

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 39911—2021

品牌价值评价 电信业

Brand valuation—Telecommunications industry

2021-03-09 发布

2021-10-01 实施

国家市场监督管理总局 发布
国家标准化管理委员会

目 次

前言	Ⅲ
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 多周期超额收益法	1
5 品牌强度评价指标体系	2
6 品牌价值评价过程	3
7 品牌价值评价结果报告	4
附录 A (资料性附录) 电信业品牌强度评价指标体系及权重说明	5
参考文献	9



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国品牌评价标准化技术委员会(SAC/TC 532)提出并归口。

本标准起草单位:深圳市标准技术研究院、中国品牌建设促进会、中国标准化研究院、中国航空综合技术研究院、深圳市品牌建设促进中心、上海市质量和标准化研究院、中国计量大学。

本标准主要起草人:周鹏、贾艳丽、杨志花、吕安然、康健、吴芳、赵云龙、王丽丽、孟鹏、贾佳、乐为、王倩倩、谭韵、孙莹莹、吴萍。

品牌价值评价 电信业

1 范围

本标准规定了电信业品牌价值评价方法、品牌强度评价指标体系、品牌价值评价过程和结果报告等内容的相关要求。

本标准适用于电信企业或企业集团(以下统称企业)的品牌价值评价。

注：电信企业指提供或从事工业和信息化部《电信业务分类目录》(2015年版)中界定的各类电信业务的企业。

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 品牌价值 要素

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

GB/T 29188 品牌评价 多周期超额收益法

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187 和 GB/T 29188 界定的术语和定义适用于本文件。

4 多周期超额收益法

4.1 方法概述

多周期超额收益法是通过计算扣除被评价品牌经营所需的所有其他资产收益后的未来剩余现金流的现值来测算品牌价值的一种方法。采用该方法时,被评价品牌应满足如下条件(包括但不限于):

- 评价期内连续盈利;
- 评价期处于稳定增长期。

4.2 评价模型

多周期超额收益法的评价模型和方法见 GB/T 29188。

4.3 品牌强度系数计算公式

评价人员可根据有形要素(K_1)、无形要素(K_2)、质量要素(K_3)、服务要素(K_4)、创新要素(K_5)五个一级指标加权得出品牌强度(K),根据我国电信行业特点和市场实际情况,通过特定的转化方法将品牌强度(K)反向转化形成品牌强度系数,并将其取值范围限定在科学的范围内。 K 按式(1)计算:

$$K = \sum_{i=1}^5 K_i \times W_i \quad \dots\dots\dots(1)$$

式中：

K —— 品牌强度；

K_i —— 第 i 个一级指标评价值；

W_i —— 第 i 个一级指标对品牌强度 K 的影响权重。

当有形要素(K_1)、无形要素(K_2)、质量要素(K_3)、服务要素(K_4)、创新要素(K_5)由二级指标构成时,按式(2)计算：

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

式中：

K_i —— 第 i 个一级指标评价值；

W_{ij} —— 第 j 个二级指标对第 i 个一级指标的影响权重；

K_{ij} —— 第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标评价值。



5 品牌强度评价指标体系

5.1 概述

电信业品牌强度的评价指标体系采用分级形式,其中,一级指标为有形要素(K_1)、无形要素(K_2)、质量要素(K_3)、服务要素(K_4)、创新要素(K_5)五个方面,下列分设二级和三级指标。具体评价指标及说明参见附录 A。

5.2 有形要素(K_1)

有形要素可从以下方面(包括但不限于)进行评价：

- 市场表现,主要考察电信企业在市场规模、行业排名、市场知名度等方面的水平；
- 财务表现,主要考察电信企业在盈利能力、资本结构、运营能力和发展能力等方面的水平；
- 相关资源,主要考察电信企业在网建配套设施设备数量和有效性、员工数量与稳定性、电信业务相关社会关系资源及其他有形资源(如土地资源、建筑物资源等)拥有水平。

5.3 无形要素(K_2)

无形要素可从以下方面(包括但不限于)进行评价：

- 品牌建设环境,主要考察企业在品牌建设过程中在制度文件、机构设置、员工认同、品牌形象管理与宣传等内部环境及所获得的法律、供销相关方、社会与政策等外部支持；
- 知识产权,主要考察企业在电信领域专利、作品/软件著作权、国内外著名商标(如马德里国际商标)等知识产权拥有数量、行业对比、每百万元营业收入专利收益占比,以及电信知识产权保护能力和水平；
- 品牌文化,主要考察电信企业品牌创建时长及文化内涵、品牌战略规划与差异化特色优势定位、品牌忠诚、品牌美誉度[如电信大数据司马(SMART)奖、iNova Awards 金奖、国际 ARC 大奖]等水平；
- 社会责任,主要考察电信企业在社会责任履行与报告发布、诚信体系建设与合规运营,以及生态环境保护(如绿色网络建设、通信工程节能减排、通信基础设施共享)等方面的水平。

