

# T/FSAS

团 体 标 准

T/FSAS 78—2025

## “千品千亿”质量品牌评选指南

2025 - 06 - 13 发布

2025 - 06 - 13 实施



## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 评选原则 .....	1
4.1 公信力优先原则 .....	1
4.2 主辅协同原则 .....	2
4.3 动态发展原则 .....	2
4.4 转化应用原则 .....	2
5 基本要求 .....	2
5.1 评选产业范围 .....	2
5.2 参评对象及条件 .....	2
5.3 评价资质 .....	2
6 指标体系 .....	2
6.1 选品指标 .....	2
6.2 价值评估指标 .....	4
7 评选方式 .....	5
7.1 选品 .....	5
7.2 审核 .....	5
7.3 价值评估 .....	5
8 评选程序及要求 .....	6
9 结果运用 .....	6
附录 A（规范性） 制造业选品指标 .....	7
附录 B（规范性） 文旅及其他服务业选品指标 .....	9
附录 C（规范性） “千品千亿”质量品牌评选程序 .....	11
参考文献 .....	13

## 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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由佛山市禅城区市场监督管理局提出。

本文件由佛山市标准化协会归口。

本文件起草单位：佛山市禅城区市场监督管理局、佛山市质量和标准化研究院、佛山市标准化协会、佛山市知识产权保护促进会。

本文件主要起草人：潘锦波、朱刚、龙庆、钟照华、冯祧毅。

# “千品千亿”质量品牌评选指南

## 1 范围

本文件规定了“千品千亿”质量品牌评选活动的评选原则、基本要求、指标体系、评选方式、评选程序及要求 and 结果运用。

本文件适用于对佛山市禅城区经营主体进行选品及质量品牌价值评估。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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 29185 品牌 术语

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

## 3 术语和定义

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

### 3.1

#### “千品千亿”质量品牌

区分产品/服务的质量水平以及创造价值的潜力，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益或社会价值的无形资产。其中“千品”代表 1000 个具有市场影响力的本土知名产品，指在一定时期和一定范围内被市场、消费者公认的具有较高知名度和信誉度的产品，包含工业产品、商业产品、服务业产品等，具有质量高、工艺精、信誉好等特征。“千亿”代表 1000 亿品牌价值矩阵，指产品品牌具有用货币金额表示的财产价值，可通过专业评估、授信、质押、抵押等手段达到可转化、可融资、可变现的价值，包括但不限于商标、专利、著作权、标准等无形资产。

### 3.2

#### 评价单位

组织开展“千品千亿”质量品牌评选活动，以筛选出符合评选要求产品品牌的单位或组织。

### 3.3

#### 参评对象

符合评选产业范围的经营主体。

### 3.4

#### 第三方评估机构

受评价单位委托，对入围产品进行价值评估的机构或组织。

## 4 评选原则

### 4.1 公信力优先原则

评选活动基于品牌评价原则与基础,公开评价指标权重及数据来源,采用有资质的第三方评估机构,结果接受社会监督,确保评估结果的公正性和可信度。

#### 4.2 主辅协同原则

政府制定评选标准并科学设置指标,规范评选环节和程序,突出企业自主申报主体地位,发挥行业协会、服务机构专业技术支撑。

#### 4.3 动态发展原则

在共性基础上根据产业特点设计特定的适应性指标和调整权重,根据区域企业发展层级设定合理入围分数线,建立年度价值变化跟踪机制,榜单能进能出。

#### 4.4 转化应用原则

推动建立品牌价值结果运用于企业增信融资、知识产权侵权价值标的认定等联动工作机制。

### 5 基本要求

#### 5.1 评选产业范围

评选覆盖以下产业类型,包括:

- a) 制造业,例如陶瓷与建材产品、金属加工与装备制造产品、LED与半导体生态产品、医疗器械产品、纺织品、新能源与新材料产品和生物医药等;
- b) 文旅及其他服务业,例如非遗文化产品、美食地标产品、文化旅游和酒店餐饮等。

#### 5.2 参评对象及条件

参评对象应为符合产业范围的禅城区经营主体,无不良信用记录,且应满足:

- a) 近三年内,未因违反安全生产、环保、质量、劳资、知识产权等方面的法律法规被国家、省、市安全生产、环保、质量、人社、知识产权部门作为典型案例通报;
- b) 近三年,无较大及以上安全生产、环保、质量等事故;
- c) 未被列入严重违法失信名单、失信主体名单、严重失信被执行人名单或经营异常名录。

#### 5.3 评价资质

第三方评估机构应具备价值评估的资质,且从事价值评估的人员具备品牌价值评估的资质和经验。

### 6 指标体系

#### 6.1 选品指标

##### 6.1.1 标准引领

围绕企业标准化能力设计指标,评价内容包括产品/服务标准、建立企业标准体系、参与标准制定、标准化科研项目和信用记录等5个指标:

- a) 产品/服务标准:企业单个产品或单项服务执行标准的情况,是否制定并执行先进企业标准;
- b) 建立企业标准体系:企业是否建立企业标准体系,是否开展标准化良好行为评价;

- c) 参与标准制定：企业是否主导或参与国际、国家、行业、地方或团体标准制修订工作；
- d) 标准化科研项目：企业是否承担市级以上标准化试点示范项目或省级以上标准化主管部门下达的标准化项目；
- e) 信用记录：企业信用记录情况。

注：建立企业标准体系、标准化科研项目仅适用于评价制造业企业的选品。

### 6.1.2 以质取胜

围绕质量管理为企业核心竞争力的设计指标，评价内容包括认证认可、产品不合格率、消费投诉、质量追溯机制、消费者权益保护机制和客户满意度调查等 6 个指标：

- a) 认证认可：企业获得或导入质量管理体系认证，单个产品或服务是否获得认证认可；
- b) 产品不合格率：产品连续三年产品不合格率和质量抽检合格率；
- c) 消费投诉：服务一年内的有效消费投诉及投诉处理情况，恶意投诉的除外；
- d) 质量追溯机制：企业是否建立质保和售后制度及保障措施并有效执行；
- e) 消费者权益保护机制：企业是否建立有利于保障消费者权益的措施并有效执行；
- f) 客户满意度调查：企业是否委托第三方或自行组织开展客户满意度调查。

注：产品不合格率、质量追溯机制仅适用于评价制造业的选品；消费投诉、消费者权益保护机制仅适用于评价文旅及其他服务业企业的选品。

### 6.1.3 创新升级

围绕技术创新、模式创新和数字化转型驱动产业升级的情况设计指标，评价内容包括知识产权运用、知识产权数量、研发投入、智能化或数字化、产学研合作、人才队伍和知识产权贯标等 10 个指标：

- a) 知识产权运用：企业是否获得发明及实用新型专利授权且应用于该产品上；
- b) 知识产权数量：企业是否拥有有效知识产权；
- c) 研发投入：企业研发投入占营收比重情况；
- d) 产品/服务创新：新产品或服务案例是否获得媒体广泛宣传推广
- e) 智能化或数字化：企业是否获评数字化智能化示范工厂、数字化智能化示范车间或实施数字化智能化改造；
- f) 数字化管理：企业是否使用进销存、供应链或 OA 等系统实现管理；
- g) 产学研合作：企业是否参与产学研合作项目；
- h) 营销模式创新：企业是否拥有具有推广示范价值的销售模式创新案例；
- i) 人才队伍：企业专业职称、技术人员情况；
- j) 知识产权贯标：企业是否取得知识产权管理体系国内贯标证书。

注：产品知识产权运用、研发投入、智能化或数字化、产学研合作、人才队伍、知识产权贯标适用于评价制造业；知识产权数量、产品/服务创新、数字化管理、营销模式创新、人才队伍适用于评价文旅及其他服务业企业的选品。

### 6.1.4 价值创造

产品品牌价值提升或服务优化的情况，包括营业收入、营业收入增长、分支机构增长、市场占有率、产品/服务销售、纳税贡献、品牌历史和品牌荣誉等 8 个指标：

- a) 营业收入：企业年营业收入情况；
- b) 营业收入增长：企业营业收入增长情况；

- c) 分支机构增长：企业连锁门店或分公司数量；
- d) 市场占有率：企业产品的市场占有率；
- e) 产品/服务销售：产品或服务年均销售情况；
- f) 纳税贡献：企业是否被评为 A 级纳税人；
- g) 品牌历史：企业获得字号或注册商标品牌情况；
- h) 品牌荣誉：企业获得品牌荣誉情况。

