“苏州制造”品牌认证规则

SZMB01-060021-2026

洗发液产品认证规则

Product Certification Rules for Hair shampoo

2026 年 8 月 26 日发布　　2026 年 8 月 26 日实施

苏州制造品牌国际认证联盟

前　言

本规则由苏州制造品牌国际认证联盟组织制定、发布，版权归苏州制造品牌国际认证联盟所有，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苏州制造品牌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：中国船级社质量认证有限公司
主要起草人：束海芳、刘德庆
版本号：1.0

1．适用范围

本规则适用于洗发液的“苏州制造”品牌产品认证，适用于以表面活性剂为主要活性成分，以调理剂、保湿剂复配而成的、具有清洁人的头皮和头发、并保持其美观作用的洗发液产品。

2. 认证模式

洗发液的产品认证模式为：产品检测+初始工厂检查+获证后监督。

认证的基本环节包括：

a. 认证的申请
b. 产品检测
c. 初始工厂检查
d. 认证结果评价与批准
e. 获证后的监督
f. 复审

3．认证申请

3.1 认证单元划分

按使用对象（成人、儿童）分为不同认证单元。

不同制造商、不同生产厂（场所）的产品均视为不同认证单元。

3.2 申请认证提交资料

3.2.1 申请资料（认证机构提供表格文件）

a. 正式申请书(网络填写申请书后打印或下载空白申请书填写)

b. 产品描述（PSF-SMZB060021.1）

3.2.2 证明资料

a. 申请人、制造商、生产厂的注册证明，如营业执照（首次申请时）
b. 生产许可证（如有）
c. 代理人的授权委托书（如有）
d. 有效的监督检查报告或工厂检查报告（如有）
e. 有效的产品认证检测报告（如有）
f. 其他需要的文件

3.3 申请评审

认证评审人员对申请方提交的《申请书》和相关资料进行申请评审。除出现下述情况外，本机构将接受申请，并与申请方协商并签署认证协议。

出现下列情况之一时，本机构可以拒绝或中止受理申请：

(1)根据应遵守的法规、准则、协议，本机构不能受理某项申请；

(2)有证据证明申请方或受审查方在向本机构提供有关文件和信息时或在接受认证和检验时，有弄虚作假行为；

(3)由于申请方原因，无法获得受理申请所需要的资料或证据；

(4)列入国家信用信息严重失信主体相关名录；

(5)本规则所规定的或本机构视具体情况所确定的或本机构与申请方达成的要求，条件尚未满足。

4．产品检测

4.1 样品

4.1.1 申请单元中只有一个型号的，送本型号的样品。以系列产品为同一申请单元申请认证时，应从中选取具有代表性的至少 1 种规格样品进行产品检测。必要时，增加样品补充差异试验。

4.1.2 样品数量

采用随机抽样方法，在工厂生产的合格产品中随机抽取，每个认证单元抽取 8 件。

4.1.3 样品处置

试验结束并出具检测报告后，有关试验记录由检测机构保存，样品按认证机构有关要求处置。

4.2 产品检测

4.2.1 依据标准

T/SZBX 077-2022《洗发液》

4.2.2 试验项目及要求

按本规则附件 1《工厂质量控制检测要求》型式检验项目执行，试验要求按 T/SZBX 077-2022《洗发液》的要求执行。

4.2.3 试验方法

试验方法按 T/SZBX 077-2022《洗发液》的要求执行。

4.2.4 检测时限

样品检测时间一般为 30 个工作日，从收到样品和检测费用算起。

4.2.5 结果判定

样品全部型式检验项目符合要求，则判定该单元产品检测合格，若任何 1 项不符合要求时，则判定该检测单元产品检测不合格，终止认证。只有所有检测单元都满足要求方可认为认证单元产品检测合格。

4.2.6 试验报告

a. 由指定的检测机构对样品进行检测，并按规定格式出具试验报告。认证批准后，检测机构负责给申请人提供一份试验报告。

b. 由认证机构对试验项目进行现场目击测试时，需按认证机构要求对检测场所进行评定，评定合格后方可进行试验，试验完成后出具试验报告。

4.3 检测结果的采信

检测机构应为获得 CMA 资质认定的机构，检验检测项目参数应在 CMA 资质认定能力附表内。

对于已进行过产品检测，且检测报告时间在 2 年以内的，特殊情况时可放宽至 5 年以内。认证机构需对检测机构能力及检测结果进行评估，结果满足要求的认可采信相应的数据，减少重复测试。

4.4 关键原材料要求

关键原材料见附件 2《产品描述》。洗发液的关键零部件/原材料为水、香精（如有）、表面活性剂等。

为确保获证产品的一致性，关键原材料的技术参数/规格型号、制造商发生变更时，持证人应及时提出变更申请，并送样进行检测或提供书面资料确认，必要时进行工厂检查确认。经认证机构批准后方可在获证产品中使用。

5．初始工厂检查

5.1 检查内容

工厂检查内容为组织评价、工厂质量保证能力和产品一致性检查，应覆盖申请认证的所有产品和加工场所。

工厂检查的基本原则是：以认证产品的主要技术要求为核心，重点关注关键工序和检验环节，现场确认影响产品认证技术指标的关键原材料的一致性，现场验证工厂的生产能力（生产设备、检测设备等生产资源及人员能力）。

5.1.1 组织评价

根据 DB3205/T 1011-2021《“苏州制造”品牌认证通用要求》，按附录 A《“苏州制造”品牌认证通用要求评分表》的要求对组织在质量卓越、管理精细、创新发展、品牌引领、社会责任、智能生产六个方面进行全面评价。

5.1.2 工厂质量保证能力

按附录 B《工厂质量保证能力要求》检查。

5.1.3 产品一致性检查

工厂检查时，应在生产现场检查申请认证产品的一致性，每个认证单元至少抽一个规格/型号进行一致性检查。重点核查以下内容：

1）认证产品的标识应与产品检测报告上所标明的信息一致；

2）认证产品的结构（如有）应与产品检测报告及产品描述中一致；

3）认证产品所用的关键原材料应与产品检测报告及产品描述中一致。

5.2 初始工厂检查时间

一般情况下，产品检测合格后，再进行初始工厂检查。必要时，产品检测和工厂检查也可以同时进行。初始工厂检查时，工厂应生产申请认证范围内的产品。

根据工厂的生产规模以及产品的复杂程度，确定检查人日数，详见表 1。

表 1 工厂检查人・日数（初始工厂检查/监督检查/复审检查）

生产规模	100 人以下	100-200 人	200 人以上
人日数	4/2/3	6/3/4.5	8/4/6

注：以上人日数包含委外检测报告审核时间，另外如由认证机构对试验项目进行现场目击测试时，需适当增加人日。

5.3 检查结论

检查组负责报告检查结论。组织评价按附录 A《“苏州制造”品牌认证通用要求评分表》进行评价，得分达到规定即为满足要求。其中，得分部分无需提供整改资料。

工厂检查结论为不通过的，检查组直接向认证机构报告。工厂检查存在不符合项时，工厂应在 40 个工作日内完成整改，认证机构采取适当方式对整改结果进行验证。未能按期完成整改的或整改不通过的，按工厂检查不通过处理。

