

ICS 01.040.25

CCS A 00

# 团体标准

T/NJAEDTR 001-2024

## 透明工厂评价通则

Transparent factory evaluation general rules

2024-1-23 发布

2024-1-23 实施

南京市企业数字化转型研究会 发布

# 目 录

|                      |    |
|----------------------|----|
| 前 言 .....            | 3  |
| 1 范围 .....           | 4  |
| 2 规范性引用文件 .....      | 4  |
| 3 术语和定义 .....        | 4  |
| 3.1 透明工厂 .....       | 4  |
| 3.2 需求透明 .....       | 5  |
| 3.3 设计透明 .....       | 5  |
| 3.3.1 产品设计的透明化 ..... | 5  |
| 3.3.2 交付设计的透明化 ..... | 6  |
| 3.3.3 服务设计的透明化 ..... | 6  |
| 3.4 制造透明 .....       | 7  |
| 3.4.1 远程透明监造 .....   | 7  |
| 3.4.2 在线透明质检 .....   | 7  |
| 3.5 交付透明 .....       | 7  |
| 3.5.1 发货计划透明 .....   | 7  |
| 3.5.2 物流进度透明 .....   | 8  |
| 3.5.3 送货安装透明 .....   | 8  |
| 3.5.4 验收评价透明 .....   | 8  |
| 3.6 服务透明 .....       | 8  |
| 3.6.1 应用服务透明化 .....  | 8  |
| 3.6.2 维保服务透明化 .....  | 9  |
| 3.6.3 资产服务透明化 .....  | 9  |
| 3.7 场景透明 .....       | 9  |
| 3.8 延展透明化 .....      | 9  |
| 3.9 专家评审 .....       | 10 |
| 3.10 企业提供 .....      | 10 |
| 3.11 实际调查 .....      | 10 |
| 4 评价机制 .....         | 10 |
| 5 评价原则 .....         | 10 |
| 6 评价规则 .....         | 11 |
| 6.1 评价频次 .....       | 11 |

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 6.2 企业申报条件 .....                | 11 |
| 6.3 评价体系 .....                  | 11 |
| 7 评价程序 .....                    | 12 |
| 7.1 申报阶段 .....                  | 12 |
| 7.2 资料受理 .....                  | 12 |
| 7.3 评价阶段 .....                  | 13 |
| 7.3.1 组建评价专家组 .....             | 13 |
| 7.3.2 企业材料核查 .....              | 13 |
| 7.3.3 实际调查 .....                | 13 |
| 7.3.4 整合评价结果 .....              | 13 |
| 7.3.5 结果公示 .....                | 13 |
| 7.3.6 表彰奖励 .....                | 14 |
| 8 评价的应用与监督 .....                | 14 |
| 8.1 品牌培育指导 .....                | 14 |
| 8.2 取消资格 .....                  | 15 |
| 9 复审要求 .....                    | 15 |
| 9.1 复审原则 .....                  | 15 |
| 9.2 复审对象 .....                  | 15 |
| 9.3 复审程序 .....                  | 15 |
| 9.4 需提供的自评资料 .....              | 16 |
| 10 标识管理办法 .....                 | 16 |
| 10.1 总则 .....                   | 16 |
| 10.2 标识使用 .....                 | 17 |
| 10.3 标识管理 .....                 | 18 |
| 10.3.1 标识管理部门共同研究确定以下重大事项 ..... | 18 |
| 10.3.2 标识日常管理部门负责以下具体工作 .....   | 18 |
| 10.4 标识保护 .....                 | 18 |
| 附 录 A 透明工厂评价专业委员会委员工作守则 .....   | 19 |
| 附 录 B 透明工厂评价专业委员会委员承诺书 .....    | 20 |
| 附 录 C 透明工厂评审专家工作守则 .....        | 21 |
| 附 录 D 透明工厂评审专家承诺书 .....         | 22 |
| 附 录 E 透明工厂评价指标体系 .....          | 23 |
| 参 考 文 献 .....                   | 26 |

## 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。

请注意本文件某些内容可能涉及专利。本文件发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由南京市企业数字化转型研究会提出并归口。

本文件起草单位：南京市企业数字化转型研究会、长三角透明商业生态产业链联盟、场景实验室、江苏透明数字科技有限公司、江苏大任智库有限公司、菲尼克斯电气中国公司、南京钢铁集团有限公司、双良集团有限公司、养乐多（中国）投资有限公司、汤臣倍健股份有限公司、华汇工程设计集团股份有限公司、江苏洋河酒厂股份有限公司、江苏苏美达集团有限公司、赛摩智能科技集团股份有限公司、南京安元科技股份有限公司、好享家舒适智能家居股份有限公司、江西仙客来生物科技有限公司、山东福瑞达生物股份有限公司、友达数位科技服务（苏州）有限公司。

本文件主要起草人：卜安洵、何伟、陈红、王甲佳、顾建党、陶立春、王三明、章炳骏、袁建华、王国斌、缪竞红、潘新华、王伟、冯杰、邹胜、蒋钢、田政、方静燕、殷正标、刘桂君、张俊、王杨露、管运芳、陈磊、王京堃、彭海洋。

