

ICS 03.140  
CCS A 00

# DB52

贵州省地方标准

DB52/T 1554—2021

## 品牌评价工作指南

2021 - 01 - 14 发布

2021 - 01 - 14 实施

贵州省市场监督管理局

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 评价原则 .....	2
5 评价对象和内容 .....	2
6 评价依据 .....	2
7 评价机构和人员 .....	3
8 评价方式 .....	3
9 评价程序 .....	3
10 评价结果 .....	5



## 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。

本文件由贵州省品牌建设促进会提出。

本文件由贵州省市场监督管理局归口。

本文件起草单位：贵州省品牌建设促进会、贵州新安航空机械有限责任公司、贵州省标准化院、贵州磷化（集团）有限责任公司、贵州出版集团新知源文化产业投资有限公司、贵州中核圣海实业发展有限公司。

本文件主要起草人：蔡宏、欧阳辉、曹璟、周焯、彭刚、吴伯天、杨学龙、刘华华、王平、陶冶。



## 引 言

品牌是企业、区域乃至国家竞争力的综合体现，代表着供给结构和需求结构的升级方向。品牌价值的高低决定着不同企业、区域乃至国家在全球产业价值链中的地位。

为引导贵州省各类品牌主体增强品牌意识，推进品牌建设，提升品牌价值，促进全省优势区域、产业、企业向标准化、规模化、品牌化发展，培育树立一批贵州省品牌标杆，本文件以品牌评价工作为抓手，旨在基于ISO品牌评价领域最新国际标准（ISO 20671：2019）中有关原则和要求，以及相关国家标准，充分考虑贵州省区域特色及品牌发展阶段特征，突出价值导向，为深入开展贵州省品牌评价，科学运用品牌评价相关标准，规范品牌评价过程，权威发布品牌评价结果等工作提供有效依据和实施指引，引导和带动品牌价值持续提升，助力贵州省品牌战略实施和各类品牌高质量发展。



# 品牌评价工作指南

## 1 范围

本文件规定了品牌评价原则、评价对象和内容、评价依据、评价机构和人员、评价方式、评价程序、评价结果。

本文件适用于在贵州省内开展的有关品牌评价工作。

## 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 29186 品牌价值 要素
- GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
- GB/T 29188 品牌评价 多周期超额收益法
- GB/T 36680 品牌 分类
- GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础（ISO 20671：2019，IDT）

## 3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 36680、GB/T 39654-2020界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**产业集群** industrial cluster

在特定地理区域内，具有竞争与合作等交互关联性的企业，以及包括政府、中介、研究机构、金融机构等利益相关者组成的群体。

[来源：GB/T39064-2020，3.1]

### 3.2

**产业集群品牌** industrial cluster brand

集群内具有竞合交互关系的企业群以及政府、中介、金融、教育等利益相关者，在长期良性生态环境下逐渐形成的区别于集群外企业的良好形象。

[来源：GB/T39064-2020，3.2]

### 3.3

#### 老字号 time-honored brands

历史悠久，拥有世代传承的产品、技艺或服务，具有鲜明的传统文化特征和深厚的文化底蕴，取得社会广泛认同，形成良好信誉的品牌。

## 4 评价原则

品牌评价应遵循以下原则：

- a) 科学性，针对评价目的和目标需求，评价工作选择或确定的评价依据、方式、程序科学合理；
- b) 公正性，评价过程公开、公正、公平；
- c) 客观性，评价数据、信息应真实有效，客观反映品牌绩效；
- d) 导向性，以持续提升品牌价值为导向，引导各类品牌建设和发展，突出地域特色、品牌内涵，彰显贵州品牌优势；
- e) 一致性，品牌评价工作应与国家或上级的品牌评价工作，在评价对象内容、评价依据、评价结果、形式等方面，具有相对一致性、可比性；
- f) 合法性，品牌评价全过程应符合各项法律法规的规定。

## 5 评价对象和内容

### 5.1 评价对象

5.1.1 区域公用品牌。所有权归属于贵州省内的区域公用品牌，包括但不限于地理标志产品品牌、产业集群品牌。可按行业领域，分为农业、文旅等具有地方特色的产品或服务品牌；也可按层级，分为省、市（州）、县（区）、镇（乡）、村等五级。

5.1.2 企业品牌。在贵州省内注册并合法经营组织所拥有的企业品牌。

5.1.3 产品品牌。在贵州省内注册并合法经营组织所拥有的产品品牌。

### 5.2 评价内容

品牌评价工作一般以对某类或某个品牌的价值评价为主，体现品牌的货币价值，即品牌价值评价；也可根据评价目的及目标需求，以品牌强度评价为主，反映品牌发展潜力/竞争力或市场表现，按照 GB/T 39654-2020 确定的原则要求，品牌强度一般由有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素决定。

## 6 评价依据

6.1 评价工作应以 GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T 29188、GB/T 39654-2020 等现有相关国家标准、团体标准或贵州省地方标准作为评价依据。宜参照 GB/T 39654-2020 中第 5 章确定的品牌评价基础要求，根据贵州省品牌评价工作目的及目标，充分考虑区域特色及品牌发展阶段特征，突出价值导向，合理确定评价要素和维度，以及各要素和维度下的评价指标，同时确定评价指标权重，形成评价细则。

