ICS 03.140

A 00

中 华 人 民 共 和 国 国 家 标 准

GB/T XXXXX—XXXX

代替 GB/T 31043－2014

品牌要素评价

第 4 部分：创新要素

Evaluation of brand elements－Part 4: Innovation elements

（征求意见稿）

XXXX-XX-XX 发布　　XXXX-XX-XX 实施

国 家 市 场 监 督 管 理 总 局
国 家 标 准 化 管 理 委 员 会　发 布

目　次

前言.....II
引言.....III
1　范围.....1
2　规范性引用文件.....1
3　术语和定义.....1
4　评价指标体系.....1
5　指标测量.....2
6　结果计算.....6
7　结果应用.....6
参考文献.....7

前　言

本标准依据 GB/T 1.1－2009 给出的规则起草。

本标准由全国品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）提出并归口。

本标准代替 GB/T 31043－2014 《品牌价值 技术创新评价要求》。

本标准与 GB/T 31043－2014 相比，除编辑性修改外，主要技术变化如下：

——将“技术创新”修改为“创新”，拓展了品牌创新要素的内涵和外延，更符合当前多元化业态和多形式创新的市场现状与需求；

——评价品牌创新要素时，主要从创新管理能力、创新发展能力和创新效益水平三个方面开展，标准中分别对三方面评价时所选取的测量指标、指标属性、指标示例、数据来源等提供了指南。

本标准起草单位：

本标准主要起草人：

本标准所代替标准的历次版本发布情况为：

——GB/T 31043－2014

引　言

创新是一个企业获取持续竞争力的一种重要手段，是企业实现稳定、可持续发展的有力保障。当前，国际标准化组织品牌价值评价技术委员会已发布国际标准 ISO 20671:2019《品牌评价 原则与基础》，将创新作为支撑品牌建设和价值提升的关键要素之一。因此，开展品牌创新要素评价是引导企业提升品牌创新意识和能力的必要路径和有效方法。品牌创新要素评价主要是衡量企业的创新能力及其创新成效对自身品牌成长和价值提升所发挥的作用和贡献度，该要素的评价指标包括创新管理能力、创新发展能力和创新效益水平等。

品牌要素评价　第4部分：创新要素

1　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。

2　规范性引用文件

下列文件对于本文件的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本文件。凡是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 29186　品牌价值　要素

GB/T 29187　品牌评价　品牌价值评价要求

CEN/TS 16555－1　创新管理 第1部分：创新管理系统

3　术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187中界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

创新 innovation

将新型或显著改善的产品（服务）、生产工艺、新营销方法、新组织方式、服务模式等应用于经营行为、工作组织或外部关系的活动，包括策划、研究、开发、生产、管理到市场应用的完整过程。

[改自：CEN/TS 16555－1－2013 创新管理 创新管理体系，3.1。]