注：营业收入、营业收入增长、市场占有率、纳税贡献、品牌荣誉适用于评价制造业企业的选品；营业收入、分支机构增长、产品/服务销售、品牌历史、品牌荣誉适用于评价文旅及其他服务业企业的选品。

## 6.2 价值评估指标

### 6.2.1 制造业

以品牌价值情况为行业核心资产，通过法律维度、市场维度、技术维度等 3 个维度进行价值评估，评估指标包括：

- a) 法律维度：根据权属稳定性、侵权可判定性等进行综合评估；
- b) 市场维度：根据市场占有率、品牌溢价率、市场销售规模、品牌创新（如拥有的研发平台，包括省级市级工程技术研究中心、国家重点实验室、孵化器等；品牌标杆企业、品牌建设示范企业、质量标准实验室情况；创新战略规划：如卓越绩效管理模式）等进行综合评估；
- c) 技术维度：根据知识产权数量、技术成熟度、协同效应等进行综合评估。

### 6.2.2 文旅景点

以体验场景价值为行业核心资产，通过收益维度、市场维度等 2 个维度进行价值评估，评估指标包括：

- a) 收益维度：根据游客停留时长、二次消费占比、复游率进行综合评估；
- b) 市场维度：根据同类景点交易价格、网络声量、政策适应性进行综合评估。

### 6.2.3 非遗项目

以非遗技艺情况为行业核心资产，通过成本维度、收益维度等 2 个维度进行价值评估，评估指标包括：

- a) 成本维度：根据传承人培养周期、技艺修复成本、数字化保存投入进行综合评估；
- b) 收益维度：根据文旅门票收入、联名开发收益、政策补贴进行综合评估。

### 6.2.4 酒店与餐饮

以服务体验和品牌价值为行业核心资产，通过收益维度、市场维度、运营维度等 3 个维度进行价值评估，评估指标包括：

- a) 收益维度：根据单店坪效、加盟费分成进行综合评估；
- b) 市场维度：根据可比品牌交易、行业排名进行综合评估；
- c) 运营维度：根据复购率、客户满意度进行综合评估。

### 6.2.5 高新技术企业

以专利技术情况为行业核心资产，通过技术维度、法律维度、经济维度等 3 个维度进行价值评估，评估指标包括：

- a) 技术维度：根据技术先进性、专利数量、研发投入强度、等进行综合评估；
- b) 法律维度：根据权属稳定性、侵权可判定性等进行综合评估；
- c) 经济维度：根据技术转化收益、市场占有率、品牌创新（如拥有的研发平台，包括省级市级工程技术研究中心、国家重点实验室、孵化器；品牌标杆企业、品牌建设示范企业、质量标准实验室情况；创新战略规划：如卓越绩效管理模式）等进行综合评估。

## 7 评选方式

### 7.1 选品

7.1.1 按照“名企推千品”和企业自荐评审的双轨制，确定选品范围。

7.1.2 满足以下任一条并经审核通过可直接纳入“千品”：

- a) 获得市级以上质量品牌荣誉的产品，如 A 级旅游景区、非遗产品、中国驰名商标、广东省著名商标、中华老字号、中华名小吃、佛山标准产品、市地标美食、粤菜名店名菜名点、五钻酒家等；
- b) 由获得市级以上质量品牌荣誉的企业推荐的且满足以下三种情形之一的单品产品或服务：
  - 1) 企业主导或参与并形成国际标准、国家标准、行业标准的对应的产品或服务；
  - 2) 市场占有率达到全国 5%或前十，或达到全省 10%或前五，或达到全市 30%或前三的产品或服务；
  - 3) 年销售额 1000 万及以上或年销售量达到 10 万件/次或年利润 100 万及以上或单品年广告投入 100 万及以上的产品或服务。

注：单品产品名称依据 GB/T 7635.1-2002《全国主要产品分类与代码 第1部分：可运输产品》GB/T 7635.2-2002《全国主要产品分类与代码 第2部分：不可运输产品》的规定。

