

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 31041—2014

品牌价值 质量评价要求

Brand value—Requirements for quality evaluation

2014-12-05 发布

2014-12-31 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国品牌价值与价值测算标准化技术委员会(SAC/TC 532)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、深圳市标准化研究院、方圆标志认证集团、中国物品编码中心、中国质量认证中心、海尔集团、广东都市丽人实业有限公司、广东省东莞市质量技术监督标准与编码所、佛山市南海区标准化研究与促进中心。

本标准主要起草人:康健、吴芳、杨志花、李铁男、刘晓冬、沈烽、任贤全、李万芳、杨锡波、洪泽芳、蔡华利、李旒、岳善勇、彭凯、郑守磊。

品牌价值 质量评价要求

1 范围

本标准规定了在品牌价值评价过程中对影响品牌价值的质量要素的评价要求。包括评价的总体要求、评价要素、评价方法、评价程序和评价报告。

本标准适用于处于品牌建设不同阶段的各类组织,为组织提升品牌价值提供质量要素方面的评价和改进依据。

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—2012 品牌价值 术语

GB/T 19000—2008 质量管理体系 基础和术语

3 术语和定义

GB/T 29185—2012、GB/T 19000—2008 中界定的术语和定义适用于本文件。

4 总体要求

4.1 目的声明

开展评价时,应首先声明本次评价的目的。目的声明应规定预期用途、评价报告使用者、被评价资产、评价结果的前提、评价人员(评估者)资质要求、评价报告日和评价基准日。

4.2 评价原则

开展评价时,宜遵循以下原则:

——透明性原则。评价过程应透明,包括评价数据的来源、所采用的评价方法、评价要素以及具体评价指标、评价人员及资质等。

——有效性原则。评价基于评价基准日内有效、相关的数据来源假设和评价假设。

——稳定性原则。在同一评价基准日且同一假设条件下,重复评价时,应稳定地得出可比且一致的结论。

——可靠性原则。评价结果应建立在充分的数据和分析基础上,以保证形成可靠的结论。

——公正性原则。评价人员进行评价时不应带任何形式的偏见。

当评价对象在评价基准日内出现重大质量安全事故,不予评价。

4.3 被评价品牌的界定

评价人员在开展评价之前宜识别、定义和描述被评价品牌,如被评价品牌属于产品品牌、企业品牌或区域品牌等,界定被评价品牌覆盖的产品或服务的范围。