6. 认证结果评价与批准

6.1 认证结果评价与批准

认证机构对产品检测、组织评价、工厂检查结果进行综合评价，评价合格后，按认证单元向申请人颁发产品认证证书。

6.2 认证时限

受理认证申请后，产品检测时限见 4.3.4，工厂检查时限按实际发生时间计算（包括安排及执行工厂检查时间、整改及验证时间）。完成产品检测、组织评价和工厂检查后，对符合认证要求的，一般情况下在 30 天内颁发认证证书。

6.3 认证终止

当产品检测不合格、组织评价不满足要求、工厂检查不通过或整改不通过，认证机构做出不合格决定，终止认证。终止认证后如要继续申请认证，重新申请认证。

7. 获证后的监督

7.1 监督检查

7.1.1 认证监督检查频次

一般情况下，初始检查结束后 6 个月后即可以安排年度监督，每次年度监督检查间隔不超过 12 个月。若发生下述情况之一可增加监督频次：

1）获证产品出现严重质量问题或用户提出严重投诉并经查实为持证人责任的；

2）认证机构有理由对获证产品与认证依据标准的符合性提出质疑时；

3）有足够信息表明生产者、生产厂由于变更组织机构、生产条件、质量管理体系等而可能影响产品符合性或一致性时。

7.1.2 监督检查人.日数一般为 2-4 人日（见表 1）。

7.1.3 监督检查的内容

获证后监督的内容工厂质量保证能力的复查和获证产品一致性检查。认证机构根据附录 B《工厂质量保证能力要求》及附件 1《工厂质量控制检测要求》（型式检验）对工厂进行监督检查。监督检查内容还包括认证产品的一致性以及认证证书和标志的使用、前次工厂检查不符合项的整改情况。

7.1.4 监督检查结论

检查组负责报告监督检查结论。监督检查结论为不通过的，检查组直接向认证机构报告。监督检查存在不符合项时，工厂应在 40 个工作日内完成整改，认证机构采取适当方式对整改结果进行验证。未能按期完成整改的或整改不通过，按监督检查不通过处理。

7.2 监督抽样

必要时，年度监督时在获证产品中抽样进行产品检测。样品应在工厂生产的合格品中（包括生产线、仓库等）随机抽取，每个生产厂(场地) 的每个认证单元同型号均需抽取样品，样品数量同本规则 4。检测依据、项目、方法及结果判定同本规则 4。

7.3 监督结果评价

认证机构对监督检查结论、监督抽样试验结果进行综合评价，评价合格的，认证证书持续有效。当监督检查不通过或监督抽样试验不合格时，则判定年度监督不合格，按照 8.3 规定处理相关认证证书。

8 认证证书

认证证书内容见证书模板。

8.1 认证证书的保持

8.1.1 证书的有效性

本规则覆盖产品的认证证书有效期三年。证书有效期内，证书的有效性通过定期的监督维持。

8.1.2 认证产品的变更

8.1.2.1 变更的申请

证书内容发生变化或产品的设计、结构参数、外形、关键原材料发生变更时，证书持有者应向认证机构提出申请。

8.1.2.2 变更评价和批准

认证机构根据变更的内容和申请人提供的资料进行评价，必要时送样进行检测和/或检查。检测合格或经资料验证后，对符合要求的，批准变更。证书内容发生变化的，换发证书，证书的编号、批准有效日期不变。

8.2 获证单元覆盖产品的扩展

8.2.1 扩展程序

证书持有者需要增加与已获证产品为同一认证单元的产品认证时，应提交申请（新申请或变更申请）。认证机构核查扩展产品与获证产品的一致性，确认认证结果对扩展产品的有效性，针对扩展产品的差异进行补充检验，必要时安排工厂检查现场验证。评价合格后，根据需要颁发新证书或换发证书。

8.2.2 样品要求

证书持有者应先提供扩展产品的有关技术资料，需要送样时，证书持有者应按第 4 章的要求选送样品供检查或检测。

8.3 认证证书的暂停、注销和撤销

证书的使用应符合“苏州制造”有关证书管理规定的要求。当证书持有者违反认证有关规定或认证产品达不到认证要求时，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。

9．复审

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。

复审内容按照 7.1.3 的要求执行。同时复审还需确认有效的年度监督检查结果（年度监督正常，时间在 12 个月之内），如果无有效的监督检查结果，则需要按初始工厂检查的要求执行。

证书到期后的 3 个月内应完成复审换证工作，否则按新申请处理。

10．产品认证标志的使用

10.1 准许使用的标志样式

获证产品允许使用如下认证标志

苏州制造 MADE IN SUZHOU 或

不允许使用变形标志。

10.2 标志的加施

如果加施标志，证书持有者应按**《“苏州制造”品牌认证标志管理办法》**的规定使用认证标志。可以在产品本体、铭牌或说明书、包装上加施认证标志。

不允许使用变形标志。

11．收费

根据企业提交资料的情况，需要收取认证和（或）产品检测费用，认证机构将按《“苏州制造”品牌认证服务收费规范》，由申请企业与认证机构以合同方式确认。

附件 1

工厂质量控制检测要求

产品名称	依据标准	检测项目		技术要求	检查方法	检测方式	
						型式检验	逐批检验
洗发液	T/SZBX 077-2027《洗发液》	感官指标	外观	4.2	5.1	√	√
			色泽	4.2	5.1	√	√
			香气	4.2	5.1	√	√
		理化指标	耐热	4.2	5.2	√	
			耐寒	4.2	5.2	√	
			pH	4.2	5.2	√	√
			泡沫	4.2	5.2	√	√
			有效物含量	4.2	5.2	√	√
		卫生指标	霉菌和酵母菌总数	4.2	5.3	√	√
			菌落总数	4.2	5.3	√	√
			耐热大肠菌群	4.2	5.3	√	
			金黄色葡萄球菌	4.2	5.3	√	
			铜绿假单胞菌	4.2	5.3	√	
			铅	4.2	5.3	√	
			汞	4.2	5.3	√	
			砷	4.2	5.3	√	
			镉	4.2	5.3	√	
		风险物质指标	苯酚	4.2	5.4	√	
			二噁烷	4.2	5.4	√	
		毒理学指标	急性皮肤刺激性	4.2	5.5	√	
			急性眼刺激性	4.2	5.5	√	
		净含量		4.3	5.6	√	√
		包装外观		4.4	5.7	√	√