本文件为首次发布。

# 1 范围

本文件规定了透明工厂评价通则的术语和定义、评价机制、评价规则、评价程序、评价的应用与监督、复审要求以及标识管理办法。

本文件适用于南京市企业数字化转型研究会会员单位。其他相关企业可自愿参与的透明工厂评价活动。

## 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

GB/T 36132-2018 绿色工厂评价通则

GB/T 31950 企业诚信管理体系

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1 透明工厂 Jiangsu transparent factory

具有基础性“六项透明”（需求透明、设计透明、制造透明、交付透明、服务透明和场景透明）和扩展性“三性透明”（内部协作透明、外部协同透明、监管治理透

明) 相关透明特征的全部或一部分, 具备较高品牌影响力, 履行社会责任优良, 在可持续高质量发展中起到引领作用的制造工厂、建造工地和农产品生产基地等。

## 3.2 需求透明 Requirements transparency

客户需求透明包括三个层次: 标采透明、配置透明及定制透明。

3.2.1 标采透明, 即标准产品的采购中相关信息的透明化, 如标准尺寸的衣服鞋帽、标准规格的药品、标准重量的食品等。工业上如标准型号和参数的工具、元器件、设备等。

3.2.2 配置透明, 即配置产品的采购中相关信息的透明化, 产品除了一部分标准的配置外, 还有一些选项配置, 如电脑可以选择内存和硬盘的大小, 也可以不同频率的CPU、还可以选择不同档次的显卡等; 购买汽车时配置选项更多, 如颜色、排气量、天窗、汽油/柴油、两驱/四驱、音响规格、轮胎、灯光、防护装置、定速巡航、自动泊车、智能驾驶软件等。

3.2.3 定制透明, 即定制产品的采购中相关信息的透明化, 定制产品也称非标产品、如定制家具、定制服装、定制箱包等, 工业上有定制设备。

## 3.3 设计透明 Design transparency

### 3.3.1 产品设计的透明化

通过用户定制界面, 经由定制导航, 按品类、规格、功能、性能、材质、外形等基本元素, 提请用户分项勾选。系统基于用户的基础项选择, 合成相应的产品示意图及基础属性表, 作为“预览性模拟产品”呈现给当前用户。订户基于直观审查, 确定其选项。在此基础上, 形成定制合成的蓝图1.0。

在蓝图1.0基础上, 系统通过内部产品设计关系模型, 识别相关的配置关系是否最优, 如功能组合、性能与功能关系、材质与外形关系等, 如发现用户选项中存在逻辑更优的组合, 系统自动进行标注, 并提示给当前用户。用户根据系统提示, 进行二

次判断，并勾选，确认。系统据此生成蓝图2.0，并呈现或发布给用户。在此基础上，形成逻辑优化的蓝图2.0。

用户订制环节完成后，进入企业方正式的产品设计和生产环节，而在具体化设计和生产过程中，可能出现某种工艺升级、设备更新或材料变更，这时如果涉及待定订单中相关要素的变化，则即时反馈给订户，提示新变化之后与原订制方案的同异比对，提请订户确认，是重新做出新的优选，或者维持原方案。经过反馈后确认的，是最终的产品蓝图。在此基础上，形成反馈确认的蓝图3.0。

### 3.3.2 交付设计的透明化

时间进程计划和结果的透明化，用户知道设计的时间计划安排，包括关键节点的时间计划，并且总周期没有超过事先的约定，同时实时了解实际发生的设计时间进程。

成本费用计划和结果的透明化，用户知道设计的成本费用计划，成本费用主要包括人工（含差旅）、材料消耗、设备加工/损耗费、水电气、工具及劳保用品消耗等费用，同时用户实时了解实际发生的成本费用（含变更成本费用）。

安装集成计划的透明化，用户知道安装集成的计划，包括安装集成所需的硬件（基建、水电气、环境、工具等）和软件条件、人员配置、安装集成的关键节点及周期（准备、进场、安装、局部/部件调试、联调、验收等）。

### 3.3.3 服务设计的透明化

应用培训服务信息透明化：对用户提供产品的应用服务，包括产品的应用场景（功能及效果）、操作、耗材及基础保养等，特殊的产品培训还需要考核，发放上岗证或技能等级证书。

售后维保服务信息透明化：让用户知道保期内和保期外的权利和义务，维保渠道（全球联保/全国联保/区域质保、厂家质保/经销商质保）。

终生价值服务信息透明化：让用户知道产品的二手市场价值，并提供相应的一站式服务。

## 3.4 制造透明 Manufacturing transparency

### 3.4.1 远程透明监造

进程透明化：制造过程对用户透明，包括制造的工厂、原材料、加工车间、加工工艺、加工批次、加工设备、加工人员、质检人员和入库等。

材料透明化：物料的透明，物料有：原材料、半成品、成品。

工艺透明化：工艺透明包括工艺路线和工位的透明。

成品透明化：成品的库位、库存、车间班组、设备/模具、批次、规格型号、产能、质检、合格率、质保期；成品的包装、商品码（如果是定制产品，还有序列号）、国标码（外贸业务）。

