

广东商标协会

粤商标协〔2021〕39号

关于征求团体标准《高价值商标品牌评价技术要求》（征求意见稿）意见的函

各有关单位和专家：

根据广东省市场监督管理局的工作要求，我会组织相关技术机构、行业协会及企业制定了团体标准《高价值商标品牌评价技术要求》，为共同做好标准制定工作，现将该标准的征求意见稿公开，广泛征求社会各方的意见和建议，请有关单位结合实际，提出意见和建议，并请于2021年7月1日前反馈至我会。

联系单位：广东商标协会

地 址：广东省广州市海珠区琶洲街道中岱交易广场14楼

联 系 人：张玫、张代琛

联系电话：020-8752603 85587049

邮 箱：sbpj@gdta.com.cn

附件：1、《高价值商标品牌技术要求》（征求意见稿）

2、标准编制说明

3、反馈意见表



团 体 标 准

T/GDTA XXX—2021

高价值商标品牌评价技术要求

2021 – XX – XX 发布

2021 – XX – XX 实施

广东商标协会 发布

目 次

前言 II

引言 III

1 范围 4

2 规范性引用文件 4

3 术语和定义 4

4 评价原则 4

5 评价对象 4

6 评价要素 5

 6.1 市场特征 5

 6.2 市场领导力 5

 6.3 法律因素 5

 6.4 消费者行为 5

 6.5 品牌运营 5

7 评价方法 5

8 评价程序 6

 8.1 确定评价目的 6

 8.2 界定被评价商标 6

 8.3 设计评价指标 6

 8.4 采集评价数据 6

 8.5 开展价值评价 6

 8.6 出具评价报告 6

9 评价报告 6

附 录 A(规范性)高价值商标品牌强度综合评价指标 8

附 录 B(规范性)高价值商标品牌强度得分分值与倍数对应关系 9

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》规定起草。
本文件由广东商标协会提出并归口。
本文件起草单位：。
本文件主要起草人：。

引 言

高价值商标品牌具有高知名度、高美誉度和客户忠诚度，对于企业商标产品及服务具有长期购买欲望，可以有效降低企业经营风险。一个优秀的品牌从商标开始，重视商标尤其是核心商标及其使用是企业生存和发展的需要。开展高价值商标品牌评价，能帮助企业更好地运营品牌、保护品牌、使用品牌，提升广东商标品牌竞争力。

高价值商标品牌评价技术要求

1 范围

本文件规定了高价值商标品牌评价的术语和定义、评价原则、评价对象、评价要素、评价方法、评价程序和评价报告要求。

本文件适用于高价值商标品牌评价。

2 规范性引用文件

本文件无规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 商标 trademark

能够将自然人、法人或者其他组织的商品或服务与他人的商品或服务区分开来的、受到法律保护的标志或标志的任意组合。

3.2 高价值商标品牌 High-value trademark brand

在投资或经营过程中，能给商标所有者或使用者带来高经济收益的商标品牌。

4 评价原则

高价值商标品牌评价工作应遵循以下原则：

- a) 自愿性原则，由申请人自愿提出高价值商标评价申请；
- b) 独立性原则，应独立于利益相关方开展评价；
- c) 客观性原则，以客观事实为依据来开展评价；
- d) 公正性原则，应秉持公正公平态度，不带有任何形式的偏见；
- e) 科学性原则，评价方法和理论科学合理，评价结论可靠可信。

5 评价对象

5.1 申请高价值商标品牌评价的商标应符合下列基本条件：

- a) 应经国内商标注册管理机构有效注册，且商标的注册人名称、地址与工商登记信息相符；
- b) 申请商标连续使用时间届满3年及以上；
- c) 商标法律状态稳定；
- d) 与企业品牌保持名义一致的核心商标。

5.2 在满足 5.1 要求下，申请高价值商标品牌评价的商标还应属于下列范围内的商标之一：

- a) 中国驰名商标;
- b) 中华老字号商标;
- c) 注册地理标志商标;
- d) 被纳入广东省重点商标保护名录的商标;
- e) 在海外有同类专用权的商标。

6 评价要素

6.1 市场特征

市场特征可从以下方面进行评价:

- a) 行业集中度;
- b) 所在市场类型;
- c) 商标权市场交易情况。

6.2 市场领导力

市场领导力可从以下方面进行评价:

- a) 商标产品占行业市场份额;
- b) 商标知名度;
- d) 商标所在企业规模。

6.3 法律因素

法律因素可从以下方面进行评价:

- a) 商标注册至今时间;
- b) 商标稳定性;
- c) 商标保护程度。

6.4 消费者行为

消费者行为可从以下方面进行评价:

- a) 消费者满意度;
- b) 消费者忠诚度。

6.5 品牌运营

品牌运营可从以下方面进行评价:

- a) 广告投入;
- b) 企业品牌管理。

7 评价方法

高价值商标品牌的价值采用如下公式(1)进行评价计算:

$$E = I \times G \times \beta \cdots \cdots \cdots (1)$$

式(1)中:

E ——高价值商标品牌价值;

I ——商标品牌年纯利润；

G ——品牌强度倍数；

β ——评估系数。

商标品牌年纯利润采用如下公式（2）进行计算得出：

$$I = I_1 \times a + I_2 \times b + I_3 \times c \cdots \cdots (2)$$

式（2）中：

I ——商标品牌年纯利润；

I_1 ——评价当年纯利润；

I_2 ——上一年纯利润；

I_3 ——再上一年纯利润；

a、b、c——常数系数，其中 a 取值为 0.5，b 取值为 0.33，c 取值为 0.17。

评估系数 β 取值范围 $0 < \beta \leq 1$ ，具体如下公式（3）方法进行计算：

$$\beta = S \div 100 \times 100\% \cdots \cdots (3)$$

式（3）中：

β ——评估系数；

S——商标品牌强度综合评价得分。

商标品牌强度倍数 G 取值范围 $6 \leq G \leq 20$ ，商标品牌强度评价指标见附录 A，商标品牌强度综合评价得分 S 与品牌强度倍数 G 的取值对应关系见附录 B。

8 评价程序

8.1 确定评价目的

高价值商标品牌评价目的包括但不限于商标权价值质押融资、商标品牌管理、提高商标运营效率、培育高质量商标品牌等。

8.2 界定被评价商标

识别、定义和描述所评价的商标，并将其与申请人的其他商标等无形资产区分开来。

8.3 设计评价指标

厘清影响商标价值的要素，设计评价指标体系。

8.4 采集评价数据

制定评价数据和信息的采集方案，并采集信息。

8.5 开展价值评价

选择适宜方法对数据信息进行评价。

8.6 出具评价报告

根据测算结果，由评价机构出具评价报告。

9 评价报告

高价值商标评价报告应明确陈述下列内容：

- a) 评价机构的立场和身份；
- b) 评价目的；
- c) 被评价商标的描述；
- d) 价值前提；
- e) 采用的评价方法；
- f) 评价基准日；
- g) 评价报告日；
- h) 评价结果；
- i) 使用数据的来源；
- j) 合法权利、行为和财务简要分析；
- k) 关键假设和评价风险；
- l) 使用限制；
- m) 信息披露和免责声明。

附 录 A
(规范性)
高价值商标品牌强度综合评价指标

表 A.1 高价值商标品牌强度综合评价指标

一级指标	二级指标	评分标准	分值	评分
市场特征	行业集中度	集中度越高，评分越高。	8	
	所在市场类型	直接面向终端消费者、竞争激烈行业评分较高。	10	
	商标权市场交易情况	是否曾对外许可，同行业许可情况。便利度高，评分高。	7	
市场领导力	商标产品占行业市场份额	市场份额越高，评分越高。	10	
	商标知名度	市场调查数据。	10	
	商标所在企业规模	规模越大，评分越高。	5	
法律因素	商标注册至今时间	时间越长，评分越高。	5	
	商标稳定性	有无出现商标侵权纠纷。	5	
	商标保护程度	驰名商标、中华老字号商标、注册地理标志商标；被纳入广东省重点商标保护名录的商标；在海外有同类专用权的商标（1 项以上获 10 分）。	10	
消费者行为	消费者满意度	市场调查数据。	7	
	消费者忠诚度	市场调查数据。	8	
品牌运营	广告投入	投入高，评分高。	8	
	企业品牌管理	专门品牌管理人员，企业特色的品牌文化，品牌发展战略。	7	
总分			100	

附 录 B

(规范性)

高价值商标品牌强度得分分值与倍数对应关系

表 B.1 高价值商标品牌强度得分分值与倍数对应关系

商标品牌强度得分	品牌强度倍数	商标品牌强度得分	品牌强度倍数
41-44	6	73-76	14
45-48	7	77-80	15
49-52	8	81-84	16
53-56	9	85-88	17
57-60	10	89-92	18
61-64	11	93-96	19
65-68	12	97-100	20
69-72	13	--	--