注：毒理学指标仅适用于儿童洗发液。

附件2

产品描述

申请人：
产品名称：

一、申请认证产品信息
1、单元覆盖产品型号命名说明:

2、单元覆盖产品的差异说明:

3、申请认证产品参数

二、关键零部件/原材料清单

名称	材料	制造商（全称）
注：如果上述关键零部件/原材料属多个制造商，均应按上述要求逐一填写		

三、后附材料
有效检测报告（附后）
其他产品说明的必要资料

四、申请人声明

本组织保证该产品描述中产品信息及关键原材料等与申请认证的产品信息保持一致。通过认证后，如果不影响设计定型的产品信息需变更或关键原材料需进行变更，本组织将向认证机构提出变更申请，经认证机构批准后才会对获证产品实施变更，以确保该规格型号在认证证书有效期内始终符合认证要求。

本组织保证只在获证产品中使用认证证书及认证标志。

申请人 ：
（公章）
日期：　　年　　月　　日

附录 A

“苏州制造”品牌认证通用要求评分表

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评分要素
1	质量卓越（250 分）	技术能力（80 分）	技术能力先进，产品质量持续稳定。（60 分）	（1）技术管理水平在同行业处于领先。（20 分） （2）工艺水平高、装备自动控制程度和可靠性高，有严格的产品检测能力。（20 分） （3）产品质量水平稳定，符合工厂质量保证能力要求。（20 分）
			实施标准引领工程，不断提升产品质量。（20 分）	（1）主导制定国际或国家标准。（10 分） （2）参与制定国际标准或国家标准、获得企业标准领跑者证书等。（5 分） （3）产品质量提升与装备升级相结合，促进产业链升级。（10 分）
		产品质量（170 分）	产品标准中主要技术指标达到“国内一流、国际先进”。（60 分）	（1）产品主要性能对比分析（与国际标准、国内外先进企业标准、国家标准的比对情况）。 （2）体现先进性的主要指标及采用的关键技术说明（关键技术、工艺、设备与指标的对应关系）。
			产品实测应符合“苏州制造”相关标准，并处于行业领先地位。（80 分）	（1）产品技术指标应符合“ 苏州制造”相关产品标准要求。（40 分） （2）产品基本情况说明，近 3 年产值、市场占有率、毛利率，主要市场及发展趋势。（40 分）
			建立和实施产品质量追溯系统和/或供应链溯源系统。（30 分）	建立产品质量追溯系统，提高质量在线监测、控制和产品生命周期质量追溯的能力。（30 分）
2	管理精细（200 分）	管理体系（70 分）	建立并有效实施质量管理体系。（20 分）	企业应按照 GB/T 19001 要求，建立质量管理体系并有效实施；行业有特定要求的，应建立国际同行业通行的管理体系，提供有效认证证书。（20 分）
			积极导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进管理模式。（50 分）	企业采用的先进管理模式。卓越绩效模式的导入情况，提供卓越绩效管理模式自评报告、政府质量奖获奖证书等方式予以证明。（50 分）
		行业引领（70 分）	对上游原材料品质或下游产品质量起到技术带动作用。（20 分）	企业具有对相关产业的技术引领能力，有效带动标准、产品、工艺及技术的进步。 （1）对所使用的关键原材料设定明确的性能指标要求，指标要求明显高于其他同类产品使用的原材料要求，并将原材料要求作为采购要求传递给上游供应商。（15 分） （2）在原材料品质、技术改进等方面进行定期或不定期沟通交流，通过适当方式协助或推动供应商或顾客提升生产技术、工艺或原材料品质。（5 分）
			建立并实施对供应商管控体系。（50 分）	企业应建立互利共赢的供应商合作关系。(50 分) （1）对提供主要原材料、辅料、配件、元器件或外包（外协加工）外部供方进行评价和考核。（10 分） （2）约定采购产品的技术要求、质量目标要求。（5 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。（5 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。（10 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、工艺及技术的进步。（10 分）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评分要素
				（6）近三年的外部供方绩效数据表明达到规定的目标要求。（10 分）
		顾客满意（60 分）	建立和运行顾客关系管理系统。（20 分）	（1）建立和有效运行完善的顾客关系管理系统，如建立客户服务中心，有客户咨询电话、客户投诉信箱货电话等客户沟通渠道。（15 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。（5 分）
			制定和执行服务承诺或服务规范情况。（20 分）	有完善的针对产品的服务承诺或服务规范且高于同行业一般水平。（20 分）
			顾客满意度调查的结果。（20 分）	（1）开展顾客满意度调查。（10 分） （2）有近三年顾客满意度的改进分析。（10 分）
3	创新发展（150 分）	创新机制（50 分）	制定创新战略及实施计划，并提供资源保障。（20 分）	（1）制定创新战略，由专门的部门负责实施具体的创新战略实施计划。（10 分） （2）拥有实施创新所需的保障条件，如国家或江苏省认定的重点实验室、工程技术（研究）中心、企业自身或集团公司研发中心，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。（10 分）
			创新研发投入情况。（30 分）	研发经费投入按营业收入增长而同比增长，按年度预算并使用。近三年累计研发投入占销售收入不低于 3%的得 30 分，每低 0.1%减 1 分。
		创新能力（40 分）	技术创新转化为技术标准情况。（10 分）	（1）积极参与标准化相关活动，包括报告、论文发表、组织开展本领域标准化会议（视会议级别、涉及范围、会议规模）等。（5 分） （2）被相关标准中采纳的创新技术成果。（5 分）
			科技创新人员占比情况。（30 分）	科技人员比例大于 3%得 30 分，每低 0.1%减 1 分。
		发展成果（60 分）	通过创新和改造，取得的核心优势和项目。（10 分）	（1）新产品销售收入占企业产品销售收入的比重≥15%。（5 分） （2）新产品利润占企业产品销售利润总额的比重≥10%。（5 分）
			科技成果转化应用的推广。（10 分）	近三年采用新技术、新工艺、新材料研制和开发出新产品，以及新产品获得的权威认定。（10 分）
			获得科学技术奖情况。（15 分）	自然科学、技术发明、科技进步奖。国家级奖项 15 分/个，省级奖项 10 分/个，地市级 5 分/项，总得分不超过 15 分。
			专利、软件著作权、设计专利权等。（10 分）	近三年在产品和设计、研发和制造等关键环节取得的自主知识产权和核心技术成果，如取得发明、实用新型、外观设计专利授权或软件著作权、软件产品登记证书。拥有与认证范围产品质量、安全、节能环保相关的设计或制造的自主知识产权或技术成果； （1）发明专利，1 项得 8 分；2 项以上得 10 分。 （2）实用新型专利和外观专利等 5 项以上（6 分）；3-4 项（4 分）；1-2 项（2 分）。
			拥有国家、省级各类研究技术机构。（5 分）	拥有国家、省级各类研究技术机构。（5 分）
			通过国家或省创新型企业、高新技术企业认定情况。（10 分）	高新技术企业 10 分；国家创新型企业 10 分；省级创新型企业 5 分。
4	品牌引领（150 分）	品牌管理与维护（50 分）	有专门部门开展品牌管理工作，配置必要的资源。（15 分）	（1）有专门部门。（5 分） （2）职责权限明确。（5 分） （3）配置必备的软硬件资源。（5 分）
			建立品牌管理制度，品牌管理的组织与执行有效。（15 分）	（1）有管理制度。（5 分） （2）有工作计划和指标。（5 分） （3）品牌管理中有形成的好的方法。（5 分）
