

中华人民共和国国家标准

《品牌价值 要素评价 第 4 部分：创新要素》（征求意见稿）

编制说明

1、任务来源

本标准于 2014 年正式发布，由深圳市标准技术研究院负责牵头组织起草，已实施三年有余。应全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）关于品牌评价标准体系框架的创新与调整，以及国家科技支撑计划课题“品牌评价国家与国际标准研制”（项目编号：2015BAK46B02）的任务要求，为保证标准的与时俱进及与国际标准同步更新，2017 年 8 月由深圳市标准技术研究院申请提出修订计划，联合中国标准化研究院、中国品牌建设促进会等机构共同完成，标准名称更新为《品牌价值要素评价 第 4 部分：创新要素》，该标准由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）负责归口。

2、制定本标准的意义

品牌价值是企业综合实力、综合竞争力的体现，创新是影响品牌价值的重要因素，贯穿于品牌塑造、品牌持续发展和品牌价值提升的整个过程中。在从“中国产品”走向“中国品牌”转变过程中，创新尤其是自主创新的建设和发展过程不仅需要思维上的突破，更需要系统的指导和实践。品牌评价已经成为国际品牌竞争的重要领域。

目前国际上对品牌价值的评估主要以货币价值评价为主，国际标准 ISO10668 就对货币化品牌价值评价提出了原则性和具体操作方面的要求。此外，一些国际知名咨询公司也都开发建立了自己的品牌货币价值评估方法和模型。中国于 2012 年在等同转化 ISO 10668 品牌评价国际标准的基础上，进一步研究了影响品牌价值的重要因素，提出从有形资产、质量、技术创新、服务和无形资产

五个方面对品牌价值进行综合评价，以帮助企业全面认识品牌建设情况，采取有效措施提升品牌价值。

目前，中国联合奥地利、俄罗斯、美国等国家已推动成立国际标准化组织品牌价值评价技术委员会 ISO/TC 289，并已达成了品牌价值五要素（有形资产、无形资产、质量、服务、技术创新）理论的共识。五要素覆盖了影响品牌形成、发展的内在基本要素，创新更是品牌价值形成和变化的核心要素。在五要素理论指导下，本标准对品牌价值的创新要素评价进行分析，跳出传统技术创新的局限，在更开放范围下研究创新要素的形式、评价的主要方面，并建构了评价指标体系，阐述了指标的测量方法、指标属性、数据来源与要求以及评价结果方法等，助力引导和推动我国创新品牌走向国际，推动建立和完善全球统一的品牌价值评价国际标准体系。

编制本标准目的是为我国企业开展品牌价值创新方面的评价提供指导，引导企业依靠创新提高品牌价值含金量和国际影响力，树立市场竞争优势，同时为相关部门开展品牌评价的创新改进和提升建设提供工作依据。

3、制定本标准的基本思路

（1）界定品牌价值评价中创新要素的定义

本标准与上版本的主要修订内容之一即是扩展了创新的定义和范围，不再局限于技术创新的层面，而是将更开放、广泛的多种创新形式都纳入进来，扩大标准的范围和适用性。

本标准通过查阅国际相关文献，创新定义为“将新型或显著改善的产品（服务）、生产工艺、新营销方法、新组织方式、服务模式等应用于经营行为、工作或组织或外部关系的活动。”一般而言，创新有自主创新、合作创新、模仿创新、虚拟创新、集群创新等五种类型。

通过界定明确本标准中创新的定义，确定本标准中创新要素的主要评价方面和指标体系。

（2）确定创新要素评价的主要方面

本标准确定了评价品牌价值创新要素时，可从创新管理能力、研发设计能力、

生产经营能力、营销保障能力四个方面开展。这四个方面涵盖了品牌创新的全流程，并通过基本指标的确定和测量来综合评价创新的绩效和品牌效益。

（3）制定科学的创新要素评价指标体系

本标准在确定了创新管理能力、研发设计能力、生产经营能力、营销保障能力四个方面基础上，制定科学合理的创新要素评价指标，并尽量保证评价指标的合理性与普遍适用性。在制定评价指标时应从指标属性出发，根据每个指标的构成特性，明确可评估、可衡量、可操作的关键性指标，这些指标是创新要素评价的重中之重。

品牌价值的创新要素评价指标体系采用分级形式，其中，一级指标为：创新管理能力、研发设计能力、生产经营能力、营销保障能力。各一级指标分别下设二级指标，创新管理能力下设创新战略管理、创新机制管理两项指标；研发设计能力下设研发设计投入、研发设计布局、研发设计水平三项指标；生产经营能力下设生产（服务）资源配备、生产（服务）技艺创新、先进技术采用情况三项指标；营销保障能力下设市场研究能力、市场拓展能力及渠道把控能力三项指标。

