

# ZSLA

## 国家技术标准创新基地（华南中心）团体标准

T/ZSLA 5.2—2019

### 古镇源产地优质灯饰评定规范 第2部分： 企业基础和质量保证能力

Assessment specifications for Guzhen High-quality Lighting Part 2 :  
enterprise fundament and quality assurance capacity

2019-07-01 发布

2019-07-01 实施

国家技术标准创新基地（华南中心）  
中山市照明电器行业协会

发布

全国团体标准信息平台

## 前 言

本标准根据 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中山市古镇镇市场监管局提出。

本标准负责起草单位：广东天圣高科股份有限公司、中山市照明电器行业协会、广东省标准化研究院、广东省照明学会、广东省光电技术协会、中山市中标照明电气科技研究院。

本标准参与起草单位：惠州雷士光电科技有限公司、欧普照明电器(中山)有限公司、中山市华艺灯饰照明股份有限公司、中山市琪朗灯饰有限公司、中山市开元灯饰有限公司、中山市澳克士照明电器有限公司、中山市古镇四通灯饰有限公司、广东莱亚智能光电股份有限公司、中山市福麟灯饰有限公司、中山市兆驰光电有限公司、中山市联浩照明科技有限公司、中山市威耐仕照明有限公司、中山市松普电器照明有限公司、中山市保时利灯饰有限公司、中山市阿鲁米尼照明有限公司、南京康立尔人工智能技术研发有限公司、中山市古镇灯饰文化传播有限公司、中山市灯都照明技术研究院、广东省质量检验协会、广东省企业管理咨询协会、国家灯具质量监督检验中心、国家灯具质量监督检验中心（中山）、华中科技大学、西北工业大学。

本标准主要起草人：蒋富裕、区德成、陈学章、高晓东、文尚胜、唐初、陈明、黄华健、林晞莹、张乐思、葛立红、杨建伟、吴中朝、龙刚毅、蔡健泉、潘振华、李洪标、周家祥、梁锦辉、吴正喆、游晓燕、林沃全、林顺权、林伟权、周洲、曹利晖、马驰、陈伟升、陈勇达、於立成、黄骏、吴懿平、尚柏林、杨国政、史杰、袁永华、林家贤、凌伟智、杨洪、王娟、刘光明、赵小勇、管昌龙、陈英娜、张瑞莲、邓啟熙、孔文涛、张岚。

# 古镇源产地优质灯饰评定规范

## 第 2 部分：企业基础和质量保证能力

### 1 范围

本标准规定了“古镇源产地优质灯饰”产品生产企业基础和保证能力要求及评定。  
本标准适用于“古镇源产地优质灯饰”的评定检查，也可用于企业自评。

### 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 24353 风险管理 原则与实施指南
- GB/T 29467 企业质量诚信管理实施规范
- T/ZSLA 5.1 古镇源产地优质灯饰评定规范 第 1 部分：评定流程

### 3 术语和定义

GB/T 19000 和 ZSLA/T 5.1 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。为了便于使用，以下重复列出了 GB/T 19000 中的一些术语和定义。

#### 3.1

#### **质量保证 quality assurance**

质量管理的一部分，致力于提供质量要求会得到满足的信任。

[GB/T 19000—2016，定义3.3.6]

#### 3.2

#### **社会责任 social responsibility**

组织通过透明和合乎道德的行为，为其决策和活动对社会和环境的影响而承担的责任。这些行为：

- 致力于可持续发展，包括社会成员的健康和社会的福祉。
- 考虑了利益相关方的期望。
- 符合适用的法律，并与国际行为规范相一致。
- 被融入整个组织并在组织关系中实施。

注1：活动包括产品、服务和过程。

注2：组织关系是指组织在其影响范围内的活动。

[GB/T 36000—2015，定义3.16]

#### 3.3

#### **质量信用 quality credit**

取得并保持对其质量信任的能力。

注：这种能力由企业在遵守质量相关法律法规、执行标准以及兑现质量承诺（或履行质量约定）的基础上，提供产品在生命周期内满足顾客的需求或期望来实现。

[GB/T 23791—2009, 定义3.1]

#### 3.4

##### 信用管理 **credit management**

防范、控制和转移信用风险的管理技术、业务操作及相关的制度安排。

[GB/T 22117—2008, 定义6.1]

