《品牌价值评价 交通运输业》（征求意见稿）国家标准编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

《品牌价值评价 交通运输业》是国家标准化管理委员会2025年第九批推荐性国家标准制修订项目（国标委发〔2025〕52号），计划号是20255484-T-469，由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）归口，中国民航科学技术研究院、北方工业大学、中国品牌建设促进会等单位负责起草。

（二）修订背景

GB/T 31046—2014《品牌价值评价 交通运输业》于2014年发布实施，在规范交通运输业品牌价值评价、引导交通运输企业加强品牌建设、提升品牌管理水平等方面发挥了重要作用。标准实施以来，我国品牌建设政策体系不断完善，交通运输行业发展环境、经营模式和服务方式发生较大变化，品牌价值评价理论和方法也不断更新，原标准部分内容已不能完全适应当前交通运输行业品牌价值评价需要，亟需进行修订。

一是国家品牌建设政策持续完善，对品牌价值评价标准提出了新的要求。2023年2月，中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》，鼓励企业实施质量品牌战略，建立品牌培育管理体系，深化品牌设计、市场推广、品牌维护等能力建设，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。2022年7月发布的《国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见》提出，推进品牌培育、品牌管理、品牌评价等标准化建

设，构建完善的品牌标准体系。国家有关政策的陆续出台，为进一步完善交通运输业品牌价值评价标准提出了明确要求。

二是交通运输行业快速发展，原标准行业覆盖和评价指标需要进一步完善。交通运输业涉及航空运输、机场、轨道交通、道路运输、出租汽车、物流、邮政等多个领域，不同行业在市场结构、资产特征、运输安全、服务保障和经营模式等方面存在较大差异。随着交通运输行业数字化、智能化、绿色化发展，影响企业品牌价值的因素也发生了较大变化，原标准部分品牌强度评价指标已不能充分反映当前行业发展特点，需要结合各细分行业实际进行调整和完善。

三是品牌价值评价基础标准不断修订，原标准评价方法需要与现行标准进一步协调。原标准主要采用多周期超额收益法进行品牌价值测算。近年来，GB/T 29188—2022《品牌评价 多周期超额收益法》等品牌评价基础标准进行了修订，部分行业品牌价值评价国家标准也相继开展修订。原标准有关品牌收益测算、品牌价值折现率、品牌强度系数等内容需要根据现行基础标准和实际应用情况进一步优化，并对有形资产收益等相关参数的确定方法予以补充完善。

四是品牌价值评价方法不断丰富，需要提高标准对不同评价对象和应用场景的适用性。交通运输企业在资产结构、盈利模式、品牌收益形成机制和数据可获得性等方面存在差异，单一评价方法难以完全满足不同类型企业品牌价值评价需要。因此，有必要在多周期超额收益法基础上，增加其他可选评价方法，为不同评价目的和评价对象提供更适宜的技术路径。

因此，对 GB/T 31046—2014 进行修订，有利于进一步提高交通运输业品牌价值评价的科学性、规范性和适用性，推进交通运输企业品牌培育科学化、品牌管理规范化和品牌评价定量化，为提升交通运输企业品牌建设和管理运营能力、增强企业品牌竞争力提供标准支撑。

（三）起草过程

本标准修订项目于2025年10月正式下达，整体工作分为三个阶段：

1.调研阶段（2025年10月至2026年5月）

广泛收集国内外品牌价值评价及交通运输业品牌建设相关资料，梳理GB/T 31046—2014《品牌价值评价 交通运输业》实施以来的应用情况，以及品牌评价领域相关国家标准制修订情况。围绕交通运输行业发展变化，对原标准的适用范围、品牌价值评价方法、品牌强度评价指标体系和品牌价值测算规则等内容进行系统分析，研究航空业、机场业、轨道交通业、出租汽车业、物流业等细分行业品牌价值评价需求，明确标准修订方向和重点，形成初步修订思路。

