《品牌价值评价 汽车制造业》

编制说明

中国汽车工业协会

二○一四年三月

**1 任务来源**

根据国家标准化管理委员会《关于下达2013年国家标准制修订计划的通知》（国标委综合[2013]90号）文件，由中国汽车工业协会负责牵头组织编制《品牌价值评价 汽车制造业》国家标准，由全国品牌价值及价值测算标准化技术委员会（SAC/TC532）负责归口，项目编号为：20132771-T-424。

**2 标准制定目的和意义**

开展品牌价值评价工作是加强品牌建设、推进品牌战略的基础工作，是贯彻落实十八大精神和国务院《质量发展纲要（2011-2020年）》的重要举措。按照《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”的要求，国标委已相继发布了GB/T 29185-2012《品牌价值 术语》、GB/T 29186-2012《品牌价值 要素》、GB/T 29187-2012《品牌评价 品牌价值评价要求》、GB/T 29188-2012《品牌评价 多周期超额收益法》等系列标准，为开展品牌价值评价奠定了基础。由于该系列标准是通用型、共性标准，而品牌价值评价与企业所处的经营环境、行业特征密切相关，其影响因素和影响权重也不尽一致，因此为指导汽车企业创建知名品牌，提升品牌价值和效应，并科学评估品牌建设情况和成果，制定适用于汽车制造业的品牌价值评价方法标准是必要且可行的。

本标准的制定是对已有品牌价值评价国家标准体系的补充和完善，是GB/T 29188-2012的配套实施标准，对提高标准的实效性具有实际意义。

**3 制定本标准的基本思路**

标准编制按照GB/T 29187-2012《品牌评价 品牌价值评价要求》规定的测算程序和方法要求和评价的基本框架，依据GB/T 29188-2012《品牌评价 多周期超额收益法》规定的测算模型、计算方法、指标体系与过程要求并结合汽车制造业的特点、特征进行，同时采纳GB/T 29185-2012《品牌价值 术语》和GB/T 29186-2012《品牌价值 要素》有关术语及评价要素。根据行业特点，在充分研究基础上，考虑将质量、创新、市场、服务、社会责任5个指标作为品牌强度测算的一级指标，并确定质量管理水平、质量水平、质量信用、质量荣誉、创新成果、创新能力等17个二级指标，由此组成整个的评价测评体系。同时，在具体权重设计上要充分考虑汽车制造业的特点。同时，要积极吸纳已有品牌评价的成果和经验，制定适用于汽车制造业业的品牌价值评价方法标准。

**4 名称和范围**

名称确定为《品牌价值评价 汽车制造业》

范围：标准对汽车制造业的品牌货币价值测算方法规定了要求。标准为汽车制造业品牌价值测算规定测算模型、测算指标、计算方法、测算过程等。标准适用于汽车制造业企业品牌价值评价，可用于汽车制造业企业进行品牌价值的自我评价，也可作为第三方进行品牌价值评价依据。

**5 编制依据**

编制依据为：

按GB/T 1.1-2009给出的规则起草；

按照GB/T 29186-2012《品牌价值 要素》、GB/T 29187-2012《品牌评价 品牌价值评价要求》以及GB/T 29188-2012《品牌评价 多周期超额收益法》的有关规定和要求起草；

采用GB/T 29185-2012《品牌价值 术语》规定的术语。

**6 编制过程**

本标准项目由全国品牌价值及价值测算标准化技术委员会提出并归口，由中国汽车工业协会负责牵头起草。根据全国品牌价值及价值测算标准化技术委员会《关于成立品牌价值评价国家标准起草工作组的通知》（品标委文[2013]03号）成立了《品牌价值评价 汽车制造业》国家标准起草工作组。

工作组首先进行了资料调研，分析了当前主要的品牌评价方法，在此基础上开展了标准草案的起草工作，并于2014年1月提出了标准草稿。

2014年3月，工作组在征求部分行业专家的意见后，对草稿进行了修订形成了标准的征求意见稿。