#### 3.5

##### 风险管理 **risk management**

指导和控制某一组织与风险相关问题的活动。

[GB/T 23694—2009, 定义3.1.7]

### 4 基本要求

#### 4.1 总则

企业应对战略、资源、社会责任、质量信用等基本要素进行有效管理，并对组织绩效进行测量、分析与改进，有效识别和控制企业风险，不断提升经营管理水平，实现可持续发展。

#### 4.2 战略

##### 4.2.1 战略制定

4.2.1.1 企业应明确其战略制定过程、主要步骤、主要参与者以及所需考虑的关键因素。

4.2.1.2 企业应明确其战略和战略目标，以及战略目标对应的时间表和关键的量化指标。

##### 4.2.2 战略部署

4.2.2.1 企业应制定实现战略目标的长、短期实施计划，确定监测实施计划进展情况的关键绩效指标。

4.2.2.2 企业应根据整体的战略实施计划及相关的绩效指标制定企业各层次、各部门和各岗位的工作职责和绩效指标，制定过程中须考虑绩效的驱动因素，如人力资源、财务、技术等。

#### 4.3 资源

##### 4.3.1 人力资源

4.3.1.1 企业应根据各层次、各部门和各岗位的关键绩效指标制定员工的关键绩效指标和其它考核指标。

4.3.1.2 企业应建立覆盖全体员工（包括高、中层领导）的绩效考核制度并有效实施。

4.3.1.3 企业应建立人才选聘和职位晋升机制并有效实施，对员工的职业发展实施有效管理。

4.3.1.4 企业应识别当前和长远发展所需的专业和个人能力，制定员工教育与培训计划并予以实施，并对其有效性进行评价。

4.3.1.5 企业应建立员工满意度的测评机制并有效实施，必要时根据测评结果制定相应措施以提高员工满意度。

##### 4.3.2 信息和知识资源

4.3.2.1 企业应根据企业发展的要求识别所需的信息，并建立有效的信息获取和处理机制。

4.3.2.2 企业应建立有效的知识管理机制，收集来自员工、顾客、供方和合作伙伴等相关方的知识，并对知识进行有效的传递和运用。

4.3.2.3 企业应根据企业的发展方向和业务需要建立信息系统，确保数据、信息和知识的准确性、完整性、可靠性、及时性、安全性和保密性。

4.3.2.4 企业应建立国外技术贸易措施信息获取与应对工作机制，对相关的国际标准和发达国家的法规、标准和合格评定程序进行跟踪了解，紧跟国际产业发展方向，必要时制定应对措施。

#### 4.3.3 相关方关系

企业应识别对企业发展产生重要影响的相关方，包括供应商、合作伙伴等，并与相关方建立有效的沟通机制，促进双向交流和共同发展，包括带动供应商的技术和管理水平进步。

### 4.4 社会责任

4.4.1 企业应制定年度公益支持计划并有效实施，投入适当的资源用于公益事业。

注：公益支持包括文化、教育、卫生、慈善、社区、行业发展和环境保护等。

4.4.2 企业应识别可能导致安全生产事故和影响员工职业健康安全的潜在风险，制定相应的管控措施并有效实施。

4.4.3 企业应识别影响周边地区环境质量的重要环境因素，制定相应的管控措施并有效实施。

4.4.4 企业应建立缺陷产品召回机制，及时对存在重大质量问题的产品实施召回。

### 4.5 质量信用管理和风险管理

#### 4.5.1 总则

企业应制定企业质量信用管理和风险管理制度，掌握企业质量信用动态，有效管理企业风险，减少损失。

#### 4.5.2 质量信用管理体系

4.5.2.1 企业应尽量收集与本企业质量信用相关的信息，并用于信用分析与管理。

4.5.2.2 企业可参照GB/T 29467的指引，建立企业质量信用管理体系。质量信用管理体系宜与现有信用管理体系和质量管理体系等体系融合，不宜割裂开来。

4.5.2.3 企业应实施质量信用自评和第三方评价相结合的方式开展信用评价与管理提升。

#### 4.5.3 风险管理体系

4.5.3.1 企业应在其组织管理中，嵌入风险管理，并贯穿与企业的生产经营过程。

4.5.3.2 企业可参照GB/T 24353的要求，开展风险管理活动，明确环境信息，开展风险评估和风险应对，并实施监督和检查，预防企业在生产、经营活动中可能出现的各种风险。

