“江苏精品”认证规则

JSPB01-170003-2023

单相费控智能电能表产品认证规则

Certification Rules for
Single phase intelligent energy meter

2023 年 08 月 08 日发布　　2023 年 08 月 08 日实施

江苏精品国际认证联盟

前　言

本规则由江苏精品国际认证联盟组织制定、发布，版权归江苏精品国际认证联盟所有，联盟内成员根据本机构的资质情况备案后使用，联盟外的任何组织及个人未经江苏精品国际认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

制定单位：中国质量认证中心有限公司
主要起草人： 张腾、郑海峰
本文件于 2023 年 8 月 8 日首次发布。

本文件修订记录：

版本	修订时间	主要修订内容
1.0	2023 年 8 月 18 日	首次发布
1.1	2025 年 8 月 20 日	主要变化如下： (1) 修改了文字表述，“产品检验”修改为“产品检测”；“初始检查”修改为“初始工厂检查”；“认证结果评价与批准”修改为“复核与认证决定”； (2) 增加 4.3 受理评审； (3) 增加 4.4 制定认证计划 (4) 5.1.1 增加对试验室的要求 (5) 增加 9.1.3 再认证要求。 (6) 其它编辑性改动

1．适用范围

本规则仅适用于在江苏省内开展生产，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的“江苏精品”产品认证.适用于以针织织物为主要面料生产的床上用品的“江苏精品”认证。适用于单相费控智能电能表的江苏精品认证，适用于新制造的、在电压 220V 的 50Hz 电网中用于测量交流有功电能的准度等级为 A 级的单相费控智能电能表，其除电能测量功能之外的所有特殊功能单元，可集成在表壳内，也可组成单独的外壳。

2. 认证依据标准

DB 32/T 3843—2020 《“江苏精品”评价通则 》

GB/T 17215.211-2021《电测量设备（交流）通用要求、试验和试验条件 第 11 部分：测量设备》

GB/T 17215.321-2021《电测量设备（交流）特殊要求 第 21 部分：静止式有功电能表（A 级、B 级、C 级、D 级和 E 级）》

3. 认证模式

单相费控智能电能表的江苏精品认证模式为：产品检测+初次工厂检查+获证后监督。

认证的基本环节包括：

a. 认证申请与评审

b. 产品检测

c. 初始工厂检查

d. 复核与认证决定

e. 获证后的监督

4．认证申请

4.1 认证单元划分

电能表产品按系列申请，相同的型号（相同工作原理、相同功能），使用相同的产品标准，而只是电流、电压、频率规格和准确度等级不同的，可以作为同一申请单元。

制造商不同、生产场地不同，应视为不同的认证单元。

4.2 申请认证提交资料

4.2.1 申请资料（认证机构提供表格文件）

a. 正式申请书(网络填写申请书后打印或下载空白申请书填写)

b. 工厂检查调查表（首次申请时）

c. 产品描述（PSF-JSPB170003.1）

d. 品牌使用声明

4.2.2 证明资料

a. 申请人、制造商、生产厂的注册证明如营业执照、组织机构代码（首次申请时）

b. 产品认证证书（如有）

c. 申请人为销售者、进口商时，还须提交销售者和生产者、进口商和生产者订立的相关合同副本

d. 代理人的授权委托书（如有）

e. 有效的监督检查报告或工厂检查报告（如有）

4.3 受理评审

认证机构对认证委托人提交的申请信息进行评审，确认申请信息的完整性和正确性。

认证机构在两个工作日内处理申请，并向认证委托人反馈处理结果（受理、退回修改、不受理）。认证委托人及时修改申请书。认证对象列入国家信用信息严重失信主体相关名录时,不予受理。

受理后，认证机构在五个工作日内对认证委托人提交的申请资料进行评审，确认申请资料的完整性和正确性。对于资料中存在的问题，要求认证委托人补充完善。

补充完善申请信息及资料的时间不计入认证时间。

4.4 制定认证计划

受理后，CQC 根据确定的认证单元、依据标准和认证模式等情况，按照既定的认证方案（规则）开展认证活动；或制定具体的《产品评价活动计划》并以通知认证委托人；或在另行签订的认证协议中附《产品评价活动计划》。

认证方案通常包括：

（1） 需要提交的申请资料清单；

（2） 样品送样要求；

（3） 检测机构信息；

（4） 所需的认证流程及时限；

（5） 预计的认证费用；

（6） 有关 CQC 工作人员的联系方式；

（7） 其他需要说明的事项。

5. 产品检测

5.1 样品要求

申请认证的产品应符合 GB/T 17215.211-2021《电测量设备（交流）通用要求、试验和试验条件 第 11 部分：测量设备》和 GB/T 17215.321-2021《电测量设备（交流）特殊要求 第 21 部分：静止式有功电能表（A 级、B 级、C 级、D 级和 E 级）》。

5.1.1 送样原则

从申请认证单元中选取代表性样品进行产品检验。必要时，增加样品进行差异试验。通常型式试验的样品由认证委托人按要求选送代表性样品用于检测，并应保证其所提供的样品是正常生产的且与实际生产产品一致。（检测机构必须要有 CMA 资质，且能力范围包含本规则规定的检测项目）。

5.1.2 样品数量

每申请单元选取代表性 1 个型号 4 台完成型式试验，1 台完成先进性指标试验。

5.1.3 样品处置

试验结束并出具检验报告后，有关试验记录由检测机构保存，样品按认证机构有关要求处置。

5.2 产品检验

5.2.1 依据标准

GB/T 17215.211-2021《电测量设备（交流）通用要求、试验和试验条件 第 11 部分：测量设备》

GB/T 17215.321-2021《电测量设备（交流）特殊要求 第 21 部分：静止式有功电能表（A 级、B 级、C 级、D 级和 E 级）》

5.2.2 试验项目、试验方法及判定要求

单相费控智能电能表产品的检验项目为 4.2.1 中标准规定的适用的型式试验项目。按照 4.2.1 中规定的试验方法进行检测。

样品检验应符合 5.2.1 的要求，其中先进性指标应达到表 1 规定的技术要求。任何 1 项不符合标准要求时，则判定该认证单元产品不符合认证要求。部分非关键试验项目不合格时，允许在认证机构规定的期限内完成整改（自型式试验不合格通知之日起计算）。整改后重新进行检验。未能按期完成整改的，终止认证。

表 1 先进性指标

序号	指标名称	技术要求
1	基本最大允许误差	1、Itr≤I≤Imax，功率因数 1，误差±0.8%； 2、Imin≤I＜Imax，功率因数 1，误差±1.2%
2	计时准确度	±0.4s/24h

5.2.3 试验报告

由指定的检测机构对样品进行检测，并按规定格式出具试验报告。认证批准后，检测机构负责给申请人提供一份试验报告。

5.2.4 检验时限

样品检测时间一般为 30 个工作日，因检测项目不合格，企业进行整改和重新检测的时间不计算在内。从收到样品和检测费用算起。

5.3 产品检测结果的采信

对于已进行过产品检测，且检测报告时间在 2 年以内的，认证机构可对检测机构能力及检测结果进行评估，结果满足要求的认可采信相应的数据，减少重复测试。

5.4 关键原材料要求

关键原材料见 PSF-JSPB170003.1《单相费控智能电能表产品描述》。

为确保获证产品的一致性，关键原材料的技术参数/规格型号、制造商发生变更时，持证人应及时提出变更申请，并送样进行检验或提供书面资料确认，必要时进行工厂检查确认。经认证机构批准后方可在获证产品中使用。

6．初始工厂检查

6.1 检查内容

初始检查的内容为组织评价和工厂检查。

工厂检查内容为工厂质量保证能力和产品一致性检查，应覆盖申请认证的所有产品和加工场所。

工厂检查的基本原则是：以认证产品的主要技术要求为核心，重点关注关键工序和检验环节，现场确认影响产品认证技术指标的关键原材料的一致性，现场验证工厂的生产能力（生产设备、检测设备等生产资源及人员能力）。

6.1.1 组织评价

根据 DB32/T 3843-2020《“江苏精品”认证评价通则》，按细化后的《江苏精品认证 产品认证要求》（见附录 A）的要求对组织在创新发展、质量卓越、品牌引领、社会责任四个方面进行全面评价。

6.1.2 工厂质量保证能力

按附录 B《工厂质量保证能力要求》和附件 1《单相费控智能电能表认证工厂质量控制检测要求》进行检查。

6.1.3 产品一致性检查

工厂检查时，应在生产现场检查申请认证产品的一致性，每个认证单元至少抽一个规格/型号进行一致性检查。重点核查以下内容：

1）认证产品的标识应与产品检验报告上所标明的信息一致；

2）认证产品的结构应与产品检验报告及产品描述中一致；

3）认证产品所用的关键原材料应与产品检验报告及产品描述中一致。

6.2 初始工厂检查时间

一般情况下，产品检验合格后，再进行初始工厂检查。初始工厂检查时，工厂应生产申请认证范围内的产品。

根据工厂的生产规模以及产品的复杂程度，确定检查人日数，详见表 2。

初始工厂检查人·日数根据申请认证产品的单元数及来确定，具体人·日数见表 2。

表 2 工厂检查人・日数（初始工厂检查/监督检查）

生产规模	600 人以下	601 人以上
人日数	6/2	8/2

6.3 检查结论

检查组负责报告检查结论。组织评价按附录 A《江苏精品认证 产品认证要求》进行评价，得分达到规定即为满足要求。其中，得分部分无需提供整改资料。

工厂检查结论为不通过的，检查组直接向认证机构报告。工厂检查存在不符合项时，工厂应在 40 个工作日内完成整改，认证机构采取适当方式对整改结果进行验证。未能按期完成整改的或整改不通过的，按工厂检查不通过处理。

7．复核与认证决定

7.1 认证结果评价与批准

认证机构对产品检验、组织评价、工厂检查结果进行综合评价，评价合格后，按认证单元向申请人颁发产品认证证书。

7.2 认证时限

受理认证申请后，产品检验时限见 4.2.4，工厂检查时限按实际发生时间计算（包括安排及执行工厂检查时间、整改及验证时间）。完成产品检验和工厂检查后，对符合认证要求的，一般情况下在 30 天内颁发认证证书。

7.3 认证终止

当产品检验不合格、组织评价不满足要求、工厂检查不通过或整改不通过，认证机构做出不合格决定，终止认证。终止认证后如要继续申请认证，重新申请认证。

8．获证后的监督

8.1 监督检查

8.1.1 认证监督检查频次

一般情况下，初始工厂检查结束后 6 个月后即可以安排年度监督，每次年度监督检查间隔不超过 12 个月。若发生下述情况之一可增加监督频次：

1）获证产品出现严重质量问题或用户提出严重投诉并经查实为持证人责任的；

2）认证机构有理由对获证产品与认证依据标准的符合性提出质疑时；

3）有足够信息表明生产者、生产厂由于变更组织机构、生产条件、质量管理体系等而可能影响产品符合性或一致性时。

8.1.2 监督检查人日数一般为 2 人日（见表 2）。

8.1.3 监督检查的内容

获证后监督的内容包括质量体系的复查和获证产品一致性检查。认证机构根据《工厂质量保证能力要求》及附件 1《单相费控智能电能表工厂质量控制检测要求》对工厂进行监督检查。采购和进货检验、生产过程控制和过程检验、例行检验/出厂检验和确认检验、认证产品的一致性以及认证证书和标志的使用是每次监督的必查内容；另外，前次工厂检查不符合项的整改情况是每次监督检查的必查内容。

8.1.4 监督检查结论

检查组负责报告监督检查结论。监督检查结论为不通过的，检查组直接向认证机构报告。监督检查存在不符合项时，工厂应在 40 个工作日内完成整改，认证机构采取适当方式对整改结果进行验证。未能按期完成整改的或整改不通过，按监督检查不通过处理。

8.3 监督结果评价

认证机构组织对监督检查结论、监督抽样试验结果进行综合评价，评价合格的，认证证书持续有效。当监督检查不通过或监督抽样试验不合格时，则判定年度监督不合格，按照 8.3 规定处理相关认证证书。

9. 认证证书

9.1 认证证书的保持

9.1.1 证书的有效性

本规则覆盖产品的认证证书有效期 3 年。证书有效期内，证书的有效性通过定期的监督维持。

9.1.2 认证产品的变更

9.1.2.1 变更的申请

证书内容发生变化或产品中涉及的设计、结构参数、关键原材料发生变更时，证书持有者应向认证机构提出申请。

9.1.2.2 变更评价和批准

认证机构根据变更的内容和申请人提供的资料进行评价，必要时送样进行检测和检查。检测合格或经资料验证后，对符合要求的，批准变更。证书内容发生变化的，换发证书，证书的编号、批准有效日期不变。

9.1.3（证书到期）再认证

如认证证书到期后持证人需继续保持认证证书，持证人应在证书有效期届满三个月前提出再认证申请，再认证的程序同初次认证。

9.2 获证单元覆盖产品的扩展

9.2.1 扩展程序

证书持有者需要增加与已获证产品为同一认证单元的产品认证时，应提交申请（新申请或变更申请）。认证机构核查扩展产品与获证产品的一致性，确认认证结果对扩展产品的有效性，针对扩展产品的差异进行补充检验，必要时安排工厂检查。评价合格后，根据需要颁发新证书或换发证书。

9.2.2 样品要求

证书持有者应先提供扩展产品的有关技术资料，需要送样时，证书持有者应按第 4 章的要求选送样品供检查或检测。

9.3 认证证书的暂停、注销和撤销

证书的使用应符合 JBICA-10《江苏精品认证证书与标志管理办法》的要求。当证书持有者违反认证有关规定或认证产品达不到认证要求时，认证机构按 JBICA-11《江苏精品认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法》规定对认证证书做出相应的暂停、撤消和注销的处理。

证书暂停期间，证书持有者如果需要恢复认证证书，应在规定的暂停期限内向认证机构提出恢复申请，认证机构按有关规定进行恢复处理。

10 产品认证标志的使用

10.1 准许使用的标志样式

获证产品允许（应）使用如下认证标志（不限）：

江苏精品
Jiangsu Premium Brand Certification

不允许使用变形标志。

10.2 加施方式和加施位置

如果加施标志，证书持有者应按 JBICA-10《江苏精品认证证书与标志管理办法》的规定使用认证标志。可以在产品本体、铭牌或说明书、包装上加施认证标志。

11．收费

根据企业提交资料的情况，需要收取认证和（或）产品检测费用，认证机构将按国家有关部门和认证联盟的要求收取费用， 由申请企业与认证机构以合同方式确认。

12.认证责任

认证机构应对其做出的认证结论负责。

检测机构应对检测结果和检测报告负责。

认证机构及其所委派的工厂检查员应对工厂检查结论负责。

13. 技术争议与申诉

认证委托人提出的申诉、投诉和争议按照 CQC 的相关规定处理。

附件 1

单相费控智能电能表产品认证
工厂质量控制检测要求

产品名称	依据标准	检验项目	检验方式	
			确认检验	例行检验
单相费控智能电能表	GB/T 17215.211-2021和GB/T 17215.321-2021	产品标准中规定的出厂试验项目		√
		基本最大允许误差	√	
		计时准确度	√	

注：1. 例行检验是在生产的最终阶段对生产线上的产品进行的100%检验， 通常检验后，除包装和加贴标签外，不再进一步加工。确认检验是为验证产品持续符合标准要求进行的抽样检验。当产品的设计、工艺、材料等发生变化时应进行确认检验；确认检验至少为1次/年。确认检验应符合表1先进性指标的要求。

单相费控智能电能表产品描述

申请编号：
申请人名称：
认证单元名称：

一、申请认证产品信息
1、单元覆盖产品型号命名说明:

1.1 单元覆盖产品的型号规格表：

规格 序号	型号	精度	频率	电压	电流	常数	备注
1							
2							
3							
4							

二、关键原材料清单

1. 关键元器件的生产者、型号和技术参数：

名称	生产者	型号规格	技术参数
计量芯片			
微控制器芯片			
隔离芯片			
存储芯片			
液晶显示器			
压敏电阻器			
电流互感器			
晶体谐振器			
二极管			
电阻器			
电解电容器			
片式电容器			
储能器件			
电池			
电源转换芯片			
负荷开关			
变压器			
印制电路板			
ESAM 模块			

2.重要材料的材料名称、型号规格(或牌号)、参数：

名称	型号	材料	生产厂家
线路板			
表座			
表盖			
端子座			
端子盖			

三、其他材料

产品说明书（附后）

试验报告（附后）

其他产品说明的必要资料

四、申请人声明

本组织保证该产品描述中产品信息及关键原材料/零部件/元器件（受控部件）等与申请认证的产品信息保持一致。通过认证后，如果不影响设计定型的产品信息需变更或关键原材料/零部件/元器件（受控部件）需进行变更，本组织将向认证机构提出变更申请，经认证机构批准后才会对获证产品实施变更，以确保该规格型号在认证证书有效期内始终符合认证要求。

本组织保证只在获证产品中使用认证证书及认证标志。

申请人 ：

（公章）

日期：　年　月　日

附录 A
（规范性附录）
江苏精品认证-产品认证评分表

江苏精品(产品)评分具体见表 A.1。

1. 评价指标体系 4 个一级指标的计算总得分为 100 分。评价的总得分按下式进行计算：

$$\Sigma Q = w1Q1 + w2Q2 + w3Q3 + w4Q4$$

2. 一级指标各自的评分项得分 Q1、Q2、Q3、Q4 按该类指标的分项实际得值除以适用于该类评分项总值再乘以 100 分。

3. 4 类一级指标权重 w1~w4 见表 A.1。

4. 各类指标得分不低于 60 分，总得分不低于 80 分为通过

表 A.1 江苏精品(产品) 评分要素

序号	一级指标	权重赋值	二级指标	三级指标	评分要素
1	创新发展（250 分）	0.15	创新机制（100 分）	组织制定创新战略及实施计划，并提供资源保障。 (40分)	(1) 企业创新战略主要包括技术创新战略、 产品创新战略、 管理创新战略、 制度创新战略和市场创新战略。制定创新战略，由专门的部门负责实施具体的创新战略实施计划，可根据创新战略及实施计划的范围和实施效果进行评价。 (10分) (2) 拥有实施创新所需的保障条件，如国家或江苏省认定的重点实验室、工程技术(研究)中心、企业自身或集团公司研发中心，企业间及企业与高校等科研机构的联合创新项目或实验室等。(30 分)
				人员创新能力的培养 (40 分)	有人才使用、 评价和激励机制。 采取送出去、 请进来等多种途径加强对科技人员的培训， 不断扩充其研究领域， 改善其知识结构。 (10分) 个人获得奖励、表彰情况(国家级、省部级、地市级)国家级奖项 20 分/个，省级奖项 10分/个， 总分不超过 30分

				创新研发投入（20 分）	研发经费投入按营业收入增长而同比增长， 按年度预算并使用，费用逐年提高，或近三年累计研发投入占销售收入不低于 3%
			创新能力（100 分）	建立有效的创新激励机制和可靠的技术支撑体系，形成有知识产权的创新能力（50 分）	建有有利于技术优化的机制， 如通过把科技人员的收入与贡献紧密挂钩，加大对有突出贡献人才的奖励力度， 鼓励科技人员以成果、 专利入股等。 （10 分） 近两年在产品和设计、研发和制造等关键环节取得的自主知识产权和核心技术成果，如取得发明、实用新型、外观设计专利授权或软件著作权、软件产品登记证书。 1.取得省级以上企业技术中心或设计中心或研究院资格证书； （20 分） 2.拥有与认证范围产品质量、安全、节能环保相关的设计或制造的自主知识产权或技术成果； (1)获得国家知识产权局批准的发明专利、实用新型专利和外观专利； （ 10 分） (2)省级以上自然科学、技术发明、科技进步奖。 （10 分）
				建立研发与标准化同步机制，及时将技术创新转化为技术标准（30 分）	积极参与国际标准化相关活动，包括报告、论文发表 积极组织开展本领域标准化国际会议的，视会议级别、涉及范围、会议规模等
				科技创新人员占比情况（20 分）	科技人员比例大于 3%
			发展成果（50 分）	在技术、组织、制度、管理等方面的创新实践（30 分）	组织、标准等获得奖励、 表彰情况(国家级、省部级、地市级）国家级奖项 20 分/个，省级奖项 10 分/个， 不超过 30 分
				通过创新和改造，取得的核心优势和项目（10 分）	新产品销售收入占企业产品销售收入的比重≥15%； （5 分）新产品利润占企业产品销售利润总额的比重≥10%（5 分）
				科技成果转化应用或先进服务模式的推广（10 分）	近两年采用新技术、新工艺、新材料研制和开发出新产品， 以及新产品获得权威认定。 （10 分）
2	质量卓越（200 分）	0.55	管理水平（40 分）	组织应建立并有效实施质量或行业相关管理体系并有效运行（10 分）	企业应按照 GB/T 19001 要求， 建立质量管理体系并有效实施。行业有特定要求的， 应建立国际同行业通行的管理体系并获得认证证书。 （10 分）
				积极导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进管理模式（20 分）	先进的管理模式特指卓越绩效管理模式， 以提供卓越绩效管理模式自评报告、 政府质量奖获奖证书等方式予以证明。 （20 分）
				质量管理人员占比情况	质量管理人员比例大于 3%（10 分）
			技术能力（40 分）	技术能力先进，保障产品质量的持续稳定（20 分）	技术管理水平领先同行业； 工艺水平高、装备自动控制程度和可靠性高。有严格的产品检测能力。产品质量水平稳定，符合工厂质量保证能力要求。（20 分）
				实施标准引领工程，不断提高标准的先进性，以高标准引领质量提升（20 分）	参与制定国际标准或国家标准(5 分)；主导制定国际或国家标准(10 分） 产品质量提升与装备升级相结合，促进产业链升级（10 分）。
			产品质量（100 分）	产品标准中主要技术指标达到“国内一流、 国际先进”（20 分）	产品主要性能对比分析(与国际标准、国外先进企业标准、国家标准的比对情况)； 体现先进性的主要指标及采用的关键技术说明(关键技术、工艺、设备与指标的对应关系） （20 分）
				产品实测或实际服务水平应符合“江苏精品”标准，并处于行业领先地位（40 分）	产品技术指标应符合“ 江苏精品”产品标准或技术规范要求。(20 分） 产品基本情况说明，(近 3 年产值、市场占有率、毛利率；主要市场及发展趋势） （20 分）
				建立和实施可靠的产品质量追溯系统和/或	1.建立产品质量追溯系统，提高质量在线监测、控制和产品生命周期质量追溯

				供应链溯源系统（40 分）	的能力。(20) 2. 企业具有对相关产业的技术引领能力， 有效带动标准、产品、 工艺及技术的进步。 (10 分) 3.企业应建立互利共赢的供应商合作关系。 (10 分) （1）对提供主要原材料、辅料、配件、元器件或外包(外协加工）外部供方进行评价和考核。(2 分) (2）约定采购产品的技术要求、质量目标要求； (1 分) (3）外部供方能够对所提供的产品和服务过程中的问题，按照组织的要求采取纠正措施。(1 分) (4）建立了供需双方的信息对接平台，实现双方信息交换的及时对接，实现需求互动。(2 分) （5）制定供货商开发计划，与供货商建立战略合作伙伴关系，有效带动标准、产品、工艺及技术的进步； (2 分) (6）近三年的外部供方绩效数据表明，达到规定的目标要求。 (2 分)
			顾客满意（20 分）	建立和有效运行完善的顾客关系管理系统（10 分）	建立客户服务中心，有客户咨询电话、客户投诉信箱货电话等客户沟通渠道； (5 分) 通过客户管理系统有效管理客户；分析和挖掘客户需求(5 分)
				制定和有效执行高于一般要求的服务承诺或服务规范。(10 分)	有完善的针对产品的服务承诺或服务规范且高于同行业一般水平。(10 分)
3	品牌引领（200 分）	0.20	品牌战略与规划（40 分）	制定品牌战略和规划， 品牌规划与整体战略保持一致(10 分)	有品牌战略(3)、有品牌规划(3)、分解指标与整体战略一致(4)
				品牌战略评审和策略调整情况(15 分)	有开展战略分析评审活动(5 分)、有年度或周期性战略调整计划(5)、上 一年度达成品牌战略指标(5)
				品牌文化建设的开展情况(15 分)	公司有可识别的品牌文化(5)、年度品牌文化建设计划(4)、计划执行率 100% (3 分)、有活动效果评估(3 分)
			品牌管理与维护（60 分）	有专门部门开展品牌管理工作，配置必要的资源(15 分)	有专门部门(5)、职责权限明确(5)、配置必备的软硬件资源(5)
				建立品牌管理制度，品牌管理的组织与执行有效(20 分)	有管理制度(5)、有工作计划和指标(5)、品牌管理中有形成的好的方法(5)、品牌发展扩张成效的证实性材料(5)
				开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效(15 分)	有品牌保护和维护工作制度和执行机制(5)、有品牌保护和形象维护典型案例(5)、财务结果显著(5)
				品牌管理和经营活动的费用支出占销售额的比重(10 分)	费用支出占比在同行对标中处于前三位(5)、投入产出比显著(5)
			品牌声誉（70 分）	有较高的知名度、美誉度和忠诚度（30 分)	建立有知名度、美誉度和忠诚度的评测指标、方法和工具(10)、有消费者对品牌了解熟悉、信任和回想、第一提及和回购等调查和分析数据， 2 个以上 分析数据排名前三(10)、有针对性的改进计划和措施(10)
				品牌满意度调查的开展情况和结果(10 分)	每年开展品牌满意度调查(5)、有近三年品牌满意度得分和改进分析(5)
				品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况（20 分）	近三年获得国家或省级荣誉和奖励(10)、近三年获得的荣誉和奖励排名前三(10)
				申请江苏精品认证的产品或服务在全省同行业或细分市场中的排名处于前列(10	近三年排名，前三名按照排序分别得 10、8、6 分，前 10 得 5 分， 10 名以外不得 分

				分)	
			品牌效应与价值（30 分）	品牌效应能促进行业和企业自身的发展（15 分）	有集体商标或区域品牌(5)、有品牌经济效应证实材料(5)、有品牌社会效益证实材料(5)
				较高的品牌价值和品牌溢价能力(15 分)	有品牌价值评估(10)、有品牌溢价能力分析数据(5)
4	社会责任（100 分）	0.10	公共责任（20 分）	组织治理和企业文化应积极塑造社会责任（10 分）	企业价值观和文化体现社会责任(5)、有社会责任体系认证(5)
				每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况（10 分）	发布年度社会责任报告(5)、未发生第三方社会责任审核不通过情况(5)
				近三年无重大质量安全事故及严重违法违规记录	否决项
			绿色可持续发展（30 分）	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(20 分)	有环境管理体系认证(5)、有节能或绿色产品(5)、创建绿色工厂(5)、其他荣誉奖励(5)
				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（10 分）	有引入产品生态设计或绿色制造体系(5)、废弃物处置和再利用情况符合法规要求(5)
			诚信与合规经营（20 分）	开展信用体系建设、信用水平等级、出具信用报告（5 分）	信用水平等级达到 A 等以上并出具信用报告(5)
				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(5)	建立合规经营体系和制度，有违规情况不得分(5)
				近三年纳税情况和区域纳税排名(10)	依据地方主管部门出具的证明材料和纳税人分类评分，有违规情况不得分（10）
			权益保护（20 分）	建立消费者权益保护制度，开展顾客满意度调查，售后服务星级评价情况(15)	建立消费者权益保护制度(5)、有产品质量召回机制(5)、开展售后服务评比或第三方评价(5)
				建立员工合法权益保护制度， 职业健康安全体系认证情况（5）	有职业健康安全体系认证（5）
			公益支持（10 分）	参与社会公益活动的情况(10)	有参与社会公益活动(5)、近三年获得国家或省级荣誉和奖励（5）

注：单项得分不低于 60 分，总得分不低于 80 分

附录 B
（规范性附录）

工厂质量保证能力

工厂质量保证能力是检查依据文件之一， 规定了申请产品认证的工厂质量保证能力要求。

为保证批量生产的认证产品与检测合格的样品的一致性， 工厂应满足质量保证能力要求。如有特殊要求的，按具体产品认证规则中有关规定执行。

1.设计/开发

工厂应建立、实施和保持适当的设计和开发过程，

1.1 应对产品进行设计/开发策划，并在设计/开发方案或相应文件中确定产品主要性能指标， 规定产品特性， 适用时， 包括：

1) 使产品处于国内一流、国际先进的程度的核心技术和关键工艺；

2) 采用 “生态设计”等手段， 注重预防污染和节约资源

3) 产品使用过程的环保、节能降耗；

4) 自主知识产权和核心技术成果的应用。

1.2 工厂应保留有关设计和开发输出的成文信息。

1.3 工厂应对设计/开发结果进行评审和验证， 并对其在满足顾客使用条件下进行有效确认。

1.4 工厂应保存产品的设计评审/设计验证/设计确认的记录， 记录应能够体现主要性能指标和产品认证评价指标的实现过程和结果。

2.采购和关键件控制

2.1 采购控制

2.1.1 工厂应建立关键零部件/材料供应商的评价制度， 以确保供应商具有保证生产满足要求的产品的能 力。工厂应建立、保持关键零部件/材料合格生产者/生产企业名录，并从中采购关键件。