4　评价指标体系

4.1　评价的主要方面

品牌创新要素可从创新管理能力、创新发展能力和创新效益水平三个方面进行评价。

4.2　指标体系

品牌创新要素评价指标体系详见图 1。

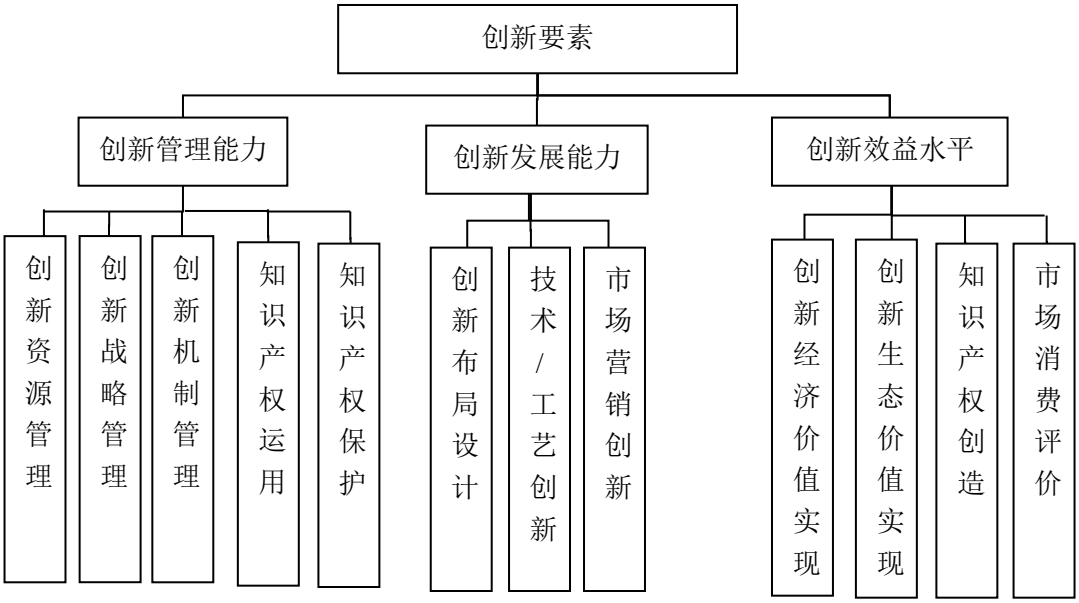

图 1 品牌创新要素评价指标体系

5 指标测量

5.1 创新管理能力

创新管理能力可主要从创新资源管理、创新战略管理、创新机制管理、知识产权运用和知识产权保护五个层面衡量。评价指标详见表 1。

表 1 创新管理能力评价指标

指标名称	指标描述	指标属性	指标示例	数据来源
创新资源管理	实体在对创新活动所需人才、资金、软硬件设备等资源的投入充足性、先进性和结构合理性等保障水平。	基本指标	• 合格研发人员占比； • 研发经费投入与增长率； • 研发平台数量与等级； • 生产（服务）人员技术水平（如高层次人才占比、从业资质等级、受教育程度与结构等）； • 生产（服务）设备水平（如先进程度、质量水平、配套设置完善度等）； • 其他。	• 实体提供的财务报表、年报等材料； • 实体自我公开声明信息； • 政府监管部门公布数据； • 网络公开信息平台；第三方机构调查报告。

表 1 创新管理能力评价指标（续）

指标名称	指标描述	指标属性	指标示例	数据来源
创新战略管理	实体对创新活动做出规划、部署和监控。	基本指标	• 创新战略目标制定与完成度； • 创新战略与品牌定位契合度； • 创新战略规划制定与执行； • 其他。	• 自我公开声明； • 愿景与价值观； • 由实体提供的相关说明文件； • 网络公开信息平台；第三方机构调查报告。
创新机制管理	实体为创新战略制定和实施而建立和运行的保障体系。	基本指标	• 创新组织架构完善度； • 创新需求识别与传导机制； • 内、外部协同创新机制； • 创新考核与激励机制建立与执行度； • 创新风险管控机制建立与执行度； • 其他。	• 自我公开声明； • 实体年度报告； • 由实体提供的相关说明文件； • 网络公开信息平台；第三方机构调查报告。
知识产权运用	实体研发的产出结果及其先进性、时效性等情况。	基本指标	• 近三年专利产品收入占企业销售收入比重； • 近三年专利产品/服务开发速度； • 近三年知识产权许可、转让收益； • 近三年知识产权融资额； • 其他。	• 实体对专利、技术研究标准、商标、创新奖项等的自我声明数据； • 公开信息平台； • 国际、国家、行业主管部门的公开信息； • 第三方机构调查报告。
知识产权保护	实体对知识产权等创新成果的保护情况。	基本指标	• 知识产权保护规章制度完善度（包括发明人权益保护、奖励等制度）； • 知识产权预警机制和应对方案建立和运行绩效； • 知识产权保护经费投入水平； • 海内外知识产权保护机构和人员设立情况； • 通过国内外知识产权管理相关认证情况； • 近三年有效处理国内外知识产权纠纷获得赔偿或避免损失情况； • 其他。	• 实体对专利、技术研究标准、商标、创新奖项等的自我声明数据； • 公开信息平台； • 国际、国家、行业主管部门的公开信息； • 第三方机构调查报告等。

