



团 体 标 准

T/CECA-G 00XX—2022

品牌价值评价 节能服务和综合能源服务

（征求意见稿）

**Brand valuation—Energy saving services and integrated
energy services**

2022-XX-XX 发布

2022-XX-XX 实施

中 国 节 能 协 会 发 布

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。

本文件由中国节能协会节能服务产业委员会提出。

本文件由中国节能协会归口。

本文件起草单位：中标合信（北京）认证有限公司、中国节能协会节能服务产业委员会、青岛海尔能源动力有限公司、成都菱重高投能源技术有限公司、绿源能源环境科技集团有限公司、上海麟祥环保股份有限公司、海澜智云科技有限公司、国联江森自控绿色科技（无锡）有限公司。

本文件主要起草人： 。

本文件为首次发布。

品牌价值评价 节能服务和综合能源服务

1 范围

本文件规定了节能服务和综合能源服务品牌价值测算方法、品牌强度评价指标、品牌价值评价过程、品牌价值评价结果报告等内容的相关要求。

本文件适用于节能服务公司和综合能源服务公司品牌价值评价，也可作为行业组织或第三方对节能服务公司和综合能源服务公司品牌价值评价的依据。

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 24915	合同能源管理技术通则
GB/T 29185	品牌 术语
GB/T 29186	（所有部分） 品牌价值要素评价
GB/T 29187	品牌评价 品牌价值评价要求
GB/T 29188	品牌评价 多周期超额收益法
GB/T 39654	品牌评价 原则与基础
GB/T 40010	合同能源管理服务评价技术导则
T/CECA-G 0149	综合能源服务评价技术要求

3 术语和定义

GB/T 24915-2020、GB/T 29185、GB/T 39654、GB/T 40010、T/CECA-G 0149-2021中界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

节能服务公司 energy service company; ESCO

提供用能状况诊断、节能项目设计、融资、改造（施工、设备安装、调试）、运行管理等服务的专业化公司。

[来源：GB/T 24915—2020，3.3]

3.2

综合能源服务 integrated energy services

以绿色、低碳、安全、智慧、高效和经济为基本原则，利用先进的技术和管理模式，整合多种能源品种，实现能源生产、输配及消费各个环节的集成优化、多能互补和协调运行，为用户提供专业、多元的一体化能源服务。

包括但不限于相关系统或项目的规划设计、投融资、建设改造、运行维护等服务。

[来源：T/CECA-G 0149—2021，3.1]

3.3

合同能源管理 energy performance contracting; EPC

节能服务公司（3.1）与用能单位以契约形式约定节能项目的节能目标，节能服务公司为实现节能目标向用能单位提供必要的服务，用能单位以节能效益、节能服务费或能源托管费支付节能服务公司的投入及其合理利润的节能服务机制。

[来源：GB/T 24915—2020，3.1]

3.4

品牌价值 brand value

品牌作为实体的一种资产所具有的价值。

[来源：GB/T 39654—2020，3.8]

3.5

品牌强度 brand strength

利益相关方所感知的品牌相对竞争力，可通过某一时间节点对相关维度和指标的非货币测量获得。

[来源：GB/T 39654—2020，3.2]

4 品牌价值测算方法

4.1 多周期超额收益法模型

节能服务和综合能源服务品牌价值评价采用多周期超额收益法，按式（1）计算：

$$V_B = \sum_{t=1}^T \frac{F_{BC,t}}{(1+R)^t} + \frac{F_{BC,T+1}}{(R-g)} \cdot \frac{1}{(1+R)^T} \dots\dots\dots (1)$$

