

DB3205

苏州市地方标准

DB3205/T 1011-2021

“苏州制造”品牌认证通用要求

2021-01-18 发布

2021-01-20 实施

苏州市市场监督管理局 发布

目 次

前言.....	I
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 基本原则.....	1
4.1 系统性.....	1
4.2 公正性.....	1
4.3 科学性.....	1
5 认证工作流程.....	2
5.1 企业申报.....	2
5.2 标准制定.....	2
5.3 标准先进性评价.....	2
5.4 认证实施.....	2
5.5 认证工作流程图.....	2
6 评价内容.....	3
6.1 质量卓越.....	3
6.2 管理精细.....	3
6.3 创新发展.....	3
6.4 品牌引领.....	3
6.5 社会责任.....	3
6.6 智能生产.....	3
7 认证机构与人员的要求.....	4
7.1 认证机构.....	4
7.2 认证人员.....	4
8 证书和标志.....	4
附录 A（资料性） 认证评价指标分值和判定规则.....	5
参考文献.....	9

前 言

本文件按照 GB/T 1.1-2020 给出的规则起草。

本文件由苏州市市场监督管理局提出并归口。

本文件起草单位：苏州市质量和标准化院、中国质量认证中心南京分中心、吴中区市场监督管理局。

本文件主要起草人：沈俊杰、周文渊、李辰、杨辉、蒯燕敏、冯立菲、沈伟、谢星、金冠敏。

本文件为首次发布。

“苏州制造”品牌认证通用要求

1 范围

本文件规定了“苏州制造”品牌认证的基本原则、工作流程、评价内容、产品认证、证书和标志等内容。

本文件适用于“苏州制造”品牌认证活动。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

“苏州制造” Suzhou made

在苏州大市范围内注册的具有自主品牌的企业生产的代表苏州地区先进水平的产品。

3.2

“苏州制造”标准 Suzhou made standard

通过标准先进性评价并纳入“苏州制造”标准体系统一管理的、适用于“苏州制造”品牌认证的产品标准。

3.3

“苏州制造”品牌认证 Suzhou made brand certification

根据国际通行的合格评定方式，依据“苏州制造”标准及相关规定，对申请企业及其产品进行的第三方评价活动。

3.4

“苏州制造”品牌国际认证联盟 Suzhou made brand international certification alliance

由国内外知名认证机构基于相关合格评定规则和准则要求组建的自愿性合作组织。

4 基本原则

4.1 系统性

“苏州制造”品牌认证应结合企业及其产品的质量、品牌、技术、管理等方面进行系统全面的评价。

4.2 公正性

“苏州制造”品牌认证应严格遵守法律法规及政策要求，做到实事求是、客观中立、公平公正公开。

4.3 科学性

“苏州制造”品牌认证应采用定性与定量相结合的方法，科学、客观地评价企业及其产品的关键指标水平，以及与“苏州制造”标准的符合程度。

5 认证工作流程

5.1 企业申报

企业向“苏州制造”品牌国际认证联盟（以下简称认证联盟）申报开展“苏州制造”品牌认证。

5.2 标准制定

制定体现产品先进性的“苏州制造”标准。

5.3 标准先进性评价

对产品的“苏州制造”标准进行创新性和引领性的评价。

5.4 认证实施

5.4.1 “苏州制造”品牌认证工作由认证联盟所属的认证机构实施。

5.4.2 认证机构以“苏州制造”标准为依据，“苏州制造”标准内容应体现第6章的基本要求，“苏州制造”品牌认证评价指标参见附录A。针对不同的产品进行评价时，可适当调整指标项或制定相关细则。

5.5 认证工作流程图

“苏州制造”品牌认证工作流程包括企业申报、标准制定、标准先进性评价、认证实施等环节。“苏州制造”品牌认证工作流程见图1。

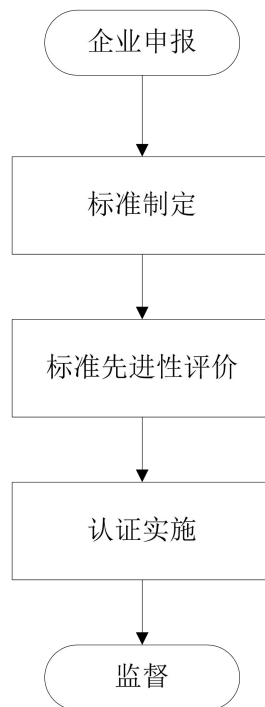


图1 “苏州制造”品牌认证工作程序

6 评价内容

6.1 质量卓越

企业应采用先进标准，保障产品的质量优异、性能稳定。评价内容包括但不限于：

- a) 制定或采用国内领先、国际一流的先进标准；
- b) 产品的实测性能应符合“苏州制造”标准；
- c) 具备行业引领能力，有效带动上下游产业链的协同进步。

6.2 管理精细

企业应采用先进管理模式，具备持续满足顾客需求的能力。评价内容包括但不限于：

- a) 加强全面质量管理，建立科学的管理体系并有效执行；
- b) 增强质量持续提升能力，从领导、战略、资源保障、过程管理等方面对质量目标及其实现进行策划和执行；
- c) 以顾客需求为导向，结合产品的特点制定行业领先的服务规范并有效执行。

6.3 创新发展

企业应建立和完善创新机制，具备持续创新能力。评价内容包括但不限于：

- a) 制定创新战略及实施计划，并提供资源保障；
- b) 在关键的设计、技术、制造环节拥有较先进的自主知识产权和核心技术成果；
- c) 具有量化可比的科技成果转化或先进服务模式推广能力；
- d) 建立有效的创新激励机制和可靠的技术支撑体系；
- e) 注重相关研发机制的建设。