《高价值商标品牌评价技术要求》

团体标准（征求意见稿）编制说明

一、 项目来源

《高价值商标品牌评价技术要求》团体标准由广东商标协会提出并归口，由广东商标协会、广东省电线电缆行业协会、广东信德资产评估与房地产估价公司和广东财经大学等单位共同起草。

二、 标准制定的目的和意义

随着知识经济时代的到来，无形资产在现代经济社会中的作用越来越显著。商标是具有明确载体的无形资产，可为企业带来效益。2017 年，广东省人民政府办公厅发布《关于印发广东省深入实施商标品牌战略服务社会经济发展若干政策措施的通知》（粤办函〔2017〕714 号），着重提出“开展商标品牌理论研究和价值评价工作，探索设立广东商标品牌战略专家委员会。建立和发布广东商标品牌发展指数，开展商标密集型产业的跟踪、研究与分析。支持和建立广东商标品牌发展研究机构，成立商标品牌价值评估机构。发布广东年度商标品牌发展报告；鼓励社会组织开展广东品牌 500 强和行业品牌 100 强评价工作。”

广东是商标大省，广东目前有效注册商标数超过

557.7 万件，驰名商标数量稳居全国首位，商标交易和质押等与商标有关的经济频繁，广大企业对商标价值评价有广泛的需求。开展商标价值评价，是实施商标品牌战略的重要工作内容，有助于深入挖掘商标品牌价值，创新商标品牌运用模式，可为企业在商标许可、品牌加盟招商等方面提供有效的、有公信力的依据，有利于增强企业商标品牌意识，提升企业竞争力。同时，开展商标价值评价，也是完善质押融资政策、拓宽企业融资渠道的基础，有利于探索建立专利、版权、商标、地理标志捆绑式质押融资政策，加强知识产权评估引导和支持的力度，推动知识产权价值评估第三方社会组织建设，为我省知识产权质押融资工作营造一个良好的环境。同时，开展商标评价有助于商标侵权纠纷案件的审理，商标价值评价结果可以作为商标侵权案件中判断赔偿额的重要参考。因此，开展商标价值评价工作有着广阔的市场应用前景。

2019 年，广东商标协会联合高校、评估机构以及省级行业协会、地级市商标协会等多个单位，联合制定了《广东商标价值评价管理办法》，依据该《办法》组织开展了 2019 年广东省商标价值评价工作，并在 2019 粤港澳大湾区知识产权交易博览会知识产权商标专场活动上发布了《2019 年度广东商标价值评价报告》。2020 年，广东商标协会依照国家知识产权战略精神和广东省商标品牌战略

精神，结合广东工作实际，已编制并发布《商标价值评价工作规范》团体标准，总结固化 2019 年商标价值评价工作经验，吸取工作不足，规范商标评价工作，统一商标评价尺度，增强广东商标价值评价工作的科学性、合理性、规范性以及评价结果的可信性和权威性。

在此背景下，广东商标协会根据社会对高价值商标评价的需求，根据政策要求，特制定《高价值商标品牌评价技术要求》，以期更好地为社会服务，推动实施广东商标品牌战略，促进广东经济社会发展。

三、标准制定原则

1、科学性原则

首先，本标准的制定以国家及广东省相关法律、政策法规为依据，如重点依据《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国知识产权法》、《地理标志产品保护规定》以及《关于印发广东省深入实施商标品牌战略服务社会经济发展若干政策措施的通知》（粤办函〔2017〕714 号）等。

其次，本标准制定过程中参考了相关国家标准和工作指南，比如重点参考了 GB/T29187—2012《品牌评价品牌价值评价要求》、GB/T29188—2012《品牌评价多周期超额收益法》、《资产评估准则—无形资产》、《知识产权资产评估指南》、T/GDTA002—2021《商标价值评价工作规范》团体标准等。

2、广泛性原则

在本标准制定过程中，开展多次座谈研讨会议，广泛征求了高校、资产评估机构、省级行业协会、企业等相关利益方的意见和建议，确保本标准的广泛适用性。

3、客观性原则

本标准的制定，是以《广东商标价值评价管理办法》、《商标价值评价工作规范》为蓝本，充分吸收了前期商标价值评价工作中的成果和经验，充分完善了前期商标价值评价工作中的不足，充分考虑了全国范围内和广东省内高价值商标评价工作的实际，确保本标准的可操作性和客观性。