式中：

V_B ——品牌价值；

$F_{BC,t}$ —— t 年度品牌收益；

$F_{BC,T+1}$ —— $T+1$ 年度品牌收益；

T ——预测期末年，根据行业和品牌特点，预测期一般为 3—5 年；

R ——品牌资产折现率；

g ——永续增长率，可采用长期预期通货膨胀率。

4.2 品牌收益确定

4.2.1 品牌收益

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值过程中，当年度品牌收益 F_{BC} 按式（2）计算：

$$F_{BC} = (P_A - I_A) \times \beta \dots\dots\dots (2)$$

式中：

F_{BC} ——当年度品牌收益；

P_A ——当年度调整后的企业收益；

I_A ——有形资产收益；

β ——无形资产收益中归因于品牌部分的比例系数。

$T+1$ 年度的品牌收益依据评价基准日前 3 至 5 年的品牌收益趋势进行预测。

4.2.2 有形资产收益确定

4.2.2.1 有形资产收益

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值过程中，有形资产收益应按式（3）计算：

$$I_A = A_{CT} \times \beta_{CT} + A_{NCT} \times \beta_{NCT} \dots\dots\dots (3)$$

式中：

I_A ——有形资产收益；

A_{CT} ——流动有形资产总额；

β_{CT} ——流动有形资产收益率；

A_{NCT} ——非流动有形资产总额；

β_{NCT} ——非流动有形资产收益率。

4.2.2.2 流动有形资产收益率

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值过程中，流动有形资产收益率参照国家制定和执行货币政策部门授权的机构计算并公布的1年期基础性贷款利率计算。

注：国家制定和执行货币政策部门授权的机构主要是指中国人民银行。

4.2.2.3 非流动有形资产收益率

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值过程中，非流动有形资产收益率是购置或者投资非流动资产时所要求的必要报酬率，不低于国家制定和执行货币政策部门授权的机构计算并公布的5年期以上基础性的贷款利率。

注：国家制定和执行货币政策部门授权的机构主要是指中国人民银行。

4.3 品牌资产折现率确定

4.3.1 品牌资产折现率

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值的过程中，品牌资产折现率宜与品牌收益计算口径相匹配，可由三年或五年行业平均资产报酬率与品牌强度系数来确定，同时还需考虑经济上行或下行期波动较大等情况。品牌资产折现率应按式（4）计算：

$$R = Z \times k \cdots \cdots (4)$$

式中：

R ——品牌资产折现率；

Z ——品牌所在行业平均资产报酬率；

k ——品牌强度系数。

4.3.2 行业平均资产报酬率

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值的过程中，行业平均资产报酬率可通过计算相同或相近行业、类型和规模的上市企业平均资产报酬率获得，也可通过统计调查等方式获得。

4.3.3 品牌强度系数

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值的过程中，品牌强度系数按式（5）计算：

$$k = \frac{1}{f(K)} \cdots \cdots (5)$$

式中：

k ——品牌强度系数；

K ——品牌强度；

$f(K)$ ——以 K 为变量的函数关系公式。

注： $f(K)$ 可根据资产折现的一般规律、品牌发展阶段状况和所在行业市场实际情况，选择线性函数、对数函数等适宜的函数表达式，通常品牌强度越高，取值越小。取值范围可设定在0.5~3.3之间。

4.3.4 品牌强度

采用多周期超额收益法计算节能服务和综合能源服务品牌价值的过程中，品牌强度 K 通过对质量要素（ K_1 ）、服务要素（ K_2 ）、创新要素（ K_3 ）、市场要素（ K_4 ）和可持续发展要素（ K_5 ）等5个一级指标的评价值进行加权求和计算，计算公式见式（6）：

$$K = \sum_{i=1}^5 K_i \times W_i \cdots \cdots (6)$$

式中：

K ——品牌强度；

K_i ——第 i 个一级指标评价值；

W_i ——第 i 个一级指标对品牌强度 K 的影响权重。

一级指标由若干二级指标构成时，按式（7）计算：

$$K_i = \sum_{j=1}^n K_{ij} \times W_{ij} \quad (j = 1, 2, \dots, n) \cdots \cdots (7)$$