5.4 质量要素(K_3)

质量要素可从以下方面(包括但不限于)进行评价：

- 质量承诺,主要考察企业对所提供的电信产品/服务的客观质量(如性能标准、资费标准、服务时限)、使用质量承诺(如网络安全、通信可靠性、稳定性、耐久性、网络维修保养)的标准和信息明示情况;
- 质量管理,主要考察企业在电信服务质量保障投入(电信服务软硬件先进设备、人员资质与专业性等)、质量管理体系建设与认证(如 TL 9000 认证)、卓越绩效管理方法采用与电信服务绩效提升等方面的水平;
- 质量感知,主要考察企业所提供电信服务的通畅性(如接通率、传输时延等)、稳定性(如连接中断率、信号拥塞率、信息发送成功率)、可靠性(如网络可用性、丢包率、传输速度与清晰度)、准确性(如服务计费差错率、传输信息准确性)、故障处理(如线路故障率、告知及时性、反馈渠道及解决率)等方面的水平;
- 质量安全,主要考察企业在电信业务相关服务授权认证、隐私保护(如账号密码、私密信息)、脆弱性安全防控(如电信诈骗监测与提示、病毒查杀、垃圾信息拦截等)等管理和防控水平;
- 质量认可,主要考察电信企业开展质量合格评定以及为用户提供满意和超越预期体验等的能力和水平。

5.5 服务要素(K₄)

服务要素可从以下方面(包括但不限于)进行评价:

- 服务设计能力,主要考察企业在电信业务服务体系(服务制度、服务规范、服务标准执行等)设计与完善、服务渠道(直接渠道、间接渠道、电子渠道)建立、开拓与运营等方面的水平;
- 服务过程实现,主要考察企业在电信产品/服务提供过程中所需设施设备的符合性与先进性、服务人员态度、效率和专业度,以及服务模型和理念等创新方面的能力和水平;
- 服务结果绩效,主要考察电信用户和相关合作方对企业提供电信服务的获取便捷度、服务效率、服务达标率、投诉处理率等方面的满意程度评价,以及企业服务改进提升举措与效果等水平。

5.6 创新要素(K₅)

创新要素可从以下方面(包括但不限于)进行评价:

- 创新管理能力,主要考察电信业务提供企业在创新战略管理、创新机制管理和全球化创新资源整合等方面的管理水平;
- 创新开发能力,主要考察电信业务提供企业电信产品/服务创新研发设计方面的投入(电信基站建设、软件开发、高新技术人才培养引进等)及占比、创新速度(如电信新产品/服务开发数量、增速及市场推广应用)、创新效益(新产品/服务利润率)等方面的水平;
- 营销保障能力,主要考察电信企业在电信产品/服务营销中的市场研究能力(如研究经费占比、市场需求反应速度、前沿技术布局)、市场拓展能力(如新产品/服务市场占有率、新产品/服务销售收入占当年销售总收入比重)和渠道把控能力(如渠道多样性、渠道拓展速度、渠道覆盖率、渠道营销业绩)等方面水平。

6 品牌价值评价过程

6.1 识别评价目的

根据测算意向用途、结果使用方、被测算品牌特性等因素确定评价目的。不同的评价目的会影响评价程序、测算精度和结果报告形式。

6.2 明确价值影响因素

本标准所测算的品牌价值在基于企业财务因素的基础上,综合考虑了企业的有形要素、无形要素、质量要素、服务要素和创新要素等各方面的影响因素。

6.3 描述测算品牌

测算前应识别、界定和描述接受评价的品牌,包括其产品范围、价值类型等。

6.4 确定模型参数

根据国家有关政策规定和当前市场经济情况,确定:

- 评价年和评价周期;
- 品牌收益中归因于品牌部分的比例系数等模型参数;
- 各级评价指标的权重等。

6.5 采集测算数据

遵循真实、准确、客观的原则,采集企业财务与其他信息,作为企业或第三方评价的输入值。

6.6 执行测算过程

测算过程包括:

- 根据企业财务信息,计算评价周期内的企业品牌收益,预测未来各周期品牌现金流;
- 采用适当方法汇总各级评价指标,计算品牌强度系数;
- 将上述信息输入到评价模型中,计算所测算品牌的价值。

7 品牌价值评价结果报告

根据评价目的,选择适当形式报告测算结果(如企业自查、行业发布、行业及政府联合发布、第三方评价机构发布等)。评价报告宜明确陈述下列内容:

- 评价人员的资质、立场和身份;
- 评价目的与评价依据;
- 被评价品牌的界定;
- 报告使用者或读者;
- 评价主要方面和具体评价指标;
- 评价所采用的方法;
- 评价基准日和评价报告日;
- 评价数据和信息的来源;
- 评价结果;
- 使用限制。

