

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 31046—2014

GB/T 31046—2014

品牌价值评价 交通运输业

Brand valuation—Transportation industry

中华人民共和国
国家标准
品牌价值评价 交通运输业
GB/T 31046—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

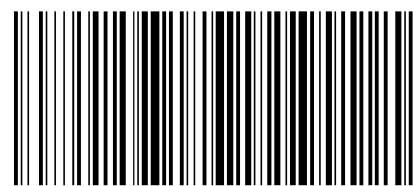
*

开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 28 千字
2014年12月第一版 2014年12月第一次印刷

*

书号: 155066·1-50751 定价 21.00 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 31046—2014

2014-12-05 发布

2014-12-31 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

A.6 物流业品牌强度系数指标及说明见表 A.6

前 言

表 A.6 物流业品牌强度系数指标及说明

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	评价内容
质量	200 分	质量管理水平	50 分	通过各类管理体系认证情况	30 分	各类国际、国家级或行业质量体系的认证数量及情况
				参与质量标准化示范试点情况	10 分	国家、地区、行业质量标准化示范试点情况
				获得各类质量奖励情况	10 分	各类国际、国家级或省级的质量奖励情况
		质量水平	60 分	服务质量情况	60 分	按时发送率； 货损率； 货差率
				运输安全	90 分	安全标准化情况及奖励情况
		安全绩效水平	60 分			年度事故率； 人员伤亡率； 货物赔付率
创新	150 分	创新能力	90 分	技术创新投入情况	60 分	研发经费投入与总投入比重； 信息化建设投入与收入比重
				品牌管理机构的设置以及人员配置情况	10 分	是否设置品牌管理部门； 是否配备专职人员等
				品牌建设经费投入情况	20 分	广告、品牌维护、品牌建设等方面费用投入； 国家级、省市级、行业媒体传播
		创新成效	60 分	参与标准制定情况	25 分	参与地方、行业、国家、国际标准制定
				获得专利数量	15 分	拥有专利数量与销售额比重
获得驰名商标、省级名牌等称号情况	20 分	获中国驰名商标/著名商标、省级名牌等各级称号				
服务	250 分	服务能力	100 分	服务资质	30 分	中国物流与采购联合会 5A 级物流企业
				服务基础条件	70 分	网点数量； 车辆数量； 仓储面积； 司机数量； 线路数量
		客户关系	150 分	顾客满意	90 分	顾客满意度，有责投诉率
				品牌忠诚度	20 分	忠诚客户收入比，客户重复购买率
				品牌形象	40 分	中央一级电视、广播、报纸和 6 大门户网站发布的正面新闻报道

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：上海质量管理科学研究院、中国标准化研究院、上海质量体系审核中心、深圳市振鹏质量与品牌促进中心、中国东方航空股份有限公司、四川省机场集团有限公司、上海强生出租汽车股份有限公司、上海国际机场股份有限公司、远成集团有限公司、上海申通地铁集团有限公司、浙江广杭物流有限公司。

本标准主要起草人：唐晓芬、吴芳、蒋曙东、孙纯一、杨志花、薛松、康鸣、秦维宪、陈彤、陶利萍、谭平、余柳、蒋国皎、沈国军、康健。

表 A.4 (续)

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	评价内容
市场	280分	行业中的领导地位	150分	市场竞争力	80分	区域市场占有率
				市场稳定性	70分	净资产收益率； 主营业务利润率； 3年销售平均增长率
		品牌知名度	60分	市场覆盖率	30分	市场覆盖率
				市场知名度	30分	市场知名度
		市场开拓情况	40分	国际和地区市场开拓	20分	地区业务收入占比
				国际合作和资源的使用能力	20分	与国际同行的知名企业，以联盟等合作形式产生的收入占销售收入的百分比
		品牌历史	30分	企业及注册商标历史	10分	企业及注册商标历史
				品牌年数	20分	品牌年数
社会责任	120分	社会责任报告发布情况	70分	发布层级	30分	在全国、省市级等平台发布社会责任报告
				发布次数	40分	发布次数
		社会责任履行情况	50分	社会责任报告第三方评价情况	50分	第三方评价

A.5 出租汽车业品牌强度系数指标及说明见表 A.5

表 A.5 出租汽车业品牌强度系数指标及说明

一级指标	权重	二级指标	权重	三级指标	权重	评价内容
质量	200分	质量管理水平	50分	通过各类管理体系认证情况	30分	各类国际、国家级或行业质量体系的认证数量及情况
				参与质量标准化示范试点情况	10分	服务管理标准化(国家、地区、行业级)
				获得各类质量奖励情况	10分	各类国际、国家级或省级的质量奖励情况
		质量水平	60分	服务质量情况	60分	电召准点率； 起(投诉)/万车次； 客运市场违法控制率
		运输安全	90分	安全标准化情况及奖励情况	30分	安全管理标准化(国家、地区、行业级)
安全绩效水平	60分			致人死亡且负同等以上责任的道路交通事故发生率； 人受伤且同等以上责任的道路交通事故发生率； 道路交通责任事故发生率		

品牌价值评价 交通运输业

1 范围

本标准规定了交通运输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。

本标准适用于交通运输企业或企业集团(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 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 29188—2012 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、GB/T 29188—2012 中界定的术语和定义适用于本文件。

4 交通运输业品牌价值测算模型

4.1 多周期超额收益法模型

本标准中所使用的有关技术参数及其符号参见 GB/T 29188—2012。

基于多周期超额收益法的交通运输业企业或企业集团品牌价值按式(1)计算:

$$V_B = \sum_{t=1}^T \frac{F_{BC,t}}{(1+R)^t} + \frac{F_{BC,T+1}}{R-g} \cdot \frac{1}{(1+R)^T} \dots\dots\dots(1)$$

式中:

- V_B ——品牌价值;
- $F_{BC,t}$ —— t 年度品牌现金流;
- $F_{BC,T+1}$ —— $T+1$ 年度品牌现金流;
- T ——高速增长时期,根据行业特点,一般为 3~5 年;
- R ——品牌价值折现系数;
- g ——永续增长率,可采用长期预期通货膨胀率。

4.2 品牌现金流的确定

每年的品牌现金流 F_{BC} 按式(2)计算:

$$F_{BC} = (p_A - ap_A) \times PR \times \beta \dots\dots\dots(2)$$