			开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效。（10 分）	（1）有品牌保护和维护工作制度和执行机制。（5 分） （2）在品牌保护和形象维护中形成的好的方法或案例。（5 分）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评分要素
			品牌管理和经营活动的费用支出占销售额的比重。（10 分）	（1）费用支出占比在同行对标中处于前三位。（5 分） （2）投入产出比显著。（5 分）
		品牌声誉（80 分）	品牌满意度调查的开展情况和结果。（30 分）	（1）近三年开展品牌满意度调查。（15 分） （2）品牌满意度调查的结果与改进分析。（15 分）
			品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况.（20 分）	（1）近三年获得国家或省级荣誉和奖励。（10 分） （2）近三年获得的荣誉和奖励排名前三。（10 分）
			品牌市场占有率在全省同行业或细分市场中的排名处于前列.（30 分）	近三年排名，前三名按照排序分别得 30、20、15 分，前 10 得 10 分，10 名以外得 5 分。
		品牌效应与价值（20 分）	品牌效应与品牌价值情况。（20 分）	（1）品牌效应情况（10 分） （2）品牌价值或品牌溢价能力（10 分）
5	社会责任（150 分）	公共责任（30 分）	每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况。（30 分）	3 年内的年度社会责任报告，未发生第三方社会责任审核不通过情况。
			近三年无重大质量安全事故及严重违法违规记录。	否决项。
		绿色可持续发展（30 分）	环境管理体系认证情况、节能或绿色产品数量、绿色工厂创建情况。（20 分）	（1）有环境管理体系认证。（5 分） （2）有节能或绿色产品。（5 分） （3）创建绿色工厂。（5 分） （4）其他荣誉奖励。（5 分）
			在产品设计和产品实现过程实行绿色和可持续发展理念。（10 分）	有引入产品生态设计或绿色制造体系。（10 分）
		诚信与合规经营（40 分）	开展信用体系建设，信用良好。（10 分）	信用水平等级达到 A 等以上并出具信用报告。（10 分）
			尊重相关方的利益，建立合规经营制度。（10 分）	建立合规经营体系和制度，有违规情况不得分。
			近三年纳税情况和区域纳税排名。（20 分）	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）纳税信用等级 A 级。(10 分） （2）纳税金额排名前 10：前三（10 分），前 5（6 分），前 10（4 分）。
		权益保护（30 分）	建立消费者权益保护制度，售后服务星级评价情况。（15 分）	（1）建立消费者权益保护制度。（10 分） （2）开展售后服务评比或第三方评价。（5 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。（15 分）	（1）有员工权益保护制度，3 年内无违规情况。（10 分） （2）获得职业健康安全体系认证。（5 分）
		公益支持（20 分）	参与社会公益活动的情况。（20 分）	近 3 年参与的社会公益活动，每项 4 分。总分不超过 20 分。
6	智能生产（100 分）	智能装备（20 分）	自动化、智能化生产、试验、检测等设备台套（产线）数占设备总台套（产线）数比例情况。（10 分）	按比例得分，比例每增加 1 个百分点，得分增加 0.1 分，100%得分 10 分。
			智能装备投入情况。（10 分）	（1）3000 万元以上。（10 分） （2）1000 万元-3000 万元（含）（7 分） （3）500 万元~1000 万元（含）。（5 分） （4）100 万元（含）~500 万元（含）。（3 分）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评分要素
				（5）100 万元以下。（2 分）
		车间网络系统及安全（20 分）	采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统，建立车间级工业互联网。（4 分）	（1）采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统，建立车间级工业互联网。（4 分） （2）部分采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统。（2 分） （3）未采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统。（0 分）
			自动化、智能化设备联网数占自动化、智能化设备总量的比例情况。（8 分）	比例自 70%开始，70%得分 5 分，比例每增加 1 个百分点，得分增加 0.1 分，100%得分 8 分。
			车间重要数据备份、采取网络安全防护措施、网络安全制度建设和网络安全事件应急能力情况。（8 分）	（1）车间重要数据均及时备份，实现本地双机热备和异地容灾备份。（3 分） （2）车间重要数据均及时备份，实现本地双机实时热备。（2 分） （3）车间重要数据均及时备份，实现本地手工或软件定期自动备份。（1 分） （4）车间重要数据未及时备份。（0 分）
				（1）应用防病毒软件、防火墙，并有漏洞扫描、运维审计等防护措施，制定年度和季度（系统、网络、存储）应急计划，定期开展应急演练。（4 分） （2）应用防病毒软件、防火墙，并有漏洞扫描、运维审计等防护措施。（2 分） （3）部分应用防病毒软件、防火墙，部分落实漏洞扫描、运维审计防护措施。（1 分） （4）未应用防病毒软件、防火墙、漏洞扫描、运维审计等软硬件和防护措施。（0 分）
				车间建立完善的信息安全制度，具备较好的网络信息安全事件应急防护、响应、恢复等能力。（1 分）
		产品生产过程、物料配送与产品信息追溯（30 分）	生产设备运行状态监控情况。（6 分）	（1）生产设备运行状态实现实时监控、故障自动报警和诊断分析，生产任务指挥调度实现可视化。（6 分） （2）生产设备运行状态实现实时监控、故障自动报警。（4 分） （3）生产设备运行状态实现实时监控。（3 分） （4）生产设备运行状态部分实现实时监控。（2 分） （5）生产设备运行状态均未实现实时监控。（0 分）
			生产数据采集分析情况。（4 分）	（1）生产制造过程中物料投放、产品产出数据自动采集、实时传送。（4 分） （2）生产制造过程中物料投放、产品产出数据部分自动采集、实时传送。（2 分） （3）生产制造过程中物料投放、产品产出数据人工采集、传送。（0 分）
			自动识别技术设施、自动物流设备使用情况。（5 分）	生产过程广泛采用二维码、条形码、电子标签、移动扫描终端等自动识别技术设施。 全部实现（5 分）部分实现（3 分）、未能实现（0 分）
			关键工序智能化质量检测设备使用情况。（5 分）	在关键工序采用智能化质量检测设备，产品质量实现在线自动检测、报警。 全部实（5 分）部分实现（3 分）、未能实现（0 分）
			产品信息管理情况。（10 分）	在原辅料供应、生产管理、仓储物流等环节采用智能化技术设备实时记录产品信息。（5 分） 全部实现（5 分）部分实现（3 分）、未能实现（0 分）
				每个批次产品均可通过产品档案进行生产过程和使用物料的追溯。（5 分） 全部实现（5 分）部分实现（3 分）、未能实现（0 分）
		车间环境与资源能源消耗	车间环境监测、调节、处理及废弃物处置情况。（10 分）	根据车间生产制造特点和需求，配备相应的车间环境（热感、烟感、温度、湿度、有害气体、粉尘等）智能监测、调节、处理系统。（4 分） 全部配备（4 分）、部分配备（2 分）、未配备（0 分）

