

ICS 03.140
A 00



中华人民共和国国家标准

GB/T 31045—2014

GB/T 31045—2014

品牌价值评价 农产品

Brand valuation—Agricultural products

中华人民共和国
国家标准
品牌价值评价 农产品
GB/T 31045—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 18 千字
2014年12月第一版 2014年12月第一次印刷

*

书号: 155066·1-50695 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 31045-2014

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

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:中国优质农产品开发服务协会、中国标准化研究院、中国传媒大学、农业部优质农产品开发服务中心、农业部农产品质量安全中心、农业部农村社会事业发展中心、中国品牌农业网。

本标准主要起草人:黄竞仪、吴芳、卜希霆、张辉、岳春利、詹慧龙、岑维、李清泽、孙志勇、康键、李志欣、陈松梅、王春波、陈金发、黄开毅、赵伟、连鸿励、于静、王妍、晋斌

附录 A
(资料性附录)
品牌强度系数指标及说明

品牌价值评价 农产品

农产品品牌强度的评价指标、权重和评价内容见表 A.1。

表 A.1 农产品品牌强度的评价指标、权重和评价内容

一级指标及分值	二级指标及分值	评价内容
质量 (200分)	质量水平 (80分)	生产水平(包括生产设备设施、工艺、检测能力、计量水平、人员水平等)
		产品实物质量(包括产品主要性能和可靠性)
		产品执行标准先进性
		产品通过检验、认证情况
	质量信用 (60分)	国家级、省级等产品质量监督抽查情况
		近3年产品质量安全事件
		质量信用报告发布情况
	质量管理水平 (60分)	管理体系建设及运行有效性
		质量管理信息化水平
		近3年获得质量成果及奖励情况
创新 (220分)	创新机制 (40分)	创新机制建设情况
		企业创新技术支持平台(包括创新有关的技术中心、工程中心和研发中心等)
	特色保障 (60分)	产品产地独特性情况
		产品种源独特性情况
		产品技术独特性情况
	创新能力 (60分)	技术研发水平(研发人员所占比重等情况)
		新产品市场占有率情况及产值率
		产品研发经费投入及行业排名情况
	创新成效 (60分)	产品技术专利拥有情况
		获得科技成果及奖励情况
参与地方、行业、国家、国际标准制修订情况		
市场与服务 (260分)	市场控制力 (60分)	国内市场占有率及变化情况
		国际市场出口额及变化情况
		企业近3年在市场营销方面的投入情况
	市场影响力 (60分)	主营业务销售收入在行业中的排名位置
		主营产品销售范围
		出口额占销售收入比例在行业中的排名位置

1 范围

本标准规定了农产品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。

本标准适用于从事农产品生产或经营的企业或企业集团(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 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,根据农业行业特点,可选择3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,如5%。

4.2 品牌现金流的确定

4.2.1 品牌现金流

每年的品牌现金流 F_{BC} 按式(2)计算: