

中国品牌建设促进会标准

《国潮品牌价值评价规范》

(征求意见稿)

编制说明

《国潮品牌价值评价规范》团体标准起草工作组

2024 年 4 月

一、工作简况

（一）任务来源

《国潮品牌价值评价规范》团体标准由中国品牌建设促进会提出并归口。

（二）主要起草单位和工作组成员

主要起草单位包括中标合信（北京）认证有限公司、中国国家品牌网等。

（三）编制的目的及意义

近年来，“国潮风”强势崛起，从经典国货焕新升级到新消费品牌快速火爆，再到“中国智造”引领文化、科技蓬勃发展，当前“国潮”所代表的意义不再限于本土潮流品牌的打造，而是国家文化软实力提升与文化自信增强的生动体现。国潮品牌的兴起，标志着中国品牌在全球化背景下的创新和崛起，不仅推动了中国本土品牌的发展，也促进了中国文化在全球范围内的传播和影响力的提升。

国潮品牌正在通过产品和服务向海外市场输出，国潮品牌成功“出海”，不仅是中国自信引领的全方位潮流涌现，是民族文化和大国科技驱动的全面创新，对于推动中国文化与世界各国文化的交流与融合具有重要意义。

随着越来越多的中国品牌登上全球竞争舞台，以国潮品牌为代表的上市公司在资本市场上的表现越来越引起关注，在海外消费者心中逐渐占据了一定消费地位。尽管市场对国

潮产品的热情高涨，但部分品牌缺乏真正触动消费者内心深处的文化内涵，一定程度上削弱了国潮品牌的持久生命力；其次，部分国潮产品质量参差不齐，影响了消费者对国潮品牌的整体信任度和口碑评价；同时知识产权保护意识的薄弱，也严重阻碍了国潮行业的创新生态健康发展。从市场竞争格局来看，国潮市场尚未形成稳定的头部品牌效应，竞争激烈且同质化问题突出。此外，国潮品牌在国际市场的推广和影响力相对较弱，如何在全球范围内传播中国文化和价值观念，提升国潮品牌的国际知名度和认可度，也成为了国潮品牌发展过程中亟待解决的突出问题。

《质量强国建设纲要》指出“要以创新供给引领消费需求。争创国内国际知名品牌，推动品牌价值评价和结果应用。”品牌价值评价作为品牌建设的重要内容，也是国际通行做法，企业界、资本市场和广大消费者高度关注品牌价值评价结果。面对当前国潮品牌突出问题与现存挑战，亟需突出运用标准化手段引导国潮品牌，强化品牌价值引领、注重传承创新、探索品牌可持续发展路径，这是践行《质量强国建设纲要》中所提出的推动品牌价值评价结果的有效应用；同时，也能够为投资者从更多视角认识和了解国潮品牌提供便利，对推动中国品牌建设、上市公司高质量发展以及更多国潮品牌的崛起至关重要，对中国品牌价值评价及促进中国国潮品牌发展有着深远意义。

《国潮品牌价值评价规范》的编制，旨在挖掘国潮品牌内涵及外延，通过以评促建的方式，探索品牌可持续发展路径，推动更多的上市公司了解基于国家标准的品牌价值评价体系，是形成具有中国特色品牌价值评价机制工作中必不可少的一部分，同时可带动更多上市公司积极参与品牌价值评价，对推动中国品牌建设、上市公司高质量发展以及更多国潮品牌的崛起都将产生巨大影响力，全面促进国潮品牌“产业品牌化，品牌产业化”，让具有民族特色及传承文化内涵的国潮品牌成为中国文化对外传播的重要符号，强势出海。

（四）主要编制过程

1. 成立标准起草工作组

中标合信（北京）认证有限公司作为项目起草单位高度重视本标准编制工作，第一时间联合相关行业组织、资产评估机构、上市公司代表等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，制定了详细的工作计划。

2. 资料收集整理

标准起草工作组通过证券交易所网站、上市公司官网、行业研究机构、数据咨询公司等各种渠道收集国潮品牌发展现状、国潮品牌评价等相关资料，对所收集的资料内容深入研究和分析。

3. 编制标准草案稿

基于资料搜集及整理，标准起草工作组组织召开专题研讨，拟定标准框架与主要内容，并基于主动评价工作定位，以数据可获得性为前提，借鉴 ISO 20671 国际最新品牌评价标准“五要素”理论，提炼国潮品牌共性及其所属行业差异，综合设计国潮品牌价值评价指标体系，经工作组内部讨论、修改完善，形成《国潮品牌价值评价规范》（草案），并提交中国品牌建设促进会团体标准立项申请。

