“江苏精品”认证规则

JSPB02-021003-2026/1.0

实验室建设服务认证实施规则

Implementation Rules for the Certification of Laboratory Construction Services

2026年11月21日发布　　2026年11月21日实施

江苏精品国际认证联盟

修改记录

修订次数	修订日期	修订内容	修订人	审查人	批准人

前 言

本规则由江苏精品国际认证联盟组织制定、发布，版权归江苏精品国际认证联盟所有，联盟内成员根据本机构的资质情况备案后使用，联盟外的任何组织及个人未经江苏精品国际认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

制定单位：中国国检测试控股集团股份有限公司
主要起草人：朱洁 赵春芝 马丽萍 王澜 章丹铭

1. 适用范围

本规则适用于对实验室建设服务开展“江苏精品”服务认证。

本规则的适用范围：实验室建设服务。

2. 认证模式及领域划分

实验室建设服务认证模式由两部分组成：服务管理审查+服务特性测评。

初次认证、再认证、获证后监督选用以下服务认证模式：

表 1 实验室建设服务认证模式及应用

可选的认证模式	认证周期	服务认证模式
(1) 公开的服务特性检验，简称模式 A； (2) 神秘顾客（暗访）的服务特性检验，简称模式 B； (3) 服务能力确认或验证，简称模式 G； (4) 服务管理审核，简称模式 I。	初次认证	服务管理通用审查适用模式 I+模式 G； 服务管理成熟度审查适用模式 I； 服务特性测评适用模式 A+模式 B+模式 G。
	再认证	同初次认证
	获证后监督	同初次认证

服务管理审查内容包括服务管理通用要求审查和服务管理成熟度审查。

服务认证领域为 SC02 建筑工程和建筑物服务。

3. 认证流程及认证时限

3.1 认证流程

认证的基本流程包括：

a.认证委托

b.初始组织审查，包括服务管理通用要求审查、服务管理成熟度审查、服务特性测评。

c.认证结果评价与决定

d.获证后监督

3.2 认证时限

自正式受理认证委托之日起至颁发认证证书之日止，一般不超过 90 天，其中包括认证申请及受理、认证审查、认证复核、认证决定以及证书制作时间。

因委托人未及时提交资料、不能按计划接受现场审查、未按规定时间递交不符合整改、未及时缴纳费用等原因导致认证时间的延长时，不计算在内。

4. 认证依据标准

DB 32/T 3843-2020 《“江苏精品”评价通则》

CTS F0005-2026《实验室建设服务认证技术要求》

5. 认证实施基本要求

5.1 认证申请

5.1.1 认证单元

原则上，同一服务运营场所为一个认证单元。

5.1.2 委托文件

认证委托人向认证机构提交认证申请，同时随附以下文件并对其真实性负责：

(1) 《认证申请书》；

(2) 营业执照；

(3) 建立并实施的相关文件（如服务蓝图、服务管理手册、程序文件等）；

(4) 认证委托人与服务提供者为不同组织时，需提供认证委托人、服务提供者所在组织、服务提供者三方之间关系说明（包含服务提供者所在组织与服务提供者的法律地位证明文件的复印件）；

(5) 法人授权文件原件及复印件（如有）；

(6) 涉及国家法规强制要求的许可文件，如：安全/经营许可证等（首次申请时）；

(7) 近三年无严重违法失信记录承诺书；

(8) 近三年无重大不良投诉承诺书；

(9) 质量管理体系证书复印件；

(10) 组织机构图；

(11) 服务能力自评报告(必要时)；

(12) 其他支撑性证明材料（必要时）。

5.1.3 申请评审

认证机构在收到认证委托人提交的书面申请材料之日起，应当在 10 个工作日内对申请材料进行评审。若评审结论为同意受理，认证机构应与认证申请方签订《服务认证合同》。

本机构负责审查、管理、保存、保密有关资料，并将资料评审结果告知认证委托人。有下列情形之一的不予受理：

(1) 服务提供者的证明材料中，经营范围未覆盖认证服务；法律证明材料缺失；

(2) 不满足国家产业政策要求；

(3) 列入国家信用信息严重失信主体相关名录；

(4) 其他法律法规规定不得受理的情形。

5.2 初始审查

本机构应为其工厂现场审查制定计划，计划应基于实施规则或认证依据标准的相关要求，并与审查的目的和范围相适应。对具有一个以上场所的组织的服务认证，初次认证在组织认证范围内的每个场所进行。

5.2.1 审查内容

初始审查包含服务管理通用要求审查、服务管理成熟度审查、服务特性测评。

5.2.1.1 服务管理通用要求审查

服务管理通用要求审查目的是保证实验室建设服务持续符合实施规则要求能力，其中附录 A 的表 A.1 中 1.创新发展采用“服务管理审查（模式 I）+服务能力确认或验证（模式 G）”的认证模式，2.质量卓越、3.品牌引领、4.社会责任采用“服务管理审查（模式 I）”的认证模式。服务管理通用要求审查和打分依据 DB 32/T 3843-2020《“江苏精品”评价通则》，从创新发展、质量卓越、品牌引领、社会责任四个方面进行审查，内容及方法见附录 A。

