

中国品牌建设促进会标准

《品牌价值评价 厨电企业》

（征求意见稿）

编制说明

《品牌价值评价 厨电企业》团体标准起草工作组

2024年10月

一、工作简况

（一）任务来源

《品牌价值评价 厨电企业》团体标准由厨具品牌集群提出，中国品牌建设促进会归口。

（二）主要起草单位和工作组成员

主要起草单位包括上海质量监督检验技术研究院、宁波方太厨具有限公司、浙江绍兴苏泊尔家居用品有限公司、芜湖美的厨卫电器制造有限公司、青岛海尔智慧厨房电器有限公司、广东格兰仕集团有限公司等。

（三）编制的目的及意义

厨电产品是重要民生产品，与老百姓的高品质生活密切相关。厨电产品是指在厨房中使用的各种电器产品，主要包含家用厨房电器和商用厨房电器。我国厨电行业经过多年的发展，受环保低耗能理念以及电商销售渠道扩大的推动，已成为具有广阔前景的朝阳产业。但厨电市场规模在不断扩大的同时市场竞争也更加激烈。从 20 世纪 80 年代经过几十年的发展时间，整个行业已到了重新洗牌的阶段。目前我国大多数厨电企业规模较小，且丰厚的利润使一些大型家电企业也开始抢滩厨电市场，使竞争迅速在全国范围内升级。特别是不少跨国公司携技术、品牌、营销优势卷土重来，使国内厨电行业竞争更趋白热化。

目前我国厨电企业在发展过程中存在诸多问题：一是行业发展水平不平衡，竞争激烈。我国厨电企业数量众多，除

了个别大型厨电企业外，大多数厨电企业生产能力处于较低水平，导致我国厨电产品质量良莠不齐，部分企业规模小、研发设计能力不足、产品档次较低，主要通过价格竞争来争夺市场份额。二是供应链整合度低。厨电行业供应链及服务流程复杂、行业产品标准化程度低，导致生产周期长且成本高。三是基础工作薄弱。厨电产品标准不完善，行业相关技术积累和基础设施都比较薄弱，相关体系建设滞后，管理、规范、产品、监测等能力亟待加强。四是供给不足，产业化程度较低。由于基础设施匮乏、技术缺陷且积累不足、产业制度不规范等原因，导致厨电产品质量和服务不到位，行业供给不足、产业化程度较低等。

上述问题的根本原因在于我国厨电企业长期以来忽视自身品牌的塑造和培养，品牌意识淡薄，且部分品牌存在不规范行为。因此，加强厨电行业交流，推进我国厨电行业品牌规范化发展，提升厨电企业品牌影响力，已经成为厨电行业亟待解决的问题。

品牌是企业乃至国家核心竞争力的综合体现，也是经济全球化中重要的要素资源。党中央、国务院高度重视品牌建设工作。2014年习近平总书记指示，要“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。2015年李克强总理在《政府工作报告》中强调要加强品牌建设。2016年国务院印发了《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》。2022年国家发展改革委等部

门印发了《新时代推进品牌建设的指导意见》。2023年2月中共中央、国务院印发的《质量强国建设纲要》中提出“要着力推动品牌建设，提高品牌全生命周期管理运营能力，开展品牌理论、价值评价研究，完善品牌价值评价标准，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，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。面对当前厨电品牌突出问题与现存挑战，亟需突出运用标准化手段引导厨电品牌，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。

基于此，本标准针对厨电企业特点提出适合于厨电企业的品牌价值评价模型。从而有效帮助企业发现自身在品牌管理和表现方面的优势和不足，进行有效地资源配置，提升自身竞争力，在市场交易过程中占据主动地位。

（四）主要编制过程

1. 成立标准起草工作组

上海市质量监督检验技术研究院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、厨电龙头企业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厨电品牌发展现状、厨电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，借鉴国际和国内的品牌价值评价相关标准，立足“五要素”理论，提炼厨电行业的个性化指标，综合设计厨电品牌价值评价指标体系，经工作组内部讨论、修改完善，形成《品牌价值评价 厨电企业》（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

2024年3月25日，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《品牌价值评价 厨电企业》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. 组织专家研讨会

2024年8月8日，上海质检院组织有关行业专家，以线上线下同步召开的方式召开了专家研讨会。会议对标准草案内容进行了认真讨论，形成若干修改建议。

6. 形成征求意见稿

标准起草工作组充分考虑专家意见，对标准草案进行了

全面优化和完善，同年 10 月形成征求意见稿，开始征求意见。

二、标准编制原则

（一）规范性原则

《品牌价值评价 厨电企业》标准的编写符合 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》的相关要求，保证标准的编写质量。

（二）系统性原则

厨电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，全方位体现厨电品牌的特点和使用范围等。

（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，科学构建了厨电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。

（四）应用性原则

标准的编制充分考虑厨电品牌建设实际状况，结合其他领域成熟的品牌管理实践经验，充分考虑标准的可操作性和适用性。

（五）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，同时又充分体现了厨电品牌价值评价的个性化要求。

三、标准主要内容

本标准基于主动评价工作定位，以具有代表性的厨电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，针对厨电品牌特征，提炼厨电品牌共性及其所属行业差异，综合设计厨电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，及品牌强度评价指标及说明、可选用的评价方法两个资料性附录。

（一）范围

给出了厨电品牌价值评价的品牌强度、评价方法和评价过程，适用于厨电企业品牌的价值评价，也可作为行业组织和第三方对企业进行品牌价值评价的依据。

（二）规范性引用文件

本标准参考了已发布的 GB/T 29185-2021《品牌价值 术语》、GB/T 29186-2021《品牌价值要素评价》、GB/T 29187-2012《品牌评价 品牌价值评价要求》、GB/T 29188-2022《品牌评价 多周期超额收益法》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“厨电企业”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和国家品牌评价系列标准，从有形要素、质量要素、创新要素、服务要素、无形要素五方面，构建了厨电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，总结制造业的共性指标，提炼厨电行业的个性化指标。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）评价方法

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，作为厨电品牌价值评价的主要测算模型。

（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、判断测算方法的适用性、确定模型参数、采集评价数据、执行测算过程、报告要求七个环节。

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）为厨电品牌评价提供指导和技术支撑，引导厨电企业加强品牌建设，提升品牌价值和效应增强市场竞争优势，同时为相关部门开展品牌建设提供工作依据。

（二）以标准化手段以评促建，提升厨电企业品牌建设能力，挖掘我国品牌巨大潜力，提高厨电品牌核心竞争力，助力优势厨电品牌出海。

（三）通过挖掘厨电品牌内涵和外延，有助于打造厨电特色品牌，推动厨电产业高质量发展。此外，通过树立厨电品牌建设标杆典型，为更多厨电品牌的崛起提供方向指引。

六、采用国际标准和国外先进标准情况

借鉴 ISO 20671-1: 2021《品牌评价 原则与基础》和 ISO 20671-2: 2023《品牌评价 第二部分：实施与报告》，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

无。

标准起草组
2024 年 10 月