

江西省品牌建设促进会公告

2023 年第 2 号

江西省品牌建设促进会关于印发 《“江西精品”认定通则》（修订版）的公告

根据新时代品牌建设工作需要，《“江西精品”认定通则》经江西省品牌建设促进会修订完成。《“江西精品”认定通则》作为“江西精品”评价的基本准则，现予公布。

特此公告。

江西省品牌建设促进会

2023 年 3 月 23 日



(此件主动公开)

“江西精品” 认定通则

2023-03-23 发布

2023-05-15 实施

江西省品牌建设促进会 发布

目录

1 内容和适用范围	1
2 规范性引用文件	1
3 主要术语和定义	1
3.1 “江西精品”	1
3.2 “江西精品”标准	1
3.3 “江西精品”认定	1
3.4 组织	1
4 认定的组织原则	2
4.1 系统全面	2
4.2 公正公平	2
4.3 严谨科学	2
5 认定依据和要求	2
5.1 技术创新	2
5.2 质量优势	2
5.3 品牌影响	2
5.4 经济增值	3
5.5 社会效益	3
6 认定程序与实施	3
6.1 认定依据	3
6.2 认定流程	3
6.3 认定方式	3
6.4 认定机构	3
附录 A—“江西精品”工作流程	4
附录 B—“江西精品”认定指标	5

“江西精品”认定通则

1 内容和适用范围

本标准规定了“江西精品”认定的主要原则、基本要求、实施程序、监督核查和评定结果（证书、标志）等内容。

本标准适用于“江西精品”评定机构对申请“江西精品”认证的企业及其产品或服务进行评审的依据。可作为政府和相关管理部门把握企业名优产品整体情况的参考，也可以作为企业改进自身能力的指南。

2 规范性引用文件

下列文件对于本通则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

GB/T 19580 卓越绩效评价准则

ISO 20671: 2019《品牌评价 基础和原则》

3 主要术语和定义

下列术语和定义适用于本通则。

3.1 “江西精品”

是指在江西省内开展生产或服务的组织，重点是其所提供的“质量品质优、技术创新强、品牌强度高、经济效益佳、社会效应好”处于行业领先、居于省内前列、代表国内外先进水平的自主品牌产品和服务。

3.2 “江西精品”标准

是指用于“江西精品”认定的产品标准、服务标准及相关技术规范，并纳入“江西精品”标准体系统一管理。

3.3 “江西精品”认定

是指对组织的产品或服务是否符合“江西精品”标准所开展的认可活动。

3.4 组织

是指对企业、事业单位、社会团体及其他依法成立单位的通称。

4 认定的组织原则

4.1 系统全面

“江西精品”认定注重对产品或服务在质量品质、品牌强度、技术创新、经济效益、社会效应等方面进行全面、系统、科学的评价。

4.2 公正公平

“江西精品”认定严格遵守法律法规及政策要求，基于实证、严守中立、公正公开、接受监督，确保公平。

4.3 严谨科学

“江西精品”认定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“江西精品”标准的符合程度。

5 认定依据和要求

5.1 质量优势

组织采用了先进的标准和管理模式，产品或服务的质量优异、性能稳定，包括但不限于：

- (1) 积极导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进的管理模式；
- (2) 按照GB/T 19001等要求，建立和推行科学的质量管理体系；
- (3) 制定或采用先进的标准体系，并持续提升质量标准的水平；
- (4) 以顾客的需求和权益为主旨，制定并实施先进的服务规范；
- (5) 产品或服务具有技术创新特质和行业领先水平与公众认同。

5.2 品牌影响

组织应建立品牌战略和规划，开展品牌传播和维护，产品或者服务的品牌影响力强，形成行业领先效应，包括但不限于：

- (1) 制定品牌建设战略和规划，并与组织发展战略保持一致性；
- (2) 建立品牌管理制度，配置相应资源，加强品牌推广和维护；
- (3) 品牌有较高的知名度、美誉度，消费者认同度和忠诚度高；
- (4) 具有较高的品牌价值，品牌效能较好促进行业和企业的发展。

5.3 技术创新

组织应建立和不断完善创新激励机制，具备持续创新能力，产品具有核心技术含量，体现技术创新，包括但不限于：

- (1) 营造勇于挑战自我的工作氛围、打造追求卓越的企业文化；

- (2) 制定创新战略及其实施计划，施行有效跟进和及时性改进；
- (3) 加强创新人才队伍建设，为企业创新提供可靠的人才资源；
- (4) 运用先进技术和和管理，促进自主知识产权开发和成果转化。

5.4 经济增值

产品或服务市场占有率高、盈利能力强，成长趋势好，增值空间大，包括但不限于：

- (1) 产品

5.5 社会效益

组织诚信合规经营，积极履行社会责任，产品或服务符合绿色和可持续发展理念，服务民生，促进行业发展，增进地方特色，包括但不限于：

- (1) 组织诚信规范经营，无违反法制和道德准则的经营行为；
- (2) 产品或服务纳税贡献大，组织积极参与和支持公益事业；
- (3) 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；
- (4) 产品或服务提升了人民生活品质，促进了行业发展，增进了地方特色。

6 认定程序与实施

6.1 认定依据

“江西精品”认定以“江西精品”标准为依据，“江西精品”标准的内容应体现第5章的基本要求，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。