### 3.4.2 在线透明质检

标准透明化：质检的标准透明，让用户知道是国际标准、国家标准、地方标准、还是行业标准，标准中的参数以及检测方法（含检测设备、检测频次）。

检测透明化：检测的结果透明，让用户实时知道实际的检测方法、检测人员和检测结果（参数），甚至用户可以观看/参与检测过程。

## 3.5 交付透明 Delivery transparent

交付透明化：用户能及时了解入库、发运、送货、收货、安装、验收等全过程。交付透明包括发货计划透明、物流进度透明、送货安装透明、验收透明。

### 3.5.1 发货计划透明

计划发货的时间信息透明：客户/用户下达订单或签订合同后，就让对方知道计划发货时间，如果是分批次发货，也知道每批次的发货时间。

计划发货的内容信息透明：每批次发货包含哪些产品和配件，如果是分包装，也知道总共几包，每包含哪些产品和配件，必要时也要知道包装尺寸和重量等。

发货渠道信息透明：快递：快递号、快递公司。运输公司：运输公司名称、运输模式（航运、铁路、公路、水运等）。

预计到达时间信息透明：客户/用户知道发货时间的同时，也要知道预计到达时间，便于客户/用户安排工作或生活。

联系人信息透明：在收货前后，有任何问题可以直接联系解决，尤其是发货过程与计划偏差较大时，或收到的货物不符或受损时，一站式服务，直接受理，快速解决。

### 3.5.2 物流进度透明

让客户/用户知道实际物流的详细过程。

快递信息透明：目前快递公司都能提供详细的物流资料。

运输公司信息透明：运输工具的编号，如航班班次、汽车车牌等；负责人员/运输人员及联系方式；运输路线信息透明；运输时间；中转站、中转时间及中转信息（确认无破损或无串货）；整车发运/零担发运；必要时知道过程中每一阶段的费用等。对于冷链或生鲜食品，知道过程中的温度和湿度，甚至可见产品的外观和状态。

### 3.5.3 送货安装透明

让客户/用户提前知道送货和安装时间，知道送货人员和安装人员，便于客户/用户的时间安排，做到一次性收货和一次性安装完成，避免多次收货或多次安装增加用户的负担，同时也增加物流成本和人工成本。

### 3.5.4 验收评价透明

让客户/用户知道验收标准、验收方法、验收时间和验收人员，参与整个验收过程，确认和认可验收结果。

## 3.6 服务透明 Service transparency

### 3.6.1 应用服务透明化

培训透明：产品交付时提供应用培训服务，从培训内容、方式计划，到培训的实施和满意度评价，通过在线方式全程交互，形成记录。

咨询透明：围绕产品和服务的售前、售中和售后咨询，咨询范围、内容和咨询者信息等均公示公开，并即时响应，全程记录，可供查询。

### 3.6.2 维保服务透明化

维保透明：产品使用过程中的保养和维修，能够在线预测、预告提示、在线指导并记录。

升级透明：系统软件保持周期化升级，预告提示，侦测版本信息。硬件升级及时预告，并建立更新方案。

### 3.6.3 资产服务透明化

产品使用过程中，其资产价值发生变化，包括财务折旧，或二手市场估值或其他特殊价值等信息，由厂商提供相应数据，提示用户或资产所有方。基于委托，也可以由厂商代办资产处置，并透明其交易过程，规范让渡相关权益。

## 3.7 场景透明 Scene transparency

现场可视化：制造工厂（或建造工地、农产品基地等）现场，相关建筑、道路、设施设备等，能提供给用户或参访者便捷参观、体验、感知整体样貌、生产环境、工艺制程、包装质检、材料库存等场景和信息。

工厂景观化：以上环境和设施等整洁优美，整体园林化，局部景观化。

## 3.8 延展透明化

企业在基础性六项透明的前提下，通过扩展性的三项透明来进一步提升整体透明度。具体包括：企业对内协作的透明化，主要指面向企业内部员工，实现分工透明、协作透明、绩效透明和分配透明；企业对外协同的透明化，主要指面向上游供应商的信息对称、透明协同和面向下游分销代理商的信息对称、透明协同；企业面向监督方