附录 A
(资料性附录)

电信业品牌强度评价指标体系及权重说明

电信业品牌强度评价指标体系及权重说明见表 A.1。

表 A.1 电信业品牌强度评价指标体系及权重说明

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容	
有形要素 (200)	市场表现 (60)	行业地位(20)	企业当年在网用户量占整个行业在网用户总量比重及排名情况,可参考已有的权威机构排名	
		市场规模(20)	近三年企业所提供电信业务的国内外用户数、占比及其增长情况	
		市场知名度(20)	反映电信业务企业品牌市场知晓度和覆盖面,可通过电信用户市场调查、专业机构评价等进行评价	
	财务表现 (100)	盈利能力(30)		连续盈利年数以及行业对比情况
				净资产收益率(税后利润/平均所有者权益),企业连续三年变化及行业对比情况
				总资产收益率(税后利润/平均总资产),企业连续三年变化及行业对比情况
		资本结构(20)	资产负债率(平均负债总额/平均资产总额),企业连续三年变化及行业对比情况	
		营运能力(30)		总资产周转率(营业收入净额/平均资产总额),企业连续三年变化及行业对比情况
				流动资产周转率(主营业务收入金额/平均流动资产总额),企业连续三年变化及行业对比情况
	发展能力(20)		营业收入增长率,企业连续三年变化及行业对比情况	
			资本扩张率(当年股东权益增长额/年初股东权益),企业连续三年变化及行业对比情况	
	相关资源 (40)	设施设备资源(10)	固定和移动通信及相关信息服务配套设施设备(如 3G/4G/5 G 基站、无线载频、传输线路等)数量、合理性、有效性和先进性等情况	
		人力资源(10)	提供和从事电信业务企业的员工数量、资质、稳定性等情况	
社会关系资源(10)		提供和从事电信业务企业的相关合作伙伴、政府、电信行业协会等资源拥有情况		
其他资源(10)		其他与电信业务相关的有形资源(如土地资源、建筑物资源等)拥有情况		

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
无形要素 (200)	品牌建设环境 (30)	内部支持(15)	企业内部对于电信品牌建设的制度文件、机构人员设置、员工对品牌的认同与支持等情况
			企业对电信品牌形象管理、宣传投入支出增长率等支持情况
		外部支持(15)	企业进行品牌建设所获得的法律、供销相关方、社会与政策等方面的支持情况
		知识产权 (80)	知识产权拥有 (40)
	拥有电信产业领域作品/软件著作权数量及行业比对情况		
	拥有国内外商标(如马德里商标等)数量及行业比对情况		
	每百万元营业收入专利收益占比情况		
	知识产权保护 (40)		企业在电信领域品牌商标、专利、著作权等知识产权保护制度及措施开展情况
			在电信领域商标冒用、专利侵权等事件的维权处理和成效
	品牌文化 (60)	品牌历史(15)	企业创办时间或电信品牌(商标)注册时间、品牌传承的电信历史文化故事等
		品牌战略(10)	电信业务领域品牌战略规划合理性、前瞻性、全球化及执行情况
			品牌定位,与其他竞争品牌在电信产品/服务的价格定位、形象定位、目标客户定位方面的差异化和特色优势
		品牌忠诚度 (15)	3次以上合作对象的数量及占有所有合作商总量的比重
			5次以上续约用户的数量及占用户总量的比重
	品牌美誉度 (20)	电信业务相关产品/服务所获品牌荣誉称号、标志、证书情况,如电信大数据司马(SMART)奖、iNova Awards 金奖、国际 ARC 大奖等	
	社会责任 (30)	社会责任履行 (10)	电信企业对国家、股东、客户、员工、供应商、同业者、社会公益等利益相关方的责任履行情况及社会责任报告发布情况
		诚信体系建设 (10)	企业在电信业务内控建设、审计监督、防治腐败和全面风险管理等方面的依法、合规和诚信经营水平以及自我声明与公开等情况
		生态环境保护 (10)	企业建设绿色网络与运营,降低网络运营能耗水平,通信工程建设中耕地保护、设备污染、施工影响和电磁辐射等问题的防控,推进基站、管道、杆路等通信基础设施的共建共享,节约土地、能源和原材料消耗等情况