2.1.2 工厂应明确关键零部件/材料采购技术要求，且符合产品的设计要求。工厂应将采购技术要求与供方进行有效沟通， 对采购过程进行控制，以确保供方提供满足要求的关键零部件和材料。

2.2 关键件质量控制

工厂应制定并保持对关键原材料的进货检验或验证程序， 以确保采购产品满足采购技术要求的规定。

3.生产过程控制

3.1 工厂应识别生产过程中影响产品主要性能和认证指标的关键生产工序和特殊生产工序， 制定适宜的工艺和作业指导书， 对生产工序关键参数进行控制，并应保存控制的记录。过程操作人员应具备相应能力。

3.2 产品生产过程中如对环境条件有要求,工厂应保证工作环境满足规定的要求。

3.3 工厂应具备满足生产需要的设备，并对设备进行维护保养。

3.4 工厂应在生产的适当阶段对产品进行检查或检验， 以确保产品及产品的关键零部件/材料与认证样品一致。

4.产品检验和试验

4.1 工厂应制定并保持文件化的最终产品检验或确认检验文件，以验证产品持续满足认证标准要求。检 验文件中应包括检验项目(含认证指标）、频次、内容方法、判定等，并应保存检验记录。

最终产品检验或确认检验应满足相应产品的认证技术要求或规则要求。

4.2 工厂应具备符合认证依据标准或技术规范的检测设备，应对检测设备的使用、管理、检定或校准、 维修实施有效管理。检验环境应能保证检测工作的需求。

4.3 检验人员应经过必要的岗位培训并掌握有关产品的标准、检测方法及操作规程。

5. 不合格品的控制

工厂应建立并保持不合格品控制程序，对不合格品的标识、隔离和处置等进行控制。经返修、返工后的 产品应重新检测并保存检测记录。对重要部件返修应作记录， 保存对不合格品的处置记录。

工厂应对不合格的原因进行分析并采取相应的纠正措施和预防措施，对实施纠正措施和预防措施的记录 应予以保存。

6.认证产品的一致性

工厂应对生产产品与经产品检验合格的样品的一致性进行控制，以使认证产品持续符合规定的要求。

工厂应建立产品关键原材料、设计等影响产品符合规定要求因素的变更控制程序， 认证产品的变更(可 能影响与相关标准的符合性或产品检验样品的一致性)在实施前应向认证机构申报并获得批准后方可执行。

7. 产品防护与交付

工厂在采购、生产制造、检验等环节所进行的产品防护， 如标识、搬运、包装、贮存、保护等应符合规 定要求。必要时，工厂应按规定要求对产品的交付过程进行控制。

江苏精品国际认证联盟

JBICA-10

“江苏精品”认证证书与标志管理办法

第一章 总则

第一条 目的

为确保“江苏精品”认证证书和标志的正确使用，提升“江苏精品”的品牌影响力，促进“江苏精品”健康发展，特制定本办法。

第二条 定义

本办法所称的“江苏精品”认证证书是指产品通过“江苏精品”认证后所获得的证明性文件。

本办法所称的 “江苏精品”认证标志是由江苏精品国际认证联盟确认、发布的一种图形标识。

第三条 适用范围

本办法适用于江苏精品国际认证联盟成员。

第四条 管理

“江苏精品”认证标志归江苏省市场监督管理局所有。认证标志由江苏省市场监督管理局授权江苏精品国际认证联盟成员使用。

联盟成员机构开展认证应接受江苏省市场监督管理局相关管理部门在职责范围内对认证证书和标志使用情况进行的指导和监管。

第二章 “江苏精品”认证证书和标志

第五条认证证书

5.1 证书发放

认证机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动，对通过认证的，应当在规定的时限内向认证委托人出具认证证书。

5.2 认证证书格式

“江苏精品”认证证书一般有中、英文两种版式，一般提供中文证书，需要时可提供英文证书；当英文内容发生争议时，以中文证书为准。

5.3 证书内容

“江苏精品”认证证书包括以下基本内容：

（一）认证证书名称及证书编号；

（二）认证委托人和地址；

（三）制造商和地址；

（四）生产厂和地址；

（五）获得认证的产品名称及型号；

（六）认证模式；

（七）获证品牌；

（八）认证依据；

（九）发证日期和有效截止日期；

（十）证书的有效性保持方式

（十一）认证证书信息的查询途径。

5.4 证书时效

“江苏精品”认证证书有效期为三年。

5.5 证书印刷

“江苏精品”空白证书统一由联盟印制。（见附件 1：证书样本）

5.6 编号规则

“江苏精品”认证证书采用统一的证书编号规则。

1、联盟代码	2、机构代码	3、年份号	4、认证代码		5、流水号
5 位	2 位	4 位	3 位（产品）	4 位（服务）	6 位
JPBC	01	2020	P01	SC06	000101

5.6.1 联盟代码，江苏精品国际认证联盟的代码为：JPBC

5.6.2 认证机构代码，2 位，如：01；具体见附件 2；

5.6.3 年份号，为认证证书发证年份，四位，如：2020；

5.6.4 认证代号，为认证专业代码的编号缩写。如：产品认证，专业代码 PV01，缩写为 P01；服务认证，专业代码 SC06；

5.6.5 流水号，认证发证流水号，6 位，前四位为该机构在当年度发放“江苏精品”项目数量顺次编号，后两位为单元数，如：000101，为第一个单元；

5.6.6 证书编号从国际认证联盟统一获取。

例：JPBC-01-2020-P01-000101

江苏精品国际认证联盟中认证机构代码位 01 的中国质量认证中心在 2020 年发布的一个大型初审获证组织的第一个单元的证书。

5.7 机构监督

联盟成员应当建立认证证书管理制度，对获得认证的组织使用认证证书的情况实施有效跟踪调查，对不能符合认证要求的，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

第六条认证标志图案及说明

“江苏精品”认证标志的基本图案由方形和品字的基本图形。方

形和品字象征着江苏精品国际认证联盟的认证制度的公正性和“江苏精品”产品的质量保证。

“江苏精品”认证标志基本图案如下：

江苏精品

Jiangsu Premium Brand Certification

第七条 标志使用

获证企业可以在符合认证要求的获证产品和/或其包装上使用“江苏精品”认证标志。并向认证机构报告标志使用方式、数量等信息。

第八条 监督检查

联盟成员应当建立认证标志管理制度，明确认证标志使用者的权利和义务，对获得认证的组织使用认证标志的情况实施监督检查（检查可结合年度检查、专项抽查等方式），发现其不能符合认证要求的，应当及时做出暂停或者停止其使用认证标志的决定，并予以公布。

联盟成员违反规定的程序和条件发放“江苏精品”认证标志，又不及时采取措施改正的，联盟有权撤销其承担“江苏精品”认证的资格，予以公布，并向江苏省市场监督管理局认证监管部门备案。

第三章 其他条款

第九条 处罚条款

江苏精品国际认证联盟对违反本办法使用“江苏精品”认证证书和标志的获证企业，视情况对违规的相关单位和个人采取如下措施：

1、获证组织未通过认证的产品或者产品包装上、广告等其他宣传中，使用虚假文字表明其通过认证的，联盟成员应责令其立即停止继续使用，采取纠正措施。

2、联盟成员发现其认证组织的产品不能持续符合认证要求，不及时暂停其使用认证证书和认证标志，或者不及时撤销认证证书和停止其使用认证标志的，联盟有权暂停或撤销联盟成员发放认证证书和标志的权力。

