

# 中华人民共和国国家标准

## 《品牌价值要素评价 第1部分：通则》

(征求意见稿)

### 编制说明

#### 一、任务来源

本项任务由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）提出并归口。

#### 二、目的和意义

《品牌价值 要素》（GB/T 29186-2012）是我国于2012年首批发布的品牌评价领域四项国家标准之一，作为基础标准，通过分析品牌价值的形成过程，从品牌价值创建、品牌价值传递、品牌价值实现与维护三个阶段，分别识别出品牌价值的影响要素。该标准的发布与实施填补了当时我国品牌评价领域国家标准的空白，为各类组织开展的品牌建设活动提供了一定指导作用。

随着2013年我国品牌价值评价工作的启动，截至目前，我国已开展了5年品牌价值评价实践。在工作推进的过程中发现，影响品牌价值的一些关键要素对于品牌价值产生的影响多表现为跨阶段、相交融的特点，因此现行的《品牌价值 要素》标准中提出的按照不同阶段识别品牌价值要素的方法对实际品牌建设工作指导作用有限。另一方面，2014年品牌评价国际标准化技术委员会ISO/TC289成立，美国、德国、中国等主要参与国家对影响品牌价值的关键要素达成初步共识，提出品牌价值五要素的概念，即有形资产、质量、服务、技术创新、无形资产等。这些最新的发展理论并未在现行标准中得以体现，存在内容老化等问题，因此通过对现行的品牌价值要素标准的修订，一方面通过对标准内容的修订将最新的品牌价值发展理论融入到标准内容中；另一方面梳理五要素标准之间的关系，系统性考虑标准内容结构，对现行标准进行重新定位，尤其是考虑与《品牌价值 质量评价要求》（GB/T 31041-2014）、《品牌价值 技术创新评价要求》（GB/T 31042-2014）和《品牌价值 服务评价要求》（GB/T 31043-2014）三项国家标准，以及《品牌价值 无形资产评价要求》之间的关系。以更完整的体现有形资产、质量、服务、技术创新以及无形资产等五个要素的整体性。

修订《品牌价值 要素》国家标准，旨在形成更为科学、合理的品牌价值评价国家标准

体系，更好地为我国品牌价值评价工作服务，为各类企业如何围绕品牌价值的關鍵影响因素，有的放矢地提高自身品牌价值提供指导，对推动我国自主品牌建设具有重大意义。

### 三、 标准修订原则

#### 1. 系统性

标准的修订将根据最新的品牌价值发展理论，梳理五要素标准之间的关系，系统性考虑标准内容结构，以更完整的体现有形资产、质量、服务、技术创新以及无形资产等五个要素的整体性。

#### 2. 与国际标准接轨

目前，由我国主导制定的 ISO/TC289 首个标准《品牌评价 基础和原则》已进入 DIS 阶段。在该文件中阐述了有形、无形、创新、质量和服务等品牌价值五要素的关系以及对品牌价值的影响。本标准制定过程中充分吸收了国际标准制定中已达成共识的理念，标准内容和条款保持与国际一致性。

#### 3. 与 GB/T 31041、GB/T 31042 、GB/T 31043 等国标协调一致

GB/T 31041、GB/T 31042 、GB/T 31043 同步开展了修订工作，其中 GB/T31041、GB/T 31042 和 GB/T 31043 分别为质量、服务、创新等要素提出了品牌价值评价的要求。以上标准在机构上，内容设置以及条款的关联性上都保持协调一致，便于标准的配套使用。

### 四、 标准的起草过程

#### 1. 成立起草组

2017 年底初成立标准起草组，制定任务计划，明确任务分工，确定主要负责人。

#### 2. 确定修订原则以及与其他标准的关系

与 GB/T 31041、GB/T 31042 、GB/T 31043 等密切相关的标准修订工作同步，为了保证标准内容的协调性，2018 年 3 月几个标准起草组成员共同开会研讨，确定标准的修订原则、内容结构框架以及修订中注意的事项。

#### 3. 形成标准草案

根据确定的修订原则和基础结构，起草组成员召开了 3 次会议集中进行了认真讨论，特别对要素评价的原则、指标体系的构成与指标分类等内容进行了重点分析，形成了标准草案初稿。

#### 4. 形成征求意见稿

2018 年 8 月，针对标准草案中不能完全确定的问题，特别邀请了 ISO/TC289 和 TC532

秘书处专家、国际标准起草专家等，针对草案中的内容进行了研讨，对草案进行了深入修改，并于 2018 年 9 月起草组对针对草案内容再次开会研讨，形成了征求意见稿。

## 五、 内容介绍及说明

品牌价值的形成是基于品牌所有者在品牌建设过程中对有形、无形、质量、服务以及创新等品牌价值要素的投入，进一步通过品牌活动向市场进行传递，最终以品牌强度、品牌绩效或品牌的货币价值等形式得以体现。因此对品牌价值要素的评价，是品牌价值评价的基础，为品牌价值评价与管理活动提供基础依据。

本标准规定了评价品牌价值影响要素的通用要求，包括评价原则、评价指标体系结构、指标的属性、评价方法以及数据要求等，可以为开展品牌价值评价和管理活动的各类实体，在评价指标的选取、确定以及评价方法方面提供依据。同时帮助企业更好的理解品牌价值五要素的整体框架和理念。

标准起草组

二〇一八年九月二十三日