

《品牌价值评价 多元化经营企业》国家标准 征求意见稿编制说明

一、项目来源

《品牌价值评价 多元化经营企业》国家标准由全国品牌评价标准化技术委员会归口管理，由中国标准化研究院、中国品牌建设促进会等单位负责起草，任务来源于 2018 年 12 月国家标准化管理委员会《关于下达第四批推荐性国家标准计划的通知》（国标委发函〔2018〕83 号），任务编号：20184869-T-469。

二、标准名称变更

此标准名称未变更。

三、标准编写的目的及意义

目前国际上关于品牌评价的国际标准有两项。其中之一是关于品牌货币价值评价的国际标准 ISO 10668《品牌评价 品牌货币价值评价要求》。该国际标准由国际标准化组织品牌评估项目委员会（ISO/PC 231）提出并制定。ISO 10668 规定了品牌货币价值的测量程序和方法；规定了品牌评价的基本框架，包括：评价目的、评价基础、评价方法、合格数据源及假设，以及评价结果的报告方法。另一项则是国际标准化组织品牌评价技术委员会（ISO/TC 289）成立后，由我国牵头制定于 2019 年发布的品牌评价国际标准 ISO 20671

《品牌评价 原则与基础》。该标准的制定充分吸收了我国品牌建设实践的经验和需求，结合了国际上对品牌评价的共识，提出了品牌评价基础框架和品牌价值五要素基础。该标准为更加落地可操作的品牌评价标准提供了框架指南和原则指引。

2012 年我国发布了《品牌评价 品牌价值评价要求》(GB/T 29187-2012)、《品牌价值 术语》(GB/T 29185-2012)、《品牌价值 要素》(GB/T 29186-2012)和《品牌评价 多周期超额收益法》(GB/T 29188-2012)四项国家标准，其中《品牌评价 多周期超额收益法》是我国自主开发的一项品牌评价技术，该模型采用国际通行的收益法来评估品牌价值，通过调整的品牌现金流和品牌强度系数来评估企业品牌价值，现金流通过企业净利润扣除有形资产收益调整，品牌强度系数则是从组织行为、客户关系、市场地位、法律权益四个方面组成。2014 年，我国陆续发布了《品牌价值评价 电子商务》、《品牌价值评价 零售业》、《品牌价值 服务评价要求》等十余项品牌评价行业应用指南国家标准，进一步完善品牌建设国家标准体系，规范品牌价值评价和发布活动，指导企业有效提升品牌价值，同时也进一步夯实了我国开展品牌评价国际标准化工作的国内标准研究基础。但上述标准大多针对某一具体行业开展评价，其评价指标具有显著的行业特征，难以适用于多元化经营企业的品牌价值评价。

多元化经营是现代企业发展到一定程度后普遍采用的一种成长方式。纵观世界主要经济发达国家的企业发展历史，多元化战略在其中扮演重要角色。伴随我国改革开放程度的加深以及世界经济一体化程度的加快，中国企业也纷纷开始实施多元化经营战略。财富 500 强中至少 2/3 以上的企业至少明显地在 5 个以上行业中运营，沪市的制造业上市公司有 85.48% 实施了多元化经营，并且许多公司的多元化经营已达到较高程度。

不同于单一经营战略，多元化经营作为一种经营模式和战略决策，其结果可能有双面性。既可能会实现资源共享、分散风险，从而提升品牌价值，但也有可能会造成内部资源分散、组织管理困难的局面，从而损害企业品牌价值。因此，通过分析多元化经营企业相关运营指标与其品牌价值之间的相关关系，构建多元化经营品牌价值评价模型和方法，成为面向此类企业准确开展品牌价值、进而促进其品牌价值提升的迫切需求。

四、主要工作过程

按照国家标准委的要求与项目组的进度计划，目前《品牌价值评价 多元化经营企业》的编制完成了一下工作：

（一）启动阶段

2019 年 7 月，项目组在北京组织召开此项标准的编制启动会。会议上宣布成立了标准编制小组，确定了标准的主要

编写单位，并就标准编制的流程和各阶段时间进度安排、主要工作任务进行了明确。

会议还针对此项国家标准内容进行了充分讨论，确定了标准的框架、主要内容等，并在小组内取得了一致性意见，同时对下一步工作进行了安排。

（二）调研及标准稿制定阶段

1. 2019年8-10月，主执笔单位按启动会议确定的诸项原则和计划安排，对品牌评价领域已发布的各项标准进行了系统、充分的研究，对本标准的技术结构和内容安排进行了梳理完善。

2. 2019年10月，主执笔单位结合自身工作实践，对过去7年支撑中国品牌价值评价信息发布工作的历史数据和操作经验进行了总结提炼，形成了初步的标准草案框架。

3. 2019年11月-2020年1月，主执笔单位会同相关起草单位，对美团、波司登、广东坚美、中粮等国内知名企业进行了线上或线下调研走访，对相关企业开展多元化品牌建设的经验进行了充分了解和沟通，在此基础上进一步完善了标准草案。

4. 2020年2月-5月，受新冠疫情影响原计划召开的线下起草组工作会议被迫改为邮件以及视频会议沟通。起草组通过线上沟通形式对标准编制的思路和框架内容进一步完善，同时紧密跟踪品牌评价国际标准ISO 20671的国内等同