序号	一级指标	二级指标	三级指标	评分要素
		（20 分）		对车间环境实现自动监控、自动检测、自动报警，实现智能化监控。（4 分） 全部实现（4 分）、部分实现（2 分）、未实现（0 分）
				车间废弃物处置纳入信息系统统一管理，处置过程符合环境保护的规定和要求。（2 分）
			车间用能设备及资源能源消耗信息监控、管理情况。（10 分）	用能设备实时监测与控制。（5 分） 全部实时监控（5 分）、部分实时监控（3 分）、无实时监控（0 分）
				车间水、电、气（汽）、煤、油等消耗实现实时监控、自动分析。（5 分） 全部实现（5 分）、部分实现（3 分）、未实现（0 分）
		车间与车间外部联动协同（10 分）	车间与车间外部信息系统联通情况、数据接收反馈情况。（5 分）	车间之间信息系统实现联通，互相影响程度较高，车间之间的相关数据实现自动接收、自动反馈。（5 分） 全部实现（5 分）、部分实现（3 分）、未实现（0 分）
			车间集成应用管控系统情况。（5 分）	车间内外实现管控一体化，集成应用：①计算机辅助设计及仿真系统、②产品生命周期管理系统（PLM）、③制造执行系统（MES）、④企业资源计划管理系统（ERP）、⑤供应链管理系统（SCM）、⑥仓储管理系统（WMS)、⑦数字中台（数字主线）系统、⑧企业其他信息系统。 7-8 项。（5 分） 5-6 项。（3 分） 3-4 项。（3 分） 小于等于 2 项。（0 分）

注：每个基本指标（一级指标）得分均不少于单项总分的 60%且总分不少于 800 分表明通过“苏州制造”认证评价。

附录 B

工厂质量保证能力要求

工厂质量保证能力是检查依据文件之一，规定了申请产品认证的工厂质量保证能力要求。

为保证批量生产的认证产品与检测合格的样品的一致性，工厂应满足质量保证能力要求。如有特殊要求的，按具体产品认证规则中有关规定执行。

1.设计/开发

工厂应建立、实施和保持适当的设计和开发过程，

1.1 应对产品进行设计/开发策划，并在设计/开发方案或相应文件中确定产品主要性能指标，规定产品特性，适用时，包括：

1）使产品处于国内一流、国际先进的程度的核心技术和关键工艺；

2）采用 “生态设计”等手段，注重预防污染和节约资源

3）产品使用过程的环保、节能降耗；

4）自主知识产权和核心技术成果的应用。

1.2 工厂应保留有关设计和开发输出的成文信息。

1.3 工厂应对设计/开发结果进行评审和验证，并对其在满足顾客使用条件下进行有效确认。

1.4 工厂应保存产品的设计评审/设计验证/设计确认的记录，记录应能够体现主要性能指标和产品认证评价指标的实现过程和结果。

2.采购和关键件控制

2.1 采购控制

2.1.1工厂应建立关键零部件/材料供应商的评价制度，以确保供应商具有保证生产满足要求的产品的能力。工厂应建立、保持关键零部件/材料合格生产者/生产企业名录，并从中采购关键件。

2.1.2 工厂应明确关键零部件/材料采购技术要求，且符合产品的设计要求。工厂应将采购技术要求与供方进行有效沟通，对采购过程进行控制，以确保供方提供满足要求的关键零部件和材料。

2.2关键件质量控制

工厂应制定并保持对关键原材料的进货检验或验证程序，以确保采购产品满足采购技术要求的规定。

3.生产过程控制

3.1 工厂应识别生产过程中影响产品主要性能和认证指标的关键生产工序和特殊生产工序，制定适宜的工艺和作业指导书，对生产工序关键参数进行控制，并应保存控制的记录。过程操作人员应具备相应能力。

3.2 产品生产过程中如对环境条件有要求,工厂应保证工作环境满足规定的要求。

3.3 工厂应具备满足生产需要的设备，并对设备进行维护保养。

3.4 工厂应在生产的适当阶段对产品进行检查或检测，以确保产品及产品的关键原材料与认证样品一致。

4.产品检验和试验

4.1工厂应制定并保持文件化的最终产品检验文件，以验证产品持续满足认证标准要求。检验文件中应包括检验项目（含认证指标）、频次、内容方法、判定等，并应保存检验记录。

最终产品检验应满足相应产品的认证技术要求或规则要求。

4.2工厂应具备符合认证依据标准或技术规范的检测设备，应对检测设备的使用、管理、检定或校准、维修实施有效管理。检验环境应能保证检测工作的需求。

4.3检验人员应经过必要的岗位培训并掌握有关产品的标准、检测方法及操作规程。

5. 不合格品的控制

工厂应建立并保持不合格品控制程序，对不合格品的标识、隔离和处置等进行控制。经返修、返工后的产品应重新检测并保存检测记录。对重要部件返修应作记录，保存对不合格品的处置记录。

工厂应对不合格的原因进行分析并采取相应的纠正措施和预防措施，对实施纠正措施和预防措施的记录应予以保存。

6. 认证产品的一致性

工厂应对生产产品与经产品检验合格的样品的一致性进行控制，以使认证产品持续符合规定的要求。

工厂应建立产品关键原材料、设计等影响产品符合规定要求因素的变更控制程序，认证产品的变更（可能影响与相关标准的符合性或产品检验样品的一致性）在实施前应向认证机构申报并获得批准后方可执行。

7. 产品防护与交付

工厂在采购、生产制造、检验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。必要时，工厂应按规定要求对产品的交付过程进行控制。