7.1.3 除直接纳入选品范围外，其余产品品牌采用企业自荐的方式，纳入选品范围。

### 7.2 审核

7.2.1 评价单位核查自动入围产品的有效佐证后，直接推荐满足 7.1.2 条件的产品纳入“千品”名录。

7.2.2 评价单位通过资料评价和实地核查的途径，使用综合评分法进行筛选，对企业自荐产品品牌进行评审计分。

7.2.3 企业自荐产品品牌综合评分总分为 100 分。其中，制造业选品指标及分值参照附录 A；文旅及其他服务业选品指标及分值参照附录 B。

7.2.4 分值达到 60 分的企业自荐产品品牌可入围“千品”名录。

### 7.3 价值评估

7.3.1 评价单位委托第三方评估机构，根据 6.2 的价值评估指标，按照价值评估的方法对入围产品品牌逐一进行价值评估，形成“千品千亿”质量品牌榜单。

7.3.2 价值评估方法包括：

- a) 收益法：通过测算该项产品品牌所产生的未来预期收益并折算成现值，进而确定被评估产品品牌的价值；
- b) 市场法：基于市场交易价格情况，根据相同或者相似产品品牌的近期或者往期成交价格，通过对比分析，评估产品品牌价值的方法；

- c) 成本法：基于评估开发或获取该数据知识产权所需的成本来评估其价值的方法，包括数据知识产权的开发、维护和保护的**成本**。

## 8 评选程序及要求

参照附录 C 的要求。

## 9 结果运用

- 9.1 评估结果可为投资者提供客观的参考，增加融资增效能力，并帮助企业进行战略决策与资源优化。
- 9.2 评估结果可为法律纠纷与权责界定提供证明材料，满足合规要求。

**附录 A**  
**(规范性)**  
**制造业选品指标**

**表 A.1 制造业选品指标**

一级指标	二级指标	三级指标及评价要求	单项最高分值
1. 标准引领 25%	1.1 产品标准	制定并执行先进企业标准，得 10 分；有执行标准，得 8 分	10
	1.2 建立企业标准体系	取得标准化良好行为证书，得 5 分；已发布企业标准体系，得 3 分。	5
	1.3 参与标准制定	主导或参与国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、团体标准，每一项得 1 分，累计最高得 5 分；	5
	1.4 标准化科研项目	承担市级以上标准化试点示范项目或省级以上标准化主管部门下达的标准化项目，得 2 分	2
	1.5 信用记录	没有不良信用记录，得 3 分	3
2. 以质取胜 25%	2.1 认证认可	获得质量管理体系认证，且证书在有效期内，得 5 分；导入质量管理体系认证，未取得证书，得 3 分；获得其他产品或服务认证证书认证，每增加一项加 1 分	7
	2.2 产品不合格率	连续三年产品不合格率不高于 0.1%，质量抽检合格率超 100%，得 6 分；只达标其中一项，得 4 分	6
	2.3 质量追溯机制	建立质保和售后制度及保障措施并有效执行，得 6 分；建立质保和售后制度，得 4 分	6
	2.4 客户满意度调查	委托第三方开展客户满意度调查并出具报告，得 6 分；自行组织开展客户满意度调查，得 4 分	6
3. 创新升级 25%	3.1 产品知识产权运用	发明及实用新型专利授权总数 2 件及以上且应用于该产品上，得 5 分；发明及实用新型专利授权 1 件且应用于该产品上，得 4 分	5
	3.2 研发投入	研发投入占比营收超 4%，得 4 分 研发投入占比营收超 3%，得 3 分 研发投入占比营收超 2%，得 2 分	4
	3.3 智能化或数字化	实施有数字化智能化改造，并提供有效佐证材料，得 4 分	4
	3.4 产学研合作	近五年参与产学研合作项目，每 1 个得 2 分，累计最高 4 分。	4
	3.5 人才队伍	科技人员名单及社保记录 10 人及以上，得 4 分 科技人员名单及社保记录 5 人及以上，得 2 分	4
	3.6 知识产权贯标	取得知识产权管理体系国际贯标证书，得 4 分 取得知识产权管理体系国内贯标证书，得 2 分	4
4. 价值创造 25%	4.1 营业收入	企业年营业收入达到 2 亿及以上，得 5 分 企业年营业收入达到 1 亿及以上，得 4 分 企业年营业收入达到 0.5 亿及以上，得 3 分 企业年营业收入达到 0.2 亿及以上，得 2 分	5

