



中华人民共和国国家标准

GB/T 39073—2020

品牌评价 核心元数据规范

Brand evaluation—Core metadata specification

2020-07-21 发布

2021-02-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 元数据的属性 1

5 核心元数据模型 2

6 核心元数据描述 4

7 元数据扩展原则和方法..... 12

附录 A（规范性附录） 品牌评价核心元数据 XML Schema 定义 13

附录 B（资料性附录） 品牌评价核心元数据示例 16

附录 C（规范性附录） 代码表 20

参考文献 21



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由全国品牌评价标准化技术委员会(SAC/TC 532)提出并归口。

本标准起草单位:中国标准化研究院、中国品牌建设促进会、胜利油田新大通石油技术有限责任公司、中国资产评估协会、湖州市大数据运营有限公司、浙江安吉护童家具有限公司、中国计量科学研究院、泉州品牌发展中心、中联资产评估集团有限公司。

本标准主要起草人:计雄飞、吕安然、韩立英、王玉琢、张希峰、康健、陈云鹏、胡智、董贵安、王霞、杨润强、王倩倩、王冉、刘文镇。

品牌评价 核心元数据规范

1 范围

本标准规定了品牌评价中所涉及核心元数据(以下简称元数据)的属性、数据模型、数据描述以及扩展原则和方法。

本标准适用于品牌评价相关数据的管理和处理。

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,仅所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 7408—2005 数据元和交换格式 信息交换 日期和时间表示法

GB/T 26816—2011 信息资源核心元数据

GB/T 29185 品牌价值 术语

3 术语和定义

GB/T 29185 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

信息资源 information resource

在政治、经济和社会等各领域产生和使用、具有各种载体形式的信息内容。

[GB/T 26816—2011,定义 3.1]

3.2

元数据 metadata

定义和描述其他数据的数据。

[GB/T 18391.3—2009,定义 3.2.18]

3.3

元数据元素 metadata element

元数据的基本单元,用以描述品牌评价信息资源某个特性。

注:元数据元素在元数据实体中是唯一的。

3.4

元数据实体 metadata entity

一组说明品牌评价信息资源相关特性的元数据元素。

注:可以包含一个或一个以上元数据实体。

3.5

核心元数据 core metadata

描述品牌评价相关信息资源基本属性的元数据元素和元数据实体。

4 元数据的属性

采用摘要表示的方法定义和描述品牌评价元数据,摘要内容包括以下 8 个属性(这些属性在下面列

出,它们改自 GB/T 26816—2011):

- a) 中文名称:元数据实体或元数据元素的中文名称,用第 6 章中各条的标题来表达。
- b) 定义:描述元数据实体或元数据元素的基本内容,给出品牌评价信息资源某个特性的解释和说明。
- c) 英文名称:元数据元素的英文名称,一般用小写英文全称,英文单词之间用空格分割;元数据实体的英文名称中没有空格,而是多个单词连写,其中每一个单词首字母为大写。
- d) 缩写名:元数据元素或元数据实体的英文缩写名称,缩写规则如下:
 - 1) 缩写名在本标准范围内应唯一;
 - 2) 缩写名不应包括任何空格、破折号、下划线或分隔符等;
 - 3) 缩写名不应使用复数形式的英文单词,除非该单词本身就是复数形式,如“Goods”;
 - 4) 元数据实体缩写名描述应采用 UCC 方式,即每个英文单词的首字母均大写;元数据元素缩写名描述应采用 LCC 方式,即除第一个英文单词外,每个单词的首字母大写,并把这些单词组合起来;
 - 5) 对存在国际或行业领域惯用英文名称缩写的,采用惯用缩写。
- e) 数据类型:说明元数据元素或元数据实体的数据类型,例如复合型、数值型、布尔型、字符串、日期型等。
- f) 值域:规定了元数据元素的有效取值范围。
- g) 约束/条件:说明一个元数据元素或元数据实体是否选取的描述符,该描述符分别为:
 - 1) M:必选,表明该元数据元素或元数据实体必须选择;
 - 2) O:可选,根据实际应用可以选择也可以不选的元数据元素或元数据实体,已经定义的可选元数据元素和可选元数据实体,可指导部门元数据标准制定人员充分说明其信息;如果一个可选元数据实体未被使用,则该实体所包含的元素(包括必选元素)也不选用;可选元数据实体可以有必选元素,但只当可选实体被选用时才成为必选;
 - 3) C:条件必选,当满足约束条件中所定义的条件时应选择,条件必选用于以下三种可能性之一:当在多个选项中进行选择时,至少一个选项必选,且必须使用;当一个元数据元素已经使用时,选用另一个元数据实体或元数据元素;当一个元数据元素已经选择了一个特定值时,选用另一个元数据元素。
- h) 最大出现次数:说明元数据元素或元数据实体可以出现的最大次数,只出现一次的用“1”表示,多次重复出现的用“N”表示,允许不为 1 的固定出现次数用相应的数字表示,例如“2”、“3”“4”等。