8. 对上次不符合项的整改验证情况

工厂上次检查的不符合项应已经纠正，相关的措施应得到有效实施。

9. 认证证书和标志（监督检查适用）

工厂对认证证书和认证标志的管理和使用应符合《江苏精品认证证书和标志管理办法》及相关产品认证实施规则等规定。

苏州制造
MADE IN SUZHOU

“苏州制造”品牌认证产品认证证书

证书编号：SZMB-01-2021-P01-000001

委托人名称及注册地址：

生产者名称及注册地址：

生产企业名称及生产地址：

产品名称：

型号规格：

认证标准：

认证模式：

品　牌：

上述产品符合“苏州制造”品牌认证产品认证要求，特此发证。

发证日期：

有效日期：

证书有效性依据发证机构的定期监督获得保持。

CCS 型式认证 TYPE CERTIFICATION

批准人：_____

中国船级社质量认证有限公司

北京市东城区东黄城根南街40号楼　网址：www.ccs-c.com.cn

二维码区域

证书信息查询

证书信息可在全国认证认可信息公共服务平台http://cx.cnca.cn 认证机构官方网址 及“苏州制造”品牌认证证书二维码内查询

“苏州制造”品牌认证管理办法

第一章　　总 则

第一条　为规范“苏州制造”品牌认证活动，维护“苏州制造”品牌形象，推动我市经济社会高质量发展，依据《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国标准化法》《中华人民共和国认证认可条例》和《江苏省政府关于加强质量认证体系建设促进全面质量管理的实施意见》（苏政发〔2018〕125 号）等规定，制定本办法。

第二条　在我市开展的“苏州制造”品牌认证及其监督管理活动，适用本办法。

第三条　本办法所称“苏州制造”品牌认证，是指认证机构根据国际通行的合格评定方式，在工业制造等领域，统一评价依据、认证规则，以统一标准开展的高端品牌自愿性认证活动。

第四条　“苏州制造”品牌认证，坚持政府引导、企业主动、社会参与、标准引领、联盟运作的原则。

第五条　苏州市市场监督管理部门负责“苏州制造”品牌认证总体策划、制度设计、统筹协调等工作。

各级市场监督管理部门按照职责分工，负责“苏州制造”品牌认证的监督管理工作。

第六条　“苏州制造”品牌国际认证联盟（以下简称认证联盟），负责协调和管理联盟成员开展“苏州制造”品牌认证。

第七条　鼓励社会各界对“苏州制造”品牌认证开展宣传、推荐等工作，采信认证结果。

第二章　“苏州制造”品牌认证标准

第八条　“苏州制造”品牌认证标准体系由《“苏州制造”品牌认证通用要求》（以下简称《认证通用要求》）及认证系列技术标准组成。

第九条　《认证通用要求》以地方标准的形式予以发布，内容包括术语和定义、基本原则、认证工作流程、评价内容、认证机构与人员的要求等。

第十条　认证技术标准可以根据苏州地方特点和发展需求，由企业、第三方技术机构、研究机构和社会团体提出并制定，由相关社会团体依照《中华人民共和国标准化法》等规定制定并发布。对有明显区域特征或文化特色的产品，认证技术标准可采用国家或地方已发布的、适宜开展认证的标准。

认证技术标准应当达到国际先进、国内一流的水平，涉及的指标应当具有领先性、示范性、可证实性，并兼顾社会关注的产品或服务特性。

第三章　“苏州制造”品牌认证实施

第十一条　认证联盟是由国内外知名认证机构基于相关合格评定规则和准则要求组建的自愿性合作组织，组织机构包括联盟成员大会、理事会和秘书处。认证联盟接受国家认证认可监督管理部门和江苏省市场监督管理部门指导，在苏州市市场监督管理部门的领导下，组织实施“苏州制造”品牌认证。

依法取得认证机构资质、承认认证联盟章程，并符合相应条件的机构，按自愿原则提出申请，经认证联盟成员大会或联盟理事会批准成为认证联盟成员。

认证联盟成员依据相关规定及认证联盟章程开展“苏州制造”品牌认证。

第十二条　认证人员应当依法取得认证从业资格后，方可从事相应的“苏州制造”品牌认证活动。

第十三条　“苏州制造”品牌认证实施规则由认证联盟组织制定并发布。认证实施规则应当对相应产品的认证程序、认证依据、现场审查、后续监督等做出规定。认证实施规则经联盟秘书处确认后，由实施认证的认证联盟成员自行上报国家认证认可监督管理委员会备案后实施。

第十四条　相应产品的认证委托人（以下简称认证委托人）可以自愿向认证联盟成员申请“苏州制造”品牌认证。

认证联盟成员应当在规定时间内完成对所提交材料的审核，并将审核结论通知认证委托人。

第十五条　认证联盟成员依据《认证通用要求》的要求，对认证委托人是否符合质量卓越、管理精细、创新发展、品牌引领、社会责任、智能生产等情况进行评定。对符合《认证通用要求》要求的认证委托人，依据“苏州制造”品牌认证规则，开展与其申请对应的产品认证。

第十六条　通过“苏州制造”品牌认证的，需向社会公示，无不良反映的，认证联盟成员向认证委托人出具“苏州制造”品牌认证证书（以下简称认证证书）。获得认证证书的认证委托人，可以使用“苏州制造”品牌认证标志（以下简称认证标志）。

第十七条　认证证书和认证标志由认证联盟统一发布，其制定、使用与监督管理应当符合《认证证书和认证标志管理办法》及认证联盟制定发布的相关规定。

认证证书包括但不限于以下基本内容：

（一）认证证书持有人的注册名称和注册地址；

（二）获得认证的产品名称及规格型号；

（三）认证依据的标准或技术规范；

（四）发证机构和认证证书编号；

（五）发证日期和有效期；

（六）其他需要说明的内容。

第十八条 认证联盟成员在认证活动中应当遵守国家相关法律、法规和规章的规定，不得乱收费。

第四章 监督管理

第十九条 认证联盟成员应当对获得认证证书的产品是否持续符合认证要求开展获证后监督，按照监督结果做出认证证书的保持、暂停或者撤销等决定。对出现重大质量安全事故或违法失信造成重大社会影响的，认证联盟成员应当撤销认证证书，三年内不得再次受理其认证申请。

第二十条 认证联盟应加强对成员的日常监管，督促其规范运作，加强行业自律。对未按照法律、法规、规章及认证联盟章程等规定开展认证活动的，认证联盟应当依据联盟章程处理。

第二十一条 苏州市市场监督管理部门按照职责分工，对认证联盟和认证联盟成员开展的“苏州制造”品牌认证活动进行监督检查。对认证联盟及其成员违反《中华人民共和国认证认可条例》等规定开展认证活动的，依法予以查处。发现获得“苏州制造”品牌认证的产品存在问题的，依法作出处理并将相关信息通报认证联盟及相应的认证联盟成员。

