

团 体 标 准

T/OTOP ××××—2021

中国一乡一品 产品评价通则

General Certification Principles for China One Town One Product (OTOP)

征求意见稿

2021 - ×× - ××发布

2021 - ×× - ××实施

中国民族贸易促进会 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
3.1.....	1
3.2.....	1
3.3.....	1
3.4.....	1
3.5.....	2
3.6.....	错误!未定义书签。
3.7.....	2
3.8.....	2
3.9.....	2
4 合规性要求.....	2
5 基本原则.....	2
5.1 产品类别确定的原则.....	2
5.2 指标选取的原则.....	2
6 评价指标.....	3
6.1 指标体系框架.....	3
6.2 评价指标选取和评价.....	3
6.2.1 产地范围指标.....	3
6.2.2 产地特征指标.....	3
6.2.3 产品特性指标.....	3
6.2.4 产品环境指标.....	3
6.2.5 社会责任指标.....	3
6.2.6 品牌建设指标.....	3
6.3 指标基准值确定原则.....	4
6.4 指标的评价方法.....	4
7 管理体系.....	4
8 产品可追溯体系.....	4
9 评价方法.....	4
10 其他说明.....	5

T/XXX XXXX—XXXX

前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件是中国一乡一品标准体系中的一项基础性标准。

本文件由中国民贸一乡一品产业促进中心提出。

本文件由中国民族贸易促进会标准化工作委员会归口。

本文件起草单位：.....

本文件主要起草人：.....

中国一乡一品 产品评价通则

1 范围

本文件规定了“中国一乡一品”产品评价的基本原则、合规性要求、评价指标、管理体系、产品可追溯体系和评价方法。

本文件适用于指导“中国一乡一品”产品评价的技术细则的制修订工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；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

GBT 19630.4-2011 有机产品 第4部分：管理体系

GB/T 22000 食品质量管理体系 食品链中各类组织的要求

GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南

GB/T 7635.1 全国主要产品分类与代码 第1部分：可运输产品

GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

中国一乡一品产品 One Town One Product China (OTOP)

产自中国境内特定地域，经过评价的，具有良好的产地特征和产品特性的生态型产品。

3.2

产地 producing area

指“中国一乡一品”产品的产地特征和产品特性的形成地，即指产品的产地。

3.3

产地特征 the character of producing area

指与种养殖、生长、生产、加工、制造等产品形成相关的自然、地理、人文、历史等特殊属性，包括产地的地形地貌、土壤状况、水文水质、气象气候、历史渊源、人文背景、生产工艺、配方、技术创新等。

3.4

产品特性 the property of product

指产品固有的、与产品产地特征有内在关联的品质和特点。

3.5

评价 assessment

由授权评价机构或独立的评价组依据“中国一乡一品”产品评价标准体系要求，对申请方及其产品进行符合性评价的过程。

3.6

生命周期 life cycle

产品系统中前后衔接的一系列阶段，从自然界或者自然资源中获取原料，直至最终处置。

[GB/T 24044:2008,定义3.1]

3.7

申请方 applicant

取得国家市场监督管理部门或有关机构注册登记资格(或其组成部分)的机构，可以提出“中国一乡一品”产品的评价申请。

3.8

指标基准值 reference value of assessment indicator

为评价“中国一乡一品”产品设定的指标参照值。

4 合规性要求

“中国一乡一品”申请方及其申请产品至少应满足以下要求：

- a) 申请方须是中资控股的合法资格主体；
- b) 申请方持有乡镇级及以上人民政府、地方协会出具的申请产品产地范围证明文件；或有法律效力确权产品的产地范围的证明文件；
- c) 已按本通则的要求，建立和实施了文件化的管理体系，需有效运行三个月以上；
- d) 在质量、安全、环保和卫生等方面满足适用强制标准；
- e) 生产过程的污染排放、能源消耗水平应满足适用标准的证据；
- f) 近三年未发生一般及以上质量、安全、环保和卫生等事故。

5 基本原则

5.1 产品类别确定的原则

适宜时，依据GB/T 7635.1，以终端消费品为主，选取产地特征和产品特性优势明显的产品，结合产品的产地，合理确定产品的类别。

或按照国际标准化组织（ISO）分类，分为硬件、软件、流程性材料和服务。

5.2 指标选取的原则

围绕产品相关的自然、地理、人文、历史等特殊属性，从产品形成的全生命周期各阶段出发，结合技术工艺先进性、生态环境管理期望、企业社会责任等维度，选取能够表征该类产品主要产地特征和产品特性、能量化并可检测验证的定量指标和可准确描述的定性指标，构成“中国一乡一品”产品的评价指标体系。

“中国一乡一品”产品评价指标的选取不应该限制市场竞争行为，也不应牺牲产品的质量性能，产品质量、安全或其他一些强制性标准应作为评价的前置基础。

6 评价指标

6.1 指标体系框架

产品的评价指标由一级指标和二级指标组成。一级指标包括产品产地范围、产地特征、产品特性、产品环境、社会责任、品牌建设等指标。在一级指标下设置可量化或可定性、可检测、可验证的二级指标。

评价指标分为定性指标和定量指标，定性指标主要侧重在应满足的产品产地、法律法规、生态环保、工艺技术、相关标准、特征特性等方面要求；定量指标主要侧重在能够反映的可量化的指标。

