中华人民共和国国家标准

《品牌要素评价 第4部分：创新要素》（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“20184751-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，由深圳市标准技术研究院负责组织标准起草工作。参加起草单位包括：中国标准化研究院、中国品牌建设促进会等。

（二）编制背景

品牌价值是企业综合实力、综合竞争力的体现，创新是影响品牌价值的重要因素，贯穿于品牌塑造、品牌持续发展和品牌价值提升的整个过程中。在从“中国产品”走向“中国品牌”转变过程中，创新尤其是自主创新的建设和发展过程不仅需要思维上的突破，更需要系统的指导和实践。品牌评价已经成为国际品牌竞争的重要领域。

目前国际上对品牌价值的评估主要以货币价值评价为主，国际标准 ISO 10668 就对货币化品牌价值评价提出了原则性和具体操作方面的要求。此外，一些国际知名咨询公司也都开发建立了自己的品牌货币价值评估方法和模型。中国于 2012 年在等同转化 ISO 10668 品牌评价国际标准的基础上，进一步研究了影响品牌价值的重要因素，提出从有形资产、质量、创新、服务和无形资产五个方面对品牌价值进行综合评价，以帮助企业全面认识品牌建设情况，采取有效措施提升品牌价值。

目前，中国联合奥地利、俄罗斯、美国等国家已推动成立国际标准化组织品牌价值评价技术委员会 ISO/TC 289，并已达成了品牌价值五要素（有形资产、无形资产、质量、服务、创新）理论的共识。五要素覆盖了影响品牌形成、发展的内在基本要素，创新更是品牌价值形成和变化的核心要素。在五要素理论指导下，本标准对品牌价值的创新要素评价进行分析，跳出传统技术创新的局限，在更开放范围下研究创新要素的形式、评价的主要方面，并建构了评价指标体系，阐述了指标的测量方法、指标属性、数据来源与要求以及评价结果方法等，

助力引导和推动我国创新品牌走向国际，推动建立和完善全球统一的品牌价值评价国际标准体系。

《品牌价值 技术创新评价要求》（GB/T 31043-2014）于2014年正式发布，由深圳市标准技术研究院负责牵头组织起草，已实施五年有余。应全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）关于品牌评价标准体系框架的创新与调整，为保证标准的与时俱进及与国际标准同步更新，2017年8月由深圳市标准技术研究院申请提出修订计划，联合中国标准化研究院、中国品牌建设促进会等机构共同完成，标准名称更新为《品牌价值要素评价 第4部分：创新要素》。通过对该标准的修订能够为我国企业开展品牌价值创新方面的评价提供指导，引导企业依靠创新提高品牌价值含金量和国际影响力，树立市场竞争优势，同时为相关部门开展品牌评价的创新改进和提升建设提供工作依据。

（三）主要工作过程

1.标准修订申请

为落实国务院《质量发展纲要（2011-2020年）》提出的“建立品牌建设国家标准体系和品牌价值评价制度”要求，推荐建立和完善我国品牌价值评价指标体系，并实现与国际标准对接，引导广大企业创建品牌，提升品牌价值和效应，深圳市标准技术研究院于2017年8月向全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）申请了原标准《品牌价值 技术创新评价要求》（GB/T 31043-2014）的修订计划。

2.成立标准起草工作组

2017 年 12 月，深圳市标准技术研究院联合中标院等机构成立了标准起草组，研究学习国际相关标准和理论，研究标准修订的方面和主要内容，为后续工作奠定了良好基础。

3.标准调研

2018年3-6月，工作组在深圳市各大创新企业和高新技术企业如华为、中兴、天龙移动、华大基因等进行了创新要素评价调研。在通过资料调研等基础上，对该标准的原有内容进行了对比和重新梳理。

4.召开标准框架研讨会

2018年8月，工作组在深圳召开了该项标准研讨会，由工作组组长单位牵头，深圳市品牌建设促进中心、上海市质量和标准化研究院等相关单位参与，研讨会讨论了修订版标准的定位和适用范围，并对该标准的编写框架进行了补充和完善。

5.形成标准草案

2018年10月，工作组通过调研和研讨，在新框架基础上修改完善，编制形成了该标准的草案稿。

6.召开草案第一次研讨会

2018 年 12 月，由工作组组长单位牵头，中国品牌建设促进会、中国标准化研究院、深圳市品牌建设促进中心等单位参与，对本标准的草案进行了讨论。本次讨论会上，工作组以及相关单位专家针对具体内容进行深入讨论和修改。

7.召开第二次研讨会

2019 年 6 月，由工作组组长单位牵头，组织产学研各界品牌专家，在深圳针对本标准进行深入讨论，来自深圳市品牌建设促进中心、深圳市科创标准服务中心、深圳市质量创新联盟、比亚迪股份有限公司、华大基因科技有限公司等单位和企业的代表参加了此次研讨会，本次研讨会上，各界品牌专家对标准提出了实践性的建议，为标准的修改完善奠定了坚实基础。

8.召开标准第三次研讨会

2019 年 10 月，在北京联合中国标准化研究院、中联资产评估集团有限公司、中国品牌建设促进会等单位召开了本标准的第三次研讨会，在整理、吸收第二次研讨会修改意见的基础上，现场专家针对本标准进行了深入研讨，共收集到处理意见 10 条。

9.召开标准第四次研讨会

2020 年 1 月，深标院再次联合中国标准化研究院、中联资产评估集团有限公司、中国品牌建设促进会等单位召开了本标准的第四次研讨会，对标准的框架结构、指标适用性和实用性、评价体系等技术内容进行了深入研讨与修改，进一步完善标准内容，共收集到处理意见 20 余条。

