

ICS 03.140  
A 00



# 中华人民共和国国家标准

GB/T 31284—2014

---

## 品牌价值评价 旅游业

Brand valuation—Tourism

2014-09-30 发布

2014-12-01 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:陕西省标准化研究院、中国标准化研究院、西安交通大学、中青旅控股股份有限公司、中国物品编码中心、焦作云台山旅游发展有限公司、中发国际资产评估有限公司、安徽省标准化研究院、陕西省旅游局、中大信(北京)信用评价中心。

本标准主要起草人:刘力真、康健、姜焯、支良生、党光清、岳善勇、吴芳、刘晓冬、曹芳、罗钊、刘新梅、吕立新、李树民、郭建中、张武宁、刘晓荣、赵波。

# 品牌价值评价 旅游业

## 1 范围

本标准规定了旅游行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。

本标准适用于旅游企业或企业集团(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 16766—2010 旅游业基础术语

GB/T 29185 品牌价值 术语

GB/T 29186 品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌价值 品牌价值评价要求

GB/T 29188—2012 品牌价值 多周期超额收益法

## 3 术语和定义

GB/T 16766—2010、GB/T 29185、GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T 29188—2012 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### **旅游业 tourism industry**

以旅游者服务对象,以旅游市场为联系纽带,以旅游资源和设施为基础,以旅游经营活动为中心,将相关行业和企业集合起来,向旅游者提供旅游过程中所需要的产品和服务体验的综合性产业。

[GB/T 16766—2010,定义 3.29]

### 3.2

#### **旅游景区 attraction; places of interests; scenic spot**

以满足旅游者出游目的为主要功能(包括参观游览、审美体验、休闲度假、康乐健身等),并具备相应旅游服务设施,提供相应旅游服务的独立管理区。该管理区应有统一的经营管理机构和明确的地域范围。

[GB/T 16766—2010,定义 9.1]

### 3.3

#### **旅行社 travel agency**

为旅游者提供所需要的产品和服务体验消费,开展国内旅游业务、入境旅游业务或出境旅游业务,并实行独立核算的企业。

[GB/T 16766—2010,定义 7.1]

### 3.4

#### **旅游饭店 tourist hotel**

以提供住宿服务为主,同时还提供餐饮、购物、娱乐、度假和商务活动等多种服务的接待型企业。按