

中国品牌建设促进会标准

《品牌评价 新能源汽车》

（征求意见稿）

编制说明

《品牌评价 新能源汽车》团体标准起草工作组

2023 年 12 月

一、工作简况

（一）任务来源

《品牌评价 新能源汽车》团体标准由新能源汽车品牌集群提出，中国品牌建设促进会归口。

（二）主要起草单位和工作组成员

新能源汽车品牌集群、中国汽车工程研究院股份有限公司、欧阳明高院士站、广州小鹏汽车科技有限公司、浙江极氪智能科技有限公司、上汽通用汽车有限公司等。

（三）编制的目的及意义

品牌价值成为衡量经济发展的一个重要指标，成为判断世界经济发展格局、产业构成和企业竞争力的重要途径。新能源汽车是我国汽车强国建设“火车头”，开展新能源汽车品牌评价标准工作，既体现了我国新能源汽车产业发展实践成果对全球新能源汽车标准化进程的重要作用 and 贡献，也有利于增强我国在全球品牌评价中的话语权和影响力。

从国际层面来看，新能源汽车迎来品牌全球化发展趋势，深入研究全球化环境下的新能源汽车品牌发展规律，对于指导新能源汽车品牌评价的科学化、规范化和国际化，建立公平有序的国际秩序和产业格局，有着非常重要的理论意义和现实意义。

从国家层面来看，新能源汽车成为全球汽车产业竞争的焦点领域，同时涉及超越产业层面的国家关系、国家安全等。开展新能源汽车品牌评价，有利于强化我国新能源汽车品牌保护，促进我国新能源汽车产业高质量发展，有助于提高我

国在国际竞争中的话语权。

从行业层面来看，我国新能源产业发展势头迅猛，新能源汽车品牌众多，亟需充分发挥行业组织平台作用，建立标准化、科学化、规范化的评价方法，为不同企业、不同品牌提供公平有序的竞争秩序和良好的发展空间。开展新能源汽车品牌评价标准工作，符合中国品牌建设促进会、新能源汽车品牌集群等组织的工作定位和相关职能，有利于进一步发挥行业组织关键作用。

从企业层面来看，通过制定有效的品牌价值评价标准，建立完善的新能源品牌评价体系，培育甄选我国新能源汽车品牌发展标杆并总结成功经验，明晰部分品牌发展存在的不足和差距，以此推动互鉴发展，有助于为企业品牌向上发展提供针对性路径，助力我国新能源汽车品牌整体高质量发展。

从社会层面来看，通过第三方品牌评价，有利于在消费者心中提升我国新能源汽车品牌力和认可度，助力讲好中国新能源汽车品牌故事，正向引导新能源汽车消费，丰富新能源汽车文化。

（四）主要编制过程

1. 启动标准编制委员会征集工作

2023年6月，新能源汽车品牌集群面向行业征集《品牌评价 新能源汽车》团体标准编制委员会成员。2023年7月，标准编制委员会正式成立，成员包括中国汽车工程研究院股份有限公司、中国汽车技术研究中心有限公司、欧阳明高院

士工作站、清华大学苏州汽车研究院、中国第一汽车集团有限公司、长城汽车股份有限公司、比亚迪股份有限公司、广州小鹏汽车科技有限公司、上汽大众汽车有限公司、央视国际网络有限公司、首都经济贸易大学中国品牌研究中心、北京工业大学等单位。

2. 成立标准起草工作组

编制委员会单位确认后，起草单位领导高度重视，举荐新能源汽车领域品牌、技术专家代表共同参与标准起草工作。2023年7月，新能源汽车品牌集群成立标准起草工作组并召开相关工作会议，明确成员及任务分工，并制定了详细的工作计划。与此同时，新能源汽车品牌集群通过各种渠道收集国内外新能源汽车发展情况、整理中国新能源汽车产业发展现状，深入了解国家、地方、行业相关的标准或规定，并对所收集的资料内容深入研究和分析。

3. 编制标准草案

2023年8月，基于收集的资料整理，标准起草工作组编制团体标准草案，组织召开专题研讨，拟定标准框架与主要内容，并编制标准初稿，经工作组内部讨论、修改完善，形成《品牌评价 新能源汽车》（草案），并提交中国品牌建设促进会团体标准立项申请。

