

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 31284—2014

GB/T 31284—2014

品牌价值评价 旅游业

Brand valuation—Tourism

中华人民共和国
国家标准
品牌价值评价 旅游业
GB/T 31284—2014

*

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(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

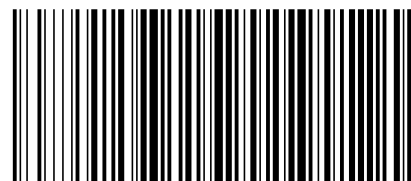
*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 21 千字
2014年11月第一版 2014年11月第一次印刷

*

书号: 155066·1-50300 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



GB/T 31284—2014

2014-09-30 发布

2014-12-01 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

表 A.3 (续)

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标
质量 U_2 (200分)	质量水平 U_{21} (60分)	U_{211} 旅游饭店星级情况
		U_{212} 服务人员的质量水平(如取得从业资质情况、学历水平等)
		U_{213} 基础硬件设施的质量
	质量信用 U_{22} (80分)	U_{221} 质量监督抽查情况
		U_{222} 近两年媒体曝光情况
		U_{223} 消费者投诉信用责任情况
	质量管理 U_{23} (60分)	U_{231} 管理体系建设
		U_{232} 质量管理信息化水平
	市场 U_3 (180分)	市场影响力 U_{31} (70分)
U_{312} 品牌美誉度		
U_{313} 市场占有率		
市场开拓力 U_{32} (70分)		U_{321} 国外、港澳台旅客的入住人数
		U_{322} 国外、港澳台旅客入住的来源广度
		U_{323} 国内旅客的入住人数
		U_{324} 国内旅客入住的来源广度
持续发展能力 U_{33} (40分)		U_{331} 品牌环境保护程度
		U_{332} 品牌法律保护程度(商标、专利、知识产权)
	U_{333} 品牌资源持续发展能力	
创新 U_4 (130分)	产品(服务)创新 U_{41} (70分)	U_{411} 客房风格、设施的创新
		U_{412} 特色餐饮服务的创新
		U_{413} 自助服务的创新
	营销创新 U_{42} (60分)	U_{421} 定价模式的创新
		U_{422} 优惠方式的创新
品牌建设 U_5 (150分)	品牌培育 U_{51} (50分)	U_{511} 品牌培育费用的占比(占当期销售收入的比重)
		U_{512} 品牌培育管理机制(如品牌管理机构、专职人员及品牌保护措施等)
	品牌维护 U_{52} (40分)	U_{521} 品牌维护费用的占比(占当期销售收入的比重)
		U_{522} 品牌维护措施(如了解品牌价值核心、理性的品牌延伸、及时的品牌危机公关等)
	品牌宣传 U_{53} (60分)	U_{531} 品牌宣传推广费用的占比(占当期销售收入的比重)
		U_{532} 品牌宣传渠道的多样性(如口碑宣传、电视广告宣传、网络传播、纸质媒介传播等)

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:陕西省标准化研究院、中国标准化研究院、西安交通大学、中青旅控股股份有限公司、中国物品编码中心、焦作云台山旅游发展有限公司、中发国际资产评估有限公司、安徽省标准化研究院、陕西省旅游局、中大信(北京)信用评价中心。

本标准主要起草人:刘力真、康健、姜焯、支良生、党光清、岳善勇、吴芳、刘晓冬、曹芳、罗钊、刘新梅、吕立新、李树民、郭建中、张武宁、刘晓荣、赵波。

表 A.2 旅行社品牌强度系数指标及说明

一级指标及分值	二级指标及分值	三级指标
服务 U ₁ (260分)	服务能力 U ₁₁ (90分)	U ₁₁₁ 服务种类和全面性(如前台接待服务、导游服务、路线推荐服务、旅游配套的交通、餐饮、住宿服务等)
		U ₁₁₂ 服务响应时间
		U ₁₁₃ 服务获得途径
	服务保障 U ₁₂ (90分)	U ₁₂₁ 安全服务
		U ₁₂₂ 应急机制
		U ₁₂₃ 契约履行
		U ₁₂₄ 游客投诉处理
		U ₁₂₅ 服务履行标准
	客户关系 U ₁₃ (80分)	U ₁₂₆ 服务基础条件(包括营业资质、服务人员、服务设施、服务网点、服务获得的便捷程度等与服务能力承诺的匹配情况及投入等)
		U ₁₃₁ 游客满意度
U ₁₃₂ 游客忠诚度		
质量 U ₂ (180分)	质量水平 U ₂₁ (60分)	U ₂₁₁ 旅行社的评级情况(如旅行社质量等级评定结果等)
		U ₂₁₂ 基础硬件设施的质量(如营业场所的硬件设施、配套的交通工具的质量等)
		U ₂₁₃ 服务人员的质量水平(如取得从业资质情况、学历水平等)
	质量信用 U ₂₂ (70分)	U ₂₂₁ 近两年媒体曝光情况
		U ₂₂₂ 消费者投诉信用责任情况
	质量管理 U ₂₃ (50分)	U ₂₃₁ 管理体系建设
U ₂₃₂ 质量管理信息化水平		
市场 U ₃ (180分)	市场影响力 U ₃₁ (70分)	U ₃₁₁ 品牌知名度
		U ₃₁₂ 品牌美誉度
		U ₃₁₃ 市场占有率
	市场开拓力 U ₃₂ (70分)	U ₃₂₁ 接待国内游客数量
		U ₃₂₂ 国内旅游线路数量
		U ₃₂₃ 接待国外、港澳台游客的数量
		U ₃₂₄ 国外、港澳台旅游线路数量
		U ₃₂₅ 设立分支机构数量
持续发展能力 U ₃₃ (40分)	U ₃₃₁ 品牌环境保护程度	
	U ₃₃₂ 品牌法律保护程度(商标、专利、知识产权)	
	U ₃₃₃ 品牌资源持续发展能力	

品牌价值评价 旅游业

1 范围

本标准规定了旅游行业品牌价值评价的测算模型、测算指标、测算过程等内容的相关要求。
本标准适用于旅游企业或企业集团(以下统称企业)品牌价值评价,也可作为行业组织和第三方对企业进行品牌价值评价的依据。

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 16766—2010 旅游业基础术语
- GB/T 29185 品牌价值 术语
- GB/T 29186 品牌价值 要素
- GB/T 29187 品牌价值 品牌价值评价要求
- GB/T 29188—2012 品牌价值 多周期超额收益法

3 术语和定义

GB/T 16766—2010、GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T 29188—2012 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

旅游业 tourism industry

以旅游者服务对象,以旅游市场为联系纽带,以旅游资源和设施为基础,以旅游经营活动为中心,将相关行业和企业集合起来,向旅游者提供旅游过程中所需要的产品和服务体验的综合性产业。

[GB/T 16766—2010,定义 3.29]

3.2

旅游景区 attraction; places of interests; scenic spot

以满足旅游者出游目的为主要功能(包括参观游览、审美体验、休闲度假、康乐健身等),并具备相应旅游服务设施,提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围。

[GB/T 16766—2010,定义 9.1]

3.3

旅行社 travel agency

为旅游者提供所需要的产品和服务体验消费,开展国内旅游业务、入境旅游业务或出境旅游业务,并实行独立核算的企业。

[GB/T 16766—2010,定义 7.1]

3.4

旅游饭店 tourist hotel

以提供住宿服务为主,同时还提供餐饮、购物、娱乐、度假和商务活动等多种服务的接待型企业。按