5 核心元数据模型

5.1 UML 模型符号

采用统一建模语言(UML)描述元数据子集、元数据实体和元数据元素之间的关系。用 UML 中的包来表示元数据子集,类来表示元数据实体,属性来表示元数据元素。本标准中使用的 UML 符号如图 1 所示。

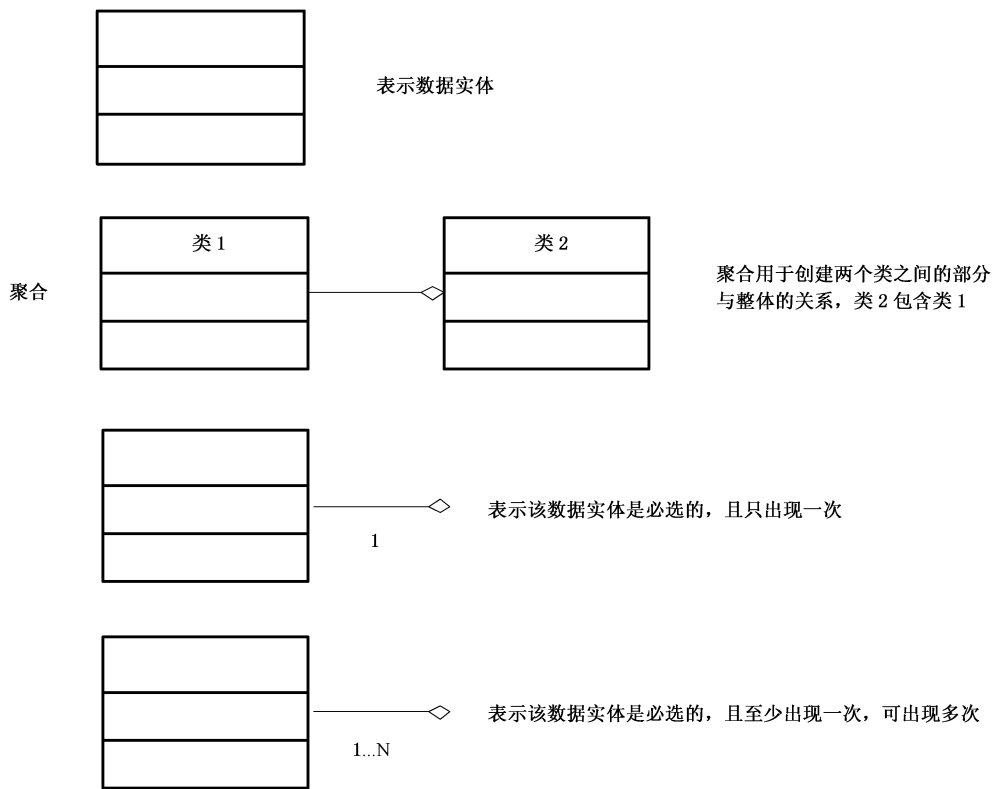


图 1 UML 符号说明

5.2 品牌评价核心元数据概念模型

品牌评价核心元数据的 UML 图如图 2 所示，品牌评价的可扩展置标语言 (XML Schema) 定义见附录 A，并在附录 B 中给出了品牌评价核心元数据的示例。