4.5.3.3 企业应结合灯具行业特点和企业生产经营情况，针对可能出现的风险，制定风险防范和应对制度。可能的风险涉及企业资金安全、产品质量安全、污染物排放、职工健康安全、火灾、舆情事故、政策风险等个股方面。

### 4.6 品牌建设

#### 4.6.1 品牌规划

企业应在明确的品牌定位及目标基础上制定品牌发展战略规划并有效实施，且在适当时根据技术和市场发展趋势予以更新。

#### 4.6.2 品牌推广

企业应按照品牌战略规划，明确推广渠道，组建团队及投入必要资源，开展品牌营销与推广，持续提升品牌知名度、品牌影响力和品牌形象。

#### 4.6.3 品牌维护

4.6.3.1 企业应采取有效的品牌保护措施，防止品牌侵权行为，维护品牌形象及品牌自身利益。

4.6.3.2 企业应构建有效的品牌危机处理机制，妥善处置突发品牌危机事件。

### 5 顾客的满足

#### 5.1 总则

企业应明确产品的市场定位，了解顾客需求和期望，建立并维护顾客关系，提升顾客满意程度，注重品牌建设，有效提高产品的美誉度和市场竞争力。

#### 5.2 顾客和市场的了解

5.2.1 企业应确定市场信息收集的类型和渠道，并确定当前及未来的产品和服务所针对的顾客、顾客群和细分市场。

5.2.2 企业应策划了解顾客需求和期望的方法，并在产品和服务的设计、生产、改进、创新以及市场开发和营销过程中满足顾客需求和期望。

#### 5.3 顾客关系

5.3.1 企业应制定顾客关系管理的实施方案，维护顾客关系，减少顾客不满和业务流失。

5.3.2 企业应明确与顾客进行沟通的渠道及机制，方便顾客查询信息、进行交易和提出反馈。

5.3.3 企业应建立顾客反馈信息收集和处理程序，有效处理顾客投诉，分析产品和服务质量所存在的问题并实施改进。

5.3.4 企业应建立覆盖产品目标市场的售后服务网络和完善的售后服务管理体系，向顾客提供便捷、优质的售后服务。

5.3.5 企业应在科学合理的产品可靠性指标评估基础上向客户做出产品和服务的质量承诺，严格履行各项承诺和接受顾客的监督。

#### 5.4 顾客满意

5.4.1 企业应建立顾客满意度评价标准、程序和方法，定期开展顾客满意度测量与评价，并与竞争对手和标杆进行比较。

5.4.2 企业应建立顾客满意度测量信息的分析和处理机制，并依据顾客满意度测量结果实施过程改进。

### 6 技术创新

#### 6.1 总则

企业应建立技术研发机构和团队，建立有效的技术创新机制，创造技术创新的良好氛围，持续进行研究开发，形成组织的自主知识产权等技术成果，推进技术成果的有效转化、应用和推广，加强企业自身知识产权保护。

#### 6.2 技术创新规划

企业应收集分析产品涉及的知识产权信息和行业整体研发现状，结合战略及相关方的要求，制定技术创新计划和目标。

### 6.3 技术研发

- 6.3.1 企业应制定研发过程的管理制度，对研发过程进行有效管控。
- 6.3.2 企业应建立研发投入计划，为实现技术创新计划和目标提供必要的科研资源。
- 6.3.3 企业应建立有效的技术创新激励机制。
- 6.3.4 企业应对研发人员开展持续培训和绩效评价。

### 6.4 技术成果的形成与应用

企业应通过自主技术创新形成技术成果，并积极推进技术成果的转化、应用及推广。

注：技术成果指通过技术开发所产生的具有实用价值的成果，如专利、版权、标准、软件著作权等。

### 6.5 知识产权保护

企业应建立研发过程的研发成果保密保护机制和纠纷处理机制，以防止成果对外泄露或被侵权，最大限度保护企业的知识产权。

## 7 质量保证能力

### 7.1 总则

企业应确保产品质量持续符合古镇源产地优质灯饰产品相对应的技术标准要求。

### 7.2 文件和记录控制

- 7.2.1 企业应建立并实施文件管理制度，规定文件评审、批准、发放和更改等要求。企业应制定完整的质量管理体系文件，应制定产品一致性控制的相关文件。
- 7.2.2 企业应建立并实施记录管理制度，规定记录填写、标识、收集、保管、检索、保存期限和处置等要求，确保相关记录明晰、完整和可追溯。

