

“上海品牌”认证通用要求

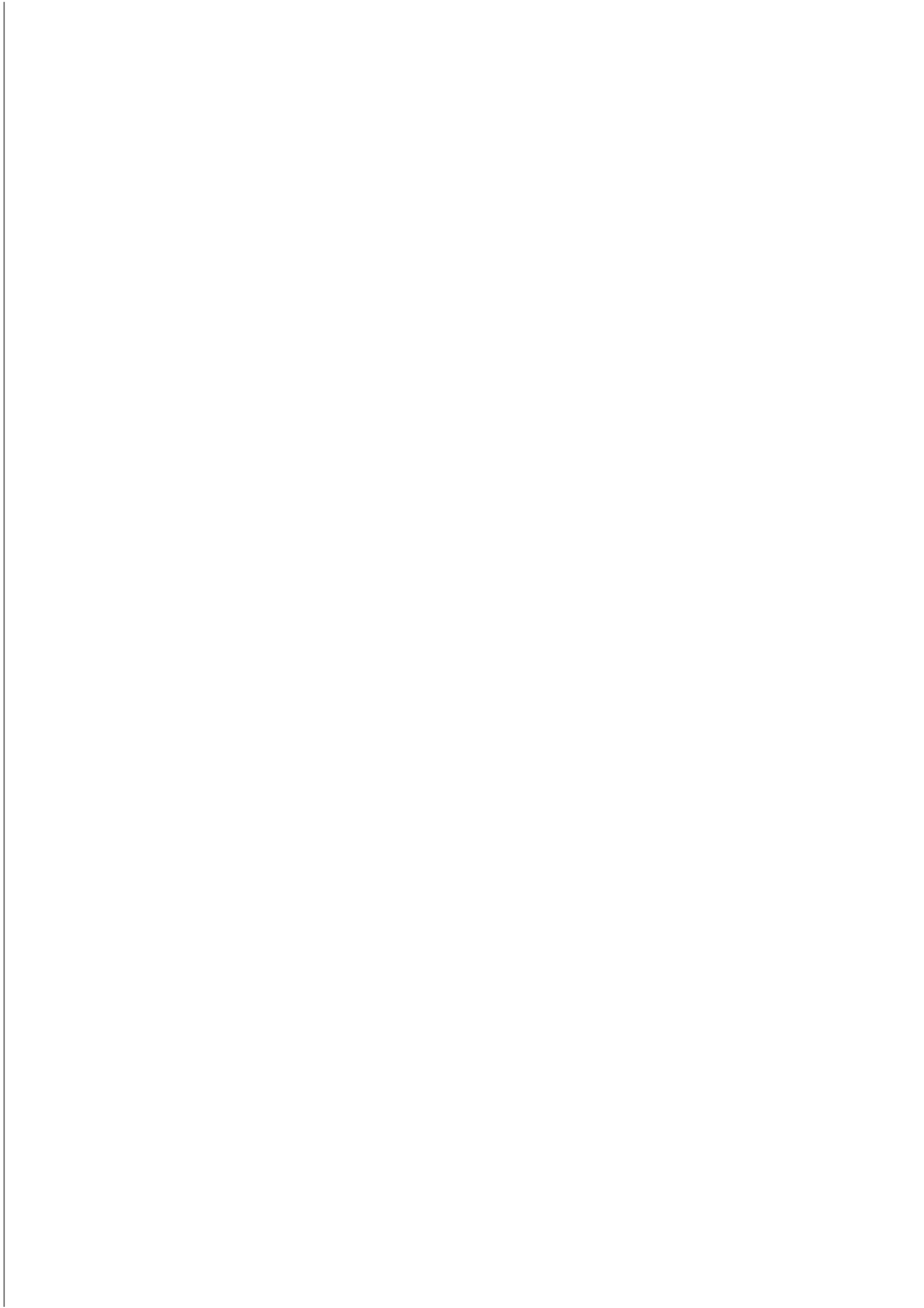
General requirements for Shanghai Brand certification