6.2 评价指标选取和评价

6.2.1 产地范围指标

从以产地特征和产品特性的形成地为考量，从行政区划、地理坐标、产品分布等维度选取能准确表征产地范围的定性指标。

应确定产品的产地覆盖范围并进行文件存档，必要时，应提供明确区分产品产地覆盖的行政区划和经纬度范围的证据。

6.2.2 产地特征指标

从自然特征和人文特征两大方向选择定性指标。

自然特征的证明材料应包括但不限于以下内容：地形、地貌、气候、土壤、植被、水文、生物。

人文特征的证明材料应包括但不限于以下内容：传统生产工艺、配方、风俗习惯、技术创新材料、表明原材料特殊性和独到性要求的证明材料、史料典籍或民间典故等历史证明材料。

6.2.3 产品特性指标

从产品固有的、与产地特征相关联的、区别于其他同类产品方面来确定产品品质和特点指标。

从产品形成、设计、加工、使用、检测报告等方面提供证明资料，如上述品质和特点中涉及到检测内容，申请方应提供有资质的检测机构出具的检测报告。

6.2.4 产品环境指标

从产品特征特性形成与环境要素方面考虑环境指标。

评价时，应提供产品产地所在区域生态环境现状、污染治理水平（设施）相关的信息，识别评价产品产地所在区域是否属于生态敏感区，识别与产品相关的、适用的大气、水质、土壤、噪声等环境质量标准和现状水平，提供相关证明材料。

评价时，从产品的形成的设计、原料和能源、生产、使用、最终处置等生命周期阶段出发，评估所产品对所在区域的生态环境的影响，并提供相关信息，如具有相关资质机构出具的检测报告和检测标准等。

6.2.5 社会责任指标

根据不同类别产品的行业特征，选取影响道德价值、股东权益、员工权益、消费者权益、扶贫济困、诚信经营、和谐社区、社会公益等方面的指标。

应对申请方在社会责任指标各方面的贡献进行评价，并提供相应的证明材料。

6.2.6 品牌建设指标

依据GB/T 39654-2020品牌评价 原则与基础，与申请方及产品相关的有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素相关的指标。有形要素包括但不限于物质资源、财务资源、品牌投入等；质量要素包括但不限于质量承诺、质量管理、质量感知等；创新要素包括但不限于创新能力、持续性和有效性等；服务要素包括但不限于服务供给、服务能力、服务有效性等；无形要素包括但不限于品牌定位、品牌形象、品牌历史、文化传统、知识和智力管理等。评估时，有限要求提供相关信息或者证明文件。

6.3 指标基准值确定原则

应根据产品和产业特点，以评价“中国一乡一品”产品为目的，采用资料收集、现场调查、检验检测、文献检索、专家咨询等方法，科学、合理确定指标基准值。在确定定量指标基准值时，合理考虑本标准要求的基础上，宜以符合绿色产品评价要求为取值原则，体现“中国一乡一品”特色和管理优势。

6.4 指标的评价方法

定量指标应给出计算或检测方法，相关的计算或检测方法宜优先采用已有的国家标准、行业或地方标准、团体标准等；定性指标应给出符合性的定性说明。

7 管理体系

“中国一乡一品”产品的申请方应按本标准的要求建立、实施、保持有效的文件化的管理体系并持续改进，以确保申请的产品能持续满足本标准及评价技术细则要求，不断实现更高的产品品质和管理绩效。

“中国一乡一品”管理体系的建立、实施、保持和持续改进应采用策划—实施—检查与纠正—持续改进（PDCA）的模式。其中，

——策划：包括根据本标准和评价技术细则等要求，识别和确认持续满足“中国一乡一品”要求的控制点，建立管理的目标、指标和实施的管理方案等。

——实施：包括提供所需的资源，明确作用、职责和权限；确定能力、培训和意识的要求并进行培训；建立信息交流机制；建立所需的文件和记录；实施运行控制；实施管理方案并开展相关活动等。

——检查与纠正：包括对管理活动和目标实现情况的监测；进行合规性评价；识别和处理不符合；开展内部审核等。

——持续改进：采取措施持续改进管理绩效。

“中国一乡一品”管理体系的详细和复杂程度、体系文件的多少、所投入资源的多少等，取决于多方面因素，如管理体系覆盖的范围，组织的规模，其活动、产品和服务的性质，评价指标的数量和质量等。

在确保管理体系的充分性、适宜性和有效性的基础上，“中国一乡一品”管理体系可与GB/T19001质量管理体系、GB/T24001环境管理体系、GB/T 22000 食品安全管理体系、GB/T 19630.4 有机产品 第4部分：管理体系相融合。

“中国一乡一品”产品评价技术细则可根据所属类别产品的特点，提出管理体系补充要求，但不应成为限制性竞争条款。

8 产品可追溯体系

“中国一乡一品”产品的生产、加工、经营者宜建立完善的可追溯体系，保持产品原料来源、生产、运输、销售、品控管理等可追溯的全过程详细记录。

“中国一乡一品”产品的溯源管理文件另行制定。

9 评价方法

本标准采用符合性评价的方法，“中国一乡一品”产品应同时满足合规性要求、评价指标要求和管理体系要求。

10 其他说明

各类别产品，宜依据本标准制定“中国一乡一品”产品评价的技术细则，细则应给出具体的量化指标或应满足的评价条件。

对已有技术细则的产品，其评价过程应结合本标准完成。
