

T/HBCC

河北省商业联合会团体标准

T/HBCC 015—2024

燕赵名品评价通则

2024 - 8 - 28 发布

2024 - 9 - 1 实施

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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由河北省商业联合会提出并归口。

本文件起草单位：河北省商务标准化技术委员会、河北省标准化研究院、河北省品牌促进会、河北省商业联合会、河北省农产品市场协会、邢台市商业联合会、河北农业大学、石家庄双鸽食品有限责任公司、衡水电机股份有限公司、河北衡水老白干酒业股份有限公司。

本文件主要起草人：陈彦报、李贵良、刘东清、武志辉、陈红鑫、赵明英、何连海、刘宁、高秋菊、周庆河、贺延昭。

燕赵名品评价通则

1 范围

本文件确立了燕赵名品的评价原则和组织，规定了评价程序、标识及使用的要求。

本文件适用于河北省行政区域内农业、工业和服务业领域开展的高品质产品和服务的评价活动。（本文件适用于燕赵名品评价）

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

燕赵名品 Yan Zhao Famous Products

在河北省内注册的组织，向社会提供的具有燕赵文化特色、创新能力强、品质卓越、品牌效应好、市场规模大、经济和社会效益显著的自主品牌产品。

注：包括农业、工业、服务业和文创领域产品。

4 评价原则

评价应遵循以下原则：

- a) 政府指导：促进地方特色品牌建设、提升产品质量、保护消费者权益等方面发挥着关键作用。
- b) 标准引领：根据产品的特性和市场需求，制定科学合理的标准体系，确保标准的实用性和可操作性。
- c) 企业（组织）自愿：企业（组织）有权决定是否提交申请，不受任何组织或个人的干涉。
- d) 社会参与：组织、企业、行业协会、媒体以及广大消费者等社会各界应参与评选、推广和保护工作。
- e) 公平公正：评价过程实事求是，机会平等，客观中立。

5 评价组织

5.1 受政府职能部门委托，评价工作由河北省商业联合会负责组织实施。

5.2 河北省商业联合会应建立专家库，定期组织培训。

5.3 河北省商业联合会应组建评价专家委员会，实行主任负责制。评价专家委员会从专家库中抽取专家组成评价专家组并设组长。

5.4 评价专家组完成评价后，将评价结果提交评价专家委员会。

6 评价程序

6.1 评价流程

评价流程见图1。

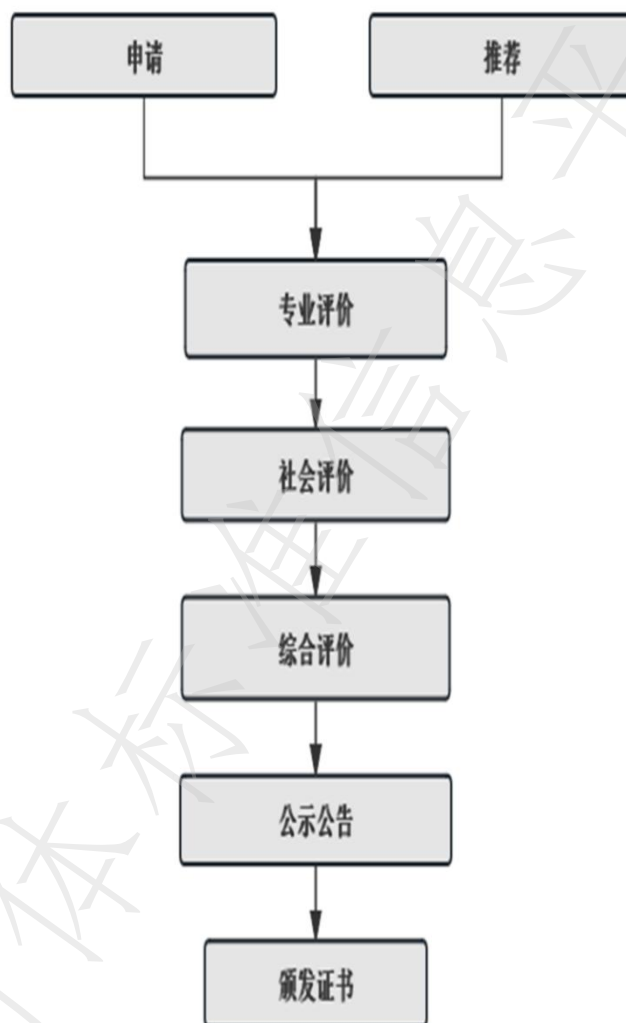


图1 评价流程

6.2 申请与推荐

6.2.1 企业（组织）自愿申请或由所在地市商务主管部门及相关行业协会等组织进行推荐。申报主体应至少满足以下要求：

- a) 注册地、生产地在河北省内；
- b) 申报企业或组织具备独立法人资格，合法经营，证照手续齐全；
- c) 在国内注册商标两年以上，注册商标有效且无产权纠纷，注册范围应涵盖申报产品；
- d) 遵纪守法、诚信经营，严格按本标准要求申请相关活动；
- e) 生产的产品符合国家有关法律、法规、标准和产业政策的规定。