2020-08-17 发布

2020-09-01 实施

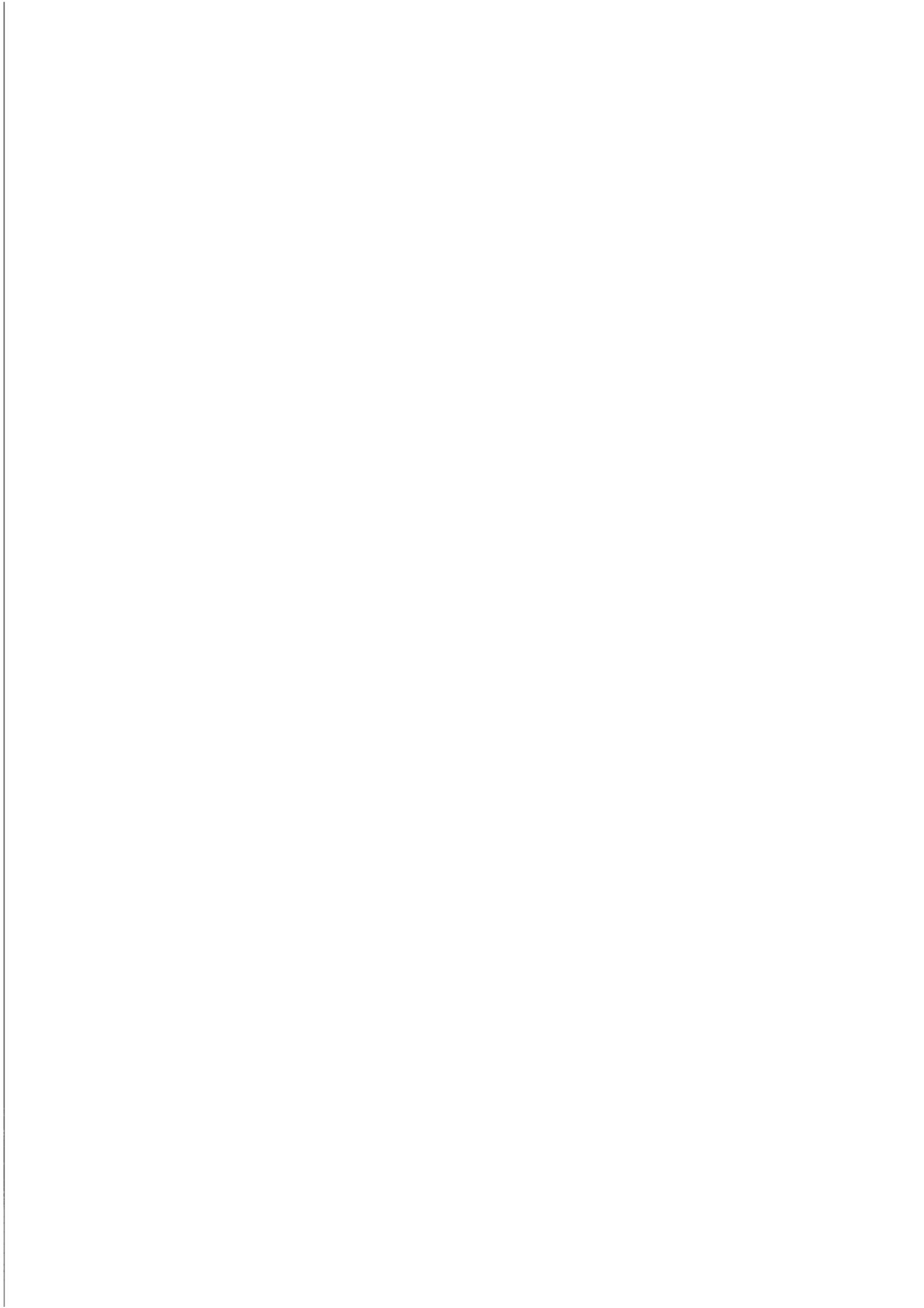
上海市市场监督管理局 发布





目 次

前言	Ⅲ
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	2
5 程序	2
6 认证申请	2
7 标杆性组织评价	2
8 产品或服务认证	3
附录 A (规范性附录) 标杆性组织评价方式及说明	5
参考文献	9



