

ICS 03.140

CCS A 00

# 团 体 标 准

T/CCBDXX—2021

---

## 品牌评价良好行为评价指南

Guidance for brand evaluation code of good practice

(征求意见稿)

2021-XX-XX 发布 2021-XX-XX 实施

---

中国品牌建设促进会 发布

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—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》的规定起草。

本文件由中国品牌建设促进会提出并归口。

本文件起草单位：中国品牌建设促进会等

本文件主要起草人：

# 品牌评价良好行为指南

## 1 范围

本文件给出了组织开展品牌评价活动的指导和建议。

本文件适用于组织对参与品牌评价活动进行评价，并持续提升组织品牌建设能力。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。凡是注日期的引用文件，仅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 29185 品牌价值 术语

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T29188 品牌评价 多周期超额收益法

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

## 3 术语和定义

GB/T 29185 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**品牌价值评价 brand valuation**

对品牌在某一时刻的货币化价值的测算。

[来源：GB/T 39654-2020，3.9]

### 3.2

**品牌强度 brand strength**

利益相关方所感知的品牌相对竞争力，可通过某一时间节点对相关维度和指标的非货币测量获得。

[来源：GB/T 39654-2020，3.2]

## 4 品牌评价

### 4.1 概述

组织可采取自愿申报或主动评价的方式开展品牌评价。

品牌评价应坚持“科学、公正、公开、公认”的原则。

品牌评价应依据 GB/T29187-2012、GB/T 29188 和 GB/T 39654，通过对有形、质量、服务、创新、无形要素五个一级指标及相应二级、三级指标进行综合评分，测算得出品牌价值。

品牌评价范围包括企业品牌、产品品牌、自主创新品牌、中华老字号品牌、区域品牌。

品牌评价宜按年度开展。

## 4.2 品牌评价的实施过程

### 4.1.1 组织动员

相关单位组织动员企业、区域参加品牌评价活动。

### 4.1.2 数据采集

各申报企业、区域按照规定格式和要求填写有关品牌评价相关数据信息，并保证各项数据信息的真实性、有效性和准确性。

评价机构也可按照主动评价方式开展信息采集，数据来源包括上市公司财报、年报、社会责任报告、官网、第三方调查数据以及企业申报等。

### 4.1.3 审核推荐

推荐单位根据相关行业信息和数据，对企业、区域填报的品牌价值评价相关数据信息进行审核，并予以确认推荐。

### 4.1.4 价值测算

根据被评价品牌的财务数据、专家评审数据，运用品牌价值测算模型进行数据处理，测算得到品牌价值。

### 4.1.5 宣传发布

评价结果应向社会发布并协调有关媒体进行宣传。

### 4.1.6 结果反馈

根据评价目的，选择适当形式对被评价企业、区域的品牌评价结果进行反馈。

## 5 品牌评价良好行为评价

### 5.1 评价原则

#### 5.1.1 公开

品牌评价良好行为宜面向符合申报条件并参与工作过程中的所有组织开放。

#### 5.1.2 公正

品牌评价良好行为确保申报组织享有相一致的权利，并承担相应的义务。

#### 5.1.3 透明

品牌评价良好行为的评价应符合透明性原则，向所有申报组织提供评分程序及工作进展等方面信息，并通过公开的渠道对外公示相应结果。

#### 5.1.4 自愿

品牌评价良好行为的评价是自愿性的评价活动，由组织根据需要自愿申请开展。

#### 5.1.5 独立

品牌评价良好行为的评价过程及结果不受任何利益相关方的影响。

### 5.2 评价内容

5.2.1 品牌评价良好行为的评价内容宜包括品牌评价申报材料的良好性、品牌价值评价结果情况、品牌建设情况等。

5.2.2 宜根据附录 A 中表 A.1 的评价指标体系开展品牌评价练号行为的评价。

### 5.3 评价程序

#### 5.3.1 概述

品牌评价良好行为的评价针对申报品牌评价的组织进行评分。申报组织需保证各项数据和信息的真实性、有效性和准确性。

#### 5.3.2 申请

申请开展品牌评价良好行为评价的组织宜满足以下基本条件：

- 拥护党的路线、方针、政策
- 在中华人民共和国境内依法设立；
- 连续三年进行品牌评价，且申报材料真实、完整；
- 近 5 年内无重大质量、安全、环保等事故，无相关违法、违规、违纪行为；
- 在品牌评价中取得突出成绩。

#### 5.3.3 受理及公示

开展评价前，宜通过对外公开的渠道，公告接受评价的名单。社会公众可在规定的期限内对公告的组织按规定进行评议。

#### 5.3.4 组织评价

宜成立良好行为评价工作委员会进行评价。评价过程包括：

- 材料初审；
- 专家评审；
- 结果确认。

#### 5.3.4 评价结论的通知

宜将评价结论书面通知被评价组织。其中：

- 对评价结论为通过的组织，宜公开发布其结论并颁发证书；
- 对评价结论为未通过的组织，宜告知其未通过的理由。

## 6 证书使用及要求

### 6.1 证书编制

“品牌评价良好行为组织”荣誉证书由中国品牌建设促进会统一编号、格式、印刷，并颁发给组织，有效期一年。

### 6.2 证书复审

“品牌评价良好行为组织”荣誉证书超出有效期后，需要重新参评。

附录 A  
(规范性)

品牌评价良好行为评价指标体系

表 A.1 给出了品牌评价良好行为的评价指标及说明。

表 A.1 品牌评价良好行为的评价指标及说明

评价指标	评价指标说明	评分细则
申报材料评审	申报材料	—申报材料真实、齐全，符合要求 —在申报期内完成资料提交 —对于所申报的材料有对应的补充证明材料作为支撑
品牌价值评价	连续开展品牌价值评价	—连续 3 年参加品牌价值评价工作情况
	品牌评价结果	—连续三年发布的品牌价值及上榜情况 —连续三年申报的品牌强度超过 800 分 —品牌顾客满意度测评情况
品牌建设情况	品牌部门设置	—企业设置独立的品牌部门 —品牌部门的最高领导者级别

---