2.标准起草阶段（2026年5月至8月）

2026年5月起，起草组根据前期调研成果，对标准框架和技术内容进行全面修订。在评价方法方面，对多周期超额收益法模型及有关参数确定方法进行优化，并研究增加收益分成法、增量现金流法、市场法和成本法等可选评价方法；在评价指标方面，以有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素为总体框架，结合不同交通运输细分行业特点，对品牌强度评价指标、指标权重和指标说明进行调整完善。

起草过程中，围绕标准评价方法、品牌价值测算规则及各细分行业评价指标等内容，多次组织专题研讨。2026年7月21日，在成都召开《品牌价值评价 交通运输业》国家标准研讨会，中国品牌建设促进会、交通运输部科学研究院、国家邮政局发展研究中心，以及航空公司、机场、物流企业、高等院校和中国民航科学技术研究院等单位代表参加会议，重点围绕标准总体框架、具体条款和各细分行业评价指标开展交流论证。

此外，2026 年 8 月 17 日，针对品牌价值评价方法组织线上专题研讨，中国品牌建设促进会、中国标准化研究院、中和资产评估有限公司、中国资产评估协会、北方工业大学等单位专家参加会议，重点围绕收益及收入口径、利润口径、品牌归因比例系数和相关收益率等关键参数开展论证，并根据会议意见对标准草案进行修改完善。

3.征求意见稿形成阶段（2026 年 9 月）

2026 年 9 月，在前期调研、标准起草和专家研讨论证工作基础上，对标准文本进行进一步修改完善，重点对评价方法及指标体系、品牌强度取值规则、品牌价值评价结果形成规则以及各细分行业品牌强度评价指标及说明等内容进行系统校核和统稿，形成标准征求意见稿及编制说明材料。

（四）起草组组成及任务分工

本标准起草组由中国民航科学技术研究院、北方工业大学、中国品牌建设促进会、四川航空股份有限公司、首都机场集团有限公司北京大兴国际机场、元翔（厦门）国际航空港股份有限公司、中国航空集团有限公司、交通运输部科学研究院、交通运输部规划研究院、山东省标准化研究院、深圳顺丰泰森控股（集团）有限公司、中国南方航空集团有限公司、广州白云国际机场股份有限公司、太原国际机场有限责任公司、国家邮政局发展研究中心、中国铁路经济规划研究院有限公司、北京北汽出租集团有限责任公司等单位组成。各单位结合专业优势和行业特点，共同开展标准框架、评价方法、评价指标、取值规则及行业适用性等研究工作。各单位任务分工见表 1。

表 1 标准起草小组工作人员及任务分工

序号	单位名称	推荐起草人	标准起草分工
1	中国民航科学技术研究院	蔡华利、于丁垚、王妙颖、徐群玉、刘莎莎	负责标准研制总体协调、进度管控和标准统稿，以及标准总体框架、评价方法、评价结果形成规则、航空业和机场业评价指标研究及修改完善。
2	北方工业大学	周云、王明宏、刘华斌	主要负责品牌价值评价方法、评价模型、模型参数和计算规则研究，以及评价模型科学性和适用性分析。
3	中国品牌建设促进会	吕安然、何琳琳、王冉	主要负责品牌评价相关标准体系衔接、品牌价值评价通用要求研究，以及品牌管理、品牌文化、品牌影响等评价指标研究和修改完善。
4	四川航空股份有限公司	李丽佳、孙杨城	主要负责航空业服务质量、品牌建设和品牌影响等评价指标研究及行业适用性验证。
5	首都机场集团有限公司北京大兴国际机场	郝玲、何欢	主要负责机场业品牌强度评价指标研究，以及服务质量、服务能力、数智化建设和品牌管理等指标研究及应用验证。
6	元翔（厦门）国际航空港股份有限公司	周丽娟	主要负责机场业服务、品牌管理和品牌影响等评价指标研究及应用验证。
7	中国航空集团有限公司	李晓艳、黄明生	主要负责航空业品牌强度评价指标研究，以及市场竞争力、质量、安全、服务、品牌管理等指标适用性和数据可获得性验证。
8	交通运输部科学研究院	刘悦、李佳杰	主要负责交通运输行业共性评价指标研究，以及道路运输等领域评价指标研究和修改完善。
9	交通运输部规划研究院	李继学	主要负责交通运输行业品牌强度评价指标研究。
10	山东省标准化研究院	刘世新	主要负责标准编制技术研究、相关标准协调性分析、标准文本规范性审核及修改完善。