表 A.1 制造业选品指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标及评价要求	单项最高分值
4. 价值创造 25%	4.2 营业收入增长	有增长的，得 2 分。	2
	4.3 市场占有率	在上海市的市场占有率达到 20%或前 5 的，得 5 分 在上海市的市场占有率达到 10%或前 10 的，得 4 分	5
	4.4 纳税贡献	A 级纳税人，得 8 分 B 级纳税人，得 6 分	8
	4.5 品牌荣誉	获得两项以上品牌荣誉证书，得 5 分 获得一项品牌荣誉证书，得 4 分	5

**附 录 B**  
**(规范性)**  
**文旅及其他服务业选品指标**

**表 B.1 文旅及其他服务业选品指标**

一级指标	二级指标	三级指标及评价要求	单项最高分值
1. 标准引领 15%	1.1 服务/产品标准	制定并执行企业标准，得 10 分；有执行标准，得 8 分	10
	1.2 参与标准制定	主导或参与国际标准、国家标准、行业标准、地方标准、团体标准，或承担市级以上标准化试点示范项目或省级以上标准化主管部门下达的标准化项目，每一项得 1 分，累计最高得 2 分；	2
	1.3 信用记录	没有不良信用记录，得 3 分	3
2. 以质取胜 25%	2.1 认证认可	获得质量管理或其他服务认证，且证书在有效期内，得 4 分；导入质量管理体系认证，未取得证书，得 2 分	4
	2.2 消费投诉	一年内没有 1000 元以上的，或者对企业声誉产生负面影响的有效消费投诉记录，得 9 分，有已处理的有效消费投诉，每增加 10 次扣 1 分，有未处理的有效消费投诉，每增加 1 次扣 1 分，直至 0 分，恶意投诉的除外。	9
	2.3 消费者权益保护机制	建立无理由退换货、先行赔付、产品质量安全保险、异地购买本地退、预付款服务产品随时退过期退、举证责任倒置等有利于保障消费者权益措施并有效执行，得 6 分 建立消费维权服务站或公开消费投诉处理渠道并有效运行，得 5 分 建立有消费维权相关制度的，得 4 分。	6
	2.4 客户满意度调查	委托第三方开展客户满意度调查并出具报告，得 6 分；自行组织开展客户满意度调查，得 4 分	6
3. 创新升级 25%	3.1 知识产权数量	拥有有效知识产权（注册商标、专利、著作权等），注册商标属于同一个产业分布的按 1 项计算，每 1 项得 4 分，最高累计得 8 分。	8
	3.2 产品/服务创新	新产品/服务案例获得媒体广泛宣传推广，每增加 1 个产品和服务案例加 2 分，累计 4 分	4
	3.3 数字化管理	使用进销存、供应链、OA 等系统实现管理，得 4 分	4
	3.4 营销模式创新	拥有具有推广示范价值的销售模式创新案例，得 4 分	4
	3.5 人才队伍	具有 3 人及以上专业职称、技术人员并提供社保记录，得 5 分；具有 2 人专业职称、技术人员并提供社保记录，得 4 分；具有 1 人专业职称、技术人员并提供社保记录，得 3 分	5
4. 价值创造 35%	4.1 营业收入	企业年营业收入达到 1000 万元及以上，得 10 分 企业年营业收入达到 500 万元及以上，得 8 分 企业年营业收入达到 200 万元及以上，得 6 分	10