10.形成标准征求意见稿

2020 年 2 月，工作组根据多次标准研讨会上品牌专家们以及相关企业提出的修改建议，对标准草案进行了多次修订和完善，形成了标准征求意见稿。

二、标准编制原则与确定标准主要内容的依据

（一）标准编制原则

1.科学性原则

本标准编写遵循科学性原则，在详细分析我国企业创新路径和模式的基础上，积极与 ISO 20671:2019《品牌评价 原则与基础》国际标准保持一致，保持标准的科学性和前瞻性。

2.适用性原则

本标准在先前标准版本的基础上，结合近年来实施的情况和企业调研反馈意见等新情况，将创新的涵义进行了扩大和延伸，不再局限于技术创新而是全方位创新，并在国际标准和五要素理论模型指导下筛选了衡量企业创新管理、创新发展、创新效益等方面的适用指标，并给出可操作示例和数据来源渠道，为企业的创新要素评价提供更强适用性和操作性的评价标准指导。

3.实用性原则

该标准结构清晰，逻辑紧密，可操作性强。评价指标体系所涉及到的三个一级指标的属性、描述等详细，多个二三级指标的数据示例和获取来源渠道清晰，方法简单易懂，便于各类组织开展创新水平的评价操作实践。

（二）本标准主要内容

1.前言

简述了本标准的起草规则、提出和归口单位、起草单位及主要起草人等内容。

2.引言

简述了创新对企业生存与发展的重要意义和评价必要性,以及本标准创新要素评价与ISO 20671:2019国际标准的关系。

3.适用范围

本标准规定了品牌创新要素的评价要求，包括评价指标体系、指标测量、结果计算以及结果应用等内容和要求。

本标准为开展品牌创新要素评价的指标选取与确定提供依据，同时为组织（实体）提升品牌价值提供创新要素改进的指导。

4.规范性引用文件

简单列述了本标准编制中所引用的品牌价值评价相关标准和规范性文件。

5.术语及定义

列明了本标准所参考和涉及到相关术语的标准，并结合 CEN/TS 16555-1-2013《创新管理 创新管理体系》中对“创新 innovation”的释义，适当修改并重新定义了创新，适用于本标准的范围和相关内容。

6.评价指标体系

本标准在确定了创新管理能力、创新发展能力和创新效益水平三个大的评价方面基础上，制定科学合理的创新要素评价指标体系，并尽量保证评价指标的合理性与普遍适用性。在制定评价指标时应从指标属性出发，根据每个指标的构成特性、指标描述、指标属性，明确可衡量、可操作的适用性关键指标，这些指标是创新要素评价的重中之重。

品牌价值的创新要素评价指标体系采用分级形式，其中，一级指标为创新管理能力、创新发展能力和创新效益水平。各一级指标分别下设二级指标，创新管理能力下设创新资源管理、创新战略管理、创新机制管理、知识产权运用、知识产权保护五个二级指标；创新发展能力下设创新布局设计、技术/工艺创新和市场营销创新三个二级指标；创新效益水平下设创新经济价值实现、创新生态价值实现、知识产权创造和市场消费评价四个二级指标。

7.指标测量

分别阐述了创新要素下的一二级指标的内涵以及对品牌价值形成、发展和提升的重要作用。同时，在对各二级指标进行内容解析的基础上，进一步完善了指标名称、指标描述、指标属性、指标示例、数据来源等内容，对创新要素的剖析和评价更全面和立体化。

8.结果计算

创新要素评价结果（K）由创新管理能力（K_1）、创新发展能力（K_2）和创新效益水平（K_3）组成，标准中明确了各个方面和各级指标的测算方法、数据来源和要求以及权重确定方法等内容，并设计了评价结果结算模型，为最终得出精确有效的创新要素评价结果提供行之有效的指导。

9.结果应用

列明了品牌创新要素评价结果对于企业和第三方开展组织内外部品牌创新相关管理活动的应用范围，内容等，以及其他相关品牌价值评价活动的参考应用。

10.参考文献

列明了本标准中所参考的品牌评价和创新管理等相关政策文件、技术报告等文献资料。

（三）本标准制定参考的主要依据

标准编制按照 GB/T 1.1-2009 给出的规则起草；采用 GB/T 29185 《品牌价值 术语》规定的术语。标准中的相关内容符合 GB/T 29186 《品牌价值 要素》、GB/T 29187 《品牌评价 品牌价值评价要求》的有关规定和要求。

标准编制过程中参照CEN/TS 16555-1-2013《创新管理 第1部分：创新管理系统》（CEN/TS 16555-1-2013 Innovation Management Part 1: Innovation Management System）确定了创新的定义。

三、主要试验验证分析

无。

四、本标准参照采用的国际或国内法规及相关标准

无。

五、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准内容符合国家现行法律、法规要求。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准的制定过程中未出现重大的分歧意见。

七、作为强制性标准或推荐性标准的建议

本标准建议为推荐性标准。

八、贯彻标准的要求措施建议（包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容）

(一)组织措施:在 SAC/TC 532 的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组。

(二)技术措施：组织撰写标准宣贯材料，组织标准宣贯培训，争取标准颁布实施后尽快推广。

九、替代或废止现行有关标准的建议

本标准替代 GB/T 31043-2014《品牌价值 技术创新评价要求》。

十、本标准编制说明的附件

无

标准起草组

二〇二〇年三月