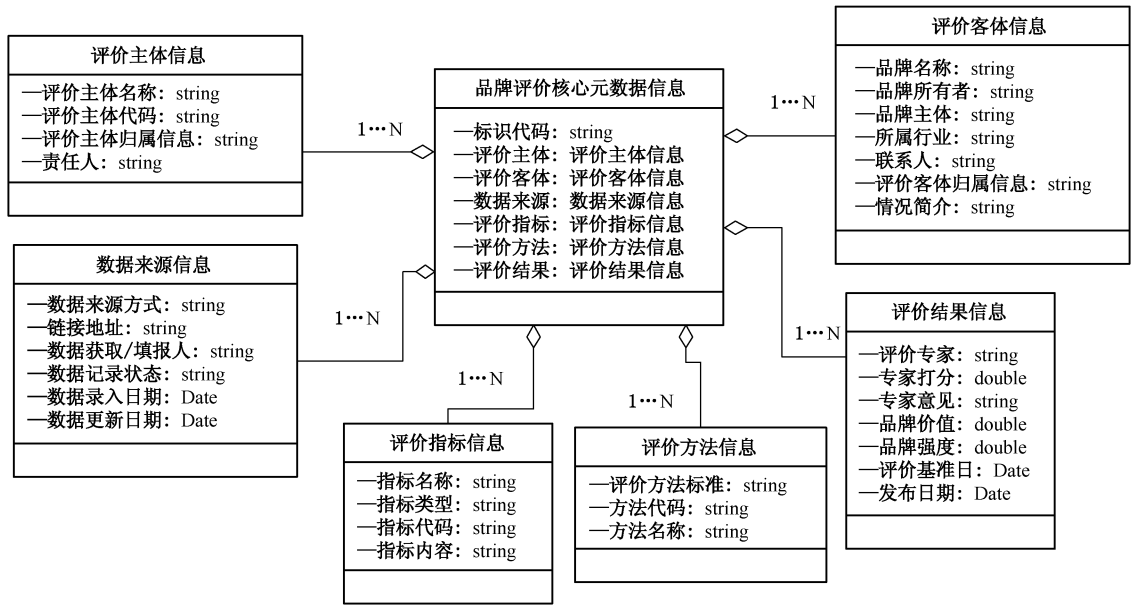


图 2 核心元数据 UML 图

6 核心元数据描述

6.1 标识代码

定义：标识品牌评价数据的标识符的代码。
英文名称：IDCode
缩写名：IDCode
数据类型：字符串
值域：自由文本
约束/条件：M
最大出现次数：1

6.2 评价主体

定义：描述开展品牌评价主体的一组信息,包括名称/姓名、代码、注册信息、人员信息、日期等。
英文名称：EvaluationSubject
缩写名：EvaluationSubject
数据类型：字符型
值域：自由文本
约束/条件：M
最大出现次数：1

6.2.1 评价主体名称

定义：开展品牌评价的机构名称。
英文名称：evaluation subject name
缩写名：evaluationSubjectName
数据类型：字符型
值域：自由文本
约束/条件：M
最大出现次数：1

6.2.2 评价主体代码

定义：开展品牌评价的机构或个人在本系统中的代码。
英文名称：evaluation subject code
缩写名：evaluationSubjectCode
数据类型：字符型
值域：自由文本
约束/条件：M
最大出现次数：1

6.2.3 评价主体注册信息

定义：描述品牌评价主体的注册信息,包括地址、统一社会信用代码、批准时间、法人代表、性质、邮政编码、股票代码等。

英文名称: evaluation subject information
缩写名: evaluationSubjectInformation
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.2.4 责任人

定义: 开展本次品牌评价的机构责任人信息,包括姓名、职务/职称、专业、通信地址、电话、传真、手机、邮箱等。

英文名称: responsible person
缩写名: responsiblePerson
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.3 评价客体

定义: 描述开展品牌评价客体的一组信息,包括拟开展评价的品牌名称、品牌所有者、品牌主体、所属行业、联系人、注册信息、简介等。

英文名称: EvaluationObject
缩写名: EvaluationObject
数据类型: 字符型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.3.1 品牌名称

定义: 品牌的名称。

英文名称: brand name
缩写名: brandName
数据类型: 字符型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.3.2 品牌所有者