序号	单位名称	推荐起草人	标准起草分工
11	深圳顺丰泰森控股（集团）有限公司	高国庆	主要负责物流业品牌强度评价指标研究，以及市场竞争力、服务质量、运输安全、数智化建设和服务能力等指标研究及应用验证。
12	中国南方航空集团有限公司	邹颖萍	主要负责航空业品牌价值评价指标研究，以及服务、创新、品牌管理和品牌影响等指标应用验证。
13	广州白云国际机场股份有限公司	郑丽娟、张浩波	主要负责机场业市场竞争力、运行质量、服务保障和品牌建设等评价指标研究及应用验证。
14	太原国际机场有限责任公司	王仁	主要负责机场业评价指标适用性研究，以及不同规模机场指标数据可获得性和可操作性验证。
15	国家邮政局发展研究中心	潘迪	主要负责邮政、快递领域品牌价值评价指标研究，以及相关指标适用性论证和修改完善。
16	中国铁路经济规划研究院有限公司	尹冰	主要负责铁路运输领域品牌价值评价指标研究、指标口径论证及相关内容修改完善。
17	北京北汽出租集团有限责任公司	王春晖	主要负责出租车领域品牌价值评价指标研究，以及相关指标适用性论证和修改完善。

二、编制的原则、依据及主要内容

（一）编制原则

1.协调兼容原则

充分衔接现行品牌评价相关国家标准，在术语、评价要求、评价方法和参数设置等方面与GB/T 29185、GB/T 29186（所有部分）、GB/T 29187、GB/T 29188—2022等标准保持协调一致，确保交通运输业品牌价值评价标准与我国品牌评价标准体系相互衔接。同时，充分考虑交通运输各细分行业现行质量、安全、服务等相关标准和管理要求，使评价指标与交通运输行业实际保持协调。

2.依据充分原则

标准评价方法、指标体系和主要参数的修订均以现行品牌评价基础标准、交通运输行业相关标准、行业管理要求以及企业实际经营数据等为主要依据，结合 GB/T 31046—2014 实施以来积累的应用经验，对标准内容进行调整和完善，保证修订内容具有充分的理论和实践依据。

3.科学合理原则

遵循品牌价值形成和价值评价的一般规律，从企业经营基础、质量、安全、创新、服务和品牌建设等方面系统分析交通运输企业品牌价值影响因素，科学设置评价指标和评价规则。品牌收益、有形资产收益、品牌强度、品牌资产折现率等核心参数的确定充分考虑经济逻辑和行业特点，提高评价结果的合理性和可解释性。

4.实用可操作原则

充分考虑交通运输业覆盖领域广、行业差异明显的特点，在保持总体评价框架统一的基础上，针对不同交通运输细分行业设置相应的评价指标和指标说明。评价指标优先采用企业财务数据、运营数据、行业统计数据、公开评价数据以及可以核验的管理记录等，提高指标数据的可获取性、可验证性和标准实际应用的可操作性。