### 7.3 采购和供应商管理

- 7.3.1 企业应制定供应商控制文件，合理评价和选择供应商，并形成记录。
- 7.3.2 企业应制定采购过程的控制文件，有合理的采购审批程序，并形成记录。
- 7.3.3 企业应识别存在的全部外包过程，并编制相应的控制文件，明确其控制方式。
- 7.3.4 企业应确定并实施检验或其他必要的活动，以确保采购的产品和外包的过程满足规定要求。

### 7.4 生产过程管理

- 7.4.1 企业应建立生产设备与工装的台账。设备的设计、安装和定位应符合其制造能力和产品质量的要求，应制定设备维护保养制度并保存设备维护保养记录。
- 7.4.2 企业应依据规定要求或行业惯例识别存在的全部关键过程，对关键过程进行控制，制定相应的作业指导书，确保关键岗位能获得相应的作业指导书，并对过程参数进行监视、测量，保存相应的记录。
- 7.4.3 作业人员应具备相关的能力，在生产过程中严格执行作业指导书的规定。企业应对相关岗位人员进行考核或评价，并形成记录。

7.4.4 企业应对产品采取适当的标识，以确保需要时能实现可追溯。

## 7.5 产品质量控制

7.5.1 企业应制定原材料、过程、最终产品的检验规范。该规范应规定检验频次、项目、内容、方法及接收准则等内容，同时保留完整的检验记录。在交付给顾客之前，最终产品应经过必要的出厂检验。

7.5.2 检验试验人员应具备正确使用仪器设备、掌握检验试验要求并有效实施的能力。

7.5.3 企业应配备足够的检验试验仪器设备，确保在采购、生产制造、最终检验试验等环节中使用的仪器设备能力满足产品批量生产时的检验试验要求。

7.5.4 企业应按规定的周期对检验试验仪器设备进行校准或检定，仪器设备的校准或检定状态应能被使用及管理人员方便识别。企业应保存仪器设备的校准或检定记录。应按规定要求对检验设备实施功能检查。当发现功能检查结果不能满足要求时，应能追溯至已检测过的产品；必要时，应对这些产品重新检测。

7.5.5 对于采购、生产制造、检验等环节中发现的不合格品，企业应采取标识、隔离、处置等措施，避免不合格品的非预期使用或交付。返工或返修后的产品应重新检验。

## 7.6 标准化审查

企业应建立标准化审查制度，在新产品开发、产品包装和说明文件改版升级时，都应经企业标准化部门进行技术审查。只有审查通过的新产品、包装和说明文件才准许放行。

## 7.7 产品防护与交付

7.6.1 企业在采购、生产制造、检验、交付等环节所进行的产品防护，如标识、搬运、包装、贮存、保护等应符合规定要求，确保产品不因防护条件不足而导致不合格。

7.6.2 产品的包装盒标识应与规定一致。

## 7.8 一致性控制

7.7.1 企业应对关键原材料或元器件的一致性进行控制。产品所用的关键原材料或元器件应与型式试验报告保持一致。对任一批产品，应能够追溯到产品所用关键原材料或元器件的规格型号、批次、检验状态、供应商、执行标准等信息。