的治理透明化，主要指向质量、环境、用工、财税等方面的信息对称和合规经营，以及面向市场、社区的公共事务、公益活动、投资者关系等透明化。

### 3.9 专家评审 expert review

从南京市企业数字化转型研究会专家库随机抽取数名专家组成评审小组，并由专家评审小组根据本标准要求开展评价的过程。

### 3.10 企业提供 provided by enterprises

参与透明工厂申报的企业，对本标准要求的评价内容出具财务数据、企业组织架构、品牌建设资料等。

### 3.11 实际调查 actual investigation

采取电话调查、现场调查、电邮调查以及网络调查等方法完成信息核查和综合评估等任务。

## 4 评价机制

政府推动指导、企业自愿参评、社团牵头组织、专家参与把关、社会公开监督。

## 5 评价原则

5.1 以提升企业的透明工厂建设能力为根本目的，科学、规范、合理地制定透明工厂的团体标准评价体系。

5.2 以市场为主导、企业自愿参与为基本原则，由南京市企业数字化转型研究会协调各方资源，公平、公正、公开地开展评价。

5.3 以透明工厂中需求透明、设计透明、制造透明、交付透明、服务透明和场景透明，以及品牌影响力、企业社会责任等为主要评价基础，根据客观事实开展评价。

5.4 以跟进督导作为评价工作机制，不搞终身制，三年一复审。

## 6 评价规则

### 6.1 评价频次

透明工厂评价每年进行一次。

### 6.2 企业申报条件

6.2.1 企业应具有合法的经营资格，如果属于特殊监管行业还需具有生产许可、认证等相关资质。

6.2.2 企业重视透明工厂品牌的使用和保护，企业或其法人已在中国（含港澳台地区）境内注册商标，且该商标的注册时间满三年。

6.2.3 企业在中国行政区域内登记注册满三年；若企业为子公司，参评透明工厂品牌的持有者和使用者均应是在中国内注册的子公司。

6.2.4 企业的经营活动应符合国家有关法律法规和产业政策规定，近三年无质量、安全、环保等重大责任事故。

6.2.5 高新技术企业、市级以上自主创新产品企业可不受注册三年期限的限制。

6.2.6 企业依法诚信经营，切实履行社会职责，具有良好的信用记录和社会信誉。

6.2.7 企业在同行业中具有较大的竞争优势，明显处于省内领先地位。

6.2.8 企业的产品、服务或主要经营范围知名度较高，受到社会大众普遍认可与主流媒体关注。

6.2.9 企业的产品、服务或主要经营范围在“透明工厂团体标准体系”中的某一项评价准则的范围之内。

### 6.3 评价体系

6.3.1 评价指标体系由透明工厂基础评价和综合评价构成，总评分 200 分。

6.3.2 透明工厂基础评价包括需求透明（20分）、设计透明（10分）、制造透明（40分）、交付透明（20分）、服务透明（30分）、场景透明（20分）等六个方面，分值共计140分。

6.3.3 透明工厂延展评价包括内部协作透明（20分）、外部协同透明（20分）、合规监管透明（20分）等三个方面，分值共计60分。

6.3.4 综合评分达到总额分的50%，即100分，为1A级透明工厂；综合评分达到总额分的60%，即120分，为2A级透明工厂；综合评分达到总额分的70%，即140分，为3A级透明工厂；综合评分达到总额分的80%，即160分，为4A级透明工厂；综合评分达到总额分的90%，即180分，为5A级透明工厂；

## 7 评价程序

### 7.1 申报阶段

申报阶段的内容包括：

- a) 工作领导小组在公众媒体刊登申报公告；
- b) 有意向参评的企业通过南京市企业数字化转型研究会官方网站或微信公众号在线填写企业基本信息，提交证明材料，下载《自愿参评承诺书》并填写、盖章确认后上传；
- c) 工作领导小组或各行业协会进行申报资格初审，并签署推荐意见。

### 7.2 资料受理

评价委员会在规定的期限内对申报参评企业提供的资料及有关情况进行审核，并通过国家企业信息信用公示系统、中国法院裁判文书网、天眼查、市场监管部门、税务部门等，对参评企业近三年是否存在违法违规情况进行查询审核，并将作为评价委员会全体会议的重要评选依据。

## 7.3 评价阶段

评价委员会按照评价体系组织开展评价工作。

### 7.3.1 组建评价专家组

由南京市企业数字化转型研究会从其专家库内，公开、随机抽选 5 名以上专家，组成评价专家组。由评价专家组按评定标准对参评企业提供的相关材料进行把关与评审。评审专家应遵守评审专家工作守则的要求（见附录 C），并签署《透明工厂评审专家承诺书》（见附录 D），确保评审专家能履行相关保密义务，遵守评标纪律。

评审专家主要针对需求透明、设计透明、制造透明、交付透明、服务透明和场景透明，以及品牌影响力、企业社会责任等为主要评价基础，根据客观事实开展评价。评价完毕后，评审专家协同评审委员会对完整的综合打分表进行复核。

### 7.3.2 企业材料核查

评价委员会对企业填报的《透明工厂申报表》等材料进行核查，根据评价打分标准记录分数。评价委员会应遵守评价委员会工作守则的要求（见附录 A），并签署《透明工厂评价委员会委员承诺书》（见附录 B），确保评价委员会委员严格遵守职业道德，客观、公正地履行评审委员的职责。

### 7.3.3 实际调查

评价委员会围绕各行业参评工厂与透明工厂特征要求和相关标准的符合度，通过互联网平台检索、上门、走访、征询监管部门等多种形式进行调查。

### 7.3.4 整合评价结果

对参评品牌完成所有评价工作流程，在此基础上整理、分类评价结果，形成初步的排序名单，提请评价委员会审议通过。

### 7.3.5 结果公示

通过南京市企业数字化转型研究会官方网站、微信公众号及其他新媒体传播渠道，将评价结果向社会公示7个工作日，接受社会广泛监督。对存有异议的品牌，需经过查证后报评价委员会审议，进而确定最后的入围名单，并进行公告。