4. 组织立项评审会

2023年9月，中国品牌建设促进会按照有关程序要求，组织标准化、品牌、行业等领域专家召开了立项评审会。评审专家组就《品牌评价 新能源汽车》立项申请书及标准草

案相关内容进行评审和指导，一致同意标准立项，并建议加快编制、发布与应用。

5. 形成征求意见稿

立项通过后，标准起草工作组多次通过线上、线下会议组织专家研讨，对《品牌评价 新能源汽车》（草案）进行了全面优化和完善，虽仍存在个别分歧意见，但起草组充分考虑专家代表意见，以少数服多数原则，基本对相关内容达成共识，并于2023年11月形成了标准征求意见稿。

二、标准编制原则

（一）规范性原则

该标准的编写符合《标准化工作导则第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1—2020）的相关要求，以保证标准的编写质量。

（二）系统性原则

新能源汽车品牌是一项系统工程，涉及多个层面、多个领域，应突出全面性、系统性，全方位体现新能源汽车品牌的特点和使用范围等。

（三）科学性原则

标准基于新能源汽车品牌特征，结合国内外管理实践，重点突出创新、质量、品牌等建设和培育相关要素，标准内容具有科学的理论和丰富的实践基础。

（四）应用性原则

标准的编制充分考虑新能源汽车产业特点及我国企业发展实际，结合其他领域成熟的品牌管理实践经验，增强了

标准的可操作性和适用性。

三、标准主要内容

(一) 适用范围

本标准规定了新能源汽车品牌评价指标、品牌评价过程、评价报告等内容要求。适用于开展新能源汽车品牌评价活动。

(二) 主要技术内容

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
4. 品牌评价指标

遵循 GB/T 39654 品牌评价的五要素和五维度构建品牌强度评价指标体系。新能源汽车品牌强度测算指标共包括质量要素、创新要素、有形要素、无形要素、服务要素 5 个一级指标和 10 个二级指标。

5. 品牌评价过程

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

6. 评价报告

给出了评价报告涵盖的内容。

四、标准中有无涉及专利情况

本标准在制定过程中没有涉及到专利。

五、预期的社会效益

本标准预期为新能源汽车品牌评价提供指导和技术支撑，引导企业加强品牌建设，提升品牌价值和效应，增强市场竞争优势，促进品牌集群发展，同时为相关部门开展品牌建设提供工作依据，有助于打造新能源汽车特色品牌，推动新能源汽车产业高质量发展。

六、采用国际标准和国外先进标准情况

借鉴 ISO/TC 289 品牌评估标准，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、恰当融合质量、创新、服务、有形、无形五要素和五维度。

七、与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制性标准的协调性

本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致。

八、重大分歧意见的处理经过和依据

（一）关于评价对象为产品品牌和企业品牌的分歧处理

在评价对象上，新能源汽车品牌包括新能源汽车产品品牌和企业品牌等不同维度，充分考虑专家代表意见，依据评价对象的准确性、可操作性和必要性，明确评价对象为新能源汽车产品品牌，主要考虑如下：

一是多数整车企业采用的是集团品牌战略模式，拥有单一品牌背书、混合品牌等多种管理模式，同一个品牌旗下的产品品牌定位、产品类型、应用技术均有所不同，如果针对企业品牌进行评价，无法对新能源汽车产业比较突出的技术创新、品牌创新设定科学合理的评价指标。

二是新能源汽车产品持续迭代更新，产品品牌不断创新，针对产品品牌开展评价有利于企业对自身产品进行客观评价，为企业品牌全面可持续发展提供科学的参考和依据。

（二）关于评价指标合理性的分歧处理

在评价指标上，新能源汽车产品特征多元、评价体系复杂，传统的五要素评价指标难以直接复用，充分考虑专家代表意见，依据评价指标的兼容性、科学性、合理性原则，适当调整新能源汽车品牌评价指标体系，主要处理措施如下：

一是合理调整共性评价指标权重。基于新能源汽车品牌特征，重点突出创新、质量、品牌等建设和培育相关要素。

二是适当增加新能源汽车特性指标。聚焦新能源汽车安全性、健康性、舒适性等核心问题，以及围绕智能化等技术热点，对质量和创新等指标进行适当调整。

（三）关于评价采集测算数据来源的分歧处理

在数据采集测算上，为便于后期企业评价可操作性，依据真实性、权威性、客观性原则，采用第三方数据、企业报送数据与其他信息相结合的形式，确保测算数据的真实可信和评价结果的客观公正。

标准起草组

2023年12月