5.2.1.2 服务管理成熟度审查

服务管理成熟度审查目的是保证实验室建设服务持续符合实施规则要求能力，采用“服务管理审查（模式 I）”的认证模式。服务管理成熟度审查依据 CTS F0005-2026《实验室建设服务认证技术要求》，采用 CTS F0005-2026 附录 B 给出的三级定性成熟度的评价方法。服务管理成熟度级别分为三级，由低到高依次为一级、二级、三级。服务管理成熟度单项条款审查达不到“一级”的条款，审查组应开具不符合项。

5.2.1.3 服务特性测评

5.2.1.3.1 测评方式

服务特性测评旨在证实顾客服务“真实瞬间”的符合性，CTS F0005-2026《实验室建设服务认证技术要求》附录 A 中 1.咨询策划采用“公开的服务特性检验（模式 A）+神秘顾客（暗访）的服务特性检验（模式 B）”的认证模式，其他条款内容采用“公开的服务特性检验（模式 A）+服务能力确认或验证（模式 G）”。服务特性测评一般采用审查员现场审查的方式进行。应对认证委托人申请的每个认证单元开展现场审查。

5.2.1.3.2 测评内容及方法

服务特性测评内容包括：

(1) 评价受审查方理解和实施 CTS F0005-2026《实验室建设服务认证技术要求》附录 A 服务要求的情况；

(2) 通过可行、有效的审查方式，测评受审查方是否满足要求，完成服务特性测评记录，并对每个条款结合李克特 5 点式量表进行打分。

5.2.1.3.3 提出持续改进建议

审查组应对现场审查评价系数α≤0.6 的条款提出持续改进建议，建议企业持续改进。

5.2.2 初始审查时间

自提交全部申请资料起，现场审查一般在 30 个工作人日内完成，因提交资料评估不合格，企业进行整改和重新提交资料的时间不计算在内。

实验室建设服务认证初始现场审查人·日数一般不低于 6 人·日，其中服务特性要求测评的人日数不低于服务管理要求审查的人日数，且应当与其工作量相匹配。

5.2.3 审查结论

实验室建设服务认证结果分为通过、不通过。其中：

a.通过是指服务管理通用要求审查高于（含）70 分以上，服务管理成熟度一级（含）以上，服务特性测评高于（含）70 分以上。根据表 2 综合评价其服务管理通用要求、服务管理成熟度和服务特性测评的结果，授予认证级别。实验室建设服务认证的级别分为三级，由低到高依次为 AAA、AAAA、AAAAA。

表 2 认证结果评定

序号	服务管理通用要求	服务管理成熟度	服务特性测评	认证级别
1	90 分（含）以上	三级	90 分（含）以上	AAAAA
2	80 分（含）～90 分	二级（含）以上	80 分（含）～90 分	AAAA

3	70 分（含）～80 分	一级（含）以上	70 分（含）～80 分	AAA

b.不通过是指服务管理通用要求审查低于 70 分或服务管理成熟度低于一级或服务特性测评低于 70 分。

5.3 认证复核与认证决定

复核后，认证机构根据复核结论做出是否批准认证的决定。

对于符合认证要求的批准认证，准予出具证书、许可使用认证标志；不符合认证要求的，终止认证，并告知委托人；终止认证后如继续认证，需重新申请认证。

复核人员如发现有更新、扩大认证范围的情况，认证机构应当审核审查组上报资料是否完整准确，上报资料中填写的认证委托人、服务提供者所在组织名称、服务提供者名称及地址是否与认证委托资料、营业执照一致，服务内容是否与认证机构确认的服务范围一致，组织审查内容是否符合认证要求，审查组提供补充附加说明是否表述明确。如发现不符合，及时退回审查组并写明问题原因，待整改完成后进行再评价。

5.4 获证后的监督

5.4.1 监督时间

原则上认证委托人获证 6 个月后即可安排监督，两次现场审查时间间隔不超过 12 个月。若发生下述情况之一，可提前时间或增加监督频次，且监督时机可为不预先通知：

(1) 获证方出现严重的质量、安全、环保等事故或有严重顾客投诉或媒体曝光事件发生时；

(2) 认证机构有理由对获证服务与依据标准的符合性提出质疑时；

(3) 有足够信息表明持证人由于变更组织机构、服务资源、质量管理体系等而可能影响服务符合性时；

(4) 政府监管或投诉调查时发现不合格。

5.4.2 监督审查内容及方法

监督的服务认证模式同初次认证。如果组织不同的场所以相似的方式进行认证覆盖的活动，且这些活动都处于该申请组织授权和控制下，可以基于以往服务认证的结果，在监督活动中对这些场所进行抽样，在确保实现认证目标的情况下，根据实验室建设服务行业特点及服务提供者规模，可选择简单随机抽样、分层抽样、等距抽样、多阶段抽样等方法。

监督审查至少包括以下内容：

(1) 在监督周期内获证组织发生的重大变化，包括组织机构、服务资源、服务场所范围、内外部环境等的变化情况；

(2) 服务管理成熟度审查，必查 CTS F0005-2026《实验室建设服务认证技术要求》附录 B 中表 B.1 的 4、5、6、7，一个认证周期内覆盖所有条款；

