



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 29187—2012/ISO 10668:2010

---

## 品牌评价 品牌价值评价要求

Brand valuation—Requirements for monetary brand valuation

(ISO 10668:2010, IDT)

2012-12-10 发布

2013-03-01 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

中 华 人 民 共 和 国  
国 家 标 准  
**品牌评价 品牌价值评价要求**  
GB/T 29187—2012/ISO 10668:2010

\*

中国标准出版社出版发行  
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100013)  
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址:www.gb168.cn

服务热线:010-68522006

2013年2月第一版

\*

书号:155066·1-46147

版权专有 侵权必究

## 前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准使用翻译法等同采用 ISO 10668:2010《品牌评价 品牌价值评价要求》。

本标准作了下列编辑性修改：

- a) 将“本国际标准”改为“本标准”。
- b) 删除了国际标准的前言。
- c) 删除了 4.1 目的声明中的“注 1”。

本标准由全国品牌价值及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、中国资产评估协会、海尔集团公司、天健兴业资产评估有限公司、中联资产评估集团有限公司、中和资产评估有限公司、四川长虹电器股份有限公司、深圳市创卓企业管理顾问有限公司。

本标准主要起草人：康健、汤万金、吴芳、李钊、韩立英、陈明海、宋照伟、崔劲、胡智、朱军、毛守勇、沈斌。

## 引 言

无形资产被公认为高价值资产,品牌资产可以说是其中最有价值但也是被理解的最不充分的无形资产。然而,品牌需要被赋予可靠的价值。本标准为品牌价值评价提供一致且可靠的方法,包括财务、行为和法律等方面。

# 品牌评价 品牌价值评价要求

## 1 范围

本标准规定了品牌价值的测算程序和方法的要求。

本标准规定了品牌评价的框架,包括目的、评价基础、评价途径、评价方法和合格数据源以及假设。同时规定了评价结果的报告方法。

## 2 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 2.1

#### 资产 asset

一个实体拥有或控制的合法权利或可组织的资源,这些权利和资源具备产生经济利益的能力。

### 2.2

#### 品牌 brand

与营销相关的无形资产,包括(但不限于)名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合,用于区分产品、服务和(或)实体,或兼而有之,能够在利益相关方(2.7)意识中形成独特印象和联想,从而产生经济利益(价值)。

### 2.3

#### 无形资产 intangible asset

可识别的无实物形态的非货币性资产。

### 2.4

#### 品牌货币价值 monetary brand value

#### 品牌价值 brand value

以可转让的货币单位表示的品牌经济价值。

注:所计算的品牌价值可以是单一数值或数值区间。

### 2.5

#### 价值前提 premise of value

最适宜价值评价的交易环境假设。

### 2.6

#### 现值 present value

未来的一笔货币收益折算到当前时刻的价值。

### 2.7

#### 利益相关方 stakeholder

决策受到或可能受到品牌影响的人或组织。

注:通常利益相关方有顾客、消费者、供应商、雇员、潜在雇员、股东、投资者、政府当局和非政府组织等。

### 2.8

#### 商标 trade mark

能够将一个企业的货物或服务与其他企业的货物或服务区分开来的,受到法律保护的符号或符号