

### 品牌指数及评价方法

Brand index and evaluation method

地方标准信息服务平台

2020 - 12 - 28 发布

2021 - 02 - 01 实施

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件代替DB12/T 695-2016《天津品牌指数及评价方法》，与DB12/T 695-2016相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 增加品牌得分的定义（见 3.2）；
- b) 更改了评价指标中品牌影响力的二级指标和三级指标（见第 4 章）；
- c) 删除了评价指标中三级指标“工作经费投入”（见 2016 年版的第 3 章）；
- d) 更改了评价指标中三级指标“标准化基础”、“计量基础”、“认证认可基础”、“检验检测基础”的指标释义（见第 4 章，2016 年版的第 3 章）；
- e) 更改了评价指标中“信用监管”的三级指标（见第 4 章，2016 年版的第 3 章）；
- f) 增加了评价指标的评价目的（见第 4 章）；
- g) 增加了品牌奖项的注释（见第 4 章）；
- h) 增加品牌得分计算公式（见 5.2）；
- i) 更改了品牌指数计算公式（见 5.2，2016 年版的 4.1）；
- j) 更改了指标评分方法计算公式（见 5.3，2016 年版的 4.2）；
- k) 增加了品牌影响力数据处理（见 5.5）；
- l) 删除了纳入天津品牌奖项目录（见 2016 年版的附录 A）。

本文件由天津市市场监督管理委员会提出并归口。

本文件起草单位：天津市市场监督管理委员会、天津中质管理咨询有限公司。

本文件主要起草人：高建国、刘爽、田洪林、孙梅、吴利蕊、党代柱、陈晨、陈莹、袁丽萍。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2016 年首次发布为 DB12/T 695-2016；

——本次为第一次修订。

地方标准信息服务平台

# 品牌指数及评价方法

## 1 范围

本文件规定了品牌指数评价指标和方法，包括区域品牌评价指标、评价方法、评价程序等。本文件适用于对各级行政区域的品牌指数进行测评。

## 2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**品牌指数 brand index**

反映行政区划范围内品牌信息在不同时间上变化程度和变化趋势的特殊相对数。

### 3.2

**品牌得分 brand score**

反映特定时间段内区域政府部门推动品牌工作效果的数值。

## 4 评价指标

评价指标体系包括3个一级指标、10个二级指标和26个三级指标，指标体系的具体情况见表1。

表1 评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	指标释义	评价目的
品牌影响力	农业品牌	组织奖项	区域内组织获得奖项情况	通过农业品牌奖项的获得情况体现区域内农业品牌的影响力
		个人奖项	区域内个人获得奖项情况	
	工业品牌	组织奖项	区域内组织获得奖项情况	通过工业品牌奖项的获得情况体现区域内工业品牌的影响力
		个人奖项	区域内个人获得奖项情况	
	服务业品牌	组织奖项	区域内组织获得奖项情况	通过服务业奖项的获得情况体现区域内服务业品牌的影响力
		个人奖项	区域内个人获得奖项情况	