当审查内容有未评价的条款，则实际得分按照下式计算：服务管理成熟度得分=[评价总分/（100-未评价条款分值）]×100

(3) 服务特性测评；

(4) 服务管理通用要求审查；

(5) 以往不合格项的跟踪验证；

(6) 认证证书、标志的使用情况；

5.4.3 监督审查人日

通常，监督现场审查人日数至少为 4 人·日，其中服务特性要求测评的人日数不低于服务管理要求审查的人日数，且应当与其工作量相匹配。特殊情况下，可以酌情增加审查人·日数。

5.4.4 监督审查结果的评价

监督审查结论为通过，认证证书持续有效。

监督审查结论为不通过，视其不满足程度对其做出暂停或撤消认证资格、认证标志使用的决定。认证机构对于做出暂停认证资格、暂停认证标志的证书持有人，要求其在规定的时间内完成纠正措施并经认证机构验证。经验证合格的，恢复其认证资格，准许使用认证标志。经验证不合格的，将撤销其认证证书、停止使用认证标志。

认证决定的更新、扩大认证范围的情况需符合 6.认证范围变更要求。

6. 认证范围变更

在认证证书有效期内，认证委托人需扩大认证范围的，扩大单元部分应按初次认证程序进行，本机构至少从服务管理成熟度审查监督必查条款、服务特性测评、服务管理通用要求三个方面进行补充现场审查。每扩大一个单元，现场审查增加 4 个人日。

在认证单元内扩展认证服务时，认证委托人提供的材料应符合认证要求，并在下次监督审查时给予验证。

对于需在年度监督时减少认证单元的，应酌情减少现场审查人日数。本认证机构经确认后注销或变更认证证书。

7. 认证证书和标志

7.1 认证证书的保持

本规则覆盖的认证证书有效期 3 年。有效期内证书的有效性通过获证后的定期监督审查来保持。获证组织对于认证证书和认证标志的使用应符合《“江苏精品”认证证书与标志管理办法》规定的要求。

7.2 认证证书覆盖内容

认证证书应包括以下基本内容：

(1) 认证委托人名称及地址；

(2) 服务提供者所在组织名称、地址和统一社会信用代码；

(3) 服务提供者名称及地址；

(4) 认证依据；

(5) 发证日期和有效期；

(6) 认证机构名称和地址；

(7) 证书编号；

(8) 服务认证标志；

(9) 认证范围；

(10)其他依法需要标注的内容。

7.3 认证证书的变更

获证后，如果证书上信息、服务关键要素发生变更，或依据标准/规范性文件变化时，证书持有者应向认证机构提出变更申请。由认证机构评价变更内容与原认证范围的一致性程度，并根据差异进行补充评审、检验或审查。

对符合要求的，认证机构应批准变更，换发新证书。新证书的编号、批准有效日期保持不变，并注明换证日期。

注：服务关键要素是对服务结果产生巨大影响的人员、设备、场地、方法等。

7.4 证书的扩大和缩小

认证委托人需扩展证书覆盖认证服务的范围时，应按第 6 章的规定进行。对符合要求的，认证机构根据认证证书持有者的要求单独颁发认证证书或换发认证证书。

当认证委托人提出不再保留某个已认证服务的认证资格时属缩小认证范围，原则上认证证书持有者应提出书面申请，经确认后注销该认证证书持有者相应的认证服务。认证证书持有者退还认证证书，同时停止使用认证标识。

7.5 暂停、恢复、注销和撤销

当证书持有者违反认证有关规定或达不到相关要求时，认证机构按有关规定对认证证书做出相应的暂停、撤消和注销的处理。证书持有者可以向认证机构申请暂停、注销其持有的认证证书。

证书暂停期间，证书持有者如果需要恢复认证证书，应在规定的暂停期限内向认证机构提出恢复申请，认证机构按有关规定进行恢复处理。否则，认证机构将撤消或注销被暂停的认证证书。暂停期最长不超过 180天，暂停期间不得使用证书和标志。

7.6 标志的使用

认证委托人可在获得认证的服务所覆盖的业务范围使用或展示认证标志。标志使用者可以按照比例放大或缩小标志图形，须保持字母清晰，不得更改图形的长宽比例关系、图案、文字和颜色配比。获证企业在使用认证标识时，应符合《“江苏精品”认证标志管理办法》及其他管理要求。

8. 再认证

持证人如需继续持证，应在证书有效期满前 6 个月提交复审申请。

再认证的服务管理成熟度审查、服务特性测评、服务通用要求审查按 5.初始审查的要求执行。

证书到期前应完成再认证换证工作，否则按新申请处理。

9. 收费

认证费用按认证机构有关规定收取，由申请企业与认证机构以合同方式确认。

附录 A
（规范性附录）
服务管理通用要求审查内容及方法

表A.1 给出了服务管理通用要求审查审查内容及方法。

1. 服务管理通用要求总得分（满分）为 100 分，实际总得分按下式进行计算：

   ΣQ＝W1*Q1＋W2*Q2＋W3*Q3＋W4*Q4

2. 4 类一级指标各自的评分项得分 Q1、Q2、Q3、Q4，按下式进行计算：
3. Q＝该类一级指标实际得分/该类一级指标总分值*100
4. 4 类一级指标权重 W1、W2、W3、W4 见表 A.1。
5. 4 类一级指标各自的评分项得分 Q1、Q2、Q3、Q4 不低于 60 分，ΣQ 总得分不低于 70 分，均满足为通过。