（4）明确行之有效的结果计算方法

标准中明确了各个方面和各级指标的测算方法、数据来源和要求以及权重确定方法等内容，并设计了评价结果结算模型，为最终得出精确有效的创新要素评价结果提供行之有效的指导。

4、名称和范围

标准名称：《品牌价值要素评价 第4部分：创新要素》

标准范围：本标准规定了影响品牌价值形成与发展的创新要素的评价要求，包括评价指标体系、指标属性、测量方法以及数据要求等内容。本标准适用于开展品牌建设活动的各类组织，为组织开展品牌价值创新要素指标选取和数据获取方法等方面提供依据，也为组织提升品牌价值提供创新要素改进的参考和指导。

5、编制依据

标准编制按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草；采用 GB/T 29185 《品牌价值 术语》规定的术语。标准中的相关内容符合 GB/T 29186 《品牌价值 要素》、GB/T 29187 《品牌评价 品牌价值评价要求》的有关规定和要求。

标准编制过程中参照 CEN/TS 16555-1-2013 《创新管理 第 1 部分：创新管理系统》（CEN/TS 16555-1-2013 Innovation Management Part 1: Innovation Management System）确定了创新的定义。

6、编写过程

（1）标准修订申请

为落实国务院《质量发展纲要（2011-2020 年）》提出的“建立品牌建设国家标准体系和品牌价值评价制度”要求，推荐建立和完善我国品牌价值评价指标体系，并实现与国际标准对接，引导广大企业创建品牌，提升品牌价值和效应，深圳市标准技术研究院于 2017 年 8 月向全国品牌评价标准化技术委员会(SAC/TC 532) 申请了原标准《品牌价值 技术创新评价要求》(GB/T 31043-2014) 的修订计划。

（2）成立标准起草工作组

2017 年 9 月，深圳市标准技术研究院联合中标院等机构成立了标准起草组，研究学习国际相关标准和理论，研究标准修订的方面和主要内容，为后续工作奠定了良好基础。

（3）标准调研

2017 年 10-11 月，工作组在深圳市各大创新企业和高新技术企业如华为、中兴、天龙移动、华大基因等进行了创新要素评价调研。在通过资料调研等基础上，对该标准的原有内容进行了对比和重新梳理。

（4）召开标准框架研讨会

2018 年 1 月，工作组在深圳召开了该项标准研讨会，由工作组组长单位牵头，深圳市品牌建设促进中心、深圳市振鹏质量与品牌促进中心、深圳市科创标准服务中心、深圳市质量创新联盟等相关单位参与，研讨会讨论了修订版标准的

定位和适用范围，并对该标准的编写框架进行了补充和完善。

（5）形成标准草案

2018 年 3 月，工作组通过调研和研讨，在新框架基础上修改完善，编制形成了该标准的草案稿。

（6）召开草案第一次研讨会

2018 年 4 月，由工作组组长单位牵头，深圳市品牌建设促进中心、深圳市振鹏质量与品牌促进中心、深圳市科创标准服务中心、深圳市质量创新联盟等单位参与，对本标准的草案进行了讨论。本次讨论会上，工作组以及相关单位专家针对具体内容进行深入讨论和修改，在工作组内共收集到处理意见 15 条。

（7）召开第二次研讨会

2018 年 6 月，由工作组组长单位牵头，组织产学研各界品牌专家，在深圳针对本标准进行深入讨论，来自深圳市品牌建设促进中心、深圳市振鹏质量与品牌促进中心、深圳市科创标准服务中心、深圳市质量创新联盟、比亚迪股份有限公司、华大基因科技有限公司等单位 and 企业的代表参加了此次研讨会，本次研讨会上，各界品牌专家对标准提出了实践性的建议，在工作组内共收集到处理意见 25 条。

（8）召开标准第三次研讨会

2018 年 8 月，在北京联合中国标准化研究院、中联资产评估集团有限公司、中国品牌建设促进会等单位召开了本标准的第三次研讨会，在整理、吸收第二次研讨会修改意见的基础上，现场专家针对本标准进行了深入研讨，共收集到处理意见 10 条。

（9）形成标准征求意见稿

2018 年 9 月，工作组根据多次标准研讨会上品牌专家们以及相关企业提出的修改建议，对标准草案进行了多次修订和完善，形成了标准征求意见稿。