6.2.2 申报产品应符合以下条件：

- a) 标准：申报产品应按照产品按照合法、有效的先进标准连续生产三年以上。
- b) 商标：商标应具有显著特征，便于识别，能够区分不同商品或服务的来源。
- c) 检验：产品应经过法定机构或具有相应资质的检验机构进行质量检验，并取得合格报告或认证。

d) 质量:企业应具有健全并有效运行的质量管理体系,未发生重大质量责任事故。

6.2.3 出现以下情况之一,不应参与评选:

- a) 近3年内发生质量安全、生产安全、环境污染、公共卫生、食品药品安全、公共安全和农产品质量安全事故;
- b) 近3年内其他违反法规规章的行为;
- c) 因严重侵害消费者权益,被行政机关和消费者权益保护组织披露、约谈;
- d) 产品或服务评价结论为不符合。

6.2.4 申报材料包括但不限于:

- a) 自评报告(含申报企业组织概况),内容应按照附录A的指标项进行编写;
- b) 营业执照、生产许可证、经营许可证、其他行业许可证;
- c) 申报产品商标注册证书、执行标准、产品检测报告;
- d) 其他证明材料(包括但不限于:质量管理、标准领先、产品创新、品牌价值、经济效益、社会效益介绍及佐证材料)。

6.2.5 企业(组织)应对提交申请材料的真实性、符合性、有效性负责。

6.3 专业评价

6.3.1 评价依据

6.3.1.1 应按照燕赵名品专业评价指标体系进行评价,见附录A;

6.3.1.2 不同行业类别可根据行业特征,在燕赵名品专业评价指标体系一级指标的构架下对二、三级指标进行调整。

6.3.2 资料评价

评价专家组应根据评价依据进行打分,形成资料评价报告,见附录B。其中:

a) 形式审查:评价专家组对申报材料的真实性、符合性、有效性进行审查,对资料不完整的要求申报企业(组织)补充材料。

b) 开展评价:可按专业、地域等方面分成若干评价专家组,同时开展评价工作。

d) 资料上报:资料评价结束后,评价组组长将评价记录、评价报告以及有关证实性资料汇总统计并上报评价专业委员会。

6.3.3 现场核实

评价组对企业(组织)申报资料内容的真实性、符合性、有效性等存疑时,应组织现场验证,应进入现场核实。

6.4 社会评价

企业(组织)提供体现社会满意度的佐证材料,参照大众点评等平台的测评情况。对平台评分情况进行统计,并按照评分情况进行转换得分,形成社会评价结果。

6.5 综合计分

综合专业评价和社会评价结果按比例折算计分,折算方法见公式(1)。按照综合折算分数排名形成建议名单。

$$H = Z \times 90\% + S \times 10\% \quad (1)$$

式中:

H ——综合折算分;

Z ——资料评价分数;

S ——社会评价分数。

6.6 评价结果

评价满分为100分，评分 ≥ 80 分为通过。

6.7 公示公告

6.7.1 公示

评价专家委员会将建议名单，通过河北省商业联合会公众号平台向社会公示，期限为7个工作日。

6.7.2 异议处置

对公示有异议的，经河北省商业联合会查实后，对企业（组织）进行核实。核实成立的，取消其获评资格。

6.7.3 公告

公示无异议后，由河北省商业联合会通过公众号平台发布公告。

6.8 颁发证书、牌匾

河北省商业联合会对获评产品颁发燕赵名品证书及牌匾。

7 标识及使用

7.1 燕赵名品标识样式见附录B。

7.2 燕赵名品评价结果有效期为4年。

7.3 燕赵名品到期再评价，应在有效期届满3个月前，提出再评价申请。

7.4 应按照如下要求，使用燕赵名品标识：

- a) 燕赵名品获评方，可在其获评产品及其包装、装潢、说明书、广告宣传以及有关文字材料中使用统一规定的燕赵名品标识；
- b) 燕赵名品标志使用时，应按规定的式样按比例放大或缩小，不应更改标识的比例关系和色相；
- c) 燕赵名品标识只能使用在与获评产品相一致的产品或服务上，不应扩大使用范围；
- d) 任何组织和个人不应伪造、变造、冒用、买卖和转让燕赵名品标识。