前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准代替 DB31/T 1048—2017《上海品牌评价通用要求》，与 DB31/T 1048—2017 相比，除编辑性修改外，主要技术变化如下：

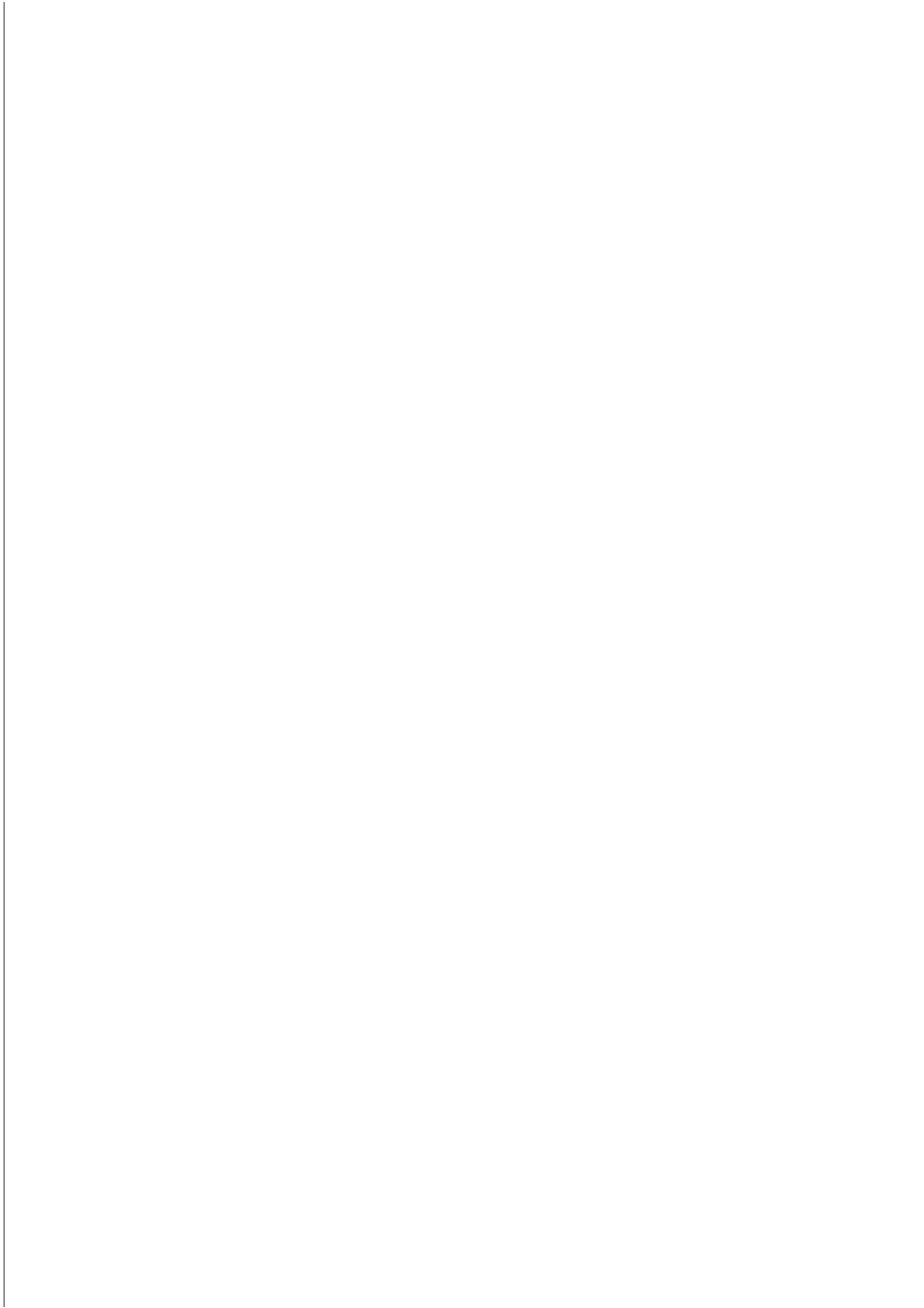
- 增加了“‘上海品牌’认证”“标杆性组织”等术语和定义(见 3.3 和 3.4)；
- 调整了标准正文结构,修改为“基本原则、程序、认证申请、标杆性组织评价、产品或服务认证”(分别见第 4 章、第 5 章、第 6 章、第 7 章、第 8 章)；
- 细化了“上海品牌”认证的程序(见第 5 章),并明确了各程序所应执行的规定(见第 6 章~第 8 章)；
- 在原来上海品牌评价基本要求的基础上作了相关更新(见第 7 章,2017 年版的第 5 章)；
- 删除了“‘上海品牌’证书与标志”(2017 年版的第 7 章和附录 A)；
- 增加了标杆性组织评价及说明(见附录 A)。