定义: 品牌的归属机构或个人。

英文名称: brand owner
缩写名: brandOwner
数据类型: 字符型
值域: 自由文本
约束/条件: M

最大出现次数： 1

6.3.3 品牌主体

定义： 开展品牌评价的主体分类。

英文名称： brand subject

缩写名： brandSubject

数据类型： 字符型

值域： 按附录 C 所列分类选择

约束/条件： C

最大出现次数： N

6.3.4 所属行业

定义： 品牌涉及的品牌评价行业分类。

英文名称： industry

缩写名： Industry

数据类型： 字符型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.3.5 联系人

定义： 开展本次品牌评价的机构联系人信息,包括姓名、职务/职称、专业、通信地址、电话、传真、手机、邮箱等。

英文名称： contact person

缩写名： contactPerson

数据类型： 复合型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.3.6 评价客体归属信息

定义： 描述品牌评价客体的注册信息,包括地址、统一社会信用代码、批准时间、法人代表、性质、邮政编码、股票代码等。

英文名称： evaluation object information

缩写名： evaluationObjectInformation


数据类型： 复合型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.3.7 情况简介

定义：  拟开展评价品牌相关情况的介绍,包括发展历史、生产经营情况、文化价值理念、核心竞争力、行业地位、市场营销等情况的描述。

英文名称: introduction
缩写名: introduction
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.4 数据来源

定义: 描述品牌评价数据填报/获取人、来源方式、链接地址、时间、数据状态的一组信息。
英文名称: BrandEvaluationDataSource
缩写名: BrandEvaluationDataSource
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.4.1 数据来源方式

定义: 品牌评价数据来源方式。
英文名称: data source mode
缩写名: dataSourceMode
数据类型: 字符串
值域: 自由文本
约束/条件: M
最大出现次数: 1

6.4.2 链接地址

定义: 获取品牌评价数据的网络地址。
英文名称: online
缩写名: onLine
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: O
最大出现次数: N

6.4.3 数据获取/填报人

定义: 品牌评价数据获取/填报人员信息,包括姓名、职称/职务、专业、通信地址、电话、传真、手机、邮箱等。
英文名称: data access person
缩写名: dataAccessPerson
数据类型: 复合型
值域: 自由文本
约束/条件: M

最大出现次数： N

6.4.4 数据记录状态

定义： 关于品牌评价元数据库中记录数据的状态(修改、删除、新增)的说明。

英文名称： data record status

缩写名： dataRecordStatus

数据类型： 字符串

值域： 按附录 C 所列分类选择

约束/条件： C

最大出现次数： N

6.4.5 数据录入日期

定义： 品牌相关数据的录入日期。

英文名称： date of data entry

缩写名： dateofDataEntry

数据类型： 日期型

值域： 按 GB/T 7408—2005 执行,格式为 YYYY-MM-DD

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.4.6 数据更新日期

定义： 品牌评价相关数据的更新日期。

英文名称： update date

缩写名： updateDate

数据类型： 日期型

值域： 按 GB/T 7408—2005 执行,格式为 YYYY-MM-DD

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.5 评价指标

定义： 描述开展品牌评价所需的指标信息,包括指标名称、指标类型、指标代码、指标内容等。

英文名称： EvaluationIndicator

缩写名： EvaluationIndicator

数据类型： 复合型

值域： 自由文本

约束/条件： M

最大出现次数： 1

6.5.1 指标名称

定义： 开展品牌评价涉及指标的名称。

英文名称： indicator name

缩写名： indicatorName

数据类型： 字符型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.5.2 指标类型

定义： 开展品牌评价涉及指标的类型。
英文名称： indicator type
缩写名： indicatorType
数据类型： 字符型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.5.3 指标代码

定义： 开展品牌评价涉及指标的代码。
英文名称： indicator code
缩写名： indicatorCode
数据类型： 字符型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.5.4 指标内容



定义： 开展品牌评价涉及指标需要填写的内容。
英文名称： indicator content
缩写名： indicatorContent
数据类型： 复合型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： N

6.6 评价方法

定义： 描述开展品牌评价所需的方法信息,包括使用的评价方法标准、方法代码、方法名称等。
英文名称： EvaluationMethod
缩写名： EvaluationMethod
数据类型： 复合型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.6.1 评价方法标准

定义： 采用的评价方法国家标准或国际标准,也可以是行业标准、地方标准、团体标准、

英文名称: brand evaluation method standard
 缩写名: brandEvaluationMethodStandard
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.6.2 方法代码

定义: 评价方法在采用的方法分类体系中的代码。
 英文名称: method code
 缩写名: methodCode
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: O
 最大出现次数: 1