3、联盟成员未按照规定向社会公布本机构认证证书和认证标志使用等相关信息，联盟可责令限期改正，逾期不改的，予以警告。

4、伪造、冒用、非法买卖认证标志的，依照《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国进出口商品检验法》等有关法律、行政法规的规定处罚。

第十条 解释条款

本办法由江苏精品国际认证联盟负责解释。

第十一条实施时间

本办法自发布之日起实施。

附件 1：认证证书模板

江苏精品

Jiangsu Premium Brand Certification

产品认证证书

证书编号：

委 托 人：
地　　址：
制 造 商：
地　　址：
生 产 厂：
地　　址：
产品名称：
产品型号：
认证依据：
认证模式：

获证品牌：

上述产品符合江苏精品认证评价环节要求，特发此证。

证书有效期至　　年　　月　　日，证书有效性依据发证机构的定期监督获得保持。

本证书信息可在本机构网站 http://www.cqm.com.cn 上查询。

CQM China Quality Mark

批 准 人：

方圆标志认证集团有限公司

发证日期：

附件 2：江苏精品国际认证联盟成员机构代码

代码	机构名称
01	中国质量认证中心有限公司
02	方圆标志认证集团江苏有限公司
03	通标标准技术服务有限公司
04	南京国环有机产品认证中心有限公司
05	中国船级社质量认证有限公司
06	苏州 UL 美华认证有限公司
07	上海天祥质量技术服务有限公司
08	南德认证检测（中国）有限公司
09	中国国检测试控股集团股份有限公司
10	莱茵检测认证服务（中国）有限公司
11	南京市产品质量监督检验院 （南京市质量发展与先进技术应用研究院）
12	杭州万泰认证有限公司
13	北京大陆航星质量认证中心股份有限公司
14	江苏天圭认证有限公司
15	国信认证无锡有限公司
16	联检（江苏）科技股份有限公司
17	北京华远润泽国际认证有限公司
18	钛和认证（上海）有限公司
19	冶金工业规划研究院

20	方圆标志农食（江苏）认证检测有限公司
21	江苏省产品质量监督检验研究院
22	苏交科集团检测认证有限公司
23	华夏认证中心有限公司
24	上海建科检验有限公司
25	广东中认联合认证有限公司
26	北京鉴衡认证中心有限公司
27	江苏瑞双认证有限公司
28	北京中大华远认证中心有限公司
29	江苏省特种设备安全监督检验研究院
30	中国检验认证集团江苏有限公司
31	上海添唯认证技术有限公司
32	拓朴认证有限公司
33	威凯认证检测有限公司

江苏精品国际认证联盟

JBICA-11

“江苏精品”认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法

1. 目的

为规范“江苏精品”认证证书的管理，维护“江苏精品”品牌公信力与价值，确保获证组织持续满足认证要求，根据国家认证认可相关法律法规、《“江苏精品”认证管理办法》（苏市监规〔2025〕1号）及联盟章程，特制定本程序，对认证证书的暂停、恢复、撤销及注销等活动进行明确规定。

2. 范围

本程序适用于江苏精品国际认证联盟（以下简称“联盟”）对所有获证组织持有的“江苏精品”认证证书的暂停、恢复、撤销和注销的决策与管理过程。

3. 职责

发证机构：负责受理暂停、恢复、撤销、注销的申请/信息来源；负责调查核实；组织评审委员会进行审议；执行评审委员会的决定。负责对调查结果和建议进行技术评审，并做出暂停、恢复、撤销或注销的最终技术决定。

联盟秘书处：负责相关信息的记录、归档与报送。

4. 定义

证书暂停：当获证组织暂时不能满足认证要求，但未达到撤销程度时，联盟在一定期限内中止其认证证书效力的活动。暂停期内，组织不得对外宣传和使用认证证书及标志。

证书恢复：获证组织在证书暂停期内，采取有效纠正措施消除暂停原因并经联盟确认后，恢复其认证证书效力的活动。

证书撤销：当获证组织出现严重不符合认证要求，或暂停期满未完成纠正措施，或主动放弃认证时，联盟取消其认证证书效力的活动。通常撤销后一年内不接受其认证申请。

证书注销：由于认证证书有效期届满未申请再认证，或获证组织主动申请终止认证，或组织法人资格消亡等原因，联盟终止其认证资格的活动。注销不同于撤销，通常不涉及处罚性含义。

5. 证书暂停管理程序

5.1 暂停条件（出现但不限于以下情况）：

a) 监督审核或专项检查中发现不符合项，但未立即对认证资格构成严重影响，且组织承诺在规定期限内纠正；

b) 获证组织对认证证书和标志的使用不符合规定要求，且未及时整改；

c) 获证组织未按时接受监督审核或未按时缴纳认证费用；

d) 获证组织管理体系运行、产品质量或服务水平发生重大波动，但客户投诉、媒体曝光等情况未达到撤销程度；

e) 其他可能影响认证要求持续符合性的情形。

5.2 暂停流程：

a)**信息收集与核实：**认证机构根据审核报告、投诉、媒体报道、官方通报等信息来源，对不符合事实进行调查核实。

b)**发出暂停预警通知：**核实后向获证组织发出书面预警，要求其在规定期限内（通常为 10-15 个工作日）说明情况并采取纠正措施。

c)**评审与决定：**若组织未响应或纠正措施无效，认证机构将调查

材料并做出暂停决定，并正式向获证组织发出通知，明确暂停原因、依据、暂停起止日期（最长通常不超过 6 个月）以及恢复认证须满足的条件。

d)**信息公布：**暂停信息将在机构官网及相关平台上公布。

6. 证书恢复管理程序

6.1 恢复条件：

a) 在暂停期限内，获证组织已针对暂停原因采取了有效纠正措施，并提供充分证据；

b) 纠正措施通过文件评审、现场验证等方式确认有效；

c) 结清所有相关费用。

6.2 恢复流程：

a)**组织申请：**获证组织向认证机构提交书面恢复申请及纠正措施证据材料。

b)**验证与评审：**认证机构组织验证，经评审批准后，通知组织恢复证书效力。

c)**信息更新：**机构官网更新证书状态，撤销暂停信息。

7. 证书撤销管理程序

7.1 撤销条件（出现但不限于以下情况）

a) 证书暂停期满，获证组织未完成纠正措施或措施无效；

b) 监督审核发现严重不符合，或产品质量/服务发生重大事故，确已无法持续满足认证标准；

c) 获证组织滥用认证证书和标志，造成重大不良影响；

d) 提供虚假信息、采用欺骗手段获得认证;

e) 拒绝配合监督审核或专项调查;

f) 主动申请撤销认证。

7.2 撤销流程:

a)**调查核实:** 认证机构进行全面调查，收集确凿证据。

b)**听证（可选):** 在做出最终决定前，可视情况给予获证组织申辩和听证的机会; 审议所有材料，做出撤销决定; 明确撤销原因和生效日期，要求其立即停止使用所有认证宣传材料。

c)**信息公布:** 撤销信息在联盟官网及相关平台公告，并视情况上报秘书处及主管部门。

8. 证书注销管理程序

8.1 注销条件:

a) 认证证书有效期届满，获证组织未在规定期限内提出再认证申请;

b) 获证组织因自身原因（如破产、转产、倒闭等）主动书面申请注销证书;

c) 获证组织法人资格依法终止。

8.2 注销流程:

a)**申请或确认:** 认证机构收到组织注销申请或确认证书到期未续证、法人消亡等事实，经审核后，向组织（或相关方）发出注销通知。

b)**信息更新:** 在认监委备案平台和官网更新状态。

9. 申诉与投诉

获证组织如对暂停、恢复、撤销或注销的决定有异议，可依据相关申诉、投诉和争议处理程序向联盟秘书处提出申诉。

10. 记录保存

所有与证书暂停、恢复、撤销、注销相关的记录、证据、决定文件及通信记录，应由认证机构整理归档，保存期限至少 3 年。

暂停、恢复、撤销、注销相关的结果应上报秘书处做好备案。

ICS 03.120.20
A 00

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。

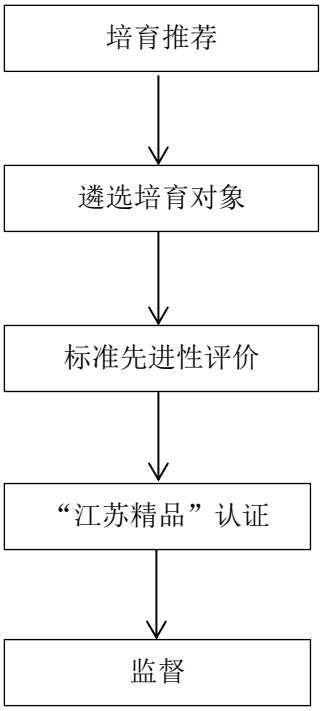

图 A.1　“江苏精品”工作流程图

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
			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）
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
			建立缺陷产品召回制度情况
		权益保护	建立消费者权益保护制度，售后服务星级评价情况
			建立员工合法权益保护制度，职业健康安全体系认证情况
		公益支持	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

江苏精品国际认证联盟

JBICA-10

“江苏精品”认证证书与标志管理办法

第一章 总则

第一条 目的

为确保“江苏精品”认证证书和标志的正确使用，提升“江苏精品”的品牌影响力，促进“江苏精品”健康发展，特制定本办法。

第二条 定义

本办法所称的“江苏精品”认证证书是指产品通过“江苏精品”认证后所获得的证明性文件。

本办法所称的 “江苏精品”认证标志是由江苏精品国际认证联盟确认、发布的一种图形标识。

第三条 适用范围

本办法适用于江苏精品国际认证联盟成员。

第四条 管理

“江苏精品”认证标志归江苏省市场监督管理局所有。认证标志由江苏省市场监督管理局授权江苏精品国际认证联盟成员使用。

联盟成员机构开展认证应接受江苏省市场监督管理局相关管理部门在职责范围内对认证证书和标志使用情况进行的指导和监管。

第二章 “江苏精品”认证证书和标志

第五条认证证书

5.1 证书发放

认证机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动，对通过认证的，应当在规定的时限内向认证委托人出具认证证书。

5.2 认证证书格式

“江苏精品”认证证书一般有中、英文两种版式，一般提供中文证书，需要时可提供英文证书；当英文内容发生争议时，以中文证书为准。

5.3 证书内容

“江苏精品”认证证书包括以下基本内容：

（一）认证证书名称及证书编号；

（二）认证委托人和地址；

（三）制造商和地址；

（四）生产厂和地址；

（五）获得认证的产品名称及型号；

（六）认证模式；

（七）获证品牌；

（八）认证依据；

（九）发证日期和有效截止日期；

（十）证书的有效性保持方式

（十一）认证证书信息的查询途径。

5.4 证书时效

“江苏精品”认证证书有效期为三年。

5.5 证书印刷

“江苏精品”空白证书统一由联盟印制。（见附件 1：证书样本）

5.6 编号规则

“江苏精品”认证证书采用统一的证书编号规则。

1、联盟代码	2、机构代码	3、年份号	4、认证代码		5、流水号
5 位	2 位	4 位	3 位（产品）	4 位（服务）	6 位
JPBC	01	2020	P01	SC06	000101

5.6.1 联盟代码，江苏精品国际认证联盟的代码为：JPBC

5.6.2 认证机构代码，2 位，如：01；具体见附件 2；

5.6.3 年份号，为认证证书发证年份，四位，如：2020；

5.6.4 认证代号，为认证专业代码的编号缩写。如：产品认证，专业代码 PV01，缩写为 P01；服务认证，专业代码 SC06；

5.6.5 流水号，认证发证流水号，6 位，前四位为该机构在当年度发放“江苏精品”项目数量顺次编号，后两位为单元数，如：000101，为第一个单元；

5.6.6 证书编号从国际认证联盟统一获取。

例：JPBC-01-2020-P01-000101

江苏精品国际认证联盟中认证机构代码位 01 的中国质量认证中心在 2020 年发布的一个大型初审获证组织的第一个单元的证书。

5.7 机构监督

联盟成员应当建立认证证书管理制度，对获得认证的组织使用认证证书的情况实施有效跟踪调查，对不能符合认证要求的，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

第六条认证标志图案及说明

“江苏精品”认证标志的基本图案由方形和品字的基本图形。方

形和品字象征着江苏精品国际认证联盟的认证制度的公正性和“江苏精品”产品的质量保证。

“江苏精品”认证标志基本图案如下：

江苏精品

Jiangsu Premium Brand Certification

第七条 标志使用

获证企业可以在符合认证要求的获证产品和/或其包装上使用“江苏精品”认证标志。并向认证机构报告标志使用方式、数量等信息。

第八条 监督检查

联盟成员应当建立认证标志管理制度，明确认证标志使用者的权利和义务，对获得认证的组织使用认证标志的情况实施监督检查（检查可结合年度检查、专项抽查等方式），发现其不能符合认证要求的，应当及时做出暂停或者停止其使用认证标志的决定，并予以公布。

联盟成员违反规定的程序和条件发放“江苏精品”认证标志，又不及时采取措施改正的，联盟有权撤销其承担“江苏精品”认证的资格，予以公布，并向江苏省市场监督管理局认证监管部门备案。

第三章 其他条款

第九条 处罚条款

江苏精品国际认证联盟对违反本办法使用“江苏精品”认证证书和标志的获证企业，视情况对违规的相关单位和个人采取如下措施：

1、获证组织未通过认证的产品或者产品包装上、广告等其他宣传中，使用虚假文字表明其通过认证的，联盟成员应责令其立即停止继续使用，采取纠正措施。

2、联盟成员发现其认证组织的产品不能持续符合认证要求，不及时暂停其使用认证证书和认证标志，或者不及时撤销认证证书和停止其使用认证标志的，联盟有权暂停或撤销联盟成员发放认证证书和标志的权力。

3、联盟成员未按照规定向社会公布本机构认证证书和认证标志使用等相关信息，联盟可责令限期改正，逾期不改的，予以警告。

4、伪造、冒用、非法买卖认证标志的，依照《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国进出口商品检验法》等有关法律、行政法规的规定处罚。