本标准由上海市市场监督管理局提出并组织实施。

本标准由上海市社会管理和公共服务标准化技术委员会归口。

本标准起草单位：上海市质量和标准化研究院、上海质量管理科学研究院、上海添唯认证技术有限公司、上海市认证协会、上海质量体系审核中心、上海交通大学中国企业发展研究院。

本标准主要起草人：朱学铭、马娜、江平、王金德、黎伟、夏敏、马夏坪、姚应涛、谭平、许宾、顾蓓蕾。



“上海品牌”认证通用要求

1 范围

本标准规定了“上海品牌”认证的基本原则、程序、认证申请、标杆性组织评价、产品或服务认证等。本标准适用于“上海品牌”认证活动。

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
- GB/T 19580 卓越绩效评价准则
- GB/T 23331 能源管理体系 要求
- GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
- GB/T 27065 合格评定 产品、过程和服务认证机构要求
- GB/T 36000 社会责任指南
- GB/T 45001 职业健康安全管理体系 要求及使用指南
- DB31/T 1204 标准先进性评价通用要求

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

上海品牌 Shanghai Brand

组织及其产品、服务或过程在品牌、品质、创新、管理等方面体现国际性、先进性、引领性的一组特性，并具有持续满足用户及相关方需求的能力。

3.2

“上海品牌”标准 Shanghai Brand standard

通过标准先进性评价并纳入“上海品牌”标准体系统一管理的，用于“上海品牌”认证的相关标准及技术规范。

3.3

“上海品牌”认证 Shanghai Brand certification

根据国际通行的合格评定方式，依据“上海品牌”标准及相关规定，对申请组织及其产品、服务等进行的第三方评价活动。

3.4

标杆性组织 Benchmarking organization

在品牌引领、品质卓越、自主创新、管理精细、社会责任等方面具有明显的行业优势与引领性的企事业单位或其他社会组织。

4 基本原则

4.1 自愿开放

“上海品牌”认证面向全社会开放,由企事业单位或其他社会组织自愿申请。

4.2 公平公正

“上海品牌”认证活动按照本标准及相关规定开展,做到实事求是、客观公正、科学公平。

4.3 创新发展

“上海品牌”认证旨在推动组织持续满足用户及相关方需求、持续保持创新的动力、持续引领行业高质量发展。

5 程序

“上海品牌”认证程序主要包括认证申请、标杆性组织评价、产品或服务认证等环节。

6 认证申请

6.1 组织申请认证的产品或服务,其执行标准的技术要求应不低于依据 DB31/T 1204 通过先进性评价的“上海品牌”标准。

6.2 申请组织应参照 7.1 所规定的内容开展自我评价,并按照相关要求提供自评报告和申请材料。

7 标杆性组织评价

7.1 评价内容

7.1.1 品牌引领

组织应具备强烈的品牌意识,形成行业领先的品牌效应,包括但不限于:

- a) 组织应制定品牌战略及实施计划,并提供相应的资源投入和保障;
- b) 组织申请认证的产品或者服务应具有较高的知名度、美誉度、认知度和满意度;
- c) 组织申请认证的产品或者服务应具有较高的市场占有率。