四、标准的研究、起草过程

1、标准的立项

2021 年 5 月 17 日，广东商标协会组织召开座谈会，邀请广东财经大学高校老师、有关行业协会、评估机构等各位专家代表讨论，讨论建立《高价值商标品牌评价技术要求》团体标准的可行性、前瞻性及意义，与会代表一致同意建立该标准并论证该要求应考虑的因素，为达到完善现有商标价值评价系统的目的。

2、标准起草和优化

2021 年 6 月上旬，工作组开始研制工作。一是收集、整理国内商标价值评价相关法律法规、政策文件，以及相

关的国家标准，并通过文献研究国内外商标评价模型及方法。二是开展工作内部研讨会，召集行业协会、企业、资产评估公司调研座谈会，确立标准研制方向和标准内容框架。在此基础上，工作组严格依据 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》要求，起草形成了标准草案。

2021 年 6 月 17 日下午，受疫情影响，广东商标协会召集相关专家再次线上研讨会，总结 2020 年商标价值评价工作经验，指出存在问题，提出可行性建议，共同推进 2021 年高价值商标评价工作顺利开展。

五、关键技术问题的处理

1、申请条件的限制

虽然商标评价工作的主体单位为广东商标协会，但考虑到商标价值评价是一项市场经济活动中存在广泛需求的工作，因此，对于申请商标价值评价的商标和申请人，不限于广东省内，而是扩大到全国范围内。

2、商标强度测算指标的确定

商标强度测算是本标准的关键内容之一。经查阅文献，目前并未发现国内外有商标强度测算的直接成果可以借鉴。

本标准在研制过程中，标准起草组经过与专家学者的多次座谈研讨和综合借鉴已有的相关研究成果，最终将商

标强度指标划分为市场特征、市场领导力、法律因素、消费者行为、品牌运营等五大因素指标。

3、商标价值评价方法的选择

商标价值评价常用的方法包括收益法、市场法和成本法等多种方法。结合价值评价实际情况，不同行业不同规模不同企业，在评价时选择的评价方法可能不同。经专家讨论各个评估方法的适用性，此次评估方法以收益法为主。

六、标准主要技术内容

本标准共分为八章，主要内容如下：

1、范围

介绍本标准的主要内容和适用范围。

2、规范性引用文件

介绍本标准引用的商标价值评价应遵循的国家标准。

3、术语和定义

在 GB/T 29187—2012 基础上，重点定义了商标、高价值商标品牌。

4、评价原则

规定了商标价值评价工作应遵循自愿性原则、独立性、客观性原则、公正性原则和科学性原则，保证评价结果的科学合理和可靠。

5、评价对象

规定了商标应符合的基本条件。

6、评价要素

规定了市场特征、市场领导力、法律因素、消费者行为、品牌运营为评价要素。

7、评价方法

介绍了商标价值评价主要采用的方法——收益法，以及商标价值评价方法的选择及应用分析；规定高价值商标品牌强度综合评价指标。

8、评价程序

包括评价目的、界定被评价商标、设计评价指标、采集评价数据、开展价值评价、出具评价报告等。

七、与相关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准 of 推荐性团体标准，主要是对商标价值评价工作过程的细化和规范。

本标准所有条款内容与现行法律、法规和强制性国家标准没有冲突。

八、标准实施建议

1、标准的推广应用

建议广东商标协会在商标价值评价工作中积极推广应用本标准，按照本标准规范开展商标评价工作。

2、标准的宣贯培训

建议广东商标协会牵头，借助各行业协会、商标协会，联合开展本标准的宣贯，定期组织交流培训，使全省有商

标 价值评价需求的相关企业和商标相关从业人员知晓并理解该标准。

《高价值商标品牌评价技术要求》团体标准起草工作组

2021 年 6 月 23 日

附件 3

团体标准《高价值商标品牌评价技术要求 (征求意见稿)》反馈意见表

提意见单位 和（或）专 家	专家姓名			
	单位名称			
	通讯地址			
	联系电话		手机	
	E-mail			
条文编号	具体的修改意见、建议及其理由			

(纸面不敷，可另增页)

请于 2021 年 7 月 1 日前回复，电子邮件、信函或传真均可。

联系人：张玫 张代琛电话：020—87512603、85587049

邮箱：sbpj@gdta.com.cn