6.6.3 方法名称

定义: 评价方法代码对应的中文名称。
 英文名称: method name
 缩写名: methodName
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.7 评价结果

定义: 描述品牌评价专家评价结果和最终发布的结果信息,包括评价专家、专家打分、专家结论、品牌价值、品牌强度、评价基准日、发布日期等。
 英文名称: BrandEvaluationResult
 缩写名: BrandEvaluationResult
 数据类型: 字符型
 值域: 自由文本
 约束/条件: M
 最大出现次数: 1

6.7.1 评价专家

定义: 参与品牌评价专家信息,包括姓名、职称/职务、专业、通信地址、电话、传真、手机、邮箱等。
 英文名称: expert information
 缩写名: expertInformation
 数据类型: 复合型
 值域: 自由文本



约束/条件： M
最大出现次数： N

6.7.2 专家打分

定义： 专家参与的品牌评价指标打分。
英文名称： scoreby experts
缩写名： scoreByExperts
数据类型： 数值型
值域： 0-1000
约束/条件： M
最大出现次数： N

6.7.3 专家意见

定义： 参与品牌评价时专家给出的意见。
英文名称： expert comment
缩写名： expertComment
数据类型： 字符型
值域： 自由文本
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.7.4 品牌价值



定义： 品牌评价时间段内计算出的以可转让的货币单位表示的品牌经济价值,单位亿。
英文名称： brand value
缩写名： brandValue
数据类型： 数值型
值域： 0-1000000
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.7.5 品牌强度

定义： 品牌评价时间段内计算出的品牌强度。
英文名称： brand strength
缩写名： brandStrength
数据类型： 数值型
值域： 0-1000
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.7.6 评价基准日

定义： 评价输入数据、评价假设和评价结果的有效日期。
英文名称： evaluation date
缩写名： evaluationDate

数据类型： 日期型
值域： 按 GB/T 7408—2005 执行,YYYY-MM-DD
约束/条件： M
最大出现次数： 1

6.7.7 发布日期

定义： 品牌评价结果的发布日期。
英文名称： published date
缩写名： publishedDate
数据类型： 日期型
值域： 按 GB/T 7408—2005 执行,格式为 YYYY-MM-DD
约束/条件： M
最大出现次数： 1

7 元数据扩展原则和方法

7.1 元数据扩展类型

允许下列扩展类型：

- a) 增加新的元数据元素；
- b) 增加新的元数据实体；
- c) 增加新的元数据子集；
- d) 建立新的代码表,代替值域为“自由文本”的现有元数据元素的值域；
- e) 对现有的元数据实体/元素施加更严格的约束条件；
- f) 对现有元数据实体/元素施加更严格的最大出现次数限制；
- h) 调整现有元数据的值域。

7.2 元数据扩展规则

新建元数据需要遵循如下基本规则：

- a) 扩展的元数据既要考虑数据资源特点以及工作的复杂、难易程度,又要充分满足品牌评价数据资源的利用以及查询、提取数据的需要。
- b) 扩展的元数据不但要满足当前阶段品牌评价信息化建设的标准化需求,更应该考虑将来一定时间内可能产生的标准化需求。扩展过程中,可以参考国内和国外先进标准。
- c) 扩展的元数据元素不应改变标准中现有元数据元素的名称、定义或数据类型属性。
- d) 扩展的元数据可以定义为实体,该实体可以包含扩展的和现有的元数据元素,作为其组成部分。
- e) 扩充的原则与方法应符合 GB/T 26816—2011 第 6 章的规定。

附录 A (规范性附录)