表A.1 服务管理通用要求审查内容及方法

序号	一级指标	权重赋值	二级指标	三级指标	评分要素
1	**创新发展（250分）**	**15%**	创新机制（40分）	制定创新战略和实施计划，及资源保障提供情况（30分）	1.组织制定创新战略，并有专门的部门负责制定创新战略和实施计划： (1)组织的创新战略应有具体部门负责，创新战略应纳入组织目标KPI（5分） (2)组织的创新战略主要包括管理创新、服务创新、制度创新、技术创新、市场创新等；制定创新战略后，应制定具体实施计划；创新战略及实施计划的范围应适宜，实施效果良好（10分） (3)创新战略的实施应定期跟踪，持续改进，确保创新措施有效（5分） 2.组织应在硬件建立、资金投入和人才培养等各方面为创新提供资源保障： (1)拥有实施创新所需的保障条件，如认定的创新孵化中心、创新平台、营销策划中心、企业自身或集团公司策划部、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（5分） (2)建立有创新机制，如通过把创新成果与人员的收入与贡献紧密挂钩，加大对有突出贡献人才的奖励力度等（5分）
				创新投入（10分）	创新经费投入按营业收入增长而同比增长，或近三年累计用于创新的经费投入占销售收入不低于3%（10分）
			创新能力（25分）	创新成果转化情况（15分）	1.组织重视知识产权管理，并具有较高水平的创新成果转化能力；建立创新与标准化同步机制，及时将创新转化为技术标准（服务标准）（5分） 2.组织积极参与标准化相关活动，包括参与标准化建设、发表报告论文等；（5分） 3.组织积极主导和参与有影响力、高规格的标准化会议等（5分）
				科技人员占比情况（10分）	组织科技人员结构比例占总公司总员工数的3%以上（10分）
			发展成果（170分）	通过创新和创造，取得核心优势和项目情况（35分）	1.组织的服务理念、服务模式具有创新性，与时俱进（5分） 2.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；组织的创新服务具有广泛社会影响力，服务新举措和服务特色在行业内具有示范引领性，与同行相比顾客的服务体验高于预期（10分） 3.近三年在服务和服务系统，服务相关的产品设计、研发和应用等关键环节取得的自主知识产权和核心技术成果（10分） 4.组织近三年内的服务新举措和服务特色的创新数量及质量引领行业，供同行学习和借鉴（10分）

				创新成果转化应用或先进服务模式的推广情况（45 分）	1.组织坚持服务创新和服务质量改进，近 3 年内推出数项本服务行业内适用的服务新举措，并得到顾客和业内认可。服务新举措明显改善了服务系统的服务能力，并已融入日常运营且效果显著（推出 1 项的得 10 分，最多 20 分） 2.创新成果转化应用或先进服务模式的推广得到政府表彰、行业认可： (1)服务创新模式得到了政府部门的表彰（15 分） (2)服务创新模式受到业内认可，如获得“服务模式创新奖”（10 分）
				创新成果获奖情况（30 分）	组织或组织的员工获得自然科学、技术发明、科技进步等奖励情况（30 分） （国家级奖项 30 分/项，省部级奖项 20 分/项，市区级奖项 10 分/项，总分不超过 30 分）
				获得专利、软件著作权、设计专利权等情况（10 分）	组织获得国家知识产权局批准的发明专利、实用新型专利和外观专利等认定（10 分）
				参与国际、国家及行业标准制修订情况（20 分）	组织或组织的员工参与国际、国家级行业标准情况（20 分）： （主导制定国际标准或国家标准 10 分/项，参与制定国际标准或国家标准 5 分/项，主导制定行业标准或地方标准 3 分/项，参与制定行业标准或地方标准 1 分/项，总分不超过 20 分）
				创新和技术认定情况（30 分）	认定的创新型企业、高新技术企业、创新孵化中心、科技创新平台、实验室/研究院、设计中心、技术中心等（30 分） （国家级 30 分/项，省部级 20 分/项，市区级 10 分/项，总分不超过 30 分）
			经济绩效（15 分）	经济效益情况（15 分）	组织近三年主营业务的年营业收入、年利润、年税收逐年增长（5 分）。 （1）增长率超过 3%不超过 5%（5 分）； （2）增长率超过 5%（10 分）

2	**质量卓越（450分）**	**55%**	管理水平（115分）	建立并有效实施质量管理体系情况（40分）	1.组织建立了完善的质量管理体系并有效实施（30分） 2.组织获得第三方认证机构的质量管理认证证书（10分）
				导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进管理模式情况（25分）	1.组织积极导入卓越绩效模式，或有效采用了其他先进管理模式（15分） 2.组织因经营管理模式或方法获得的政府奖励——可通过获奖证书等方式予以证明（10分）
				质量管理人员占比情况（15分）	组织质量管理人员占比情况比例大于3%（15分）
				实施首席质量官制度（15分）	组织实施首席质量官制度（15分）；未实施正式的首席质量官制度，但按照质量管理体系要求定义了质量负责人职责并有效实施（10分）
				对供应商建立全面的管控体系情况（20分）	组织建立供应商评估管理程序并按照程序定期跟踪监督： (1)规范完善的供应商评估管理程序（10分） (2)供应商评估管理程序实施良好（5分） (3)外包的服务（如有）有良好的管控（5分）

