

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 29186.2—2021

品牌价值要素评价 第2部分：有形要素

Evaluation of brand value elements—Part 2: Tangible elements

2021-04-30 发布

2021-11-01 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	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本要求	1
5 评价指标体系	2
6 指标测量	2
7 结果测算	7
附录 A (资料性附录) 品牌价值有形要素评价指标示例	8

前 言

GB/T 29186《品牌价值要素评价》分为 6 部分：

- 第 1 部分：通则；
- 第 2 部分：有形要素；
- 第 3 部分：质量要素；
- 第 4 部分：创新要素；
- 第 5 部分：服务要素；
- 第 6 部分：无形要素。

本部分为 GB/T 29186 的第 2 部分。

本部分按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本部分由全国品牌评价标准化技术委员会(SAC/TC 532)提出并归口。

本部分起草单位：中国资产评估协会、中国品牌建设促进会、中联资产评估集团有限公司、北京中企华资产评估有限责任公司、中通诚资产评估有限公司。

本部分主要起草人：张更华、韩立英、胡智、陈明海、吕安然、杜元钰、于跃、李业强、吕昊阳、雒京、洪方圆、陈美池、阮咏华、袁煌、韩艳、岳华光、孙建波、韩琪琪。

品牌价值要素评价 第2部分：有形要素

1 范围

GB/T 29186 的本部分规定了品牌价值有形要素评价的基本要求、评价指标体系、指标测量、结果测算等。

本部分适用于各类实体开展品牌价值要素评价、品牌评价和品牌管理活动。

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 29186.1 品牌价值要素评价 第1部分：通则

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求（GB/T 29187—2012，ISO 10668:2010，IDT）

ISO 20671:2019 品牌评价 原则与基础（Brand evaluation—Principles and fundamentals）

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186.1、GB/T 29187、ISO 20671:2019 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

有形要素 tangible elements

实体控制的可识别且可直接测量的资源。

注：包括但不限于物质资源和财务资源等。

3.2

物质资源 material resources

实体控制的以具体实物形态存在的资产。

注：包括设备、设施、建筑物、土地、存货、矿产，以及其他对品牌发展有特殊意义的自然资源等。

3.3

财务资源 financial resources

体现实体经营能力的货币性资产及经营成果。

注：包括流动资金、股票、期货、债券，以及其他对品牌发展有特殊意义的投融资能力等。

4 基本要求

开展品牌价值有形要素评价时，需按照 GB/T 29186.1 中规定的总体原则和评价程序开展，在构建评价指标体系、获取评价数据、计算评价结果、出具评价报告时需符合 GB/T 29186.1 的相应要求；实施评价的人员需具备 GB/T 29186.1 中提出的能力要求。

表 4 (续)

指标名称	说明	属性	测量、公式及数据元素计算	测量值解释
流动资产周转率(次数)	流动资产周转率(次数)是品牌在一定时期内主营业务收入净额同平均流动资产总额的比率,可用于综合评价品牌资产质量	定量指标;从品牌实体财务报表等渠道获取数据,根据数据打分	流动资产周转率(次数)=主营业务收入金额/平均流动资产总额。平均流动资产总额是指品牌实体流动资产总额的年初数与年末数的平均值,平均流动资产总额=(流动资产年初数+流动资产年末数)/2	测量值取值越大,说明品牌流动资产周转情况表现越好

6.5 发展能力

发展能力指标可从营业收入增长率和资本扩张率两个方面进行评价。评价指标见表 5。

表 5 发展能力评价指标

指标名称	说明	属性	测量、公式及数据元素计算	测量值解释
营业收入增长率	营业收入增长率可以反映品牌相关业务收入的增减变动情况,是评价品牌成长状况和发展能力的指标	定量指标;从品牌实体财务报表等渠道获取数据,根据数据打分	营业收入增长率=本年营业收入增长额/上年营业收入×100%	测量值取值越大,说明品牌营业收入增长率表现越好
资本扩张率	资本扩张率是反映投资者投入品牌资本的保全性和增长性的指标	定量指标;从品牌实体财务报表等渠道获取数据,根据数据打分	资本扩张率=本年股东权益增长额/年初股东权益×100%	测量值取值越大,说明品牌资本扩张率表现越好