式中：

K_i ——第 i 个一级指标评价值；

K_{ij} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标评价值；

W_{ij} ——第 i 个一级指标下的第 j 个二级指标对 K_i 的影响权重。

5 品牌强度评价指标

5.1 评价指标体系构建

节能服务和综合能源服务品牌强度评价指标包括质量 (K_1)、服务 (K_2)、创新 (K_3)、市场 (K_4)、可持续发展 (K_5) 5 个一级指标和 10 个二级指标，节能服务和综合能源服务品牌强度评价指标体系见附录 A 中表 A.1。

5.2 质量 (K_1)

5.2.1 质量管理能力 (K_{11})

质量管理指标评价的内容包括标准、认证、管理模式。

5.2.2 质量管理成效 (K_{12})

质量管理成效指标评价的内容包括供应链管理、质量荣誉。

5.3 服务 (K_2)

5.3.1 服务能力 (K_{21})

服务能力指标评价的内容包括技术能力、人员配置、资金保障。

5.3.2 服务绩效 (K_{22})

服务绩效指标评价的内容包括业绩规模、节能减排效果、顾客满意。

5.4 创新 (K_3)

5.4.1 创新能力 (K_{31})

创新能力指标评价的内容包括创新投入、研发方向。

5.4.2 创新 (K_{32})

创新成效指标评价的内容包括创新成果、创新发展。

5.5 市场 (K_4)

5.5.1 市场表现 (K_{41})

市场表现指标评价的内容包括市场占有率、资源对接能力。

5.5.2 发展趋势 (K_{42})

发展趋势指标评价的内容包括市场增长、客户规模。

5.6 可持续发展 (K_5)

5.6.1 品牌管理 (K_{51})

品牌管理指标评价的内容包括战略管理、品牌保护、品牌传播。

5.6.2 社会责任 (K_{52})

社会责任指标评价的内容包括信息披露、社会公益。

6 品牌价值评价过程

6.1 确定评价目的

根据测算用途、结果使用方的要求和被评价品牌特性等因素确定评价目的。不同的评价目的将影响评价程序、测算精度和结果报告的形式。

6.2 确定评价对象及范围

评价前宜识别、界定和描述评价对象，包括其产品或服务范围、品牌价值测算的范围等。

6.3 确定模型参数

根据品牌所在国家、区域、行业等相关货币政策、行业发展政策，当前市场经济情况和所选择的测算方法确定模型参数。

确定模型参数时，包括但不限于以下因素：

- a) 评价年和评价周期；
- b) 收益预测方法；
- c) 评价周期内的永续增长率；
- d) 行业平均资产报酬率；
- e) 无形资产收益中归因于品牌部分的比例系数等模型参数。

6.4 采集测算数据

遵循真实、准确、客观的原则，采集评价所需的各类数据。

6.5 测算品牌价值

按照如下顺序测试品牌价值：

- a) 根据式（2）和（3）计算当年度的品牌收益，预测未来各周期品牌收益；
- b) 根据式（6）和（7）计算品牌强度；
- c) 根据式（5）计算品牌强度系数；
- d) 根据式（4）计算品牌资产折现率；
- e) 将a)、b)、c)和d)步骤的计算结果以及6.3中确定的模型参数代入到式（1）中，计算得到品牌价值。

7 品牌价值评价结果报告

根据评价目的，选择适当形式报告评价结果。评价报告宜包括但不限于以下内容：

- 评价目的；
- 评价机构/人员；
- 评价对象及范围；
- 评价依据；
- 评价方法；
- 评价基准日和评价报告日；
- 评价结果；
- 评价报告使用限制。

附 录 A
(资料性附录)