			服务质量（160分）	服务标准中主要技术指标或服务质量先进性情况（100分）	1.组织应采用先进管理模式，具备持续满足顾客需求的能力，包括但不限于：组织开展全面质量管理，建立科学的管理体系并有效执行；组织增强质量持续提升能力，从领导、战略、资源保障、过程管理等方面对质量目标及其实现进行策划和执行;组织以顾客需求为导向，结合服务及相关产品的特点制定行业领先的服务规范并有效执行（15分） 2.组织采用先进的服务标准和规范，并有效实施： (1)组织以顾客需求为导向，识别服务接触点，建立服务蓝图，公开服务承诺，结合服务及相关产品的特点制定行业领先的服务标准体系并有效执行（10分） (2)服务标准体系应从系统的角度，覆盖服务的各个环节，包括服务前准备、服务引导、服务流程、服务完成、服务质量、服务评价、服务改进等，系统考虑到各个细节，并不断完善，努力提高服务效率和服务质量，使客户普遍感到组织的服务质量水准处于行业领先（30分） 3.组织的管理方法和服务规范等是持续改进、行业领先的——通过服务品牌认知度、顾客满意度测评等方式证明（15分） 4.组织乐于在硬件设施、服务环境、服务载体和服务系统等方面资金投入，使之达到行业先进水平。（30分）
				实际服务水平实测与“江苏精品”标准符合情况（20分）	组织制定并有效执行高于一般要求的服务承诺或服务规范。组织的服务特性分数达到70分（20分）
				建立和实施服务或服务过程中提供产品质量追溯系统和/或供应链溯源系统情况（40分）	1.组织对其服务过程应建立追溯机制（10分） 2.组织应对其服务中涉及的产品建立追溯系统（10分） 3.企业应建立互利共赢的供应商合作关系： (1)对提供主要产品或服务外包外部供方进行评价和考核（4分） (2)约定采购产品（服务外包）的技术要求、质量目标要求（4分） (3)外部供方能够对所提供的产品和服务过程中的问题，按照组织的要求采取纠正措施（3分） (4)建立了供需双方的信息对接平台，实现双方信息交换的及时对接，实现需求互动（3分） (5)制定供货商开发计划，与供货商建立战略合作伙伴关系，有效带动标准、产品、服务及技术的进步（3分） (6)近三年的外部供方绩效数据表明，达到规定的目标要求（3分）

			顾客满意（175分）	建立和运行客户关系管理系统情况（30分）	1.建立客户服务中心，有客户咨询电话、客户投诉信箱、线上服务等客户沟通渠道（10分） 2.通过客户管理系统有效管理客户，分析和挖掘客户需求： (1)组织的客户关系管理以顾客满意度、顾客忠诚为核心，通过提高顾客的信任水平和忠诚度来提升企业的效率和利润水平（5分） (2)组织建立并运行顾客关系管理系统，该系统有效提升组织服务效率和顾客服务体验，获得顾客认可，持续改进，并在业内领先（顾客关系管理系统可包括多个子系统如客户合作管理系统、业务操作管理系统、数据分析管理系统、信息技术管理系统等)（15分）
				制定和执行服务承诺或服务规范情况（100分）	本条可结合服务特性测评给分： 1.组织以顾客需求为导向，识别服务接触点，建立服务蓝图，公开服务承诺，结合服务及相关产品的特点制定行业领先的服务标准体系并有效执行（20分） 2.服务标准体系应从系统的角度，覆盖服务的各个环节，包括服务前准备、服务引导、服务流程、服务完成、服务质量、服务评价、服务改进等，系统考虑到各个细节，并不断完善，努力提高服务效率和服务质量，使客户普遍感到组织的服务质量水准处于行业领先（50分） 3.组织制定并有效执行高于一般要求的服务承诺或服务规范。组织的服务特性分值达到70分（30分）
				开展顾客满意度调查情况（45分）	1.组织每年开展顾客满意度调查（内部和外部），近三年品牌满意度得分85分以上，并有对应的改进分析（10分） 2. 组织开通消费者维权、投诉热线，切实保障消费者权益情况： (1)组织建立便捷有效的消费者维权投诉处理机制（10分） (2)对所有投诉进行处理和反馈，切实保障消费者权益，并促进内部服务机制持续改善和提高（25分）
3	**品牌引领（200分）**	**20%**	品牌管理与维护（95分）	品牌管理部门设置和资源配置情况（45分）	组织设置专门的部门开展品牌管理工作，制定品牌发展战略，涵盖质量、服务、营销等各个相关领域；品牌发展战略执行力强并卓有成效，品牌价值持续提升，得到业界高度认可；对品牌管理维护资源配置良好： 1.专门的部门（5分）、职责权限明确（5分）、配置必备的软硬件资源（5分） 2.有管理制度（10分）、有工作计划和指标（5分）、品牌管理中有形成好的方法（5分）、品牌发展扩张成效的证实性材料（5分） 3.品牌投入产出比显著（5分）