6.6 物质文化

物质文化指标可从物质文化遗产和社会关系投入两个方面进行评价。评价指标见表 6。

表 6 物质文化评价指标

指标名称	说明	属性	测量、公式及数据元素计算	测量值解释
物质文化遗产	可以从以下方面评价:文化和物质遗产价值	定量指标;从年报/可持续发展报告/颁发奖励机构的网站/品牌实体网站等渠道获取数据,根据数据打分	根据品牌物质文化遗产方面在行业中的表现,按优秀	

7 结果测算

有形要素评价值(K)根据市场表现(K_1)、盈利能力(K_2)、偿债能力(K_3)、营运能力(K_4)、发展能力(K_5)、物质文化(K_6)和环保建设(K_7)七个一级指标,按式(1)计算:

$$K = \sum_{i=1}^7 K_i \times W_i \quad \dots\dots\dots(1)$$

式中:

K —— 有形要素评价值;

K_i —— 第 i 个一级指标评价值;

W_i —— 第 i 个一级指标对有形要素的影响权重。

当 K_i 指标存在下级指标时,其评价值按式(2)计算:

$$K_i = \sum_{j=1}^n K_{ij} \times W_{ij} (j = 1, 2, \dots, n) \quad \dots\dots\dots(2)$$

式中:

K_i —— 第 i 个一级指标评价值;

K_{ij} —— 第 i 个一级指标下属第 j 个二级指标评价值;

W_{ij} —— 第 i 个一级指标下属第 j 个二级指标对 K_i 的影响权重。

品牌价值有形要素评价指标示例参见附录 A。



附 录 A
(资料性附录)

品牌价值有形要素评价指标示例

表 A.1 以品牌实体为单一企业为例给出了品牌价值有形要素评价指标示例。每一指标集可以用具体指标进行分析。评价人员宜根据品牌主体所处行业具体情况选取各级适用指标,并根据重要性在同级指标中合理分配权重。

表 A.1 评价指标示例

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	市场表现指标 (20%)	市场规模 (25%)	可以从以下方面评价: 产品总体需求量; 市场消费总额	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照产品总体需求、市场消费总额等信息,测度未来潜在市场规模,结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		市场占有率 (25%)	可以从以下方面评价: 销售额和销售量分别占全行业同类产品总量之比; 在本地市场的占有率; 在本地之外市场的占有率	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照市场占有率大小进行评分,结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		市场渗透率 (25%)	预期目标的产品或服务,与当时市场可能拥有的产品或服务的比例,称为市场渗透率。市场渗透率=预期市场需求/潜在的市场需求×100%	定量指标	计算,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	将数量、级别、质量按照等级进行评分。结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		同类排名 (25%)	可以从以下方面评价: 收入排名; 综合排名	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照收入排名、综合排名等进行评分,结合在同类中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
	盈利能力指标 (20%)	收入 (25%)	可以从以下方面评价: 收入总额	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	公开信息或财务报表等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		连续盈利年数 (25%)	可以从以下方面评价: 品牌实体盈利时间长短	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	公开信息或财务报表等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	盈利能力指标 (20%)	净资产收益率 (25%)	净资产收益率=税后利润/平均所有者权益×100%。平均所有者权益是企业所有者权益年初数与年末数的平均值。所有者权益包括实收资本、资本公积、盈余公积和未分配利润等	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际净资产收益率(%): 15.9 以上:优秀 11.7~15.9:良好 —1~11.7:一般 —1 以下:较差
		总资产收益率 (25%)	总资产收益率=税后利润/平均资产总额×100%。平均资产总额是指企业资产总额年初数与年末数的平均值,平均资产总额=(资产总额年初数+资产总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际总资产收益率(%): 12.3 以上:优秀 8.9~12.3:较好 2.6~8.9:一般 2.6 以下:较差
	偿债能力指标 (10%)	资产负债率 (100%)	资产负债率=平均负债总额/平均资产总额×100%。平均负债总额是指企业负债总额年初数与年末数的平均值,平均负债总额=(负债总额年初数+负债总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	企业实际资产负债率(%): 18.7 以下:优秀 18.7~28.7:较好 28.7~65.7:一般 65.7 以上:较差
	营运能力指标 (10%)	总资产周转率 (次数) (50%)	总资产周转率(次数)=营业收入净额/平均资产总额。平均资产总额是指企业资产总额年初数与年末数的平均值,平均资产总额=(资产总额年初数+资产总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际总资产周转率(次数): 1.2 以上:优秀 0.9~1.2:较好 0.3~0.9:一般 0.3 以下:较差
		流动资产周转率 (次数) (50%)	流动资产周转率(次数)=主营业务收入净额/平均流动资产总额。平均流动资产总额是指企业流动资产总额的年初数与年末数的平均值,平均流动资产总额=(流动资产年初数+流动资产年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际流动资产周转率(次数): 2.6 以上:优秀 1.8~2.6:较好 0.5~1.8:一般 0.5 以下:较差