### 7.3.6 表彰奖励

对获得透明工厂认定的企业提供以下奖励与支持：

- a) 获得透明工厂认定的企业，可向南京市企业数字化转型研究会申请制作《透明工厂证书和牌匾》，由研究会统一颁发、授予荣誉；
- b) 在主流公众媒体公布透明工厂名单，通报表彰入选企业；
- c) 纳入透明工厂库，作为中国数字化转型标杆企业重点培育、宣传、推广和保护的对象；
- d) 享有在认定企业的包装物上或品牌宣传活动中使用透明工厂标志资格（标注期三年）。

## 8 评价的应用与监督

### 8.1 品牌培育指导

8.1.1 通过透明工厂认定后，由南京市企业数字化转型研究会邀请相关专家，为参评企业举办专题培训辅导，进一步增强透明工厂培育成效。

8.1.2 跟踪参评品牌的发展状况，支持企业根据评价标准制定透明工厂改进提升方案，不断提升透明工厂培育成效；对于本年度未通过评审的工厂企业，列入重点跟踪培育数据库，实施跟踪辅导培育，提供针对性辅导。

8.1.3 不定期组织专家考察团，赴参评企业进行调研指导，持续提升企业的透明工厂品牌意识和管理水平。

8.1.4 整合透明商业专家、研究机构、服务机构、各类媒体等资源，举办透明工厂的交流研讨、宣传推广等活动，不断营造争创透明工厂的社会氛围。

## 8.2 取消资格

8.2.1 获得透明工厂认定的企业，在标注有效期内将接受社会公众广泛监督。

8.2.2 若发生以下情形时，应取消其透明工厂认定资格，并收回其证书和牌匾： a) 涉及虚假宣传，侵害消费者合法权益并经查实的企业；

b) 存在偷税、漏税等违法违规行为并经查实的企业； c) 发生重大公关事故和声誉事故并经查实的企业；

d) 其他违法违规经营的行为并经查实的企业。

## 9 复审要求

### 9.1 复审原则

复审应遵循如下原则：

- a) 尊重市场；
- b) 客观、公正、全面、科学；
- c) 企业自愿申报。

### 9.2 复审对象

获得透明工厂认定三年期满的企业。

### 9.3 复审程序

复审程序如下：

- a) 由复审企业自主提交申请并报送相关资料；

b) 复审工作小组结合企业上报的复评材料、复审调查报告，拟定通过复核的名单，提请评价委员会审定；

c) 对通过会议审定的企业进行7个工作日社会公示，接受社会广泛监督。对存有异议的品牌，需经过查证后报评价委员会审议，进而确定最后的复审通过名单，并进行公告。

## 9.4 需提供的自评资料

自评资料包括：

- a) 企业复审申报表；
- b) 企业复审相关支撑材料。

## 10 标识管理办法

### 10.1 总则

10.1.1 透明工厂是中国制造业的新名片，是中国制造向中国创造转变的重要标志之一，是对制造业、建筑业和农业种植业企业争创新业态、新模式和商业新文明的一个综合性、高质量和高水平的评价。

10.1.2 为保护透明工厂知识产权，保证标识规范使用，依据《中华人民共和国著作权法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》等有关法律法规，特制定标识管理办法。

10.1.3 透明工厂标识经南京市企业数字化转型研究会备案为官方标志，备案内容主要包括：



**透明工厂**  
TRANSPARENT FACTORY

- a) 透明工厂标识以地球简图表达透明制造已成为全球制造生态，字母T代表透明化，同时表达在平台化制造系统下垂直领域的专业化造诣。
- b) 地球体以卫星环绕，表达透明工厂以数智技术为底层，实现生产者、管理者和消费者之间的数据共享、信息对称。
- c) 右侧透明工厂中英文，以蓝色为基础，渐次透明色，表达透明化的价值追求和透明化的迭代过程。
- d) 透明工厂标识标准色为天蓝色（#87CEEB），除了传承洁净、清新、广阔的含义之外，还突显了透明工厂的生态性和未来感；
- e) 透明工厂标识由南京市企业数字化转型研究会发布与管理。南京市企业数字化转型研究会作为代表人申请官方标志备案，负责标识使用管理的日常工作。

## 10.2 标识使用

10.2.1 透明工厂标识主要用于南京市企业数字化转型研究会推动中国制造业发展的工作，以及标志管理部门确定的其他使用。

10.2.2 透明工厂标识的使用应符合以下要求：

- a) 标识使用的主体是南京市企业数字化转型研究会，以及标志管理部门确定的其他单位；
  - b) 标识使用的目的是推动中国制造业的发展，凝聚社会共识，营造良好氛围，发挥透明工厂引领作用，为打造国家级、世界级制造品牌注入强大动力，促进江苏经济高质量发展；
  - c) 标志管理部门确定的其他使用。通过透明工厂评定的企业可以使用透明工厂标识，但需要向标志管理部门提交申请，申请通过并签署《透明工厂标识使用协议》。
- 10.2.3 透明工厂标识使用范围包括：
- a) 推动透明工厂发展的展览会、博览会、展示会、授权企业官方网站宣传等；
  - b) 推动品牌发展的论坛、研讨会、报告会、交流会等；