				开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效（50 分）	1.组织制定品牌战略和规划，品牌规划与整体战略保持一致： 有品牌战略（5 分）、有品牌规划（5 分）、分解指标与整体战略一致（5 分） 2.组织通过品牌推广、文化活动、经营活动等行为传递出的信息使得顾客和业界对组织品牌产生认同，并产生良好的心理感知。组织的品牌和文化赢得了广泛的认可和赞誉，公众愿意优先选择其服务和产品： (1)品牌文化具有较高知名度和声誉（5 分） (2)建立年度品牌文化建设计划，计划执行率 100%（5 分） (3)经评估文化建设活动效果良好（5 分） (4)组织建立统一的企业标识，包括名称、标识、标准字、标准色等；组织建立统一的企业形象，包括服装、旗帜、徽记、歌曲等（5 分） (5)建立品牌保护和维护工作制度和执行机制（5 分） (6)有品牌保护和形象维护典型案例（5 分） (7)重视社会公众对企业品牌包括标识的认知程度，组织的品牌在业内具有较高知名度（5 分）
			品牌声誉（55 分）	品牌满意度调查的开展情况和结果（25 分）	1.每年开展品牌满意度调查（5 分）、有近三年品牌满意度得分和改进分析（5 分） 2.建立包含品牌知名度、美誉度和忠诚度的评测指标、方法和工具（10 分）、有针对性的改进计划和措施（5 分）
				品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况（15 分）	组织在近三年内获得政府荣誉称号或奖励（国家级、省部级、区县级）： (1)近三年获得国家级荣誉和奖励（15 分） (2)近三年获得省级荣誉和奖励（12 分） (3)近三年获得市级荣誉和奖励（10 分）
				申请“江苏精品”评价的服务在全省同行业或细分市场中的排名情况（15 分）	组织的服务在全省同行业或细分市场中的排名近三年排名： 前三名按照排序分别得 15、13、10 分；前 10 得 5 分；10 名以外不得分
			品牌效应与价值（50 分）	品牌价值情况（30 分）	1.组织的品牌在同行业或细分行业中具有较高价值；（15 分） 2.组织有集体商标或区域品牌（5 分）；有品牌经济效应证实材料（5 分）；有品牌社会效益证实材料（5 分）

				品牌溢价情况（20 分）	有品牌价值评估（10）；有品牌溢价能力分析数据（10）
4	**社会责任（100 分）**	**10%**	公共责任（8 分）	每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况（8 分）	1.组织治理和企业文化应积极塑造社会责任：企业价值观和文化体现社会责任（3 分）、有社会责任体系认证（2 分） 2.每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况：发布年度社会责任报告——未发生第三方社会责任审查不通过情况（3 分）
				近三年无重大质量安全事故及严重违法违规记录（0 分）	组织近三年无各类质量安全事故及违法违规记录；在合同履约、借贷、纳税等方面的信用良好，国家企业信用信息网站查询无不良信用。——查询“信用中国”“国家企业信用信息公示系统”网站核验（否决项）
			绿色可持续发展（32 分）	环境管理体系认证情况、节能或服务过程中绿色产品数量、绿色服务场所创建情况（20 分）	组织建立了完善的质量管理体系并有效实施（10）；组织获得环境管理体系认证证书（5 分），创建绿色服务场所和服务过程，有节能相关的荣誉奖励（5 分）
				在服务模式设计和服务实现过程实行绿色和可持续发展理念，开展预防污染和节约资源的情况，废弃物处置和回收再利用情况（12 分）	针对服务提供过程及相关服务提供过程中的产品制造过程，组织尽力做到对自然环境和生态的无害化，降低物质消耗，适当进行废弃物处理，推行可持续发展理念： (1)基于全生命周期理念，在服务及其相关产品的设计、实现、售后等环节建立行业领先的节能、低碳、环保指标体系和管理制度，理念和制度得到有效贯彻实施（5 分） (2)废弃物处置和再利用情况符合法规要求（3 分） (3)推广绿色经营和服务、体现低碳环保方面有杰出行为（4 分）
			诚信与合规经营（34 分）	开展信用体系建设情况，提供由信用主管部门出具的信用报告（6 分）	1.组织把诚信作为核心价值观，纳入企业发展战略，组织制定诚信行为准则，设立包括合同完结率、承诺完成率等相关的量化目标，并对员工的日常言行、办事风格等提出相关方面的要求（3 分） 2.组织注重信用体系建设，建立内部的诚信管理评价制度，定期评价（3 分）
				质量信用等级情况（5 分）	组织定期通过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（5 分）
				尊重利益相关方的利益、建立合规经营制度、公平竞争力情况（5 分）	建立合规经营体系和制度——有违规情况不得分（5 分）