7.1.2 品质卓越

组织申请认证的产品或服务应采用先进标准,保证产品或服务质量的持续稳定、提质增效,包括但不限于:

- a) 组织申请认证的产品或服务,其执行标准的技术要求应不低于“上海品牌”标准;
- b) 组织申请认证的产品的实测性能、服务的质量水平应符合所执行标准。

7.1.3 自主创新

组织应具有持续创新能力,重视知识产权管理,包括但不限于:

- a) 组织应制定创新战略及实施计划,并提供相应的资源投入和保障;
- b) 组织应在产品或服务实现的关键环节拥有较先进的自主知识产权和核心技术成果或先进性的

服务模式,并予以应用;

- c) 组织应具有量化可比的科技成果转化或先进服务模式推广能力,包括但不限于专利授权数、新技术应用数量、服务模式推广采用数量;
- d) 组织应注重相关创新机制的建设,包括但不限于自主创新、集成创新、协同创新。

7.1.4 管理精细

组织应采用先进管理模式,具备持续满足用户及相关方需求的能力,包括但不限于:

- a) 组织应按照 GB/T 19001、GB/T 19580 要求,加强全面质量管理,建立科学的管理体系并有效执行;
- b) 组织应提高质量持续提升能力,从领导、战略、资源保障、过程管理等方面对方针目标及其实现进行策划和执行;
- c) 组织应以用户需求为导向,结合产品或服务的特点制定行业领先的管理规范并有效执行。

7.1.5 社会责任

组织应诚信经营,秉承绿色发展理念,并积极履行社会责任,包括但不限于:

- a) 组织应按照 GB/T 24001、GB/T 23331、GB/T 45001 要求,建立和实施环境、能源和职业健康安全管理体系;
- b) 组织应具有较高的信用水平,每年公开发布符合相关国家标准的信用报告;
- c) 组织应按照 GB/T 36000 要求,积极履行社会责任,每年公开发布社会责任报告或接受社会责任评价;
- d) 组织应提升对用户的关注,制定并执行有效的用户权益保障机制。

7.2 评价机构

评价机构应为符合“上海品牌”认证管理相关规定的第三方机构。

7.3 评价人员

评价人员应由符合“上海品牌”认证管理相关规定的专业人员组成。

7.4 评价方式

“上海品牌”标杆性组织评价由评价机构按照成熟度评价的方式开展(见附录 A)。

7.5 评价报告

评价报告由评价机构出具,应包含被评价组织的基本情况、评价机构的基本情况、评价人员基本情况及评价结论等。

8 产品或服务认证

8.1 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,并符合 GB/T 27065 以及“上海品牌”认证管理的相关规定。

8.2 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“上海品牌”认证管理相关规定。

8.3 认证实施

认证机构应依据国家和“上海品牌”认证管理的相关规定,制定相应的认证实施规则,并按规则要求开展认证活动。

附录 A
(规范性附录)
标杆性组织评价方式及说明

A.1 成熟度评价方法

应针对申请组织的主要产品或主体服务,不仅限于申请“上海品牌”认证的产品或服务,采用专家打分法,根据成熟度(见表 A.1)对各个指标项进行打分评价。

表 A.1 标杆性组织成熟度评分系统

成熟程度	描述
0%	完全不符合指标要求; 该指标结果显示持续削弱的趋势; 在多数方面被证实低于行业一般水平
30%	在该指标要求重要的大多数方面,当前结果符合指标的基本要求; 没有不良趋势和不良结果; 在多数方面被证实处于行业一般水平
60%	在该指标要求重要的大多数方面,当前结果达到较高的水平; 在多数方面被证实处于行业较为领先到优秀的水平
100%	在该指标要求重要的大多数方面,当前结果达到高的水平; 在多数方面被证实处于行业领先地位和标杆水准