转化进度，以及品牌价值要素系列评价标准的研制进度，及时将相关标准的制修订思路融入到本标准的起草过程中。

5. 2020年6-7月，起草组结合品牌价值要素评价系列标准和ISO 20671品牌评价国际标准指导原则，进一步明确了多元化经营企业的评价指标选取。同时召开线上会议进一步讨论明确了多元化经营企业品牌评价思路与单一领域经营企业品牌评价思路的差异，确定了将企业总体及多元化各业务板块品牌表现的协同效应作为多元化经营品牌价值评价的核心。在此基础上，开发、完善了多元化经营企业品牌价值评价的模型、指标体系以及相关指标的评分指南，并选取10家多元化经营企业进行了指标可获取性测试。

6. 2020年8月，结合前期调研、讨论、测试的结果，形成标准征求意见稿，提交SAC/TC 532秘书处面向全社会公开征求意见。

五、标准编制原则

《品牌价值评价 多元化经营企业》参照GB/T1.1-2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的编写要求，按照以下原则编写。

1. 协调性原则

目前，我国在品牌评价领域已经发布了30项国家标准，国际上也新近发布了国际标准ISO 20671《品牌评价 原则与基础》，因此本标准在编制过程中，充分吸收和借鉴了已发

布国家标准和国际标准的相关要求和指导原则，做到与各项标准的原则协调一致，同时又充分体现多元化经营企业品牌价值评价的特殊要求。

2. 引领性原则

本标准在制定过程中，根据我国多元化经营企业品牌建设的发展现状以及未来发展需求，结合品牌价值五要素科学理论，针对多元化经营企业品牌建设的基础环节和关键指标，从品牌价值的有形要素、质量要素、创新要素、服务要素以及无形要素五方面，构建了多元化经营企业品牌强度评价指标体系，明确了多元化经营企业品牌建设的关键所在，从而引导多元化经营企业科学有效开展品牌建设，提升品牌价值。

3. 科学性原则

本标准编制过程中，充分研究、借鉴了现有品牌价值发展理论以及品牌价值评价技术方法，对多元化经营企业的品牌建设特点进行了广泛充分的调研，从而科学构建多元化经营企业品牌价值评价模型和指标体系，并对各项指标的可获取性、模型的可操作性进行了测试，保障标准的编制科学严谨。

六、标准的主要技术内容

本标准由正文和附录两部分组成，其中正文主要包括适用范围、规范性引用文件、术语和定义、品牌强度、评价模型和评价过程六章技术内容，附录包括评价指标示例及相关

说明、可选用其他评价方法两个资料性附录。

（一）范围

本标准适用于多元化经营企业的品牌价值评价。这是本标准区别于其他已发布的品牌评价标准的核心所在。对于多元化经营企业的界定将在术语定义中进行展开。

（二）规范性引用文件

本标准通过规范性引用相关标准的方式简化了内容，并参考了已发布的相关标准，引用标准及相关文件见表 1。

表 1 规范性引用文件列表

序号	标准号	标准、文件名称
1	GB/T29187	品牌评价 品牌价值评价要求
2	GB/T29188	品牌评价 多周期超额收益法
3	GB/T XXXXX	品牌评价 原则与基础
4	GB/T 4754	国民经济行业分类
5		统计用产品分类目录

本标准编制过程中未发现涉及到相关专利。对于本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别这些专利的责任。

（三）术语和定义

标准对“多元化经营”“多元化经营企业”“主营业务”“业务板块”等术语进行了界定。其中对多元化的界定需要参考 GB/T 4754 和国家统计局《统计用产品分类目录》中的

相关条目，为后续评价对象的识别与界定明确了边界和范围。

（四）多元化经营企业品牌强度

本标准根据品牌价值科学发展理论以及品牌评价国际标准 ISO 20671 的最新进展，从有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素五个方面构建了多元化经营企业品牌强度评价指标体系。在评价指标设置方面，重点考虑了多元化经营企业品牌建设过程中，企业总体和各多元业务板块之间的协同效应。部分指标需要从企业总体和各业务板块两方面分别进行评价，例如销售收入的行业排名、资产收益率的表现等，部分指标需要重点考量企业内部机制的协同性，例如专利管理制度、创新平台协同建设、服务体系协同建设等，部分指标则需要从企业总体进行评价，例如总资产规模、人员规模等。本标准在附录 A 中，以资料性附录的形式，给出了品牌强度各评价指标的建议分值、评价内容、数据来源以及评分规则。

（五）多元化经营企业品牌评价模型

本标准采用了在我国品牌评价领域应用比较成熟的品牌价值评价模型——多周期超额收益法，作为多元化经营企业品牌价值评价的主要测算模型。同时在附录 B 中给出了可以考虑的其他评价途径和方法。

（六）评价过程

本标准根据多元化经营企业品牌价值的评价实践调研

结果，对评价过程进行了规范。具体包括识别评价目的、明确价值影响因素、描述被评价品牌、确定模型参数、采集评价数据、执行评价过程、报告评价结果等七个环节。

七、作为强制性标准或推荐性标准的建议

本标准建议为推荐性国家标准。

八、废止现行有关标准的建议

不存在可废除的对应标准。

九、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准的制定过程中暂时未出现重大意见分歧。

十、采标情况

本标准在制定过程中未采用国际相关标准。

十一、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准内容符合国家现行法律、法规和强制性标准的相关要求。

十二、贯彻标准的要求措施建议（包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容）

（一）组织措施：在 SAC/TC 532 的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组。

（二）技术措施：组织撰写标准宣贯材料，组织标准宣贯培训，争取标准颁布实施后尽快推广。

十三、其他应予说明的事项

无。

《品牌价值评价 多元化经营企业》

国家标准起草组

二〇二〇年八月