品牌评价核心元数据 XML Schema 定义

```

<? xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
<xs:schema id="XMLSchema" targetNamespace="http://tempuri.org/XMLSchema.xsd"
elementFormDefault="qualified" xmlns="http://tempuri.org/XMLSchema.xsd"
xmlns:mstns="http://tempuri.org/XMLSchema.xsd" xmlns:xs="http://www.w3.org/2001/
XMLSchema">
  <xs:annotation>
    <xs:documentation>品牌评价核心元数据信息</xs:documentation>
    <xs:documentation>Version 1.0</xs:documentation>
  </xs:annotation>
  <xs:element name="metadata">
    <xs:annotation>
      <xs:documentation>元数据</xs:documentation>
      <xs:documentation>metadata</xs:documentation>
      <xs:documentation>定义品牌评价核心元数据的根实体</xs:documentation>
    </xs:annotation>
    <xs:complexType>
      <xs:sequence>
        <xs:element ref="IDCode" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="EvaluationSubject" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="EvaluationObject" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="BrandEvaluationDataSource" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="EvaluationIndicator" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="EvaluationMethod" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
        <xs:element ref="BrandEvaluationResults" minOccurs="1" maxOccurs="1"/>
      </xs:sequence>
    </xs:complexType>
  </xs:element>
  <xs:element name="IDCode" type="xs:string"></xs:element>
  <xs:element name="EvaluationSubject">
    <xs:complexType>
      <xs:sequence>
        <xs:element name="evaluationSubjectName" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="evaluationSubjectCode" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="evaluationSubjectInformation" type="xs:string" maxOccurs="1"></
xs:element>
        <xs:element name="responsiblePerson" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:ele-
ment>
      </xs:sequence>

```



```

    </xs:complexType>
  </xs:element>

  <xs:element name="EvaluationObject">
    <xs:complexType>
      <xs:sequence>
        <xs:element name="brandName" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="brandOwner" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="brandSubject" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"></xs:element>
        <xs:element name="industry" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="contact" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="evaluationObjectInformation" type="xs:string" maxOccurs="1"></
xs:element>
        <xs:element name="introduction" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
      </xs:sequence>
    </xs:complexType>
  </xs:element>

  <xs:element name="BrandEvaluationDataSource">
    <xs:complexType>
      <xs:sequence>
        <xs:element name="dataSourceMode" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="onLine" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"></xs:element>
        <xs:element name="dataAccessPerson" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"></
xs:element>
        <xs:element name="dataRecordStatus" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"></
xs:element>
        <xs:element name="dateofDataEntry" type="xs:date" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="metadataDateUpdate" type="xs:date" maxOccurs="1"></xs:element>
      </xs:sequence>
    </xs:complexType>
  </xs:element>

  <xs:element name="EvaluationIndicator">
    <xs:complexType>
      <xs:sequence>
        <xs:element name="indicatorName" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="indicatorType" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="indicatorCode" type="xs:string" maxOccurs="1"></xs:element>
        <xs:element name="indicatorContent" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"></xs:
element>
      </xs:sequence>
    </xs:complexType>
  </xs:element>

  <xs:element name="EvaluationMethod">

```

```

<xs:complexType>
  <xs:sequence>
    <xs:element name="methodStandard" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
    <xs:element name="methodCode" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
    <xs:element name="methodName" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
  </xs:sequence>
</xs:complexType>
</xs:element>
<xs:element name="BrandEvaluationResults">
  <xs:complexType>
    <xs:sequence>
      <xs:element name="expertInformation" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"/></
xs:element>
      <xs:element name="scoreOfExperts" type="xs:string" maxOccurs="unbounded"/></xs:
element>
      <xs:element name="expertComment" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
      <xs:element name="brandValue" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
      <xs:element name="brandStrength" type="xs:string" maxOccurs="1"/></xs:element>
      <xs:element name="evaluationDate" type="xs:date" maxOccurs="1"/></xs:element>
      <xs:element name="publishedDate" type="xs:date" maxOccurs="1"/></xs:element>
    </xs:sequence>
  </xs:complexType>
</xs:element>
</xs:schema>

```

附 录 B
(资料性附录)
品牌评价核心元数据示例

B.1 示例描述

本附录按照第 6 章的要求给出完整的核心元数据示例,所填元数据内容仅仅具有示意性。

B.2 元数据示例

——标识代码:201809210001

——评价主体

- 评价主体名称:中国标准化研究院
- 评价主体代码:001
- 评价主体归属信息
 - 地址:北京市海淀区知春路 4 号
 - 统一社会信用代码:91000 * * * *
 - 批准时间:2005 年 * * 月 * * 日
 - 法人代表:刘 * *
 - 主体性质:科研院所
 - 邮政编码:100191
 - 股票代码:-
- 责任人
 - 姓名:吴 * *
 - 职务/职称:副理事长/副研究员
 - 专业:质量管理
 - 通信地址:* * 省 * * * 市 * * * *
 - 电话:010588 * * * * *
 - 手机:139 * * * * * * * *
 - 传真:010588 * * * * *
 - 邮箱:* * * @ * * * .mail.com

