

ICS 03.140

CCS A 00

T/HNAFQ

河南省质量协会团体标准

T/HNAFQ XXXX—XXXX

品牌价值评价 通用要求

(征求意见稿)

XXXX—XX—XX 发布

XXXX—XX—XX 实施

河南省质量协会 发布

目 次

前言II

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 评价原则 1

5 评价主体 1

6 评价内容 1

7 评价途径 1

8 评价程序 1

9 评价人员 2

10 评价报告 2

参考文献 3

前 言

本文件按照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》的规定起草。

注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由河南省质量协会提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

品牌价值评价 通用要求

1 范围

本文件规定了品牌价值评价的评价原则、评价内容、评价程序等要求。
本文件适用于开展品牌价值评价和品牌管理活动。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 29185 品牌价值 术语

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29187界定的术语和定义适用于本文件。

4 评价原则

4.1 自愿申请

符合评价条件的品牌主体均可自愿申请。

4.2 公正透明

评价过程应公正透明，包括评价数据来源、评价方法、评价指标等方面。

4.3 有效可靠

评价基于评价基准日内有效、相关的数据及假设，数据来源应可靠、客观、充分，评价结果真实有效。

5 评价主体

评价主体一般为开展品牌价值评价和品牌管理活动的实体。

6 评价内容

可从品牌价值有形、质量、创新、服务、无形五个要素；法律、顾客及其他利益相关方、市场、经济和政策环境、财务五个维度两个方面确定品牌评价的内容。评价内容应与组织规模、品牌类型、评价目的等因素相适应。

7 评价途径

根据评价目的、价值概念和被评价品牌的特征，选择适用途径，包括但不限于收益途径、市场途径、成本途径等。

8 评价程序

8.1 识别评价目的

根据评价用途、结果使用方、被评价品牌特性等因素确定评价目的。

8.2 界定评价范围

评价前应识别、界定被评价品牌主体范围，包括其产品、服务范围等。

8.3 明确评价指标

应按照国际、国内相关领域评价标准要求，综合考虑各方面因素，设定评价指标。

8.4 确定评价方法

应依据品牌主体所属行业或领域特征、评价目的等选择适用的方法，可使用收益法、市场法等中的一种或几种方法的组合。

8.5 获取评价数据

评价数据获取的渠道可包括：

- a) 被评价品牌公开发布或提供的信息和数据；
- b) 国际、国家和地方政府部门公布的相关统计数据；
- c) 评价主体采用调查等方式获取的与评价相关的信息和数据；
- d) 可采信第三方机构提供的相关调查报告、文献等相关资料；
- e) 社交媒体等公开发布的相关信息。

8.6 执行价值测算

将获取的品牌主体相关数据和信息输入到相应评价模型，计算出品牌价值，并对评价结果的准确性进行检验和修正。

8.7 编制评价报告

根据评价目的和评价报告格式要求，编制评价报告。

9 评价人员

评价人员应满足下列要求：

- a) 具备相应的技术职称或职务；
- b) 具备相关工作经验和专业能力；
- c) 在评价过程中应保持独立性和客观性；
- d) 具备保密意识，不得泄露评价品牌主体信息。

10 评价报告

评价报告应明确下列内容：

- a) 评价人员的资质、立场和身份；
- b) 评价目的和依据；
- c) 被评价品牌的界定；
- d) 报告使用者或读者；
- e) 评价主要方面和具体评价指标；
- f) 评价所采用的方法；
- g) 评价基准日和评价报告日；
- h) 评价数据和信息的来源；
- i) 评价结果；
- j) 使用限制。

参 考 文 献

- [1] GB/T 29186.1 品牌价值要素评价 第1部分:通则
 - [2] GB/T 29186.2 品牌价值要素评价 第2部分:有形要素
 - [3] GB/T 29186.3 品牌价值要素评价 第3部分:质量要素
 - [4] GB/T 29186.4 品牌价值要素评价 第4部分:创新要素
 - [5] GB/T 29186.5 品牌价值要素评价 第5部分:服务要素
 - [6] GB/T 29186.6 品牌价值要素评价 第6部分:无形要素
 - [7] GB/T 29188 品牌评价 多周期超额收益法
 - [8] GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础
 - [9] GB/T 36680-2018 品牌 分类
-