

江苏省地方标准

DB32/T 3843—2020

“江苏精品”评价通则

General rules for Jiangsu premium brand assessment

2020-07-29 发布

2020-08-20 实施

目 次

前言	III
1 范围	
2 规范性引用文件	
3 术语和定义	
4 评价原则	
5 基本要求	
6 评价实施	
7 监督	
8 证书和标志	
附录 A (资料性附录) “江苏精品”工作流程	
附录 B (资料性附录) “江苏精品”(组织)评价指标	
参考文献	

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由江苏省市场监督管理局提出并归口。

本标准起草单位：江苏省质量和标准化研究院。

本标准主要起草人：毛朔南、郭宁、李玥、刘颖、朱志远、刘颖佳、梁彦芳、朱一鸣、曹思齐。

“江苏精品”评价通则

1 范围

本标准规定了“江苏精品”的评价原则、基本要求、评价实施、监督、证书和标志等内容。

本标准适用于组织申请“江苏精品”评价及评价机构对组织及其产品或服务开展评价活动。

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 19001 质量管理体系 要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

“江苏精品” **Jiangsu premium brand**

在江苏省内开展生产或服务，代表产业国际先进(国内领先)水平，具有创新能力强、品质卓越、品牌效应好、经济和社会效益显著的自主品牌产品和服务。

3.2

“江苏精品”标准 **Jiangsu premium brand standard**

通过先进性评价并纳入“江苏精品”标准体系统一管理的、适用于“江苏精品”评价的产品标准、服务标准及相关技术规范。

3.3

“江苏精品”评价 **Jiangsu premium brand assessment**

对组织及其产品或服务是否符合“江苏精品”标准所开展的评价活动。

3.4

组织 **organization**

企业、事业单位、社会团体及其他依法成立的单位的通称。

4 评价原则

4.1 系统科学

“江苏精品”评价应对组织及其产品或服务的技术、质量、品牌、社会责任等方面进行系统科学的评价。

4.2 公平公正

“江苏精品”评价应严格遵守法律法规及政策要求，做到实事求是、诚实中立、公平公正公开。

4.3 客观严谨

“江苏精品”评价应采用定性与定量相结合的方法,客观严谨地评价组织及其产品或服务的关键指标水平,以及与“江苏精品”标准的符合程度。

5 基本要求

5.1 创新发展

组织应建立和完善创新机制,具备持续创新能力,包括但不限于:

- a) 制定创新战略及实施计划,并提供资源保障;
- b) 建立有效的创新激励机制和可靠的技术支撑体系;
- c) 具有自主开发知识产权的创新能力;
- d) 具有较高水平的科技成果转化能力。

5.2 质量卓越

组织应采用先进的标准和管理模式,保证其产品或服务的质量优异、性能稳定,包括但不限于:

- a) 积极导入卓越绩效模式,或有效采用其他先进管理模式;
- b) 按照 GB/T 19001 等要求,建立科学先进的质量管理体系并有效运行;
- c) 制定或采用国内领先、国际一流的先进标准,并持续提升标准的水平;
- d) 产品或服务的质量处于行业领先;
- e) 以顾客需求和权益为主旨,制定先进的服务规范或标准并贯彻实施。

5.3 品牌引领

组织应具有品牌战略和规划,进行品牌管理和维护,形成行业领先的品牌效应,包括但不限于:

- a) 制定品牌战略和规划,并与组织发展战略保持一致;
- b) 建立品牌管理制度,配置相应的资源,对品牌进行有效管理和维护;
- c) 品牌有较高的知名度、美誉度、忠诚度和满意度;
- d) 具有较高的品牌价值,品牌效能较好促进行业和企业自身的发展。

5.4 社会责任

组织应履行社会责任,秉承绿色和可持续发展理念,诚信合规经营,积极参与社会公益活动,包括但不限于:

- a) 在质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生等方面承担公共责任,体现绿色和可持续发展理念;
- b) 遵守诚信和道德行为准则,建立组织的信用和合规体系,融入组织的价值观,纳入组织经营发展战略;
- c) 提升对相关方的权益保护,制定并运行有效的权益保障体系;
- d) 积极支持公益事业,并做出贡献。

6 评价实施

6.1 流程

“江苏精品”工作流程参见附录 A。

6.2 评价依据

“江苏精品”评价以“江苏精品”标准为依据,“江苏精品”标准的内容应体现第 5 章的基本要求,“江苏精品”(组织)评价指标参见附录 B。针对不同的产品或服务进行评价时,可适当调整指标项或制定相关细则。