（二）编制依据

本文件在修订起草过程中，包括但不限于以下标准和有关文件：

1. GB/T 31046—2014《品牌价值评价 交通运输业》；

2. GB/T 29185《品牌 术语》；

3. GB/T 29186（所有部分）《品牌价值要素评价》；

4. GB/T 29187《品牌评价 品牌价值评价要求》；

5. GB/T 29188—2022《品牌评价 多周期超额收益法》；

6. GB/T 39071—2020《品牌评价 消费者感知测量指南》；

7.ISO 20671-1:2021 《 Brand evaluation—Part 1: Principles and fundamentals》；

8.ISO 10668:2010《Brand valuation—Requirements for monetary brand valuation》；

9. T/CCBD 3—2019《品牌价值评价 收益分成法》；

10. T/CCBD 5—2019《品牌价值评价 成本法》；

11. T/CCBD 6—2019《品牌价值评价 市场法》；

12. T/CCBD 7—2019《品牌价值评价 增量现金流法》；

13. 中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》；

14. 国家发展改革委等部门关于印发《关于新时代推进品牌建设的指导意见》的通知（发改产业〔2022〕1183 号）；

15. 国务院关于印发《“十四五”现代综合交通运输体系发展规划》的通知（国发〔2021〕27 号）。

（三）标准的主要技术内容

1.标准框架结构

本文件包括前言、6 个章节、2 个附录以及参考文献。

6 个章节分别是范围、规范性引用文件、术语和定义、评价方法及指标体系、取值规则、品牌价值评价结果形成规则。

附录 A 为资料性附录，名称为“交通运输业品牌强度系数指标及说明”，主要规定不同交通运输细分行业品牌强度评价指标及指标说明。

附录 B 为资料性附录，名称为“其他可选用的评价方法”，主要包括收益分成法、增量现金流法、市场法和成本法。

2.标准适用范围

本文件规定了交通运输业品牌价值评价的评价指标体系和取值规则，描述了品牌价值评价结果形成方法。

本文件适用于交通运输企业或企业集团（以下统称企业）品牌价值评价，也适用于行业组织或第三方对企业进行品牌价值评价。

3.标准主要技术点说明

（1）总体情况

一是完善评价方法体系。本次修订在保留多周期超额收益法的基础上，增加收益分成法、增量现金流法、市场法和成本法等可选评价方法，并结合评价目的、价值概念和评价对象特征明确方法选择要求，提高标准对不同评价对象和应用场景的适用性。

二是优化品牌强度评价体系。本次修订按照品牌价值形成机理，将交通运输业品牌强度评价划分为有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素5个一级指标，并设置市场竞争力、盈利与偿债能力、发展能力、质量管理水平、产品和服务质量、运输安全、创新投入、创新成效、服务供给、服务结果、品牌管理、品牌文化和品牌影响等13个二级指标。

三是突出交通运输细分行业特点。在保持一级、二级指标总体框架基本一致的基础上，结合航空业、机场业、轨道交通业、出租汽车业、物流业等不同细分行业业务特征，对三级评价指标及指标说明进行差异化设置，使评价指标既体现品牌价值形成的一般规律，又能够反映不同交通运输细分行业经营管理和品牌建设特点。

四是完善品牌价值测算规则。根据多周期超额收益法相关基础标准和实际应用情况，对品牌收益、品牌资产折现率、品牌强度系数等有关规则

进行调整，并新增、细化有形资产收益等参数的确定方法，提高品牌价值评价结果的科学性和可操作性。

（2）具体技术变化

一是优化多周期超额收益法测算规则。将原标准以企业主营业务利润率与行业平均主营业务利润率差异计算品牌现金流的方式，调整为以企业收益为基础，扣除有形资产收益后，根据无形资产收益中归因于品牌部分的比例确定品牌收益，使品牌收益的计算逻辑更加清晰。

二是细化模型参数取值规则。新增并细化有形资产收益计算规则，分别明确流动有形资产和非流动有形资产收益及其投资报酬率的确定方式；进一步明确品牌归因比例、行业平均资产报酬率、品牌强度系数和品牌资产折现率等参数的确定方法，提高评价过程的规范性和可操作性。

三是调整品牌强度评价内容。重新整合原标准中市场、质量、创新、服务、社会责任以及品牌相关指标，将企业经营和发展能力纳入有形要素，将品牌管理、品牌文化、品牌知名度、美誉度、忠诚度以及社会责任等内容纳入无形要素，并强化运输安全、数智化建设、服务响应等反映交通运输行业发展特点的评价内容。

四是优化细分行业评价指标。结合近年来交通运输行业经营管理、质量安全、数字化和服务发展情况，对航空业、机场业、轨道交通业、出租汽车业和物流业的评价指标进行调整和完善，重点提高指标的数据可获得性、行业代表性和实际评价中的可操作性。