5.2 创新发展能力

创新发展能力可主要从创新布局设计、技术/工艺创新和市场营销创新三个层面来衡量。评价指标详见表 2。

表 2 创新发展能力评价指标

指标名称	指标描述	指标属性	指标示例	数据来源
创新布局设计	实体在全球范围内提高创新资源聚集和优化配置，加快技术获取、吸收和再创新的能力。	可选指标	• 国内外研发布局程度（如研发机构数量和分布等）； • 国内外技术获取渠道渗透； • 其他。	• 实体提供的相关说明材料； • 境外研发机构注册平台； • 网络公开信息平台；第三方机构调查报告。
技术/工艺创新	实体在生产或服务过程中现代技术/工艺的应用、改进、更新速度和效率。	基本指标	• 单位产品（服务）成本节约率； • 生产（服务）周期缩短率； • 工艺质量管控制度及其效果； • 采用先进技术或创新方法的数量与等级； • 其他。	• 实体自我公开声明信息； • 公开信息平台； • 政府部门备案信息数据； • 实体采用、改进更新或对外合作开发先进技术的文件； • 第三方专业机构出具的技术/工艺先进性调查评价报告等。
市场营销创新	实体在新技术、新产品（服务）投放市场的过程中对消费需求和竞品信息等的市场研究创新、对广告、展会、终端销售等各种营销模式创新，以及对供应渠道把控及网络营销成熟度等的情况。	基本指标	• 市场研究经费占比； • 市场需求挖掘分析准确度； • 营销网络化和电商化程度； • 渠道多样性； • 渠道拓展速度； • 渠道覆盖率； • 渠道营销业绩增长率； • 其他。	• 实体市场研究战略、投入、分析结果应用及绩效报告等文件； • 由实体提供的市场拓展规划、实施制度文件、年度市场报告等文件； • 由实体提供渠道商合作文件、渠道覆盖网络图以及渠道营销业绩报告等文件； • 网络公开信息平台；第三方机构调查报告。

5.3 创新效益水平

创新效益水平从创新经济价值实现、创新生态价值实现、知识产权创造和市场消费评价四个层面来衡量。评价指标详见表 3。

表 3 创新效益水平评价指标

指标名称	指标描述	指标属性	指标示例	数据来源
创新经济价值实现	实体新产品/服务在市场表现和经济效益创造方面的情况。	基本指标	• 新产品/服务收益率 • 新产品/服务市场占有率 • 新产品/服务出口增长率 • 其他。	• 实体自我公开信息(年报、财报等); • 网络平台信息; • 政府备案信息; • 第三方市场调查报告等。
创新生态价值实现	实体在新产品/服务开发和市场投放过程中在节能减排和生态环保等方面的效益情况。	可选指标	• 单位水能耗降低水平; • 单位电能耗降低水平; • 单位排污降低水平; • 其他。	• 实体自我公开声明信息; • 公开信息平台; • 政府部门备案信息数据; • 实体对外公开的环评报告; • 第三方机构出具的调查评价报告等。
知识产权创造	实体在生产/服务创新过程中形成的知识产权成果和质量水平。	基本指标	• 实体有效专利、商标、著作等的数量和级别; • 通过专利合作条约(Patent Cooperation Treaty)途径申请的国际专利数量及占比; • 专利申请量中发明专利占比; • 专利授权量占申请量比重; • 获国内外研发奖项数量; • 其他。	• 实体对专利、技术研究标准、商标、创新奖项等的自我声明数据; • 公开信息平台; • 国际、国家、行业主管部门的公开信息; • 第三方机构调查报告等。
市场消费评价	实体在新产品/服务投入市场后消费者对其消费体验和满意度的评价情况。	基本指标	• 新产品/服务满意度评价; • 新产品/服务净推荐值(NPS); • 新产品/服务线上线下投诉率; • 其他。	• 实体自我公开声明信息; • 公开信息平台; • 政府部门备案信息数据; • 实体对外公开的消费者满意度调查报告; • 第三方机构出具的市场评价报告等。

6 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，按式（1）计算：

$$K = \sum_{i=1}^{4} K_i \times W_i \qquad \cdots\cdots（1）$$

式中：

K——创新要素得分；

K_i——第 i 个指标的评价值；

W_i——第 i 级指标对创新要素得分的影响权重。

当 K_i 指标下存在下级指标时，其评价值按式（2）计算：

$$K_i = \sum_{j=1}^{j} \sum_{t=1}^{t} K_{jt} \times W_{jt} \qquad \cdots\cdots（2）$$

式中：

K_i——第 i 个指标的评价值；

K_{jt}——i 指标下的第 j 个指标下的第 t 个指标的评价值；

W_{jt}——i 指标下的第 j 个指标下的第 t 个指标对 K_i 指标的影响权重。

7 结果应用

品牌创新要素的评价结果可用于以下方面：

——品牌实体或第三方开展的品牌价值评价活动；

——品牌实体开展创新成果管理、应用和保护等相关活动

——品牌实体开展的品牌培育、品牌价值提升等相关活动；

——品牌实体开展的品牌创新战略研究、规划和实施活动；

——集群、区域、老字号等品牌的创新要素评价、品牌价值评价等相关活动；

——其他。

参考文献

[1] GB/T 29188 品牌评价　多周期超额收益法。

[2] 刘平均.品牌价值发展理论[M].北京:中国质检出版社、中国标准出版社,2016.12:103-135。