8 跟踪监督

8.1 有效期内，河北省商业联合会应对燕赵名品标识的使用进行跟踪监督。

8.2 监督不合格或不接受监督，则判定监督不通过，按规定对标识做暂停使用或撤销处理。

8.3 燕赵名品标识被恶意使用或使用不当，给燕赵名品带来负面影响时，河北省商业联合会应有权收回其使用权，并保留追究其法律责任的权利。

8.4 发生各类重大安全事故，河北省商业联合会应收回获评组织的证书、牌匾，并终止其燕赵名品标识使用权。

附 录 A
(规范性)
燕赵名品专业评价指标体系

燕赵名品专业评价指标体系见表A.1。

表 A.1 燕赵名品专业评价指标体系

一级指标	二级指标	三级指标
品质卓越 30分	质量文化 4分	高层领导带领组织建立质量文化体系,持续开展质量文化建设和宣传推广活动。(4分)
	质量管理 15分	申报产品相关的管理体系建设及运行有效性,通过管理体系认证,产品认证等情况(3分)
		申报产品相关的检测实验室建设程度(2分)
		申报产品或服务相关的供应链管控体系建设情况(2分)
		申报产品或服务相关的售后服务体系建设情况(2分)
		实施首席质量官制度情况(1分)
		先进质量管理体系、方法和工具的使用和推广情况(2分)
		质量管理成果情况(3分)
	顾客满意 6分	顾客满意的基本层面,主要包括质量、功能、包装、价格所产生的满意程度。(3分)
		建立完善的消费者投诉机制,及时合理解决投诉,消费者投诉处理率情况。(3分)
质量信息化 5分	建立和实施申报产品或服务相关的质量追溯系统和供应链溯源系统情况以及质量安全预警机制情况,有完善的信息收集机制、风险评估机制、信息发布机制、决策处置机制(5分)	
标准领先 20分	产品/服务质量水平 6分	申报产品或服务相关质量监督抽查、专项检查以及风险监测结果情况(6分)
	产品/服务标准 质量水平 8分	申报产品标准在“企业标准信息公共服务平台”声明公开并参与对标达标情况,主要技术指标先进性情况,获得国家或省级企业标准“领跑者”情况(4分)
		申报服务标准在“企业标准信息公共服务平台”声明公开,服务质量先进性情况,获得国家或省级企业标准“领跑者”(2分)
		申报的相关产品或服务参与国际、国家、行业、地方及团体等标准制修订情况(2分)
标准化能力 6分	主导参与制修订国际标注、国家标准、行业标准情况(6分)	
创新驱动 17分	创新能力 8分	申报产品或服务相关的研发投入,包括研发费用占销售收入比重以及研发人员占从业人员比重情况(3分)
		拥有专业服务资质认证或许可情况(3分)
		运用互联网、大数据和人工智能等信息化技术情况(2分)

表 A.1 燕赵名品专业评价指标体系（续）

一级指标	二级指标	三级指标
创新驱动 17分	创新水平 9分	申报产品或服务相关的核心技术拥有自主知识产权，获得专利、软件著作权、设计专利权等情况（2分）
		通过国家重点高新技术企业认定、国家或省创新型企业、高新技术企业认定、专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军等情况（3分）
		通过国家级或省级标准化试点示范，或在机制、制度、流程等方面创新形成先进模式的推广情况（2分）
		承担国家级、省部级、市级重大科研项目情况，获得国家、省级、市级科学技术奖等荣誉情况。（2分）
品牌引领 22分	品牌知名度 美誉度 12分	申报产品或服务获得的国际、国家、省部级品牌荣誉称号或奖励，以及权威机构相关品牌认定、评定情况（6分）
		近三年内获得电视、报纸、新媒体等对企业优质服务等方面的报道。（6分）
	品牌价值 10分	申报产品或服务的上一年度品牌价值评价情况（4分）
		在河北省同行业发展中位居领先地位（6分）
社会贡献 11分	经济效益 5分	申报产品或服务的近3年销售额和利润情况（5分）
	社会效益 6分	申报产品或服务近3年纳税情况（2分）
		安全生产、环境保护获得荣誉情况以及近3年节能减排情况（1分）
		遵纪守法和诚信经营取得相关荣誉情况（2分）
	参与社会公益活动情况（1分）	

附 录 B
(规范性)
燕赵名品资料评价报告

表B.1给出了燕赵名品资料评价报告的样式。

表B.1 燕赵名品资料评价报告

企业（组织）名称					
地 址				评价时间	
法定代表		联系人		电 话	
评价目的					
评价依据					
评价范围及内容					
评价专家组人员名单					
专家组职务	姓 名	职务/职称	电 话	评价得分	签 字
组 长					
小组成员					
资料评价得分					
<p>评价组长签字：_____ 评价专家委员会（公章）：_____</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>					

附录 C
(规范性)
燕赵名品标志 LOGO

C.1 燕赵名品标志LOGO见图C.1.

图 C.1 燕赵名品标志 LOGO