第十条 解释条款

本办法由江苏精品国际认证联盟负责解释。

第十一条实施时间

本办法自发布之日起实施。

附件 1：认证证书模板

江苏精品

Jiangsu Premium Brand Certification

产品认证证书

证书编号：

委 托 人：
地　　址：
制 造 商：
地　　址：
生 产 厂：
地　　址：
产品名称：
产品型号：
认证依据：
认证模式：

获证品牌：

上述产品符合江苏精品认证评价环节要求，特发此证。

证书有效期至　　年　　月　　日，证书有效性依据发证机构的定期监督获得保持。

本证书信息可在本机构网站 http://www.cqm.com.cn 上查询。

CQM China Quality Mark

批 准 人：

方圆标志认证集团有限公司

发证日期：

附件 2：江苏精品国际认证联盟成员机构代码

代码	机构名称
01	中国质量认证中心有限公司
02	方圆标志认证集团江苏有限公司
03	通标标准技术服务有限公司
04	南京国环有机产品认证中心有限公司
05	中国船级社质量认证有限公司
06	苏州 UL 美华认证有限公司
07	上海天祥质量技术服务有限公司
08	南德认证检测（中国）有限公司
09	中国国检测试控股集团股份有限公司
10	莱茵检测认证服务（中国）有限公司
11	南京市产品质量监督检验院 （南京市质量发展与先进技术应用研究院）
12	杭州万泰认证有限公司
13	北京大陆航星质量认证中心股份有限公司
14	江苏天圭认证有限公司
15	国信认证无锡有限公司
16	联检（江苏）科技股份有限公司
17	北京华远润泽国际认证有限公司
18	钛和认证（上海）有限公司
19	冶金工业规划研究院

20	方圆标志农食（江苏）认证检测有限公司
21	江苏省产品质量监督检验研究院
22	苏交科集团检测认证有限公司
23	华夏认证中心有限公司
24	上海建科检验有限公司
25	广东中认联合认证有限公司
26	北京鉴衡认证中心有限公司
27	江苏瑞双认证有限公司
28	北京中大华远认证中心有限公司
29	江苏省特种设备安全监督检验研究院
30	中国检验认证集团江苏有限公司
31	上海添唯认证技术有限公司
32	拓朴认证有限公司
33	威凯认证检测有限公司

江苏精品国际认证联盟

JBICA-11

“江苏精品”认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法

1. 目的

为规范“江苏精品”认证证书的管理，维护“江苏精品”品牌公信力与价值，确保获证组织持续满足认证要求，根据国家认证认可相关法律法规、《“江苏精品”认证管理办法》（苏市监规〔2025〕1号）及联盟章程，特制定本程序，对认证证书的暂停、恢复、撤销及注销等活动进行明确规定。

2. 范围

本程序适用于江苏精品国际认证联盟（以下简称“联盟”）对所有获证组织持有的“江苏精品”认证证书的暂停、恢复、撤销和注销的决策与管理过程。

3. 职责

发证机构：负责受理暂停、恢复、撤销、注销的申请/信息来源；负责调查核实；组织评审委员会进行审议；执行评审委员会的决定。负责对调查结果和建议进行技术评审，并做出暂停、恢复、撤销或注销的最终技术决定。

联盟秘书处：负责相关信息的记录、归档与报送。

4. 定义

证书暂停：当获证组织暂时不能满足认证要求，但未达到撤销程度时，联盟在一定期限内中止其认证证书效力的活动。暂停期内，组织不得对外宣传和使用认证证书及标志。

证书恢复：获证组织在证书暂停期内，采取有效纠正措施消除暂停原因并经联盟确认后，恢复其认证证书效力的活动。

证书撤销：当获证组织出现严重不符合认证要求，或暂停期满未完成纠正措施，或主动放弃认证时，联盟取消其认证证书效力的活动。通常撤销后一年内不接受其认证申请。

证书注销：由于认证证书有效期届满未申请再认证，或获证组织主动申请终止认证，或组织法人资格消亡等原因，联盟终止其认证资格的活动。注销不同于撤销，通常不涉及处罚性含义。

5. 证书暂停管理程序

5.1 暂停条件（出现但不限于以下情况）：

a) 监督审核或专项检查中发现不符合项，但未立即对认证资格构成严重影响，且组织承诺在规定期限内纠正；

b) 获证组织对认证证书和标志的使用不符合规定要求，且未及时整改；

c) 获证组织未按时接受监督审核或未按时缴纳认证费用；

d) 获证组织管理体系运行、产品质量或服务水平发生重大波动，但客户投诉、媒体曝光等情况未达到撤销程度；

e) 其他可能影响认证要求持续符合性的情形。

5.2 暂停流程：

a)**信息收集与核实：**认证机构根据审核报告、投诉、媒体报道、官方通报等信息来源，对不符合事实进行调查核实。

b)**发出暂停预警通知：**核实后向获证组织发出书面预警，要求其在规定期限内（通常为 10-15 个工作日）说明情况并采取纠正措施。

c)**评审与决定：**若组织未响应或纠正措施无效，认证机构将调查

材料并做出暂停决定，并正式向获证组织发出通知，明确暂停原因、依据、暂停起止日期（最长通常不超过 6 个月）以及恢复认证须满足的条件。

d)**信息公布：**暂停信息将在机构官网及相关平台上公布。

6. 证书恢复管理程序

6.1 恢复条件：

a) 在暂停期限内，获证组织已针对暂停原因采取了有效纠正措施，并提供充分证据；

b) 纠正措施通过文件评审、现场验证等方式确认有效；

c) 结清所有相关费用。

6.2 恢复流程：

a)**组织申请：**获证组织向认证机构提交书面恢复申请及纠正措施证据材料。

b)**验证与评审：**认证机构组织验证，经评审批准后，通知组织恢复证书效力。

c)**信息更新：**机构官网更新证书状态，撤销暂停信息。

7. 证书撤销管理程序

7.1 撤销条件（出现但不限于以下情况）

a) 证书暂停期满，获证组织未完成纠正措施或措施无效；

b) 监督审核发现严重不符合，或产品质量/服务发生重大事故，确已无法持续满足认证标准；

c) 获证组织滥用认证证书和标志，造成重大不良影响；

d) 提供虚假信息、采用欺骗手段获得认证;

e) 拒绝配合监督审核或专项调查;

f) 主动申请撤销认证。

7.2 撤销流程:

a)**调查核实:** 认证机构进行全面调查，收集确凿证据。

b)**听证（可选):** 在做出最终决定前，可视情况给予获证组织申辩和听证的机会; 审议所有材料，做出撤销决定; 明确撤销原因和生效日期，要求其立即停止使用所有认证宣传材料。

c)**信息公布:** 撤销信息在联盟官网及相关平台公告，并视情况上报秘书处及主管部门。

8. 证书注销管理程序

8.1 注销条件:

a) 认证证书有效期届满，获证组织未在规定期限内提出再认证申请;

b) 获证组织因自身原因（如破产、转产、倒闭等）主动书面申请注销证书;

c) 获证组织法人资格依法终止。

8.2 注销流程:

a)**申请或确认:** 认证机构收到组织注销申请或确认证书到期未续证、法人消亡等事实，经审核后，向组织（或相关方）发出注销通知。

b)**信息更新:** 在认监委备案平台和官网更新状态。

9. 申诉与投诉

获证组织如对暂停、恢复、撤销或注销的决定有异议，可依据相关申诉、投诉和争议处理程序向联盟秘书处提出申诉。

10. 记录保存

所有与证书暂停、恢复、撤销、注销相关的记录、证据、决定文件及通信记录，应由认证机构整理归档，保存期限至少 3 年。

暂停、恢复、撤销、注销相关的结果应上报秘书处做好备案。