7.7.2 企业应对产品结构的一致性进行控制。产品结构应与型式试验样品保持一致。

7.7.3 企业应在生产过程中对产品的一致性进行控制。对于任一批产品，应能够追溯到生产所用的设备或生产线、关键设备或过程参数控制记录等信息。

7.7.4 企业应对产品标识的一致性进行控制。产品合格证、包装物或产品表面所标明的产品名称、型号、规格应符合产品标准的要求。

## 8 测量、分析和改进

### 8.1 绩效测量

企业应根据企业发展方向及业务需要建立绩效测量系统，有效应用相关的数据和信息监测企业的整体绩效以及各层次、各部门和各岗位的绩效。

### 8.2 绩效分析和评价

企业应根据企业整体绩效测量结果评价企业战略目标及其实施计划的进展，并结合各层次、各部门和各岗位的绩效测量结果和内外部因素进行综合分析，确定改进的方向和目标。

### 8.3 绩效改进

企业应根据绩效分析和评价结果制定改进计划，明确各层次、各部门和各岗位的过程改进计划和目标，并有效实施。

## 9 评定

### 9.1 评定方式

企业基础和质量保证能力评定，采取文件资料检查与现场核查相结合的方式进行评定。

### 9.2 评分细则

企业基础与质量保证能力评分细则见附录A。

### 9.3 评分原则和要求

根据评分细则评分时，必须基于企业提供或评定机构调查走访获取的信息或证据予以评分；当证据不够充分时，采取“就低不就高”的原则予以评分。

现场核查时，应抽取不少于五个评分点的细节，从生产车间、管理文件或记录文档等中直接获取现场证据或信息。

附录A  
(规范性附录)  
企业基础和质量管理能力评分细则

企业基础和质量管理能力评分细则见表A.1

表A.1 企业基础和质量管理能力评分明细表

基本项 (满分 100 分)					
评价项目	评价子项	评价细则	分值	得分	备注
1 市场能力 (10分)	1.1 营业额	营业额一亿元及以上得 5 分, 营业额三千万元及以上得 4 分, 营业额一千万元及以上得 3 分, 营业额不足一千万元得 2 分。	5		仅限灯饰生产经营相应的营业额
	1.2 市场排名	细分领域全国十强得 5 分, 全省十强 4 分, 全市二十强得 3 分, 古镇百强得 2 分, 以上都不是得 1 分。	5		
2 社会贡献 (12分)	2.1 纳税额	纳税额一千万元及以上得 6 分, 五百万元及以上得 5 分, 一百万元及以上得 4 分, 五十万元及以上得 3 分, 其余得 2 分。	6		仅限企业灯饰生产经营
	2.2 吸纳就业	公司在古镇人员规模 1000 人以上得 4 分, 500 人以上得 3 分, 200 人以上得 2 分, 其余得 1 分。	4		
	2.3 慈善事业	近 2 年完成公益捐助总价值超过三百万元得 2 分, 超过一百万元得 1 分, 有捐助记录得 0.5 分。	2		
3 人力资源 (8分)	3.1 员工培训	有计划地提供有关培训并对培训效果进行评估	3		
	3.2 绩效考核	建立起完善、操作性强、具有激励作用和效果的绩效考核制度	1		
		近两年企业绩效考核制度在企业得到充分实施	3		
		员工对企业绩效考核制度及其实施情况满意	1		
4 战略规划 与管理 (6分)	4.1 发展规划	对企业自身发展有明确定位, 能清晰识别企业所处的战略发展阶段和本阶段的战略重点, 对企业中期发展有清晰的规划。	1		
	4.2 品牌战略	具有明确的灯饰品牌策划方案、市场定位和独特设计, 设有专门的品牌管理组织和具有全面贯彻的执行能力, 能够实施有效的品牌市场推广和保护措施。	2		
	4.3 质量/标准化战略	在企业导入企业标准体系并付诸实施, 对企业质量发展或标准化工作有清晰且可操作的发展战略规划。	2		
	4.4 其他战略	结合实际, 导入或融入了其他发展战略并付诸实践。	1		
5 体系建设 (7分)	5.1 质量管理体系	通过质量管理体系认证	3		相关证书应在有效期内
	5.2 计量保证体系体系	通过计量体系认证	2		
	5.3 环境管理体系	通过环境管理体系认证	1		
	5.4 职业健康安全管理体系	通过职业健康安全管理体系认证	1		