——评价客体

- 品牌名称:* *
- 品牌所有者:* * * 股份有限公司
- 品牌主体:B01
- 所属行业:家用电器
- 联系人
 - 姓名:张 * *
 - 职务/职称:经理
 - 专业:* * * *
 - 通信地址:* * 省 * * * 市 * * * *



电话:023598 * * * * *
手机:139 * * * * *
传真:023598 * * * * *
邮箱: * * * @ * * * .mail.com

● 评价客体归属信息

地址: * * 省 * * 市 * * * 区 * * * 路 * * * 号
统一社会信用代码: * * 000 * * * *
批准时间: * * * * 年 * * 月 * * 日
法人代表:周 * *
主体性质:企业
邮政编码: * * * 020
股票代码: * 006 * *

- 情况简介: * * 电器股份有限公司是一家多元化的全球型工业集团,主营家用空调、中央空调、智能装备、生活电器、空气能热水器、手机、冰箱等产品。公司自 * * 年成立以来,始终坚持“自主创新”的发展理念,秉承“百年企业”的经营目标,凭借领先的技术研发、严格的质量管理、独特的营销模式、完善的售后服务享誉海内外。公司总部位于 * * *,拥有 * * * 名员工,在全球建有 * * * * * 等 * 大生产基地以及 * * * * * 等 * * 资源基地,下辖 * * * * 大子公司,覆盖了从上游零部件生产到下游废弃产品回收的全产业链条。公司获批建设“ * * * * * 国家重点实验室”,建有“ * * * 技术研究中心”和“国家 * * * 中心”。

——数据来源

- 数据来源方式:主动获取
- 链接地址:http://xxxx.xxx.xxx
- 数据获取/填报人
姓名:吕 * *
职务/职称: * * * /工程师
专业:法律
通信地址: * * 省 * * * 市 * * * *
电话:010598 * * * * *
手机:139 * * * * *
传真:010598 * * * * *
邮箱: * * * @ * * * .mail.com
- 数据记录状态:N
- 数据录入日期:2018-06-21
- 数据更新日期:2018-07-21



——评价指标

- 指标名称:质量管理
- 指标类型:要素指标
- 指标代码:003
- 指标内容:产品质量安全情况 * * *,质量信用报告发布情况,质量成果及奖励 * *

——评价方法

- 评价方法标准:GB/T * * * * * —20 * *
- 方法代码:001

- 方法名称:多周期超额收益法
- 评价结果
- 评价专家
 - 姓名:范 * *
 - 职务:院长/研究员
 - 专业:质量管理
 - 通信地址:* * 省 * * * 市 * * * *
 - 电话:010598 * * * * *
 - 手机:139 * * * * * * * *
 - 传真:010598 * * * * *
 - 邮箱:* * * @ * * * .mail.com
- 专家打分:80
- 专家意见:* * * * * * *
- 品牌价值:* * * * 亿元
- 品牌强度:860
- 评价基准日:2018-01-01—2018-12-31
- 发布日期:2018-05-20

B.3 元数据 XML 编码示例

```

<? xml version="1.0" encoding="UTF-8"?>
<Metadata>
  <IDCode>201809210001</IDCode>
  <EvaluationSubject>
    <evaluationSubjectName>中国标准化研究院</evaluationSubjectName>
    <evaluationSubjectCode>001</evaluationSubjectCode>
    <evaluationSubjectInformation>地址:北京市海淀区知春路4号 统一社会信用代码:91000 *
      * * * 批准时间:2005年 * * 月 * * 日 法人代表:刘 * * 主体性质:科研院所 邮政编码:
      100191 股票代码:-</evaluationSubjectInformation>
    <responsiblePerson>姓名:吴 * * 职务/职称:副理事长/副研究员 专业:质量管理 通信地址:
      * * 省 * * * 市 * * * * 电话:010588 * * * * * 手机:139 * * * * * * * * 传真:
      010588 * * * * * 邮箱:* * * @ * * * .mail.com </responsiblePerson>
  </EvaluationSubject>
  <EvaluationObject>
    <brandName>* * </brandName>
    <brandOwner>* * * 股份有限公司</brandOwner>
    <brandSubject>B01</brandSubject>
    <industry>家用电器</industry>
    <contact>姓名:张 * * 职务/职称:经理 专业:* * * * 通信地址:* * 省 * * * 市 * * * *
      电话:023598 * * * * * 手机:139 * * * * * * * * 传真:023598 * * * * * 邮箱:* *
      * @ * * * .mail.com</contact>
    <evaluationObjectInformation>地址:* * 省 * * 市 * * * 区 * * * 路 * * * 号 统一社会信
      用代码:* * 000 * * * * 批准时间:* * * * 年 * * 月 * * 日 法人代表:周 * * 主体性
  
