中华人民共和国国家标准

《品牌要素评价 第3部分：质量要素》（征求意见稿）

编 制 说 明

一、 工作简况

（一）任务来源

本国家标准的制定任务列入国家标准化管理委员会《2018 年国家标准制修订项目》，项目编号“20184867-T-469”。

本项任务由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）提出并归口，由中国标准化研究院负责组织标准起草工作。参加起草单位包括：中国品牌建设促进会、中国质量认证中心等。

（二）编制背景

品牌价值评价不仅体现在品牌货币价值的量化上，更重要的是要揭示有形资产、质量、服务、技术创新和无形资产等各类要素对品牌价值的影响关系，以指导企业尤其是中小企业采取针对性的改进措施，加强品牌管理，提升品牌价值和竞争力。利用品牌要素培育品牌的过程，实质上就是质量提升的过程，服务改善的过程，技术创新的过程，有形资产和无形资产增值的过程。

2014 年品牌评价国际标准化技术委员会 ISO/TC 289 成立之初，美国、德国、中国等主要参与国家对影响品牌价值的关键要素达成初步共识，提出品牌价值五要素的概念，即有形资产、质量、服务、技术创新、无形资产等。同年，根据我国在五要素方面的研究成果，率先发布了《品牌价值 质量评价要求》《品牌价值 服务评价要求》以及《品牌价值 技术创新评价要求》等 3 项国家标准。经过近年对品牌价值发展理论的深化研究，以及我国品牌价值评价工作实践，发现现行国家标准中还存在一些问题与不足，例如：要素内容老化、无法反映最新的品牌价值发展理论；标准内容交叉重复等问题。因此急需对现行的品牌价值评价要素类国家标准进行修订，一方面通过对标准内容的修订将最新的品牌价值发展理论融入到标准内容中，更明确的提出质量评价应考虑的主要方面以及评价指标体系；另一方面梳理五要素标准之间的关系，系统性考虑标准内容结构，以更完整的体现有形资产、

质量、服务、技术创新以及无形资产等五个要素的整体性。通过对该标准的修订能够为各类组织开展品牌价值的提升提供重要依据。

二、 标准修订原则

1. 广泛开展调研，了解现状与新需求

本标准制定过程中，应充分开展调查研究，包括三方面：一是国际、国内品牌评价领域的相关标准和评价实践，了解主要经验和启示；二是跟踪现行标准在执行过程中的主要问题，梳理内容条款不合理或者急需调整之处，操作不可行之处等；三是了解我国企业在开展品牌相关工作中遇到的主要问题和技术瓶颈，需要标准化指导的方面等。

2. 加强评价指标体系研究，优化评价技术

本标准制定过程中，应基于现行标准中提出的主要方法，开展评价指标体系的升级与优化。一方面对现有标准中的术语、技术条款等内容存在偏差或老化等问题进行分析，完成对现有内容的纠偏；另一方面，根据新需求，对评价指标体系进行完善和优化，以使评价结果更好的反映品牌质量要素情况，为企业的品牌建设工作提供依据。

3. 充分结合评价实践，完善标准结构

本标准为品牌的质量要素评价提供了可参考的通用框架和指标体系，因此在标准编制过程中，充分考虑我国当前国家、企业对品牌建设工作的新需求，政府、高校和科研机构、企业等各类组织开展的品牌评价实践。结合现有评价的流程、评价方法和评价需求，修订和完善现有标准结构，从而提高本标准的通用性与普适性。

三、 标准制定过程

1. 开展调研与资料分析

项目启动之初，重点开展了以下调研：一是国际、国内品牌评价领域的相关标准和评价实践活动的调研；二是现行标准采标和使用情况的调研；三是我国企业对品牌相关标准的需求调研。

2. 正式成立标准起草工作组

在做好前期调研与主要技术研究的基础上，成立标准起草组，制定任务计划，明确任务分工，确定主要负责人。

3. 形成标准草案

基于前期的研究成果，起草组成员集中进行了认真讨论，特别对术语和一些较难理解的内容进行了重点分析，形成了标准草案初稿，发放给标准起草组成员，多次召开标准研

讨会对标准内容进行了讨论，包括主体框架、具体条款等。

4.形成标准征求意见稿

针对标准草案中不能完全确定的问题。经起草组商议决定，不能确定的内容暂时采用大多数成员的意见，视征求意见情况再做处理，并于 2019 年 12 月底形成了征求意见稿。

四、 标准主要内容

（一）内容介绍

本标准规定了品牌质量要素的评价要求，包括指标体系、指标的属性、测量方法以及数据要求等。

本标准为开展品牌质量要素评价的指标选取和确定提供依据，同时为组织的品牌评价和品牌价值提升提供质量要素改进的指导。

标准共包括范围、规范性引用文件、术语和定义、评价指标体系、指标测量、结果测算和结果应用七个部分。其中：

第 4 章评价指标体系中给出了品牌质量要素评价的具体方面和评价指标，包括质量承诺、质量管理能力、客观质量以及感知质量。

第 5 章根据第 4 章给出的评价指标体系，分别给出了质量承诺、质量管理能力、客观质量以及感知质量四个方面，具体的测量指标、指标的描述、测量示例以及数据来源的要求。

第 6 章给出了评价指标的计算方法和公式。

第 7 章为评价结果的应用提供了参考。

（二）变更与调整

本标准与 GB/T 31041-2014 相比，除编辑性修改外，主要技术变化如下：

——结构调整，为便于使用，标准结构调整为范围、规范性引用文件、术语和定义、评价指标体系、指标测量、结果测算和结果应用七个部分，并与品牌评价的其他要素标准结构保持一致；

——增加了“质量承诺”、“感知质量”、“合格评定”、“可持续发展”、“卓越绩效”、“感知价值”和“顾客满意”等 7 个术语和定义；

——修改了质量要素的评价体系，由质量承诺、质量管理能力、客观质量和感知质量四个方面的指标构成；

——围绕评价指标体系，针对具体测量指标的名称、属性、测量示例和测量数据的来源给出了具体指南。

五、 主要试验（或验证）的分析、综述报告、技术经济论证、预期的经济效果

无。

六、 采用国际标准和国外先进标准的程度

无。

七、 与现行相关法律、法规、规章及相关标准的协调性

该标准与 ISO 20671:2019、GB/T 29187-2012、GB/T 29188-2012 以及品牌要素评价的其他国家标准相协调一致。

八、 重大分歧意见

无。

九、 有关标准属性的建议

建议作为推荐性国家标准发布。

十、 贯彻标准的要求和措施建议

无。

十一、替代或废止现行相关标准的建议

本标准替代GB/T 31041-2014《品牌价值 质量评价要求》。

十二、其他应予说明的事项

无。

标准起草组

二〇二〇年三月