A.2 标杆性组织(产品)评价项目

标杆性组织(产品)评价项目及说明见表 A.2。

表 A.2 标杆性组织(产品)评价说明

评价项目	评价说明
品牌引领(对应 7.1.1)	
品牌战略	有专门的部门开展品牌工作,制定品牌发展战略,并涵盖质量、服务、营销等各个相关领域 品牌战略执行力强并卓有成效,品牌价值持续提升
知名度	对于知名度的评价,包括但不限于: ● 品牌的知名度居行业前列; ● 获得过政府或权威机构发布的具有较高知名度的品牌评价或认定; ● 国内或国外具有影响力
美誉度	对于美誉度的评价,包括但不限于: ● 近三年内获得政府荣誉称号或奖励; ● 近三年内获得报刊、电视、网络等媒体对企业产品质量、优质服务、良好管理等方面的报道
认知度	对于认知度的评价,可从社会公众对品牌内涵及价值的认识、熟悉和理解程度等方面进行展开

表 A.2 (续)

评价项目	评价说明
满意度	对于满意度的评价,包括但不限于: <ul style="list-style-type: none"> ● 组织开展用户满意度测评或调查,并根据结果改进和提高产品及服务质量水平; ● 获得用户的好评
市场占有率	申请“上海品牌”认证的产品在全国同行业或细分行业中名列前茅,在全市的排名处于前3名
品质卓越(对应 7.1.2)	
标准水平	申请“上海品牌”认证的产品,其执行标准的技术要求应不低于“上海品牌”标准
自主创新(对应 7.1.3)	
创新机制	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
	申请组织的产品与新产业、新技术、新业态和新模式等进行融合创新,促进产业升级
	拥有实施创新所需的保障条件,如国家或上海市认定的重点实验室、工程技术(研究)中心、企业自身或集团公司研发中心建设,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
创新成果	近两年在产品的设计、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、软件产品登记证书等
创新推广	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
研发投入	研发经费按年度预算并使用,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%
管理精细(对应 7.1.4)	
管理体系	建立并有效实施质量或行业相关管理体系,可根据组织通过质量或行业相关管理体系认证及其有效实施情况进行评价
	积极导入卓越绩效评价准则,切实推进企业品牌战略的实施,并有效采用其他先进管理模式
行业引领	对上下游产品或服务提升的技术带动作用
	对供应链建立全面的管控体系
需求导向	建立和有效运行完善的客户关系管理系统
	制定和有效执行高于一般要求的服务承诺或服务规范
社会责任(对应 7.1.5)	
可持续发展	产品设计开发体现“生态设计”“绿色低碳”等理念,注重保护生态、预防污染和节约资源
	产品生产过程中,注重环保安全节能,通过环境和职业健康安全等体系认证
	产品低碳环保,便于回收再利用,废弃物便于处置,或有合理回收处置方案和条件
社会信用	近三年无各类重大质量安全事故及严重违法违规记录
	注重信用体系建设,提供由具有资质的信用服务机构出具的信用报告,信用水平达到A等
	每年公开发布社会责任报告,或接受社会责任评价
用户权益	投保产品责任险或建立了申诉等其他机制保护消费者权益
	建立缺陷产品召回制度
<p>注1:“品质卓越”属于否决性指标。</p> <p>注2:“社会信用”中注“近三年无各类重大质量安全事故及严重违法违规记录”属于否决性指标。</p> <p>注3:否决性指标为应达到的指标,若未能达到否决性指标要求,则不予通过评价。</p>	

