

中国品牌建设促进会标准
《品牌价值评价 汽车救援服务业》
(征求意见稿)

编制说明

《品牌价值评价 汽车救援服务业》团体标准起草工作组

2022年2月

一、工作简况

1. 工作背景及意义

随着经济的快速崛起与汽车保有量的迅猛增长，我国已然全面进入汽车社会。在汽车产销高增长的态势下，人民对于汽车后市场服务需求强劲，汽车道路救援服务更是首当其冲，成为出行安全保障的基础体系。

不同于国外汽车救援百余年的稳健发展，我国汽车救援服务业起步时间短、业务增长快、市场潜力大。根据中国汽车流通协会数据源显示，2019 年仅福建吉诺车辆服务有限公司（简称：SAA 吉诺救援）一家企业完成的救援次数便高达 451.69 万次。随着汽车救援服务业的蓬勃发展，行业不规范、两级分化大、负面舆论丛生等行业乱象逐步浮出水面。

在此背景下，我国汽车救援服务业亟待整合、规范与提升。本标准以品牌价值评价为切入点，推动汽车救援服务企业深入实施标准、质量和品牌“三位一体”战略，包括高标准救援体系建设、高投入科技研发创新、高透明定价体系制定、高价值品牌体系引领等。举全行业之力，助力发展优质品牌，带领企业共同维护行业生态、创建良性竞争，打造智能化、多元化、标准化、创新化的行业新景象。

本项目针对国内汽车救援服务业发展政策导向及市场需求，遵循 ISO 20671 品牌评价国家标准理念，对标分析品牌价值五要素、五维度，参考品牌评价系列国家标准，针对汽车救援服务行业及企业发展模式、特色及关注点，提出适用于汽车救援服务业品牌价值评价指标

体系，以支撑汽车救援服务业品牌价值提升为目标，有效促进汽车救援服务业规范化发展，推动该行业高质量发展。

《品牌价值评价 汽车救援服务业》团体标准由中国汽车流通协会提出，由中国品牌建设促进会归口，由中国汽车流通协会、杭州热橙营销咨询有限公司联合组织起草。

2.起草单位

中国汽车流通协会、杭州热橙营销咨询有限公司等。

3.主要工作过程

（1）成立标准编制组

起草单位领导高度重视，成立标准编制组，并召开相关工作会议，明确成员及任务分工，制定了详细的工作计划。

（2）资料收集整理

通过各种渠道收集整理汽车救援服务业发展现状，企业品牌建设现状，国家、地方、行业相关的标准或规定，对所收集的资料内容深入研究和分析。

（3）搭建评价指标体系框架

基于收集的资料整理，组织召开讨论会议，提炼关键影响因素，确定五大一级指标，初步构建评价指标体系框架。

（4）编制标准草案稿

填充完善评价指标体系，拟定标准框架与主要内容，编制标准初稿，经工作组内部讨论，修改完善，形成标准草案稿。

（5）形成征求意见稿

召集标准化、品牌价值评价、汽车救援服务业等相关领域专家学者对标准草案进行了研讨，并进行修改完善形成征求意见稿。

4.标准编制原则

(1) 对标国际及国家标准

严格遵循 ISO 20671 品牌评价国际标准理念，对标分析品牌价值五要素、五维度，参考品牌评价系列国家标准，深入研究恰当融合五要素和五维度。

(2) 探索关键影响因素

研究汽车救援服务业发展现状，探索汽车救援服务企业品牌价值影响因素，突出市场资产、质量要素、服务价值、品牌建设和培育、技术创新等需求和工作基础。

(3) 构建评价指标体系

经研究创新，构建汽车救援服务业品牌价值评价指标体系 5 大类一级指标。

(5) 起草标准文本

起草标准文本，组织专家研讨，修改标准文本，形成征求意见稿。

二、标准主要技术内容

本标准规定了汽车救援服务业品牌价值评价的测算模型、测算指标、测算过程等内容的相关要求。

本标准适用于汽车救援企业或企业集团（以下统称企业）品牌价值评价，也可用于行业组织和第三方对企业进行品牌价值评价的依据。

本标准主要技术内容如下：

1.范围

2.规范性引用文件

3.术语和定义

规定了汽车救援、汽车救援机构、汽车救援人员、汽车救援设备相关术语定义。

4.品牌价值测算模型

介绍了多周期超额收益法模型,规定了品牌现金流的确定方式以及品牌价值折现率的确定方法。

5.品牌强度测算指标

品牌强度的测算指标包括市场资产(K_1)、质量要素(K_2)、服务要素(K_3)、无形资产(K_4)、技术创新(K_5)五个。

市场资产包括市场表现、财务表现。

质量要素包括质量管理、质量水平、质量监督。

服务要素包括服务认证、服务保障、服务反馈、服务满意度。

无形资产包括品牌战略、品牌美誉度、品牌忠诚、品牌保护、社会责任。

技术创新包括研发投入、研发产出、市场拓展能力。

6.品牌价值测算过程

规定了识别评价目的-明确价值影响因素-描述测算品牌-确定模型参数-采集测算数据-执行测算过程等流程内容。

7.评价报告。

三、主要试验(验证)的分析、综述报告,技术经济论证,预期的经

济效果

本标准以有效支撑汽车救援服务业的产品、企业品牌价值评价和
提升为目标，突出整体性、导向性和有效性等原则，系统构建了针对
汽车救援服务行业、企业品牌价值评价需求及应用场景的评价指标体
系，为我国汽车救援服务业相关管理和评价活动，提供一定的原则和
方法参考。

本标准的实施应用，将引导和助力汽车救援服务业逐步实现规范
化、体系化、特色化、品牌化，有助于打造国内或地区知名汽车救援
服务品牌，同时“以点带面”，引导和促进汽车救援服务行业发展，提
升产业链整体竞争力，助力我国汽车救援服务业向优、向好、向高的
方向实现跨越式发展。

四、采用国际标准情况

无。

五、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

六、贯彻品促会团体标准的要求和措施建议

建议标准于标准自发布起实施。

七、其他应予说明的事项。

无。