6.4 品牌引领

企业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。评价内容包括但不限于：

- a) 制定品牌战略和规划，并提供相应的资源保障；
- b) 品牌有较高的知名度、美誉度、忠诚度和满意度；
- c) 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；
- d) 注重维系顾客关系，利用顾客反馈改善产品质量。

6.5 社会责任

企业应履行社会责任，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。评价内容包括但不限于：

- 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，具有较高的信用水平；
- c) 提升对相关方的权益保护，制定并运行有效的权益保障机制；
- d) 积极支持公益事业，并做出贡献。

6.6 智能生产

智能生产主要指智能车间评价。车间应采用智能化设备，生产过程实现智能化，以现代信息技术分

析生产决策。评价内容包括但不限于：

- a) 车间自动化、数字化、智能化装备广泛应用；
- b) 车间设备互联互通，车间网络系统安全可控；
- c) 产品物料配送实现自动化、生产过程实现实时调度、产品信息实现全生命周期追踪；
- d) 车间环境、资源能源消耗实现智能管控；
- e) 车间与车间外部实现联动协同。

7 认证机构与人员的要求

7.1 认证机构

认证机构应是通过国家认证认可监督管理部门批准的，“苏州制造”品牌国际认证联盟下的成员。

7.2 认证人员

认证人员应符合国家关于认证人员职业资格的相关要求以及“苏州制造”品牌认证管理的相关规定。

8 证书和标志

“苏州制造”品牌认证证书与标志由认证联盟统一发布，其制定、使用与监督管理应符合《认证证书和认证标志管理办法》及认证联盟制定发布的相关规定。

附录 A
(资料性)
认证评价指标分值和判定规则

A.1 评价指标分值框架

“苏州制造”品牌认证评价指标见表A.1。

表 A.1 “苏州制造”评价指标分值表

序号	一级指标	二级指标	三级指标
1	质量卓越 (250分)	技术能力 (80分)	技术能力先进, 产品质量持续稳定。
			实施标准引领工程, 不断提升产品质量。
		产品质量 (170分)	产品标准中主要技术指标达到“国内一流、国际先进”。
			产品实测应符合“苏州制造”相关标准, 并处于行业领先地位。 建立和实施产品质量追溯系统和/或供应链溯源系统。
2	管理精细 (200分)	管理体系 (70分)	建立并有效实施质量管理体系。
			积极导入卓越绩效模式, 或有效采用其他先进管理模式。
		行业引领 (70分)	对上游原材料品质或下游产品质量起到技术带动作用。
			建立并实施对供应商管控体系。
		顾客满意 (60分)	建立和运行客户关系管理系统。
			制定和执行服务承诺或服务规范情况。 顾客满意度调查的结果。
3	创新发展 (150分)	创新机制 (50分)	制定创新战略及实施计划, 并提供资源保障。
			创新研发投入情况。
		创新能力 (40分)	技术创新转化为技术标准情况。
			科技创新人员占比情况。

		发展成果 (60 分)	<p>通过创新和改造,取得的核心优势和项目。</p> <p>科技成果转化应用的推广。</p> <p>获得科学技术奖情况。</p> <p>专利、软件著作权、设计专利权等。</p> <p>拥有国家、省级各类研究技术机构。</p> <p>通过国家或省创新型企业、高新技术企业认定情况。</p>
4	品牌引领 (150 分)	品牌管理与维护 (50 分)	有专门部门开展品牌管理工作,配置必要的资源。
			建立品牌管理制度,品牌管理的组织与执行有效。
			开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效。
			品牌管理和经营活动的费用支出占销售额的比重。
		品牌声誉 (80 分)	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。
			品牌市场占有率在全省同行业或细分市场中的排名处于前列。
品牌效益 (20 分)	品牌效应与品牌价值情况。		
5	社会责任 (150 分)	公共责任 (30 分)	每年发布社会责任报告或接受社会责任评价。
			近三年无重大质量安全事故及严重违法违规。
		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。

			在产品设计和产品实现过程实行绿色和可持续发展理念。
		诚信与合规经营 (40分)	开展信用体系建设, 信用良好。
			尊重相关方的利益、建立合规经营制度。
			近三年纳税情况和区域纳税排名。
		权益保护 (30分)	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 (20分)	参与社会公益活动的情况。
6	智能生产 (100分)	智能装备 (20分)	自动化、智能化生产、试验、检测等设备台套(产线)数占设备总台套(产线)数比例情况。
			智能装备投入情况。
		网络系统及安全 (20分)	采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统, 建立车间级工业互联网。
			自动化、智能化设备联网数占自动化、智能化设备总量的比例情况。
			车间重要数据备份、采取网络安全防护措施、网络安全制度建设和网络安全事件应急能力情况。
		产品生产过 程、物 料配送与产品信息 追溯 (30分)	生产设备运行状态监控情况。
			生产数据采集分析情况。
			自动识别技术设施、自动物流设备使用情况。
			关键工序智能化质量检测设备使用情况。
			产品信息管理情况。

		环境与资源能源消耗 (20分)	车间环境监测、调节、处理及废弃物处置情况。
			车间用能设备及资源能源消耗信息监控、管理情况。
		内外部联动协同 (10分)	车间与车间外部信息系统联通情况、数据接收反馈情况。
			车间集成应用管控系统情况。

A.2 判定规则

每个基本指标得分均不少于单项总分的60%且总分不少于800分表明通过“苏州制造”认证评价。

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] DB32/T 3843 “江苏精品”评价通则
-