评价项目	评价子项	评价细则	分值	得分	备注
6 信用管理 (4分)	6.1 信用管理制度建设	建立了信用管理制度, 设有信用管理和信息采集岗位	1		
	6.2 信用信息采集	借用信息化手段采集企业相关信用信息, 包括质量信用信息	1		
	6.3 企业诚信体系建设	建立企业诚信管理体系并付诸实施	1		
	6.4 他方信用评价	有被他方进行信用评价的记录	1		
7 风险管理 (6分)	7.1 风险管理制度建设	建立了风险管理制度(含应急预案), 设有风险管理岗位	1		
	7.2 风险评估	建立有风险监测和风险评估机制并有实施	1		核查记录
	7.3 标准化审查	企业设有标准化审查岗位并落实标准化审查机制	2		
	7.4 产品责任险	企业为购买了产品责任险	1		
	7.5 产品主动召回	建立了产品召回制度, 有主动召回过公司产品的案例及记录	1		
8 技术支持 和创新(8分)	8.1 研发部门和带头人	专设专门的技术研发部门, 设置技术带头人岗位	1		
	8.2 研发人才储备	研发人员 50 人以上得 2 分, 30 人以上得 1.5 分, 10 人以上得 1 分, 9 人以下得 0.5 分。	2		
	8.3 研发管理	建立有研发管理机制和研发成果应用机制	1		
	8.3 实验室建设	拥有一定水平的研发或测试实验室, 通过了 CMA 认证的可得 2 分。	2		
	8.5 专利管理	建立有专利保护和管理制度, 设有专利管理相关岗位	1		
9 生产过程 管理(9分)	9.1 设备管理	设备的设计、安装和定位应符合其制造能力和产品质量的要求, 设备维护保养记录完整清晰	2		
	9.2 关键过程控制	识别存在的全部关键过程并进行有效控制	3		
	9.3 员工能力	岗位作业指导书清晰无误, 且相关操作人员具备相关能力	2		
	9.4 原材料分类和识别	各种原材料确保准确标识和分类存放	2		
10 产品质量 控制(15分)	10.1 原材料检验	各种原材料检验标准清晰且得到科学合理的抽验检测。	3		
	10.2 检测设备和人员	相关质检设备得到有效维保和计量校准, 操作人员持证上岗且具备相关能力。	2		
	10.3 不合格品识别	相关不合格成品和半成品得到有效识别和隔离。	2		
	10.4 出厂检验	产品出厂检验得到有效实施, 记录完整规范。	4		
	10.5 一致性控制	建立对订单要求进行核查的制度, 确保产品与需求方要求一致。	1		
	10.6 成品标识与可追溯	灯饰产品成品具有唯一的标识以供追溯。	2		
	10.7 产品防护及交付	建立有效机制, 确保产品在交付和流通中得到有效防护, 在物流和交付过程中不出现质量不合格。	1		

评价项目	评价子项	评价细则	分值	得分	备注
11 供应链管理 (5分)	11.1 供应商评价	识别全部原材料供应商和外包服务供应商, 对供应商进行评价分级, 精细管理。	2		
	11.2 采购流程控制	制定采购过程的控制文件, 供货合同需明确质量并严格执行验货制度。	2		
	11.3 供应商指导和培训	对供应商进行培训, 确保其理解质量要求并掌握达到质量要求的途径。	1		
12 顾客管理 (6分)	12.1 客户档案	建立客户档案管理系统并付诸实施。	1		
	12.2 售后服务管理	建立售后回访管理机制, 记录清晰。	1		
	12.3 顾客投诉处理	对顾客的相关投诉及时合理应对, 与顾客保持良好沟通, 记录清晰。	2		
	12.3 顾客满意度测评	建立让顾客进行满意度测评的机制, 并获取测评结果。	1		
	12.4 顾客其他反馈意见的管理	顾客的其他反馈意见得到有效收集、整理和分析, 及时送达相关方。	1		
13 持续改进 (5分)	13.1 改进机制	建立完善的企业自我改进程序机制。	2		
	13.2 改进实施	具有多个改进案例, 记录清晰, 效益可观。	3		
<b>加分项 (满分 30分)</b>					
评价项目	评价细则		分值	得分	备注
14 政府质量奖	企业获得省政府质量奖得 10 分, 市质量奖得 7 分, 镇质量奖得 5 分		10		取最高分
15 名牌	企业获得省名牌称号得 5 分		5		
16 名标	企业获得中国驰名商标得 2 分, 省著名商标得 1 分。		2		取最高分
17 参与标准制修订	牵头国标 4 分, 行标 3 分, 地标 2 分, 团标 1 分; 参与减半。		4		多项累计但 4 分封顶
18 标准化良好行为企业称号	获得 AAAA 级标准化良好行为企业称号 3 分, AAA 级 2 分。		3		
19 具备自主的、与产品相关的核心专利	取得发明专利 1 项得 2 分, 实用新型得 1 分。		2		
20 获得工程中心	省级工程中心或类似牌子 3 分, 市级 2 分。		2		
21 守合同重信用企业称号	国家级 5 分, 省级 3 分, 市级 2 分, 市以下 1 分		5		
22 高新技术企业称号	获得省高新技术企业认定		2		