6.2 认定流程

“江西精品”认定工作流程主要分为“自主申报、遴选对象、初步评价、专家评审、监督反馈、结果发布”等六个步骤。具体内容参见附录A。

6.3 认定方式

“江西精品”认定采用专家认定方式。

6.4 认定机构

“江西精品”认定机构应是省级主管部门备案认可的且符合《“江西精品”认定管理办法》规定的产品或服务的专家委员会。

附录 A—“江西精品” 工作流程

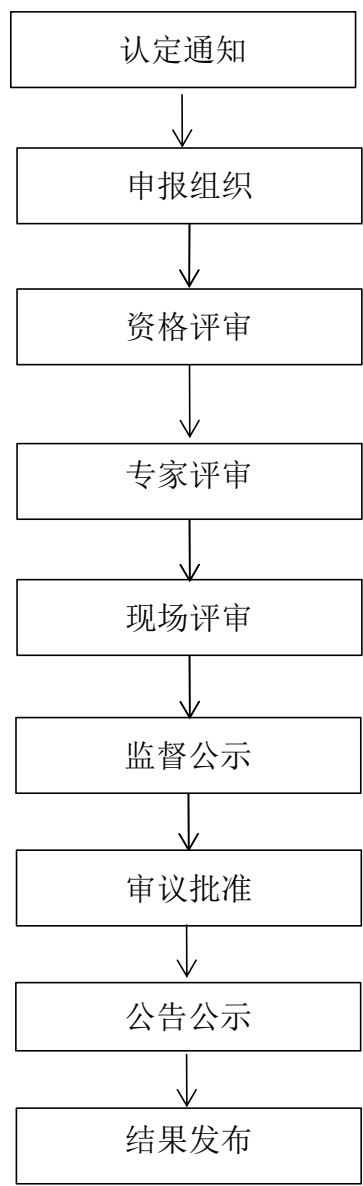


图 A “江西精品” 工作流程图

附录 B—“江西精品”认定指标

“江西精品”认定指标

评价指标			
序号	一级指标	二级指标	三级指标
1	质量竞争力 265	产品生产技术水平 55	申报产品生产过程的装备先进水平 30
			申报产品生产过程的工艺技术水平 25
		产品质量设施水平 65	申报产品所采用的标准的先进程度及其自我声明 25
			申报产品及其诚信管理体系认证证书 20
			申报产品计量及其测量管理体系认证证书 20
		产品质量保障水平 65	组织质量管理体系建立及认证证书 20
			申报产品溯源体系的建设和完善性 10
			组织质量人才的建设及其支持程度 20
			申报产品售后服务管理体系的建设及其认证证书 15
		产品质量绩效表现 80	申报产品主要性能指标的先进程度 40
			申报产品质量市场评价情况及回报 40
2	品牌引领力 160	品牌建设保障力度 50	组织品牌管理体系建立及认证证书 15
			组织开展品牌人才队伍建设的情况 15
			组织对申报品牌的投入状况及成效 20
		品牌建设总体水平 50	品牌发展定位策划清晰度及准确性 15
			品牌传播的相关策略及其实施成效 15
			市场渠道的相关策略及其所获成效 10
			品牌维护的相关举措及其开展情况 10
		品牌影响与美誉度 60	申报品牌发展历程和历史的悠久性 15
			申报品牌知名度及目前所处的地位 20

			顾客对申报品牌的认可度和忠诚度 25
3	技术创新力 255	产品创新支持程度 70	申报产品争创科技攻关计划的情况 40
			组织争创高新企业过程及认定情况 15
			申报产品获得组织研发经费及占比 15
		产品创新保障力度 70	组织制定创新发展战略及实施情况 10
			组织知识产权管理体系建立和认证证书 20 分
			组织拥有国家、省级研究机构情况 20
			申报产品研发团队建设及创新能力 20
		产品创新技术水平 115	申报产品获得的相关专利技术情况 30
			申报产品获得专利奖项、荣誉情况 20
			申报产品获得科技进步等奖励情况 45
			申报产品获得高新技术认定的情况 20
4	经济增 值力 160	产品盈利能力表现 80	申报产品的销售情况及市场占有率 30
			申报产品历年的利润额及其利润率 30
			申报产品利润额占组织总利润比例 10
			申报产品销售额占组织销售额比例 10
		产品市场及成长性 80	申报产品历年销售额同比增长速度 25
			申报产品市场占有率同比增长速度 25
			申报产品历年利润额同比增长速度 30
5	社会贡献力 160	服务民生履行责任 60	产品服务民生提升生活品质的表现 15
			缺陷产品召回制度建设及落实情况 15
			组织纳税信用及对地方税收的贡献 15
			产品对组织履行社会公益的贡献度 15
		绿色/可持续发展 40	组织环境和职业健康安全管理体系建立 与认证证书 20
			产品设计考虑了全生命周期绿色环保和 生产过程满足绿色低碳的要求 20
		提升产业发展水平 30	产品自身符合行业、产业发展方向 15

			产品对促进产业发展的引导性作用 15
		增进地方特色发展 30	产品融入地域元素、体现地方特色 15
			产品对提升地域文化品牌的影响力 15