c) 标识管理部门确定的其他使用范围。

10.2.4 透明工厂标识合作方使用标识图案，应经南京市企业数字化转型研究会授权后统一发送标识源文件。

10.2.5 透明工厂标识使用要保证规范性、合法性、严肃性,任何单位或个人不得将标识进行拆分、歪曲、篡改等变形使用，或将标识作为其他图案的组成部分使用。

## 10.3 标识管理

### 10.3.1 标识管理部门共同研究确定以下重大事项

- a) 标识使用管理办法的制定、发布、修订等；
- b) 确定标识使用的其他单位；
- c) 确定标识使用的其他范围；
- d) 其他重大事项。

### 10.3.2 标识日常管理部门负责以下具体工作

- a) 提出需要讨论确定的重大事项方案；
- b) 办理标识备案手续、指导监督标识使用、维护标识合法权益等；
- c) 其他日常工作。

## 10.4 标识保护

10.4.1 透明工厂标识管理部门应依法保护透明工厂标识的知识产权。

10.4.2 任何单位或个人不得将透明工厂标识或与标识近似的图案作为商标注册和使用。

10.4.3 社会各界均可监督透明工厂标识的使用，欢迎对违规使用标识、侵犯标识知识产权的行为进行举报。

## 附录 A

(规范性附录)

### 透明工厂评价专业委员会委员工作守则

A.1 评价委员会的职责是依据《透明工厂评价通则》对企业申报的品牌按照“集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效”的原则开展工作，力求评选结果的客观性、公正性、准确性。

A.2 全体委员应按照《透明工厂评价通则》的规定，不应接受任何单位和个人的提示或暗示，应按照个人研判，独立对入围企业品牌进行客观、公正的评价。

A.3 全体委员要严格遵守工作纪律、严格执行审查程序，坚持集体审查、民主集中制的决策原则，任何人不得诱导或压制不同意见。

A.4 全体委员要严格遵守保密规律，保守企业的商业机密、知识产权；评价委员会委员不得在不适当场合议论或泄露。

A.5 全体委员要按照规定对送审材料进行把关，准时参加评价会议，不应无故缺席。

A.6 评价委员会成员不得接受请托，应遵守廉洁、公正、公平的原则，不得因个人关系对某品牌蓄意人为加分。

A.7 评价委员会成员应严格按照评比标准进行，不得以个人喜好进行评审，评审应当有理有据。

A.8 如发现违反上述规定的委员，将依据违规的情况及造成的影响做出相应处理，直至取消评价委员会成员资格。

A.9 评价委员会需达到规定参加人数方可进行评选。

A.10 评价委员承诺书应符合附录B的要求。

## 附录 B

(规范性附录)

### 透明工厂评价专业委员会委员承诺书

本人已阅读并了解《透明工厂评价专业委员会委员工作守则》，遵循集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效的原则开展评价工作，本人作为透明工厂评价专业委员会委员，郑重承诺如下：

1) 为履行评价委员会成员职责，依据《透明工厂评价通则》的规定，对企业申报的品牌进行科学、真实地评价，本人愿为评选结果的客观性、公正性、准确性尽责，根据个人的研判对提名的企业品牌进行科学、公正的评价。

2) 本人承诺，在完全独立的条件下进行透明工厂评价，严格遵守国家有关廉洁自律的要求，拒绝任何单位和个人的礼金、礼卡等好处，以保证评价的公正性。

3) 本人承诺，在评价会议上充分表达个人对评价品牌的意见和判断，评价结果坚持集体审查、民主集中制决策原则。

4) 本人承诺，对评价对象、评价过程、评价资料、评价结果不擅自议论和泄露，对被评价的企业信息严格保密，保守企业的商业秘密、知识产权，严于律己，公正廉洁，严格按照有关规定、程序进行评价。

5) 本人承诺，对送审材料认真审查，按规定准时参加评价会议，不无故缺席。

6) 本人承诺，遵守廉洁、公正、公平的原则，在参加评价工作之前，不单独接受被评价单位的拜访、礼请和咨询，不以个人关系对某品牌蓄意人为加分。

7) 本人承诺，如违反上述规定，愿意按《透明工厂评价专业委员会委员工作规则》的规定接受相关处理。

承诺委员（签名）

签署时间：年/月/日

## 附录 C

(规范性附录)

### 透明工厂评审专家工作守则

1 透明工厂评审专家从南京市企业数字化转型研究会专家智库中抽取，透明工厂评价专业委员会审核选定。为严肃评审纪律、规范专家行为，保证透明工厂评审质量，透明工厂评价专业委员会制定评审专家工作守则。

2 评审专家须严格按照《透明工厂评价办法》进行评审，保持对各企业品牌评分尺度，不因个人偏见、喜好肆意提高或压低某一品牌分数，应保证客观、公正、真实并承担个人责任。