4. 组织立项评审及标准研讨会

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及标准研讨会。评审专家组就《国潮品牌价值评价规范》（草案）相关内容进行评审和指导，一致同意标准立项，并围绕标准草案相关内容进行讨论和修改。

5. 形成征求意见稿

立项通过后，标准起草工作组充分考虑专家意见，对《国潮品牌价值评价规范》（草案）进行了全面优化和完善，形成标准征求意见稿。

二、标准编制原则

《国潮品牌价值评价规范》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。

（一）协调性原则

标准在编制过程中，充分吸收和借鉴了已发布的国际和国家品牌评价系列标准相关要求和指导原则，做到与各项标准的原则协调一致，同时又充分体现了国潮品牌价值评价的特殊要求。

（二）引领性原则

本标准在制定过程中，根据国潮品牌发展现状及趋势，充分借鉴品牌价值“五要素”科学理论，结合国潮品牌特征，从市场表现、质量保障、创新引领、文化赋能、可持续发展五方面，构建了国潮品牌强度评价指标体系，明确了国潮品牌建设的关键所在，引导国潮品牌科学有效开展品牌建设、提升品牌价值。

（三）科学性原则

本标准在编制过程中，研究、借鉴了现有品牌价值评价技术方法，广泛征求了品牌等领域专家意见，科学构建了国潮品牌价值评价模型和指标体系，充分考虑了评价指标的可获取性、模型的可操作性，保障标准编制科学严谨。

三、标准主要内容

本标准基于主动评价工作定位，以具有代表性的国潮品牌上市公司为评价对象，以数据可获得性为前提，借鉴 ISO 20671 国际最新品牌评价标准“五要素”理论及 ISO 10668 品牌评价途径和方法，针对国潮品牌特征，重点识别国潮品牌内部建设要素（品质、创新、文化等）与国潮品牌外在表现

（行业引领、市场地位、可持续发展等），提炼国潮品牌共性及所属行业差异，综合设计国潮品牌价值评价指标体系。

本标准由正文和附录两部分组成，其中正文主要包括范围、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，及品牌强度指标及说明、可选用的评价方法两个资料性附录。

（一）范围

给出了国潮品牌价值评价的品牌强度、评价模型和评价过程，适用于上市公司国潮品牌开展品牌价值评价。

（二）规范性引用文件

本标准参考了已发布的 GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求、GB/T 29188 品牌评价 多周期超额收益法、GB/T 39654 品牌评价 原则与基础等品牌评价相关国家标准，并通过规范性引用的方式简化了内容。

（三）术语和定义

标准对“国潮品牌”等术语进行了界定，明确了后续评价对象的边界和范围。

（四）品牌强度

本标准充分借鉴了国际最新品牌评价标准（ISO 20671《品牌评价 原则与基础》）及国家品牌评价系列标准，从市场表现、质量保障、创新引领、文化赋能、可持续发展五方面，构建了国潮品牌强度评价指标体系。在评价指标设置

方面，以数据可获得性为前提，提炼国潮品牌覆盖行业的共性特征设置“共性指标”，并考虑制造业、服务业等行业差异性设置“个性指标”。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及评价内容。

（五）评价模型

考虑中国品牌价值评价，便于对标，本标准优先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，作为国潮品牌价值评价的主要测算模型。同时考虑不同行业特性，在附录 B 中给出了可参考的其他评价途径和方法。

（六）评价过程

本标准对评价过程进行了规范。具体包括确定评价目的、确定评价对象及范围、确定模型参数、采集评价数据、执行评价过程、报告评价结果六个环节。

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

（一）有助于形成新时代中国特色品牌价值评价机制，将带动更多上市公司积极参与品牌价值评价，推动中国品牌建设、上市公司高质量发展以及更多国潮品牌强势崛起。

（二）以标准化手段，通过以评促建，引导国潮品牌夯实品牌建设基础，挖掘中国品牌巨大潜力，以产品力推动品

牌力，提升国潮品牌核心竞争力，打造“中国优势”彰显全球影响力，助力国潮品牌强势出海。

（三）通过挖掘国潮品牌内涵及外延，探索国潮品牌化发展有效路径，推动国潮品牌高质量发展，树立国潮品牌建设标杆典型，为更多国潮品牌的崛起提供方向指引，也为投资者从更多视角认识和了解国潮品牌提供便利。

（四）可为国潮品牌评价提供指导和技术支撑，引导国潮品牌夯实品牌建设基础、提升品牌价值，同时为相关部门开展品牌建设提供工作依据。

六、采用国际标准和国外先进标准情况

无。

七、与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制

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

无。

标准起草组

2024 年 4 月