第二十二条 对“苏州制造”品牌认证活动中的违法行为，任何单位和个人有权向各级市场监督管理部门投诉或者举报，各级市场监督管理部门应当依照职责分工及时调查处理。

第五章 附 则

第二十三条 本办法自 2021 年 1 月 25 日起实施。

“苏州制造”品牌认证证书与标志管理办法

1. 目的范围

为确保“苏州制造”品牌认证证书和标志的正确使用，提升“苏州制造”的品牌影响力，促进“苏州制造”品牌健康发展，特制定本文件。

本文件适用于“苏州制造”品牌认证证书和标志的使用和管理。

本文件所称的“苏州制造”品牌认证证书是指产品通过“苏州制造”品牌认证后所获得的证明性文件。“苏州制造”品牌认证标志是通过“苏州制造”品牌认证的专有图形标识。

2. 职责

2.1 联盟秘书处负责“苏州制造”品牌认证证书及标志的管理

2.2 联盟成员机构开展认证，秘书处对发放认证证书和标志使用情况进行监督和检查。

3. 认证证书

3.3.1 证书发放

认证联盟成员机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动。通过“苏州制造”品牌认证的产品，应由联盟进行公示并无不良反馈后，认证联盟成员机构向认证委托人出具“苏州制造”品牌认证证书（以下简称认证证书）。证书复印件不具法律效力。

3.3.2 认证证书格式

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。

3.3.2 证书内容

认证证书包括但不限于以下基本内容：

（一）认证证书持有人的注册名称和注册地址；

（二）获得认证的产品名称及规格型号；

（三）认证依据的标准或技术规范；

（四）发证机构和认证证书编号；

（五）发证日期和有效期；

（六）其他需要说明的内容。

3.3.4 证书的有效期

认证证书有效期为三年。对证书有效期另有规定的，按认证规则执行。

3.3.5 证书印刷

认证证书由联盟秘书处制作统一模板交由联盟各成员机构自行印制。（见附件 1：证书样本）

3.3.6 编号规则

“苏州制造”品牌认证证书采用统一的证书编号规则。

1. 苏州制造认证代码	2. 认证机构代码	3 年份号	4 认证类别代码	5 组织编号	6 单元序号
4 位	2 位	4 位	4 位	4 位	2 位
SZMB	01	2021	P01	组织编号	

苏州制造认证代码：“苏州制造”品牌认证缩写为：SZMB

年份号：为认证证书发证年份，四位，如：2021

认证类别代码：为认证专业代码缩写。如：专业代码 PV01

组织编号，获证企业编号，4 位，从 0001 开始编号

单元序号，2 位，为同一获证企业的单元数，从 01 开始编号。

3.3.7 证书编号从国际认证联盟秘书处统一获取。

4.认证标志

4.1 获得认证证书的认证委托人，可以使用“苏州制造”品牌认证标志（以下简称认证标志）。

4.2 认证标志图案及说明

认证标志的基本图案由以蘇字为主体结构，融合工与作二字，将文字图形融合进苏州园林独有的花窗元素中。文字部分以“苏州制造”和英文组成。

认证标志图案如下：

-1-　　-2-

4.3 认证标志的使用和管理

4.3.1 认证标志的使用方式为：

（1）本规定 4.2 中认证标志图案-1-中，基本图案和文字部部分共同使用

（2）本规定 4.2 中认证标志图案-2-中，基本图案部分单独使用“苏州制造”文字部分不得单独使用。

4.3.2 认证标志颜色：

（1）标准色：认证标志颜色采用祖母绿、典雅黄、沉静蓝三种标准色。

-祖母绿-

-典雅黄-

-沉静蓝-

（2）辅助色：辅助色可根据不同产品所依据品牌的标准色、包

装、宣传媒体、载体、产品材料的色彩与质感，进行其他反差色选择，不做特殊规定。

4.3.3 认证标志的使用与管理应遵守《“苏州制造”品牌认证标志管理办法》。

5.监督管理

5.1 联盟成员应当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，应当暂停或撤销认证证书，并予以公布。

5.2 获证企业可以在符合认证要求的获证产品和/或其包装上使用“苏州制造”品牌认证标志。 联盟成员机构对获得认证的企业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）。

5.3 联盟成员违反规定的程序和条件发放认证证书又不及时采取措施改正的，联盟有权根据实际情况暂停、注销及撤销其承担“苏州制造”品牌认证的资格，予以公布，并向苏州市场监督管理局认证监管部门备案。

5.4“苏州制造”品牌国际认证联盟对违反本办法使用“苏州制造”品牌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，应责令其立即停止继续使用，采取纠正措施。

（2）当认证组织的产品不能持续符合认证要求，联盟成员机构

不及时暂停认证证书或撤销认证证书，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。

4、伪造、冒用、非法买卖认证标志的，提交市场监管部门依照《中华人民共和国产品质量法》等有关法律、行政法规的规定处罚。

“苏州制造”品牌认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法

“苏州制造”品牌国际认证联盟

二〇二一年三月

1. 目的

为规范“苏州制造”品牌认证证书的管理，维护“苏州制造”品牌公信力与价值，确保获证组织持续满足认证要求，根据国家认证认可相关法律法规、《“苏州制造”品牌认证管理办法》及联盟章程，特制定本程序，对认证证书的暂停、恢复、撤销及注销等活动进行明确规定。

2. 范围

本程序适用于“苏州制造”品牌国际认证联盟（以下简称“联盟”）对所有获证组织持有的“苏州制造”认证证书的暂停、恢复、撤销和注销的决策与管理过程。

3. 职责

发证机构：负责受理暂停、恢复、撤销、注销的申请/信息来源；负责调查核实；组织评审委员会进行审议；执行评审委员会的决定。负责对调查结果和建议进行技术评审，并做出暂停、恢复、撤销或注销的最终技术决定。

联盟秘书处：负责相关信息的记录、归档与报送。

4. 定义

证书暂停：当获证组织暂时不能满足认证要求，但未达到撤销程度时，联盟在一定期限内中止其认证证书效力的活动。暂停期内，组织不得对外宣传和使用认证证书及标志。

证书恢复：获证组织在证书暂停期内，采取有效纠正措施消除暂停原因并经联盟确认后，恢复其认证证书效力的活动。

证书撤销：当获证组织出现严重不符合认证要求，或暂停期满未完成纠正措施，或主动放弃认证时，联盟取消其认证证书效力的活动。

通常撤销后一年内不接受其认证申请。

证书注销：由于认证证书有效期届满未申请再认证，或获证组织主动申请终止认证，或组织法人资格消亡等原因，联盟终止其认证资格的活动。注销不同于撤销，通常不涉及处罚性含义。