3 评审专家如因个人或其他原因无法准时出席品牌评审会议，需提前和评价委员会联系，不无故缺席。

4 评审专家在评审前，不得接受关联企业请托、礼请，遵守廉洁、公正、公平的原则，不得因个人关系对某作品蓄意人为加分。

5 评审专家须遵守保密规律，保守企业的商业机密，保护知识产权，不得在不适当场合议论或泄露。

6 如有评审专家和评审企业存在影响评审独立性的关系，评审专家需如实申请回避。

7 评审结束后，评审专家需按要求在规定时间内完成评分，并将综合打分表、现场评审意见及建议反馈表等提交评价委员会。

8 如发现在评审过程中存在违规违纪等不公平行为的，应及时向评价委员会报告并加以制止。

9 受邀的专家必须亲自参加评审，不得委托他人替代。

10 评审时应各自独立进行评审，不得发表具有倾向性、诱导性的见解，不得对其他评委的评审意见施加任何影响。

11 如发现违反上述规定，将依据违规的情况及造成的影响做出相应处理，直至取消现场评审专家资格。

## 附录 D

(规范性附录)

### 透明工厂评审专家承诺书

为遵循“集体审议、科学决策、公正严谨、规范高效”的评价原则，本人作为透明工厂评审专家，郑重承诺如下：

1. 本人承诺，严格遵守《透明工厂评价通则》《透明工厂评审专家工作守则》的规定，对申报企业进行评审，对评审结果的客观性、公正性、准确性负责，根据个人的研判对提名的企业品牌进行科学、公正的评价。
2. 本人承诺，将按照《透明工厂评价通则》的规定，认真研究申报单位提交的申报材料，严格遵守职业道德，客观、公正地履行评审专家的职责，对评审过程中提出的评审意见承担个人责任。
3. 本人承诺，在完全独立的条件下进行评审工作，拒绝任何单位和个人的提示或暗示，保证评审的公正性。
4. 本人承诺，在评审过程中充分发扬民主，对有争议的内容与评审专家进行集体讨论并表决，遵循少数服从多数的原则，不得对外宣传与评审有关的情况。
5. 本人承诺，将严格遵守保密规定，不得擅自向任何单位或个人泄露评审过程、结果等相关信息，对参评企业信息严格保密。
6. 本人承诺，将保守参评企业的商业机密，保护知识产权；严于律己，公正廉洁，严格按照有关规定、程序进行评审。
7. 本人承诺，不接受任何参评企业赠送的礼品礼金、有偿证券、购物券、回扣、佣金；不接受关联企业请托、礼请，不因个人关系对某作品蓄意人为加分。
8. 本人承诺，将妥善保管相关评审文件，不私自保存、复制，评审结束后及时上交评价委员会。
9. 本人承诺，如违反上述规定，愿意按《透明工厂评价专业委员会委员工作规则》的规定接受相关处理。

评审专家（签名）

签署时间：年/月/日

附录 E

(规范性附录)

透明工厂评价指标体系

| 一、透明工厂基础评价 (140分) |      |     |                                 |              |    |
|-------------------|------|-----|---------------------------------|--------------|----|
| 一级指标              | 二级指标 | 分值  | 评分要点                            | 数据来源         | 得分 |
| 需求透明<br>(20分)     | 标采透明 | 2   | 清晰的标采入口, 覆盖主要品类, 方便的交互操作。       | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 配置透明 | 5   | 清晰的配置入口, 体现重点品类, 方便的交互操作。       | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 定制透明 | 5   | 清晰的配置入口, 突出创新品类, 方便的交互操作。       | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 需求反馈 | 3   | 基于需求的智能化虚拟呈现, 不少于2次的蓝图生成和反馈确认。  | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 需求协议 | 5   | 基于需求交互的智能协议, 产品设计、交付和服务等内容在线合约。 | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 设计透明<br>(10分)     | 设计信息 | 4   | 设计人、设计平台、设计规范、设计计划等信息。          | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 设计过程 | 3   | 不少于2次的设计成果反馈、确认。                | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 设计组合 | 3   | 产品设计+交付设计+服务设计。                 | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 制造透明<br>(40分)     | 排产同传 | 10  | 排产信息同步, 产程调整同步。                 | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 要素盯盘 | 10分 | 所在产线、主要工艺、核心部件、生产人员和管理人员信息对称。   | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 在线监造 | 10分 | 生产现场、生产规范、生产进度信息对称。             | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 远程质检 | 10分 | 检测系统、设备、标准、结果, 检测人、资格, 检测报告。    | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 交付透明<br>(20分)     | 物流信息 | 10分 | 物流承运方、送货人、物流费用、保险、运单号           | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                   | 包装信息 | 5分  | 内包装、外包装, 包装标准、包装警示。             | 在线审察         |    |