				近三年纳税情况和区域纳税排名（10 分）	组织近三年依法纳税，无偷税漏税相关违法行为（5 分），在总体产值、纳税额度、解决就业人数等方面处于行业领先——依据地方主管部门出具的证明材料和纳税人分类评分，有违规情况不得分： (1)省内排名前 3 名（5 分） (2)省内排名前 5 名（3 分） (3)省内排名前 10 名（2 分）
				建立服务补救、服务过程中缺陷产品召回制度情况（8 分）	1.组织建立和实施服务补救措施管理程序（5 分） 2.组织建立和实施产品质量召回机制（3 分）
			权益保护（18 分）	建立消费者权益保护制度，售后服务星级评价情况（8 分）	组织立消费者权益保护制度（5 分），开展售后服务评比或第三方评价（3 分）
				建立员工合法权益保护制度，职业健康安全体系认证情况（10 分）	1.组织建立以人为本的员工关怀政策，遵守相关法律，员工的福利权益及其他维权要求应得到保障（5 分） 2.员工参与企业制度建设，体现制度的民主性（2 分） 3.组织建立职业健康安全管理体系并运行良好（2 分），获得职业健康管理体系证书（1 分）
			公益支持（8 分）	参与社会公益活动情况（8 分）	组织应积极参与公益活动，支持科技、教育、文化、卫生等社会公共事业，在行业细分领域中处于领先。——公益活动还可包括为保护自然环境方面所做的工作，为企业所在社区的发展所做的活动（如为社区建设基础设施）等方面： (1)有积极参与活动案例（4 分） (2)近三年获得国家或省级荣誉和奖励（4 分）

江苏精品国际认证联盟

JBICA-10

“江苏精品”服务认证证书与标志管理办法

第一章 总则

第一条 目的

为确保“江苏精品”认证证书和标志的正确使用，提升“江苏精品”的品牌影响力，促进“江苏精品”健康发展，特制定本办法。

第二条 定义

本办法所称的“江苏精品”认证证书是指服务通过“江苏精品”认证后所获得的证明性文件。

本办法所称的 “江苏精品”认证标志是由江苏精品国际认证联盟确认、发布的一种图形标识。

第三条 适用范围

本办法适用于江苏精品国际认证联盟成员。

第四条 管理

“江苏精品”认证标志归江苏省市场监督管理局所有。认证标志由江苏省市场监督管理局授权江苏精品国际认证联盟成员使用。

联盟成员机构开展认证应接受江苏省市场监督管理局相关管理部门在职责范围内对认证证书和标志使用情况进行的指导和监管。

第二章 “江苏精品”认证证书和标志

第五条认证证书

5.1 证书发放

认证机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动，对通过认证的，应当在规定的时限内向认证委托人出具认证证书。

5.2 认证证书格式

“江苏精品”认证证书一般有中、英文两种版式，一般提供中文证书，需要时可提供英文证书；当英文内容发生争议时，以中文证书为准。

5.3 证书内容

“江苏精品”认证证书包括以下基本内容：

（一）认证证书名称及证书编号；

（二）认证委托人和地址；

（三）服务提供者所在组织名称、地址及统一社会信用代码；

（四）服务提供者名称及地址；

（五）认证模式；

（六）认证依据；

（七）发证日期和有效截止日期；

（八）证书的有效性保持方式；

（九）认证证书信息的查询途径。

5.4 证书时效

“江苏精品”认证证书有效期为三年。

5.5 证书印刷

“江苏精品”空白证书统一由联盟印制。

5.6 编号规则

“江苏精品”认证证书采用统一的证书编号规则。

1、联盟代码	2、机构代码	3、年份号	4、认证代码		5、流水号
5 位	2 位	4 位	3 位（产品）	4 位（服务）	6 位
JPBC	01	2020	P01	SC06	000101

5.6.1 联盟代码，江苏精品国际认证联盟的代码为：JPBC

5.6.2 认证机构代码，2 位，如：01；具体见附件 1；

5.6.3 年份号，为认证证书发证年份，四位，如：2020；

5.6.4 认证代号，为认证专业代码的编号缩写。如：产品认证，专业代码 PV01，缩写为 P01；服务认证，专业代码 SC06；

5.6.5 流水号，认证发证流水号，6 位，前四位为该机构在当年度发放“江苏精品”项目数量顺次编号，后两位为单元数，如：000101，为第一个单元；

5.6.6 证书编号从国际认证联盟统一获取。

例： JPBC-01-2020-P01-000101

江苏精品国际认证联盟中认证机构代码位 01 的中国质量认证中心在 2020 年发布的一个大型初审获证组织的第一个单元的证书。

5.7 机构监督

联盟成员应当建立认证证书管理制度，对获得认证的组织使用认证证书的情况实施有效跟踪调查，对不能符合认证要求的，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

第六条认证标志图案及说明

“江苏精品”认证标志的基本图案由方形和品字的基本图形。方

形和品字象征着江苏精品国际认证联盟的认证制度的公正性和“江苏精品”产品的质量保证。

“江苏精品”认证标志基本图案如下：

江苏精品
Jiangsu Premium Brand Certification

第七条 标志使用

凡获得本服务认证的组织，在认证有效期内，可根据需要在宣传材料、场所中使用认证标志，认证标志应清晰、可明显识别并符合规定。

第八条 监督检查

联盟成员应当建立认证标志管理制度，明确认证标志使用者的权利和义务，对获得认证的组织使用认证标志的情况实施监督检查（检查可结合年度检查、专项抽查等方式），发现其不能符合认证要求的，应当及时做出暂停或者停止其使用认证标志的决定，并予以公布。

联盟成员违反规定的程序和条件发放“江苏精品”认证标志，又不及时采取措施改正的，联盟有权撤销其承担“江苏精品”认证的资格，予以公布，并向江苏省市场监督管理局认证监管部门备案。