```

质:企业 邮政编码: * * * 020 股票代码: * 006 * * </evaluationObjectInformation>

<introduction> * * 电器股份有限公司是一家多元化的全球型工业集团,主营家用空调、中央空调、智能装备、生活电器、空气能热水器、手机、冰箱等产品。公司自 * * 年成立以来,始终坚持“自主创新”的发展理念,秉承“百年企业”的经营目标,凭借领先的技术研发、严格的质量管理、独特的营销模式、完善的售后服务享誉海内外。公司总部位于 * * *,拥有 * * * 名员工,在全球建有 * * * * * 等 * 大生产基地以及 * * * * * 等 * * 资源基地,下辖 * * * * 大子公司,覆盖了从上游零部件生产到下游废弃产品回收的全产业链条。公司获批建设“ * * * * * 国家重点实验室”,建有“ * * * 技术研究中心”和“国家 * * * 中心”。</introduction>

</EvaluationObject>

<BrandEvaluationDataSource>

<dataSourceMode>主动获取</dataSourceMode>

<onLine>http://xxxx.xxx.xxx</onLine>

<dataAccessPerson>姓名:吕 * * 职务/职称: * * */工程师 专业:法律 通信地址: * * 省 * * * 市 * * * * 电话:010598 * * * * * 手机:139 * * * * * 传真:010598 * * * * * 邮箱: * * * @ * * * .mail.com </dataAccessPerson>

<dataRecordStatus>N</dataRecordStatus>

<dateofDataEntry>2018-06-21</dateofDataEntry>

<metadataDateUpdate>2018-07-21</metadataDateUpdate>

</BrandEvaluationDataSource>

<EvaluationIndicator>

<indexName>质量管理</indexName>

<indexType>要素指标</indexType>

<indexCode>003</indexCode>

<indexContent>产品质量安全情况 * * *,质量信用报告发布情况,质量成果及奖励 * * </indexContent>

</EvaluationIndicator>

<EvaluationMethod>

<methodStandard>GB/T * * * * * —20 * * </methodStandard>

<methodCode>001</methodCode>

<methodName>多周期超额收益法</methodName>

</EvaluationMethod>

<BrandEvaluationResults>

<expertInformation>姓名:范 * * 职务:院长/研究员 专业:质量管理 通信地址: * * 省 * * 市 * * * * 电话:010598 * * * * * 手机:139 * * * * * 传真:010598 * * * * * 邮箱: * * * @ * * * .mail.com </expertInformation>

<scoreOfExperts>80</scoreOfExperts>

<expertComment> * * * * * </expertComment>

<brandValue> * * * * 亿元</brandValue>

<brandStrength>860</brandStrength>

<evaluationDate>2018-01-01—2018-12-31</evaluationDate>

<publishedDate>2018-05-20</publishedDate>

</BrandEvaluationResults>

</Metadata>

附 录 C
(规范性附录)
代 码 表

C.1 品牌主体分类代码

见表 C.1。



表 C.1 品牌主体分类代码表

代码	中文名称	英文名称
B01	产品品牌	product brand
B02	企业品牌	enterprise brand
B03	区域品牌	regional brand
B04	其他	other brand

C.2 记录状态代码

见表 C.2。

表 C.2 记录状态代码表

代码	名称	说明
A	修改	Amend
D	删除	Delete
N	新增	New

参 考 文 献

[1] GB/T 18391.3—2009 信息技术 元数据注册系统(MDR) 第 3 部分:注册系统元模型与基本属性

[2] GB/T 19710—2005 地理信息 元数据

[3] GB/T 29186—2011 品牌价值 要素

[4] GB/T 29187—2012 品牌价值评价 品牌价值评价要求