五是补充其他评价方法的适用要求。在附录中增加收益分成法、增量现金流法、市场法和成本法，明确各方法的基本原理、适用条件和计算方式，为不同评价对象选择适宜的品牌价值评价方法提供参考。

三、主要试验（或验证）工作

本标准属于品牌价值评价方法类标准，不涉及传统实验室试验，验证工作主要通过标准比对、行业适用性分析、评价方法验证和专家论证等方式进行。

一是开展标准比对。对 GB/T 31046—2014 与 GB/T 29185、GB/T 29186（所有部分）、GB/T 29187、GB/T 29188—2022 等现行品牌评价基础标准进行比对，重点研究评价方法、品牌收益、品牌强度和品牌资产折现率等内容的协调性，保证本标准与现行品牌评价标准体系协调一致。

二是开展行业适用性分析。针对航空业、机场业、轨道交通业、出租汽车业和物流业等不同交通运输细分行业，对市场竞争、质量安全、技术创新、服务和品牌建设等方面的评价指标进行分析，重点研究指标代表性、数据可获得性和评价可操作性，并根据行业实际情况对有关指标进行调整完善。

三是开展评价方法验证。结合交通运输企业实际经营和品牌建设特点，对品牌收益、有形资产收益、品牌强度、品牌强度系数和品牌资产折现率等主要参数及计算逻辑进行分析，验证评价方法和参数设置合理性。

四是开展专家论证。围绕评价方法、指标体系、指标权重、指标说明以及各细分行业评价指标等内容开展专家研讨论证，并根据相关意见对标准草案进行修改完善。

通过上述工作，对标准评价框架、评价方法和指标体系进行持续优化，提高标准技术内容的科学性、适用性和可操作性。

四、与国际、国外同类标准技术内容的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

目前，国际标准化组织已发布 ISO 20671-1:2021《Brand evaluation — Part 1: Principles and fundamentals》、ISO 10668:2010《Brand valuation— Requirements for monetary brand valuation》等品牌评价相关国际标准。

ISO 20671 主要从品牌评价原则和基础框架层面对品牌评价活动提出要求，ISO 10668 主要规定品牌货币价值评价的基本要求，为品牌价值评价提供通用技术框架。

我国已发布 GB/T 29185《品牌 术语》、GB/T 29186（所有部分）《品牌价值要素评价》、GB/T 29187《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，并针对旅游、零售、汽车制造等不同领域制定了相应的品牌价值评价国家标准。

本标准是在品牌价值评价通用原则和方法基础上，结合我国交通运输行业实际，对品牌价值评价指标体系、品牌收益、有形资产收益、品牌强度、品牌资产折现率以及评价结果形成方法进行细化，重点解决品牌价值评价通用方法在交通运输行业中的具体应用问题。

五、采用国际标准和国外先进标准情况

本标准为修订我国现有国家标准，未采用国际标准和国外先进标准。

六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准属于推荐性国家标准，主要规定交通运输业品牌价值评价的评价指标体系和取值规则，描述品牌价值评价结果形成方法。

本标准不涉及交通运输企业市场准入、安全生产等强制性管理要求。涉及运输安全、服务质量等评价内容时，相应指标和数据应符合交通运输各细分行业现行法律法规、强制性国家标准和行业管理要求。

本标准与我国现行法律、法规和强制性国家标准相协调，不存在抵触情况。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

八、涉及专利的有关说明

无。

九、对实施本标准的建议

本标准为修订后的推荐性国家标准，建议发布后3个月实施。

建议标准发布后组织开展标准宣贯和应用培训，重点加强对品牌价值评价方法、品牌强度评价指标体系、品牌收益计算、品牌资产折现率确定以及各细分行业评价指标取值规则等内容的解释说明，促进有关行业组织、评价机构和交通运输企业准确理解和应用标准。

同时，建议在标准实施过程中持续积累交通运输各细分行业品牌价值评价数据和行业基准数据，跟踪标准实际应用效果，为标准后续复审和修订完善提供依据。

十、其他应予说明的事项

无。