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	发展能力指标 (10%)	营业收入增长率 (50%)	营业收入增长率=本年营业收入增长额/上年营业收入×100%	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际收入增长率(%): 50.4 以上:优秀 23.5~50.4:较好 -16.6~23.5:一般 -16.6 以下:较差
		资本扩张率 (50%)	资本扩张率=本年股东权益增长额/年初股东权益×100%	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际资本扩张率(%): 92.6 以上:优秀 34~92.6:较好 -0.2~34:一般 -0.2 以下:较差
	物质文化指标 (15%)	物质文化遗产 (50%)	文化和物质遗产价值	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/颁发奖励机构的网站/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		社会关系投入 (50%)	可从以下方面评价: 供应链关系投入; 劳动力关系投入; 公众关系投入	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
	环保建设指标 (15%)	大气资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 大气资源环保维护成效; 大气资源环保治理成效; 大气资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		水资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 水资源环保维护成效; 水资源环保治理成效; 水资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		土地资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 土地资源环保维护成效; 土地资源环保治理成效; 土地资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	环保建设指标 (15%)	矿产资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价： 矿产资源环保维护成效； 矿产资源环保治理成效； 矿产资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据，根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现，按优秀、较好、一般、较差分档
		生物资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价： 生物资源环保维护成效； 生物资源环保治理成效； 生物资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据，根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现，按优秀、较好、一般、较差分档

附录 A

(资料性附录)

品牌价值有形要素评价指标示例

表 A.1 以品牌实体为单一企业为例给出了品牌价值有形要素评价指标示例。每一指标集可以用具体指标进行分析。评价人员宜根据品牌主体所处行业具体情况选取各级适用指标,并根据重要性在同级指标中合理分配权重。