|                         |        |     |  | 企业提供         |    |
|-------------------------|--------|-----|--|--------------|----|
|                         | 在途信息   | 5分  | 在途过程信息、变动到达时间、接收信息。                        | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 服务透明<br>(30分)           | 安装服务   | 10分 | 安装服务权益、安装标准及流程、安装作业记录、安装测试记录。              | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                         | 使用服务   | 10分 | 使用培训、使用指导、在线咨询、使用报告。                       | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                         | 资产服务   | 10分 | 资产净值、资产回收、资产处置。                            | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 场景透明<br>(20分)           | 建筑透明   | 5分  | 主体建筑中有明显的透明化元素，或体现出一定的透明化风格。               | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                         | 现场透明   | 5分  | 在生产车间、研发中心、物料库房等典型场所，有明显的透明化元素，呈现一定的透明化风格。 | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                         | 环境生态   | 5分  | 整体环境、能耗排放等体现绿色、优美、低碳特征风格。                  | 在线审察<br>企业提供 |    |
|                         | 参访交互   | 5分  | 参访接待、展示交流体现开放、共享精神，具备良好的交互体。               | 在线审察<br>企业提供 |    |
| 基础评价<br>累计得分            |        |     |  |              |    |
| <b>二、透明工厂扩展评价 (60分)</b> |        |     |  |              |    |
| 一级指标                    | 二级指标   | 分值  | 三级指标                                       | 数据来源         | 得分 |
| 内部协作<br>透明化<br>(25分)    | 1.分工透明 | 3分  | 1) 岗位责、权、利透明<br>2) 岗位任职资格能力透明              | 企业提供<br>专家评价 |    |
|                         |        | 2分  | 3) 职位任免规范透明<br>4) 职位任免信息透明                 | 企业提供<br>专家评价 |    |
|                         |        | 4分  | 1) 公司工作目标、任务透明<br>2) 岗位人员工作计划和当前作业透明       | 企业提供<br>专家评价 |    |
|                         | 2.协作透明 | 3分  | 1) 不同工作项质量标准透明<br>2) 不同作业项工作流程透明           | 企业提供<br>专家评价 |    |
|                         |        | 3分  | 3) 不同部门协作流程透明                              | 企业提供         |    |

|                      |         |     |  |              |  |
|----------------------|---------|-----|--|--------------|--|
|                      |         |     | 4) 不同岗位协作流程  | 专家评价         |  |
|                      | 3.绩效透明  | 5分  | 1) 绩效目标设置及考核规范透明<br>2) 绩效考核过程透明<br>3) 绩效考核结果及评价透明                                      | 企业提供<br>专家评价 |  |
|                      | 4.分配透明  | 5分  | 1) 薪酬等级标准和调薪机制透明<br>2) 同级团队内业绩性奖励分配透明  | 企业提供<br>专家评价 |  |
| 外部协同<br>透明化<br>(20分) | 1.供应链透明 | 10分 | 1) 面向上游供应链信息对称<br>2) 面向下游代理商信息对称   | 企业提供<br>专家评价 |  |
|                      | 2.协作链透明 | 10分 | 1) 制造外协方的信息对称<br>2) 用工外协方的信息对称<br>3) 维保外协方的信息对称<br>4) 研发外协方的信息对称<br>5) 营销外协方的信息对称      | 企业提供<br>专家评价 |  |
| 合规监管<br>透明化<br>(15分) | 1、监管透明  | 10分 | 1) 质量类监管, 信息对称<br>2) 环境类监管, 信息对称<br>3) 竞争类监管, 信息对称<br>4) 劳动类监管, 信息对称<br>5) 财税类监管, 信息对称 | 企业提供<br>专家评价 |  |
|                      | 2、治理透明  | 5分  | 1) 承担公共职责方面<br>2) 承诺慈善行动方面<br>3) 参与社区建设方面  | 企业提供<br>专家评价 |  |
| 扩展评价<br>累计得分         |         |     |  |              |  |
| 累计总分                 |         |     |  |              |  |
| 评分核算人                | 年 月 日   |     |  |              |  |
| 复核人                  | 年 月 日   |     |  |              |  |

综合评分达到总额分的50%，即100分，为1A级透明工厂；综合评分达到总额分的60%，即120分，为2A级透明工厂；综合评分达到总额分的70%，即140分，为3A级透明工厂；综合评分达到总额分的80%，即160分，为4A级透明工厂；综合评分达到总额分的90%，即180分，为5A级透明工厂。

## 参考文献

- [1] GB/T 29186-2012 品牌价值 要素
- [2] GB/T 29187-2012 品牌评价 品牌价值评价要求
- [3] GB/T 31041-2014 品牌价值 质量评价要求
- [4] GB/T 31042-2014 品牌价值 服务评价要求
- [5] GB/T 31043-2014 品牌价值 技术创新评价要求
- [6] GB/T 36680-2018 品牌 分类
- [7] DB32/T 3193-2017 企业商标管理规范
- [8] SB/T 10401-2006 商品售后服务评价体系
- [9] T/CANA 002.1 ~ 002.4-2020 企业品牌建设指南
- [10] T/CEEAS 001-2021 中国新经济企业评价准则
- [11] T/NBS 0101-2017 品牌认证
- [12] GB/T 24001 环境管理体系要求及使用指南
- [13] GB/T 22117 信用 基本术语
- [14] GB/T 31950 企业诚信管理体系
- [15] T/BMPA 0001-2022 价格诚信评价通则
- [16] GB/T 27925-2011 商业企业品牌评价与企业文化建设指南