第三章 其他条款

第九条 处罚条款

江苏精品国际认证联盟对违反本办法使用“江苏精品”认证证书和标志的获证企业，视情况对违规的相关单位和个人采取如下措施：

1、获证组织未通过认证的产品或者产品包装上、广告等其他宣传中，使用虚假文字表明其通过认证的，联盟成员应责令其立即停止继续使用，采取纠正措施。

2、联盟成员发现其认证组织的服务不能持续符合认证要求，不及时暂停其使用认证证书和认证标志，或者不及时撤销认证证书和停止其使用认证标志的，联盟有权暂停或撤销联盟成员发放认证证书和标志的权力。

3、联盟成员未按照规定向社会公布本机构认证证书和认证标志使用等相关信息，联盟可责令限期改正，逾期不改的，予以警告。

4、伪造、冒用、非法买卖认证标志的，依照《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国进出口商品检验法》等有关法律、行政法规的规定处罚。

第十条 解释条款

本办法由江苏精品国际认证联盟负责解释。

第十一条实施时间

本办法自发布之日起实施。

附件 1：江苏精品国际认证联盟成员机构代码

代码	机构名称
01	中国质量认证中心有限公司
02	方圆标志认证集团江苏有限公司
03	通标标准技术服务有限公司
04	南京国环有机产品认证中心有限公司
05	中国船级社质量认证有限公司
06	苏州 UL 美华认证有限公司
07	上海天祥质量技术服务有限公司
08	南德认证检测（中国）有限公司
09	中国国检测试控股集团股份有限公司
10	莱茵检测认证服务（中国）有限公司
11	南京市产品质量监督检验院 （南京市质量发展与先进技术应用研究院）
12	杭州万泰认证有限公司
13	北京大陆航星质量认证中心股份有限公司
14	江苏天圭认证有限公司
15	国信认证无锡有限公司
16	联检（江苏）科技股份有限公司
17	北京华远润泽国际认证有限公司
18	钛和认证（上海）有限公司
19	冶金工业规划研究院

20	方圆标志农食（江苏）认证检测有限公司
21	江苏省产品质量监督检验研究院
22	苏交科集团检测认证有限公司
23	华夏认证中心有限公司
24	上海建科检验有限公司
25	广东中认联合认证有限公司
26	北京鉴衡认证中心有限公司
27	江苏瑞双认证有限公司
28	北京中大华远认证中心有限公司
29	江苏省特种设备安全监督检验研究院
30	中国检验认证集团江苏有限公司
31	上海添唯认证技术有限公司
32	拓朴认证有限公司
33	威凯认证检测有限公司

“江苏精品”认证标志管理办法

第一章 总则

第一条 为规范“江苏精品”认证标志使用管理，建立有效的识别与监督机制，提升“江苏精品”的品牌影响力，促进“江苏精品”认证健康发展， 制定本办法。

第二条 “江苏精品”认证标志的使用和监督管理活动适用本办法。

第三条 本办法所称的“江苏精品”认证标志，是指企业产品和服务通过“江苏精品”认证，企业取得“江苏精品”认证证书后所使用的认证标识。

第四条 企业通过“江苏精品”认证后，可使用“江苏精品”认证标志。

第二章 标志使用

第五条 “江苏精品”认证标志是由中文“江苏精品”字样、英文“Jiangsu Premium Brand Certification”字样和“JS、Q”以及“品”字图案组成。文字为黑色，图案为中国红。标识式样及标准色如下:

江苏精品

Jiangsu Premium Brand Certification

第六条 服务通过“江苏精品”认证的，**在有效期内，**可以在装潢、说明书、广告宣传以及相关经营活动中使用江苏精品认证标志。

“江苏精品”认证标志只能使用在与通过“江苏精品”认证相一致的产品或服务上，不得擅自扩大使用范围。

第七条 产品和服务通过“江苏精品”认证的，可采用印刷、模压、模制、丝印、喷漆、蚀刻、雕刻、烙印、打戳等方式（以上各种方式在以下简称印刷/模压）加施认证标志。

由企业按标识式样自行制作、印刷/模压认证标志。

第八条 企业使用“江苏精品”认证标志可根据规定的式样，按比例放大或缩小，但不得变形，且确保认证标志图案清晰可识。

第九条 “江苏精品”标志的使用有效期与“江苏精品”认证证书有效期一致。

企业的“江苏精品”认证证书暂停、注销或撤销的不得使用“江苏精品”认证标志。

第十条 使用“江苏精品”认证标志的企业，应当在证书有效期届满九十日前，重新申请“江苏精品”认证并获得通过，方能继续使用。

当“江苏精品”认证标准有修订的，企业应当申请认证变更，通过后方能继续使用“江苏精品”认证标志。

第三章 监督管理

第十二条 各级质量发展委员会办公室（市场监督管理部

门)根据职责负责对所辖地区“江苏精品”认证标志的使用实施监督检查。江苏精品国际认证联盟成员认证机构对其发证产品的“江苏精品”认证标志的使用实施监督检查。

第十三条 企业未按照规定使用“江苏精品”认证标志的，由各级质量发展委员会办公室（市场监督管理部门）责令改正。

第十四条 未经“江苏精品”认证或者认证不合格而擅自使用“江苏精品”认证标志的，由市场监督管理部门依法予以处理。

第四章 附则

第十五条 本办法自 2020 年 9 月 20 日起实施。