代码：001

——方法名称：多周期超额收益法

——人员信息

关联数据来源

——姓名/名称：吕**

——职务：***

——职称：工程师

——专业：食品

——人员职责：数据生产/提供

——人员联系信息：

通讯地址：**省***市****

电话：010598*****

手机：139*****

传真：010598*****

邮箱：***@***.mail.com

关联评价主体

——姓名：卢**

——职务：理事长

——职称：研究员

——专业：食品

——人员职责：管理者

——人员联系信息：

通讯地址：**省***市****

电话：010598*****

手机：139*****

传真：010598*****

 邮箱：***@***.mail.com

关联评价客体

——姓名：刘**

——职务：经理

——职称：无

——人员职责：联系人

——人员联系信息：

通讯地址：**省***市****

电话：010598*****

手机：139*****

传真：010598*****

邮箱：***@***.mail.com

关联评价结果

——姓名：范**

——职务：院长

——职称：研究员

——专业：食品

——角色：专家

——联系信息：

通讯地址: **省**市**
 电话: 010598****
 手机: 139*****
 传真: 010598****
 邮箱: ***@***.mail.com

——行业分类

关联评价客体

——行业分类标准: GB/T *****-20**
 ——行业分类名称: 食品
 ——行业分类代码: ***, ***, **

关联人员

——行业分类标准: GB/T *****-20**
 ——行业分类名称: 食品
 ——行业分类代码: ***, ***, **

关联评价结果

——行业分类标准: GB/T *****-20**
 ——行业分类名称: 食品
 ——行业分类代码: ***, ***, **

——注册信息

关联评价主体

——机构地址: **省**市**区**路**号
 ——统一社会信用代码: 91000****
 ——法人代表: 郑**
 ——主体性质: 其他
 ——邮政编码: 10000

关联评价客体

——机构地址: **省**市**区**路**号
 ——统一社会信用代码: **000****
 ——法人代表: 周**
 ——主体性质: 国有企业
 ——邮政编码: 519020

——评价结果

关联评价指标

专家1

——专家打分: 80
 ——专家意见: *****

专家2

——专家打分: 70
 ——专家意见: *****

关联评价客体

专家1

——专家打分: 600
 ——专家意见: *****

专家2

——专家打分：400

——专家意见：*****

——品牌价值：****亿元

——品牌强度：860

——排名：2

——日期

关联评价主体

——批准日期：2014-03-21

——注册日期：2017-09-21

关联评价客体

——批准日期：199*-**-**

——注册日期：2017-09-21

关联评价结果

——专家评审日期：2018-09-21

——评估基准日：2018-01-01—2018-12-31

——发布日期：2018-05-20

关联数据来源

——数据录入日期：2018-06-21

——数据更新日期：2018-07-21

参考文献

- [1] GB/T 29185-2012(所有部分) 品牌价值 术语
- [2] GB/T 29186-2012 品牌价值 要素
- [3] GB/T 7408 数据元交换格式信息交换 日期和时间表示法
- [4] GB/T 18391.3-2009 信息技术 元数据注册系统(MDR) 第3部分:注册系统元模型与基本属性[5]
- GB/T 26816-2011 信息资源核心元数据