节能服务和综合能源服务公司品牌强度评价指标体系

节能服务和综合能源服务公司品牌强度评价指标体系见表A. 1。

表 A. 1 节能服务和综合能源服务公司品牌强度评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标	评价内容
质量 (200 分)	质量管理能力 (120 分)	标准 (40 分)	1. 节能/综合能源服务企业标准体系建设情况； 2. 近三年主导或参与国际、国家、行业、地方、团体等标准制修订情况。
		认证 (40 分)	1. 通过管理体系认证情况，如 ISO 9001 质量管理体系、ISO 14001 环境管理体系、ISO 45001 职业健康安全管理体系等； 2. 通过相关专业认证情况，如合同能源管理服务、综合能源管理服务、碳中和服务认证等。
		管理模式 (40 分)	导入先进质量管理工具，建立特有管理模式。
	质量管理成效 (80 分)	供应链管理 (40 分)	1. 供应商管理机制/举措、客户分级管理情况； 2. 节能/综合能源服务对产业链上下游的带动情况。
		质量荣誉 (40 分)	1. 获得国家级、省部级、市级质量荣誉奖励等； 2. 节能行业服务型企业信用等级及企业其他获奖情况。
服务 (240 分)	服务能力 (120 分)	技术能力 (50 分)	1. 具备的业务资质情况，如：施工、设计、咨询、安装等； 2. 与节能/综合能源服务匹配的技术咨询及项目实施能力，包括：规划设计、建设与改造、运行与维护等； 3. 自主技术/设备情况，或稳定的外包供应商，技术集成与整合能力情况。
		人员配置 (30 分)	1. 节能/综合能源服务相关的专业人员配备情况，包括但不限于：能源管理师、能源审计师、节能评估师数量占比；技术研发人员占比等； 2. 专业人员管理情况（如：人员能力要求、提升和考核程序、人才引进制度等）。
		资金保障 (40 分)	实施项目必备的资金实力或投融资能力。
	服务绩效 (120 分)	业绩规模 (40 分)	近三年节能/综合能源服务项目种类、数量。
		节能减排效果 (40 分)	近三年服务企业累计节能量、二氧化碳减排量等。
		顾客满意 (40 分)	近三年顾客满意度测评及服务改进情况。
创新 (200 分)	创新能力 (100 分)	创新投入 (50 分)	1. 创新机制与制度建设、内外部资源整合利用情况； 2. 经费投入：近三年研发费用投入金额及占比。

		研发方向 (50 分)	1. 是否将数字技术与节能/综合能源服务相结合； 2. 为实现双碳目标开展的创新研究方向/内容，如：推进清洁能源使用等。
	创新成效 (100 分)	创新成果 (50 分)	1. 承担或参与科技项目及成果转化应用情况； 2. 获得高新技术企业、科技创新奖、科技进步奖等情况； 3. 专利类型及数量（发明、实用新型、外观设计专利等）。
		创新发展 (50 分)	1. 节能服务公司创新转型情况； 2. 综合能源服务公司涉及的服务类型，包括：金融投资（项目投资、设备租赁、融资、工程或设备保险、资产证券化等）、工程服务（勘查设计、土建安装、机电安装、工程调试、EPC 等）、运营服务（调度运行、巡视巡检、备品备件、运行优化等）、平台服务（互联网+能源服务）等。
市场 (160 分)	市场表现 (80 分)	市场占有率 (40 分)	国内外产品/服务市场占有率、客户数量及客户类型。
		资源对接能力 (40 分)	参与国内外合作项目数量、级别、金额，与国内外机构合作情况等。
	发展趋势 (80 分)	市场增长 (40 分)	1. 近三年业务增长； 2. 近三年新业务销售收入占比。
		客户规模 (40 分)	1. 近三年客户开发数量及累计合作金额； 2. 客户平均服务年限及持续合作情况。
可持续 发展 (200 分)	品牌管理 (120 分)	战略管理 (50 分)	1. 品牌战略、品牌发展规划/建设方案制定情况； 2. 品牌诊断与价值提升工作开展情况。
		品牌保护 (40 分)	1. 品牌保护制度建设； 2. 知识产权管理水平； 3. 对品牌经营风险预警、风险评估及风险应对机制； 4. 合规管理体系建设情况。
		品牌传播 (30 分)	1. 品牌历史（存续年限）； 2. 品牌传播渠道（专业展会、国际/国家级媒体、新媒体传播等）。
	社会责任 (80 分)	信息披露 (40 分)	社会责任报告、ESG 报告发布情况。
		社会公益 (40 分)	近三年企业参与实施社会公益、慈善活动及资金投入情况。