**附件四**

### “华樽杯”酒类企业品牌价值评议测算方式

中华品牌战略研究院拥有严谨的品牌价值测算体系，本品牌价值测算采用了著名的全面因素测算法，本测算体系在全球具有明显的领先性。与其他品牌体系不同，这些体系普遍采用品牌价值等于品牌超额利润乘以品牌实力，而全面因素测算法中，品牌价值等于品牌超额利润乘以品牌实力再乘以品牌状况，通过品牌实力的六大因素以及品牌状况的四大因素，让品牌价值更加准确。

品牌评测体系：V＝(P1+P2)＊F＊S

品牌价值＝利润＊品牌实力＊品牌状况

利润包括利润率超额收益和市场份额超额收益

品牌实力来源于以下六个方面：

a)企业性质，主要判定是垄断型企业还是市场化企业。品牌是市场产物，垄断企业品牌价值较低。

b)行业性质，主要区分上游企业，中游企业，下游企业。与消费者联系直接的快速消费品，品牌价值较高。

c)领导地位，市场份额。

d)稳定性，品牌存续时间决定。

e)国际性，海外收入和出口国家或地区的多少。

f)发展趋势，主要分为行业趋势，和公司前景。

2，品牌状况，主要是以下四个方面。

a)定位。是否引人注目和真实。

b)架构。是属于何种品牌架构，品牌架构是否清晰。

c)传播。知名度，美誉度，当年重大事件。

d)管理。商标注册保护情况，企业管理组织、职能和流程，品牌资本化情况。

根据专家和企业的观点，中华品牌战略研究院的这个品牌价值测算体系，在全球来说是相当先进的。与《商业周刊》所使用的品牌测算体系相比，有明显的先进性，科学性。最独特之处在于，首次提出了品牌状况的衡量标准，让品牌价值测算更加理性、科学。