6.2 现有标准无法满足评价需求时，可另行制定规范性文件，并经有关程序评估其适宜性、有效性后，可用于贵州省品牌评价工作。

## 7 评价机构和人员

7.1 由品牌相关主管部门组织成立品牌评价工作机构，遵循品牌评价有关原则和要求，统筹协调评价工作，建立政府引导、第三方专业机构承担、多方参与的评价工作机制。

7.2 评价工作应在品牌相关主管部门指导下，由第三方专业机构具体实施。第三方专业机构应具有以下特征：

- a) 具有较强的专业性、权威性、行业影响力和资源整合能力；
- b) 保证评价工作遵循本文件第4章规定的原则和相关国家标准要求；
- c) 具有品牌培育、研究及评价相关经历和背景；
- d) 对品牌基础理论和品牌评价有关国际、国内标准或程序有较为深入的理解和实践。

7.3 参与品牌评价工作的人员可分为管理人员、工作人员、品牌评价专家、行业/领域专家等。应具备以下能力：

- a) 管理人员应具有开展评价工作的总体指导、策划、管理协调能力，能够全面把握评价工作的目标确定及实现路径，协调评价实施全过程；
- b) 工作人员应具有评价工作具体组织、实施和协调，推进评价各个环节有序衔接的能力；
- c) 品牌评价专家应具有品牌评价相关标准、品牌强度、价值测算等方面知识和能力，有一定实践经验和背景；
- d) 行业/领域专家应具有评价对象和内容内相应行业/领域的从业背景，熟知相关行业现状、趋势的人员。

## 8 评价方式

8.1 品牌评价宜定期组织开展，并保持评价周期的相对稳定、一致。

8.2 可集中开展综合性品牌评价，也可根据需要分阶段进行不同对象和内容的品牌评价。

8.3 评价主要以自愿申报、自主提交资料方式进行。

8.4 根据评价工作持续开展需求，宜借助在线评价方式和技术手段，实现品牌评价工作便利、高效开展。

## 9 评价程序

### 9.1 明确评价目的

品牌评价主管部门应根据贵州省不同类型、层级品牌的发展阶段特征、潜在提升空间、发展趋势等因素，明确不同阶段开展品牌评价的目的、目标。

### 9.2 界定评价对象和内容

第三方专业机构应以引导品牌价值提升为主线，考虑品牌评价工作对于品牌培育、发展的导向和带动作用，策划并确定品牌评价的对象、内容。界定被评价品牌的品牌主体和所属行业时，可参见GB/T 36680。

### 9.3 确定评价要求

9.3.1 根据评价目的、对象和内容，第三方专业机构应识别并确定评价对象的申报条件，其中：

- a) 区域公用品牌。主要面向贵州省内具有地域、环境条件优势的产业和地区，围绕重点发展产业及优势产业，考虑产业/地区基础、规模、竞争力、发展潜力等因素；
- b) 企业品牌、产品品牌。主要面向贵州省内具有产业优势、品牌建设基础较好、品牌价值评价条件成熟的相关行业，包括：农业、文旅产业、机械设备制造、能源化工、纺织服装、轻工、电子电气、电梯、食品加工制造、建材建筑装饰、医药健康、冶金钢铁、汽车及配件、餐饮业、金融业等行业。

9.3.2 评价依据应按照本文件第6章确定。

### 9.4 评价准备

9.4.1 第三方专业机构应根据评价工作需求，组建评价工作组，工作组应由7.3规定的人员组成。

9.4.2 策划形成评价工作方案，包括但不限于：评价目的、对象和内容、依据、条件、评价数据和信息的采集方案、程序、结果形式等信息。

9.4.3 第三方专业机构发布品牌评价工作信息。

### 9.5 组织申报

9.5.1 根据评价对象和内容，第三方专业机构组织不同品牌主体进行自愿申报，按照规定格式和要求填报有关品牌评价相关数据信息。

9.5.2 第三方专业机构宜对申报过程提供必要的解释和培训指导，但不得涉及影响公正性行为。

9.5.3 申报主体应提供材料真实性声明，保证各项数据信息的真实性、有效性和准确性。

### 9.6 材料初审

9.6.1 评价工作组对申报资质、条件、材料完整性、符合性进行审查。同时不得泄露申报材料的相关信息。

9.6.2 宜经相关各级主管或推荐部门对申报主体填报的相关数据信息进行审核把关。

### 9.7 品牌强度评价

初审通过后，第三方专业机构组织专业评审，进行标准和具体评价指标的符合性判定，形成品牌强度结果。必要时，可对相关信息/数据进行延伸取证或现场核证。

### 9.8 品牌价值测算

第三方专业机构对申报品牌的财务数据及品牌强度评审结果进行汇总录入，并根据被评价品牌的财务数据、专业评审数据组织测算品牌价值。

### 9.9 结果评定

第三方专业机构根据评价情况，形成品牌评价推荐性结论，报品牌评价工作机构进行复核评定，形成评价结果，经批准后发布。

## 10 评价结果

10.1 评价结果包括但不限于品牌强度、品牌价值等指标，应严谨、客观、真实反映品牌水平，并具有一定时期、范围的相对一致性、可比性。

10.2 形成评价目录、评价证书和评价报告。



