

DB32

江苏省地方标准

DB 32/T 3843—2020

“江苏精品”评价通则

General rules for Jiangsu premium brand assessment

2020-07-29 发布

2020-08-29 实施

江苏省市场监督管理局 发布

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 评价原则	1
5 基本要求	2
6 评价实施	3
7 监督	3
8 证书和标志	3
附录 A（资料性附录） “江苏精品”工作流程	4
附录 B（资料性附录） “江苏精品”（组织）评价指标	5
参考文献	7

前 言

本标准依据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及其评价结果等。

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

A.1 “江苏精品”工作流程参见图A.1。

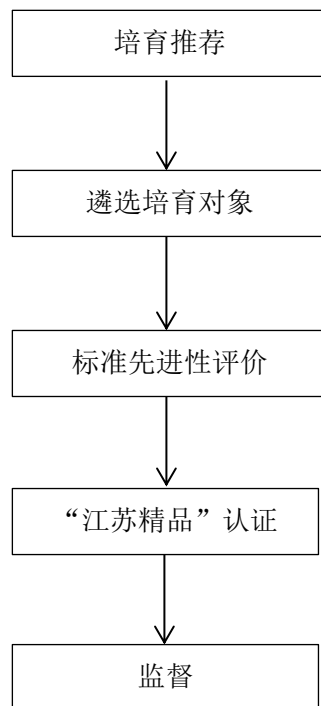


图 A.1 “江苏精品”工作流程图

附 录 B
(资料性附录)
“江苏精品”（组织）评价指标

B.1 “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

序号	评价指标		
	一级指标	二级指标	三级指标
1	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
		经济效益	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
申报产品销售额（量）			
		申报产品出口额（量）	
2	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 “江苏精品”（组织）评价指标（续）

3	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			
4	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] 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）
 - [2] 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）
 - [3] GB/T 19580 卓越绩效评价准则
 - [4] GB/T 22119 信用服务机构 诚信评价业务规范
 - [5] GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
 - [6] GB/T 31041 品牌价值 质量评价要求
 - [7] GB/T 36000 社会责任指南
 - [8] GB/T 45001 职业健康安全管理体系 要求
-