A.3 标杆性组织(服务)评价项目

标杆性组织(服务)评价项目及说明见表 A.3。

表 A.3 标杆性组织(服务)评价说明

评价项目	评价说明
品牌引领(对应 7.1.1)	
品牌战略	有专门的部门开展品牌工作,制定品牌发展战略,并涵盖质量、服务、营销等相关领域
	品牌战略执行力强并卓有成效,品牌价值持续提升
知名度	对于知名度的评价,包括但不限于: <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌的知名度居行业前列; ● 获得过政府或权威机构发布的具有较高知名度的品牌评价或认定; ● 国内或国外具有影响力
美誉度	对于美誉度的评价,包括但不限于: <ul style="list-style-type: none"> ● 近三年内获得政府荣誉称号或奖励; ● 近三年内获得报刊、电视、网络等媒体对企业优质服务、良好管理等方面的报道
认知度	对于认知度的评价,可从社会公众对品牌内涵及价值的认识、熟悉和理解程度等方面展开
满意度	对于满意度的评价,包括但不限于: <ul style="list-style-type: none"> ● 组织开展用户满意度测评或调查,并根据结果改进和提高服务质量水平; ● 获得服务对象的好评
市场占有率	申请“上海品牌”认证的服务在全国同行业或细分行业中名列前茅,在全市的排名处于前 3 名
品质卓越(对应 7.1.2)	
标准水平	申请“上海品牌”认证的服务,其执行标准的技术要求应不低于“上海品牌”标准
自主创新(对应 7.1.3)	
创新机制	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
	主要服务项目属于新产业、新技术、新业态和新模式等重点支持领域
创新成果	服务理念、服务模式具有创新性
创新推广	服务特色具有较高社会影响力,服务举措和特色在行业内具有示范性或引领性
创新投入	创新经费按年度预算并使用,费用逐年提高,或近三年累计创新投入占销售收入不低于 3%
管理精细(对应 7.1.4)	
管理体系	建立并有效实施质量或行业相关管理体系,可根据组织通过质量或行业相关管理体系认证及其有效实施情况进行评价
	积极导入卓越绩效评价准则,切实推进企业品牌战略的实施,并有效采用其他先进管理模式
行业引领	对用于服务的产品的要求高于行业一般水平的标准
	对服务质量、用户满意度等的要求高于行业一般水平的标准
需求导向	建立和有效运行完善的客户关系管理系统
	制定并有效执行高于一般要求的服务承诺或服务规范

表 A.3 (续)

评价项目	评价说明
社会责任(对应 7.1.5)	
可持续发展	服务提供过程中应选用生态无害、环境友好的设施设备,并对产生的废弃物进行适当处理
	服务体现以人为本、提高舒适度,推广绿色经营和服务,体现低碳环保理念
社会信用	近三年无各类严重违法违规记录
	注重信用体系建设,提供由具有资质的信用服务机构出具的信用报告,信用水平达到 A 等
	每年公开发布社会责任报告,或接受社会责任评价
用户权益	开通消费者维权、投诉热线,并能切实保障消费者权益
	投保商业险或建立了其他机制保护消费者权益
注 1:“品质卓越”属于否决性指标。 注 2:“社会信用”中“近三年无各类严重违法违规记录”属于否决性指标。 注 3: 否决性指标为应达到的指标,若未能达到否决性指标要求,则不予通过评价。	

A.4 评价结论

评价满分为 100 分,评分 85 分(含本数)以上为通过。

参 考 文 献

- [1] GB/Z 19579—2012 卓越绩效评价准则实施指南
- [2] GB/T 27021.1—2017 合格评定 管理体系审核认证机构要求 第1部分:要求
- [3] GB/T 27021.2—2017 合格评定 管理体系审核认证机构要求 第2部分:环境管理体系审核认证能力要求
- [4] GB/T 27021.3—2016 合格评定 管理体系审核认证机构的要求 第3部分:质量管理体系审核认证的能力要求
- [5] GB/T 27021.4—2018 合格评定 管理体系审核认证机构要求 第4部分:大型活动可持续性管理体系审核和认证能力要求
- [6] GB/T 27021.5—2018 合格评定 管理体系审核认证机构要求 第5部分:资产管理体系审核和认证能力要求
- [7] GB/T 29187—2012 品牌评价 品牌价值评价要求
- [8] GB/T 31041—2014 品牌价值 质量评价要求
- [9] ISO 20671:2019 Brand evaluation—Principles and fundamentals
- [10] 中华人民共和国认证认可条例
-

上海市地方标准
“上海品牌”认证通用要求
DB31/T 1048—2020

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)

网址 www.spc.net.cn

总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238
读者服务部:(010)68523946

中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 20 千字
2020年11月第一版 2020年11月第一次印刷

*

书号: 155066·5-2533 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



正版服务到