



中华人民共和国国家标准

GB/T 39071—2020

品牌评价 消费者感知测量指南

Brand evaluation—Guidelines for consumer perception measuring

2020-07-21 发布

2021-02-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	III
引言	IV
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 品牌感知指标测量方法	1
4.1 总则	1
4.2 品牌知名度测量方法	2
4.3 品牌认知度测量方法	2
4.4 品牌美誉度测量方法	2
4.5 品牌忠诚度测量方法	3
5 测量程序	3
5.1 问卷设计	3
5.2 抽样方案设计	3
5.3 问卷采集方式选择	3
5.4 问卷回收	3
5.5 结果测量	3
6 结果应用	3
附录 A (资料性附录) 问卷设计	5
附录 B (资料性附录) 阈值与关键点的确定	7
附录 C (资料性附录) 品牌评价案例	10
参考文献	13

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:中国标准化研究院、北方工业大学、中国品牌建设促进会、安徽国科检测科技有限公司、上海市质量协会、深圳市连锁经营协会、深圳市零售商业行业协会、八马茶业股份有限公司、山东中烟工业有限责任公司青岛卷烟厂、内蒙古伊利实业集团股份有限公司、光明乳业股份有限公司、成都富通光通信技术有限公司、石家庄君乐宝乳业有限公司、九阳股份有限公司、山东省标准化研究院。

本标准主要起草人:蔡华利、周云、吕安然、邵栋梁、郭政、张婧姝、花涛、苏丽明、谢永明、吴清标、侯莹莹、乔慧芳、张锋华、刘伟德、刘惠萍、柴艳兵、韩润、段琦、吴芳、王倩倩、孙良泉、刘世新、廉世彬、刘欣欣、孙晴。