6.3 评价方式

“江苏精品”评价采用第三方评价方式,其中认证采用联盟认证方式。

6.4 评价机构

“江苏精品”评价机构应是第三方评价机构,其中认证机构是国务院认证认可监督管理部门批准且符合《“江苏精品”认证管理办法》规定的产品或服务认证机构。

6.5 评价程序

评价机构依据“江苏精品”标准及相应的评价规范组织开展评价活动。

6.6 评价报告

“江苏精品”评价报告应包含但不限于被评价组织的基本情况、评价机构的基本情况 & 评价结果等。

7 监督

政府主管部门对评价机构的评价活动和评价结果进行监督。

8 证书和标志

“江苏精品”证书与标志应符合《认证证书和认证标志管理办法》的规定。

附录 A
(资料性附录)
“江苏精品”工作流程

“江苏精品”工作流程参见图 A.1。

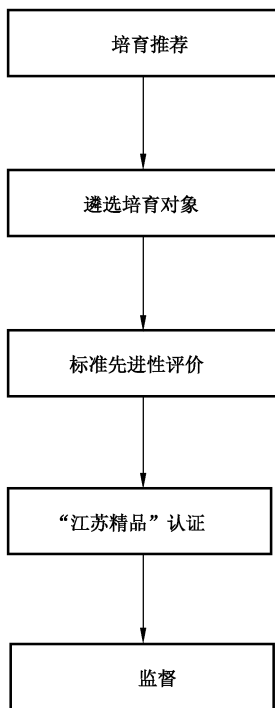


图 A.1 “江苏精品”工作流程图

附录 B

(资料性附录)

“江苏精品”(组织)评价指标

“江苏精品”(组织)评价指标参见表 B.1。

表 B.1 “江苏精品”(组织)评价指标

评价指标		
一级指标	二级指标	三级指标
创新发展	创新机制	制定创新战略和实施计划及资源保障提供情况
		研发投入
	创新能力	技术创新转化为技术标准情况
		科研人员占比情况
	发展成果	通过创新和改造,取得核心优势和项目情况
		科技成果转化应用或先进服务模式的推广情况
		获得科学技术奖情况
		获得专利、软件著作权、设计专利权等情况
		参与国际、国家及行业标准制修订情况
		拥有国家、省级各类研究技术机构情况
		通过国家重点高新技术企业认定、国家或省创新型企业、高新技术企业认定等情况
	经济效益	申报产品销售额(量)
		申报产品出口额(量)
质量卓越	管理水平	建立并有效实施质量或行业相关管理体系情况
		导入卓越绩效模式,或有效采用其他先进管理模式情况
		质量管理人员占比情况
		实施首席质量官制度
		对供应商建立全面的管控体系情况
	产品/服务质量	产品或服务标准中主要技术指标或服务质量先进性情况
		产品实测或实际服务水平与“江苏精品”标准符合情况
		建立和实施产品质量追溯系统和/或供应链溯源系统情况
	顾客满意	建立和运行客户关系管理系统情况
		制定和执行服务承诺或服务规范情况
		开展顾客满意度调查情况

表 B.1 (续)

评价指标		
一级指标	二级指标	三级指标
品牌引领	品牌管理与维护	品牌管理部门设置和资源配置情况
		开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效
	品牌声誉	品牌满意度调查的开展情况和结果
		品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况
		申请“江苏精品”评价的产品和服务在全省同行业或细分市场中的排名情况
	品牌效应与价值	品牌价值情况
品牌溢价情况		
社会责任	公共责任	每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况
		近三年无重大质量安全事故及严重违法违规记录
	绿色可持续发展	环境管理体系认证情况、节能或绿色产品数量、绿色工厂创建情况
		在产品设计和产品实现过程实行绿色和可持续发展理念,开展预防污染和节约资源的情况,废弃物处置和回收再利用情况
	诚信与合规经营	开展信用体系建设情况,提供由信用主管部门出具的信用报告
		质量信用等级情况
		尊重利益相关方的利益、建立合规经营制度、公平竞争力情况
		近三年纳税情况和区域纳税排名
	权益保护	建立缺陷产品召回制度情况
		建立消费者权益保护制度,售后服务星级评价情况
	公益支持	建立员工合法权益保护制度,职业健康安全体系认证情况
		参与社会公益活动情况

参 考 文 献

- [1] GB/T 19580 卓越绩效评价准则
 - [2] GB/T 22119 信用服务机构诚信评价业务规范
 - [3] GB/T 24001 环境管理体系要求及使用指南
 - [4] GB/T 31041 品牌价值 质量评价要求
 - [5] GB/T 36000 社会责任指南
 - [6] GB/T 45001 职业健康安全管理体系要求
 - [7] 中共中央国务院关于开展质量提升行动的指导意见 中发[2017]24号
 - [8] 江苏省加强涉审社会中介机构信用管理的指导意见 苏政办发[2017]137号
-