



中华人民共和国国家标准

GB/T 31282—2014

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	评价内容
服务(K ₃) (350分)	服务水平(K ₃₃) (150分)	顾客满意度(50分)	提供第三方提供的顾客满意度调查报告确定
		用户数量(50分)	在行业内用户数量的百分比
		用户黏性(50分)	企业上报相关材料确定
	信息安全(K ₃₄) (100分)	信息系统安全(40分)	企业可从包括硬件、软件、数据、人、物理环境及其基础设施方面提供材料
		信息安全保障(40分)	企业可从需保证信息的保密性、真实性、完整性、未授权拷贝和所寄生系统的安全性方面提供材料
		信息安全认证(20分)	根据拥有金融安全、信息安全管理体系认证或其他信息安全材料酌情给分
资产(K ₄) (200分)	市场(K ₄₁) (50分)	市场占有率(25分)	企业上报相关材料确定
		市场占有率复合增长率(25分)	通过企业数据计算上报
	数据资源(K ₄₂) (60分)	数据量(30分)	根据分类确定数据中心的规模,企业上报相关材料确定
		数据流量(30分)	一般由电信运营商提供,企业上报相关材料确定
	品牌培育(K ₄₃) (50分)	品牌宣传(20分)	可从企业在广告投入占总投入的百分比、品牌宣传推广、品牌文化等方面酌情给分
		品牌知名度和美誉度(30分)	提供第三方调查报告确定
	法律权益(K ₄₄) (40分)	知识产权保护机制和措施(20分)	企业上报相关材料确定
		注册商标、著作权(20分)	可根据注册商标、著作权因素确定
社会责任(K ₅) (100分)	体系建设(K ₅₁) (30分)	社会责任管理体系(10分)	企业上报相关材料确定
		环境管理体系(10分)	企业上报相关材料确定
		职业安全健康管理体系(10分)	企业上报相关材料确定
	卓越绩效(K ₅₁) (70分)	公共责任(30分)	可从企业对网络健康、环保、节能、资源综合利用等方面的措施酌情给分
		公益支持(20分)	可从企业在公益领域的工作和贡献酌情给分
		员工关怀(20分)	可从员工福利、劳动保障方面酌情给分

GB/T 31282—2014

品牌价值评价 互联网及相关服务

Brand valuation—Internet and related services



GB/T 31282—2014

版权专有 侵权必究

*

书号:155066·1-50584

定价: 16.00 元

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

附录 A

(资料性附录)

互联网及相关服务品牌强度系数指标及说明

互联网及相关服务品牌强度系数指标及说明见表 A.1。

表 A.1 互联网及相关服务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	三级指标及分值	评价内容
质量(K ₁) (100分)	管理水平(K ₁₁) (20分)	认证情况(10分)	可从质量认证体系来评价
		奖励情况(5分)	可从是否获得国家级、省部级等奖励情况来评价
		人员资质情况(5分)	可从人员资质情况来评价,例如是否有高级项目经理
	信用体系(K ₁₂) (50分)	信用体系建设情况(30分)	企业上报相关材料确定
		第三方信用评价报告(20分)	企业可上报相关第三方信用评价材料确定
	质量水平(K ₁₃) (30分)	硬件水平(15分)	可从设备性能、硬件规模、硬件资源的利用率、硬件的更新维护成本等方面综合评价
软件水平(15分)		可从软件功能的完整性和准确性、软件的成熟度、软件的容错能力、恢复能力、易操作性、资源利用率、易维护性和可移植性等方面综合评价	
创新(K ₂) (250分)	创新能力(K ₂₁) (150分)	研发资金投入占总投入的比重(35分)	按照比重酌情给分
		技术研发人员比例(35分)	按照比重酌情给分
		实验室和技术中心的级别(30分)	根据拥有实验室的级别和数量酌情给分
		开创新市场的能力(50分)	企业上报相关材料确定
	创新成效(K ₂₂) (100分)	科技获奖情况(20分)	可从是否获得国家级、省部级等奖励情况来评价
		专利数和参与标准制修订情况(30分)	可从拥有的专利数量和种类、参与的国家标准、行业标准制修订等方面综合评价
服务(K ₃) (350分)	服务保障(K ₃₁) (40分)	服务体系建设与执行情况(售前、售中、售后)(20分)	企业上报相关材料确定
		服务基础条件(人员、费用、设备、网络等)(20分)	企业上报相关材料确定
	服务能力(K ₃₂) (60分)	出口带宽数(30分)	企业上报相关证明材料
		响应速度(30分)	根据测试取最佳值确定

中华人民共和国
国家标准
品牌价值评价 互联网及相关服务
GB/T 31282—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 0.75 字数 16 千字
2014年12月第一版 2014年12月第一次印刷

*

书号: 155066·1-50584 定价 16.00 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

品牌竞争力的排名等用途。

6.2 明确价值影响因素

本标准测算的品牌价值在基于企业财务因素基础上,综合考虑影响互联网及相关服务业品牌价值评价的因素,还应考虑企业在行业中的贡献等非财务因素对品牌价值的影响。

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,包括其范围及价值范围。

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;
- 现金流预测方法;
- 评价周期内的永续增长率、行业平均资本报酬率、无形资产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

遵循客观、准确和权威的原则,采集企业财务与其他影响品牌价值的重要指标信息,作为企业、行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,计算每个评价周期内的品牌现金收益 F_{BC} ,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;
- 经上述信息输入到评价模型中,计算所测算品牌的价值。

6.7 报告测算结果

根据评价目的,选择适当形式报告测算结果。

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:安徽省标准化研究院、中国标准化研究院、合肥英塔信息技术有限公司、中国互联网信息中心、中国互联网协会、中国科学技术大学、苏宁云商集团股份有限公司、腾讯科技(北京)有限公司、上海吉大正元信息技术有限公司、安徽皖通科技股份有限公司、安徽国信资产评估有限责任公司。

本标准主要起草人:范文跃、康健、张丽、陈建功、刘菖、崔从俊、吴芳、熊焰、任峻、张勃、杨世宁、梁英勇、周民、李源、周志强、殷文正、张士胜、步翠兰、程姝。