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
质量要素 (300)	质量承诺 (40)	客观质量承诺 (20)	对电信业务提供过程中涉及的产品/服务通过明示执行标准(如性能标准、资费标准、服务时限等)来界定客观质量,可通过标准先进性评价和行业比对进行评价
		使用质量承诺 (20)	对所提供的电信产品/服务设备和信息安全、通信可靠性与稳定性、使用耐久性、网络维修保养等问题明示承诺
	质量管理 (60)	质量保障投入 (20)	企业在电信业务产品/服务提供过程中对质量保障所投入的电信软硬件设备先进性与可靠性、人员专业性与资质水平等
		质量管理体系建设 (20)	电信业务提供企业在质量管理体系建立成熟度、执行全面性、质量改进、质量相关体系认证(如 TL 9000 认证)等方面的情况
		卓越绩效管理 (20)	电信业务提供企业对卓越绩效管理体系建立、先进方法采用、电信业务提升和运营绩效改进等方面的情况
	质量感知 (100)	网络通畅性(20)	企业所提供电信业务的一次性接通率、音频信息传输时延等情况
		网络稳定性(20)	企业所提供电信业务的连接中断率、无线信号拥塞率、信息发送成功率等情况
		网络可靠性(20)	企业所提供电信业务的网络可用性、丢包率、传输速度稳定、传输清晰度等情况
		信息准确性(20)	企业所提供电信业务的计费差错率、传输和反馈信息真实性和准确性等情况
		故障处理(20)	企业所提供电信业务的拨号或网络接入故障率、故障告知及时性、故障反馈渠道、故障解决效率(时长)等情况
	质量安全 (80)	授权认证(25)	企业所提供电信业务的对接入账号的授权和认证,接入认证成功率等情况
		隐私保护(25)	企业对所提供电信业务的用户账户和密码安全管理、注册私人信息等保护,防止泄漏与被利用等情况
		安全防控(30)	企业所提供电信业务脆弱性(如电信诈骗监测与提示、木马病毒查杀、垃圾信息拦截)的安全防控水平及相应保障措施
	质量认可 (20)	质量合格评定 (10)	电信业务运营企业开展质量合格评定活动的结果,可通过获得第二方、第三方评价机构的证书数量和权威性来反映
		用户满意评价 (10)	用户对企业提供的电信产品/服务的功能符合性、增值价值实现或超越预期体验等的评价情况,可通过企业自身或专业第三方机构开展用户市场调查来反映

表 A.1 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标及分值	评价要素与内容
服务要素 (150)	服务设计能力(40)	服务体系(20)	提供电信业务企业制定的服务制度、服务承诺、服务规范、服务标准等措施文件全面性、执行成熟度等
		服务渠道(20)	企业所提供电信业务企业在直接渠道、间接渠道、电子渠道等方面的建立和运营情况
	服务过程实现(70)	服务设施(20)	企业提供电信业务所需设施设备的符合性、先进性和可用性等情况
		服务人员(20)	企业提供电信业过程中服务人员服务态度、服务效率和服务专业度等情况,可通过电信用户调查来反映
		服务创新(30)	电信产品/服务传递和实现过程中在服务理念、服务模式、服务项目等方面的创新情况
	服务结果绩效(40)	服务满意(20)	用户和相关合作方对企业提供电信服务的获取便捷度、服务效率、服务达标率、投诉处理率等方面的满意程度,可通过用户调查反映
服务改进(20)		电信企业针对用户和相关合作方反馈的电信业务感知体验、评价和建议意见等开展的服务改进制度完善、改进措施制定与实施以及改进效果等	
创新要素 (150)	创新管理能力(60)	创新战略管理(20)	电信企业在创新战略规划、创新目标制定、战略定位、创新投的规划、市场态势分析与应对策略等方面的管理水平
		创新机制管理(20)	电信企业在创新激励机制、组织运行管理机制、绩效考核机制、对外合作机制、创新风险管控机制等方面等管理水平
		创新资源整合(20)	电信企业在全局化资源获取、整合和资源平台建设方面的管理水平等
	创新开发能力(60)	创新投入(20)	电信企业近三年在电信产品/服务创新研发设计方面的投入(电信基站建设、软件开发、高新技术人才培养引进等)及占比情况
		创新速度(20)	企业近三年开发电信新产品/服务的数量、增速及市场推广应用情况
		创新效益(20)	企业近三年电信新产品/服务利润率及增长情况
	营销保障能力(30)	市场研究能力(10)	结合企业市场研究经费占比、市场需求反应速度、前沿新技术布局等方面进行评价
		市场拓展能力(10)	结合企业电信新产品/服务市场占有率、新产品/服务销售收入占当年销售总收入比重、营销网络化程度等方面进行评价
		渠道把控能力(10)	结合企业电信产品/服务营销渠道多样性、渠道拓展速度、渠道覆盖率、渠道营销业绩等方面进行评价

参 考 文 献

- [1] YD/T 1728—2008 电信网和互联网安全防护管理指南
 - [2] YD/T 1730—2008 电信网和互联网安全风险评估实施指南
 - [3] 电信业务分类目录(2015年版) 工业和信息化部
 - [4] 电信服务规范 工业和信息化部 2005
-