表 B.1 文旅及其他服务业选品指标（续）

一级指标	二级指标	三级指标及评价要求	单项最高分值
4. 价值创造 35%	4.2 分支机构增长	连锁门店、分公司或子公司数量达到 3 家及以上，得 5 分 连锁门店、分公司或子公司数量达到 2 家及以上，得 4 分 连锁门店、分公司或子公司数量达到 1 家及以上，得 3 分	5
	4.3 产品/服务销售	产品/服务年均销售达到 1 万件/次及以上或销售额达到 200 万元及以上，得 5 分 产品/服务年均销售达到 5000 件/次及以上或销售额达到 100 万元及以上，得 3 分 产品/服务年均销售达到 3000 件/次及以上或销售额达到 40 万元及以上，得 2 分	5
	4.4 品牌历史	字号或注册商标品牌五年（含）以上，得 10 分 字号或注册商标品牌四年，得 8 分 字号或注册商标品牌三年，得 6 分	10
	4.5 品牌荣誉	获得两项以上品牌荣誉证书，得 5 分 获得一项品牌荣誉证书，得 4 分	5

**附录 C**  
(规范性)  
“千品千亿”质量品牌评选程序

### C.1 申报阶段

#### C.1.1 申报材料准备

C.1.1.1 “千品”质量品牌评选由产品品牌所属单位自愿提出申请。

C.1.1.2 申报材料应完整、真实、清晰、可靠，引用第三方内容须说明来源。

C.1.1.3 申报材料包括必要提供材料和指标评审材料。

C.1.1.4 必要提供材料包括但不限于企业营业执照、最新公司章程、企业简介、审计报告或财务报表（三年一期）、产品未来三年收益预测为必要提供材料。

C.1.1.5 指标评审材料按选品指标的要求提交。

#### C.1.2 材料提交

申报单位通过线上平台或线下提交的方式提交申请材料。

### C.2 初审阶段

C.2.1 形式审查：评价单位应根据 5.2 的参评对象及条件要求，对材料完整性、格式规范性进行审核，判断申报是否达到开展评价活动的要求，并对企业进行层级划分。评价资料不符合要求的须 5 个工作日内通知补正。

C.2.2 分类公示：评价单位应将初审通过的企业名单，根据 5.1 的评选产业范围，按“产品”和“品牌”进行分类，并公示 3 个工作日以上。

### C.3 专家评审阶段

#### C.3.1 评审分组

评价单位对申报材料进行分类，包括：

- a) 产品组：重点核查技术指标、市场数据及标准合规性，评审指标及分值参照附录 A；
- b) 品牌组：重点评估品牌影响力、荣誉含金量及社会价值，评审指标及分值参照附录 B。

#### C.3.2 组织评价

C.3.2.1 评价单位应初审公示后组织开展评价。

C.3.2.2 评价主要采取会议审查的方式，根据评价指标开展材料审查、打分等工作。

C.3.2.3 随机抽取企业进行实地核查，验证申报材料的真实性，形成实地核查意见。

C.3.2.4 评价单位综合会议审查打分和实地核查意见，形成综合评价结果。

#### C.3.3 公示与授牌

C.3.3.1 评审结果应公示7个工作日内，并接受异议反馈。未有异议反馈的产品和品牌纳入“千品”名录。

C.3.3.2 评价单位应对纳入千品的企业产品颁发证书，纳入产品名录；企业品牌颁发千亿品牌培育单位称号，纳入品牌培育库。

#### C.4 价值评估

C.4.1 第三方评估机构及其评估人员宜根据评估对象的特点、评估目的和评估方法的适用条件，采用单一方法或多种方法相结合的方式，选择适当的评估方法对入围千品的产品进行价值评估。

C.4.2 第三方评估机构将产品价值评估结果进行汇总，出具产品评价专业报告或者其他形式的产品价值评价专业意见。

### 参 考 文 献

- [1] 资产评估基本准则. 财政部关于印发《资产评估基本准则》的通知, 财资〔2017〕43号.
  - [2] 资产评估执业准则——知识产权. 中评协关于印发《资产评估执业准则——知识产权》的通知, 中评协〔2023〕14号.
  - [3] 数据资产评估指导意见. 中国资产评估协会, 中评协〔2023〕17号.
  - [4] GB/T 31283—2014 品牌价值评价 机械设备制造业.
  - [5] GB/T 31279—2014 品牌价值评价 家用电器制造业.
  - [6] GB/T 31282—2014 品牌价值评价 互联网及相关服务.
  - [7] DB21/T 3986—2024 高价值专利价值评估规范.
  - [8] DB3301/T 0427—2023 数据知识产权价值评估指南.
-