表 A.1 评价指标示例

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	市场表现指标 (20%)	市场规模 (25%)	可以从以下方面评价: 产品总体需求量; 市场消费总额	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照产品总体需求、市场消费总额等信息,测度未来潜在市场规模,结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		市场占有率 (25%)	可以从以下方面评价: 销售额和销售量分别占全行业同类产品总量之比; 在本地市场的占有率; 在本地之外市场的占有率	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照市场占有率大小进行评分,结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		市场渗透率 (25%)	预期目标的产品或服务,与当时市场可能拥有的产品或服务的比例,称为市场渗透率。市场渗透率=预期市场需求/潜在的市场需求×100%	定量指标	计算,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	将数量、级别、质量按照等级进行评分。结合在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		同类排名 (25%)	可以从以下方面评价: 收入排名; 综合排名	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/行业协会网站等	按照收入排名、综合排名等进行评分,结合在同类中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
	盈利能力指标 (20%)	收入 (25%)	可以从以下方面评价: 收入总额	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	公开信息或财务报表等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		连续盈利年数 (25%)	可以从以下方面评价: 品牌实体盈利时间长短	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	公开信息或财务报表等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	盈利能力指标 (20%)	净资产收益率 (25%)	净资产收益率=税后利润/平均所有者权益×100%。平均所有者权益是企业所有者权益年初数与年末数的平均数。所有者权益包括实收资本、资本公积、盈余公积和未分配利润等	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际净资产收益率(%): 15.9以上:优秀 11.7~15.9:良好 -1~11.7:一般 -1以下:较差
		总资产收益率 (25%)	总资产收益率=税后利润/平均资产总额×100%。平均资产总额是指企业资产总额年初数与年末数的平均值,平均资产总额=(资产总额年初数+资产总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际总资产收益率(%): 12.3以上:优秀 8.9~12.3:较好 2.6~8.9:一般 2.6以下:较差
	偿债能力指标 (10%)	资产负债率 (100%)	资产负债率=平均负债总额/平均资产总额×100%。平均负债总额是指企业负债总额年初数与年末数的平均值,平均负债总额=(负债总额年初数+负债总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	企业实际资产负债率(%): 18.7以下:优秀 18.7~28.7:较好 28.7~65.7:一般 65.7以上:较差
	营运能力指标 (10%)	总资产周转率 (次数) (50%)	总资产周转率(次数)=营业收入净额/平均资产总额。平均资产总额是指企业资产总额年初数与年末数的平均值,平均资产总额=(资产总额年初数+资产总额年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际总资产周转率(次数): 1.2以上:优秀 0.9~1.2:较好 0.3~0.9:一般 0.3以下:较差
		流动资产周转率 (次数) (50%)	流动资产周转率(次数)=主营业务收入金额/平均流动资产总额。平均流动资产总额是指企业流动资产总额的年初数与年末数的平均值,平均流动资产总额=(流动资产年初数+流动资产年末数)/2	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际流动资产周转率(次数): 2.6以上:优秀 1.8~2.6:较好 0.5~1.8:一般 0.5以下:较差

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	发展能力指标 (10%)	营业收入增长率 (50%)	营业收入增长率=本年营业收入增长额/上年营业收入×100%	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际收入增长率(%): 50.4以上:优秀 23.5~50.4:较好 -16.6~23.5:一般 -16.6以下:较差
		资本扩张率 (50%)	资本扩张率=本年股东权益增长额/年初股东权益×100%	定量指标	计算,根据数据打分	财务报表等	根据企业实际资本扩张率(%): 92.6以上:优秀 34~92.6:较好 -0.2~34:一般 -0.2以下:较差
	物质文化指标 (15%)	物质文化遗产 (50%)	文化和物质遗产价值	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/颁发奖励机构的网站/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		社会关系投入 (50%)	可从以下方面评价: 供应链关系投入; 劳动力关系投入; 公众关系投入	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
	环保建设指标 (15%)	大气资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 大气资源环保维护成效; 大气资源环保治理成效; 大气资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		水资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 水资源环保维护成效; 水资源环保治理成效; 水资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档
		土地资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价: 土地资源环保维护成效; 土地资源环保治理成效; 土地资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据,根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现,按优秀、较好、一般、较差分档

表 A.1 (续)

评价要素	一级指标及权重	二级指标及权重	指标内容	指标性质	评价方式	数据来源	评分标准
有形要素	环保建设指标 (15%)	矿产资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价： 矿产资源环保维护成效； 矿产资源环保治理成效； 矿产资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据，根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现，按优秀、较好、一般、较差分档
		生物资源环保建设 (20%)	可从以下方面评价： 生物资源环保维护成效； 生物资源环保治理成效； 生物资源环保研发成效	定量指标	直接获取数据，根据数据打分	年报/可持续发展报告/企业网站等	根据在行业中的表现，按优秀、较好、一般、较差分档