

中华人民共和国国家标准
《品牌价值 术语》（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

全球化经济时代，品牌是企业乃至国家核心竞争力的综合体现，品牌作为企业最重要的资产之一，其价值的高低决定着企业在市场上的竞争力，乃至一国在全球产业链分工中的地位。品牌建设事关国家的社会发展和经济转型升级。我国党和政府高度重视品牌建设和品牌评价工作，把加强品牌建设作为经济社会转型发展的重要战略举措。国务院先后出台了一系列重要指导文件，其中国办发〔2016〕44号《国务院办公厅关于发挥品牌引领作用 推动供需结构升级的意见》中提出开展品牌评价标准建设工作，完善品牌评价相关国家标准的要求。

从品牌所有企业到市场第三方机构，再到相关政府主管部门，都积极参与着各类品牌价值管理和建设工作。然而，我国品牌管理研究整体起步较晚，大多是在国外实践和研究基础上开展的本土化应用，在吸收、借鉴的过程中对相关术语的理解和认知有所偏差，不利于各相关主体对品牌价值管理活动的有效衔接。因此，有必要运用标准化手段，对品牌价值相关概念进行严格定义，避免信息交流过程中的歧义和误解，形成品牌各利益相关方在品牌建设方面的有效互动。

2012年，我国发布了GB/T 29185-2012《品牌价值 术语》国家标准，该标准在近年来的品牌评价及品牌建设活动中发挥了基础性作用。随着我国品牌标准化工作的深入开展，以及相应国际标准化工作的积极推进，原有标准中对于术语的定义、以及涉及的范围已无法满足现有工作的要求，需要对其进行更新、补充和进一步完善。因此，本项目在对国内外品牌价值管理领域大量专业术语分析、梳理和总结的基础上，对照当前国际标准中涉及的术语和定义，结合我国品牌建设实践，按照系统、全面、专业、实用的原则，对《品牌价值 术语》标准进行修订。

三、 标准修订原则

1. 与其他相关领域术语协调一致

本标准中涉及的其他相关领域术语，如质量、服务、公允价值等，均参考了其他领域相关国际、国家标准、资产评估准则等，保持术语间的协调一致。

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。

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相关标准、规范的关系

2017 年 3 月，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。针对标准中涉及的其他相关领域术语，如质量、服务、公允价值等术语，查阅相关国际、国家以及其他国家标准，同时参考了 IVSC、EVS、IAS 等资产评估领域的准则，起草组成员开会研讨，确定采用相关标准的原则。

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 4 次会议集中进行了认真讨论，特别品牌的基本概念、与品牌价值评价有关的术语、与品牌管理有关的术语等内容进行了重点研讨，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，特别邀请了资产评估协会专家、ISO/TC 289 和 SAC/TC 532 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 月形成了征求意见稿。

五、 内容介绍及说明

本标准综合国内外品牌管理领域主要研究成果，结合我国品牌建设实践，对品牌价值的含义进行界定，并对影响品牌价值的质量、技术、服务、无形资产、有形资产等方面所涉及的专业术语，品牌评价、管理、培育等活动所涉及的专业术语作出规范性解释和定义。

本标准提供了品牌基本概念、品牌价值评价和管理活动中相关术语和定义，适用于各类组织开展的品牌价值评价、管理与培育等活动，帮助企业更好的理解与应用本领域的其他相关标准。

标准起草组

二〇一八年九月二十三日