5. 证书暂停管理程序

5.1 暂停条件（出现但不限于以下情况）：

a）监督审核或专项检查中发现不符合项，但未立即对认证资格构成严重影响，且组织承诺在规定期限内纠正；

b）获证组织对认证证书和标志的使用不符合规定要求，且未及时整改；

c）获证组织未按时接受监督审核或未按时缴纳认证费用；

d）获证组织管理体系运行、产品质量或服务水平发生重大波动，但客户投诉、媒体曝光等情况未达到撤销程度；

e）其他可能影响认证要求持续符合性的情形。

5.2 暂停流程：

a)信息收集与核实：认证机构根据审核报告、投诉、媒体报道、官方通报等信息来源，对不符合事实进行调查核实。

b)发出暂停预警通知：核实后向获证组织发出书面预警，要求其在规定期限内（通常为 10-15 个工作日）说明情况并采取纠正措施。

c)评审与决定：若组织未响应或纠正措施无效，认证机构将调查材料并做出暂停决定，并正式向获证组织发出通知，明确暂停原因、依据、暂停起止日期（最长通常不超过 12 个月）以及恢复认证须满足的条件。

d)信息公布：暂停信息将在机构官网及相关平台上公布。

6. 证书恢复管理程序

6.1 恢复条件：

a) 在暂停期限内，获证组织已针对暂停原因采取了有效纠正措施，并提供充分证据；

b) 纠正措施通过文件评审、现场验证等方式确认有效；

c) 结清所有相关费用。

6.2 恢复流程：

a)组织申请：获证组织向认证机构提交书面恢复申请及纠正措

施证据材料。

b)验证与评审：认证机构组织验证，经评审批准后，通知组织恢复证书效力。

c)信息更新：机构官网更新证书状态，撤销暂停信息。

7. 证书撤销管理程序

7.1 撤销条件（出现但不限于以下情况）

a) 证书暂停期满，获证组织未完成纠正措施或措施无效；

b) 监督审核发现严重不符合，或产品质量/服务发生重大事故，确已无法持续满足认证标准；

c) 获证组织滥用认证证书和标志，造成重大不良影响；

d) 提供虚假信息、采用欺骗手段获得认证；

e) 拒绝配合监督审核或专项调查；

7.2 撤销流程：

a)调查核实：认证机构进行全面调查，收集确凿证据。

b)听证（可选）：在做出最终决定前，可视情况给予获证组织申辩和听证的机会；审议所有材料，做出撤销决定；明确撤销原因和生效日期，要求其立即停止使用所有认证宣传材料。

c)信息公布：撤销信息在联盟官网及相关平台公告，并视情况上报秘书处及主管部门。

8. 证书注销管理程序

8.1 注销条件：

a) 认证证书有效期届满，获证组织未在规定期限内提出再认证申请；

b) 获证组织因自身原因（如破产、转产、倒闭等）主动书面申请注销证书；

c) 获证组织法人资格依法终止。

8.2 注销流程：

a)申请或确认：认证机构收到组织注销申请或确认证书到期未续证、法人消亡等事实，经审核后，向组织（或相关方）发出注销通知。

b)信息更新：在认监委备案平台和官网更新状态。

9. 申诉与投诉

获证组织如对暂停、恢复、撤销或注销的决定有异议，可依据相关申诉、投诉和争议处理程序向联盟秘书处提出申诉。

10. 记录保存

所有与证书暂停、恢复、撤销、注销相关的记录、证据、决定文件及通信记录，应由认证机构整理归档，保存期限至少 3 年。

暂停、恢复、撤销、注销相关的结果应上报秘书处做好备案。

序号	认证机构代码	认证机构名称
1	01	中国质量认证中心 China Quality Certification Centre（CQC）
2	02	方圆标志认证集团江苏有限公司 CHINA QUALITY MARK CERTIFICATION GROUP JIANGSU CO., LTD.
3	03	通标标准技术服务有限公司 SGS-CSTC standards technical services Co. Ltd.
4	04	南京国环有机产品认证中心 Organic Food Development and Certification Center of China(OFDC)
5	05	中国船级社质量认证公司 China Classification Society Certification (CCSC)
6	06	苏州 UL 美华认证有限公司 UL CCIC Company Limited-Suzhou
7	07	上海天祥质量技术服务有限公司 Intertek Testing Services Shanghai Limited
8	08	南德认证检测（中国）有限公司 SUSTAINABILITY AT TÜV SÜD
9	09	中国建材检验认证集团股份有限公司 China Building Material Test & Certification Group Co., Ltd.(CTC)
10	10	莱茵检测认证服务（中国）有限公司 TÜV Rheinland
11	11	上海添唯认证技术有限公司 TILVA
12	12	上海建科检验有限公司 Shanghai Jianke Technical Assessment of Construction Co.,Ltd.
13	13	必维欧亚电气技术咨询服务（上海）有限公司 Bureau Veritas
14	14	上海质量技术认证中心 Shanghai Certification Center of Quality Technology

15	15	挪亚检测认证集团有限公司 NOA Testing & Certification Group Ltd.
16	16	德凯质量认证（上海）有限公司 DEKRA e.V. and DEKRA SE
17	17	江苏艾凯艾国际标准认证有限公司 Jiangsu AQA Internailonal Standard Certificalion Co.,Ltd.

ICS 03.120.01
CCS A 00

DB3205

苏 州 市 地 方 标 准

DB3205/T 1011-2021

“苏州制造”品牌认证通用要求

2021-01-18 发布 2021-01-20 实施

苏州市市场监督管理局 发布

目　　次

前言……I
1　范围……1
2　规范性引用文件……1
3　术语和定义……1
4　基本原则……1
　4.1　系统性……1
　4.2　公正性……1
　4.3　科学性……1
5　认证工作流程……2
　5.1　企业申报……2
　5.2　标准制定……2
　5.3　标准先进性评价……2
　5.4　认证实施……2
　5.5　认证工作流程图……2
6　评价内容……3
　6.1　质量卓越……3
　6.2　管理精细……3
　6.3　创新发展……3
　6.4　品牌引领……3
　6.5　社会责任……3
　6.6　智能生产……3
7　认证机构与人员的要求……4
　7.1　认证机构……4
　7.2　认证人员……4
8　证书和标志……4
附录A（资料性）　认证评价指标分值和判定规则……5
参考文献……9

前　言

本文件按照GB/T 1.1-2020给出的规则起草。
本文件由苏州市市场监督管理局提出并归口。
本文件起草单位：苏州市质量和标准化院、中国质量认证中心南京分中心、吴中区市场监督管理局。
本文件主要起草人：沈俊杰、周文渊、李辰、杨辉、蒯燕敏、冯立菲、沈伟、谢星、金冠敏。
本文件为首次发布。

“苏州制造”品牌认证通用要求

1 范围

本文件规定了“苏州制造”品牌认证的基本原则、工作流程、评价内容、产品认证、证书和标志等内容。

本文件适用于“苏州制造”品牌认证活动。

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

“苏州制造” Suzhou made

在苏州大市范围内注册的具有自主品牌的企业生产的代表苏州地区先进水平的产品。

3.2

“苏州制造”标准 Suzhou made standard

通过标准先进性评价并纳入“苏州制造”标准体系统一管理的、适用于“苏州制造”品牌认证的产品标准。

3.3

“苏州制造”品牌认证 Suzhou made brand certification

根据国际通行的合格评定方式，依据“苏州制造”标准及相关规定，对申请企业及其产品进行的第三方评价活动。

3.4

“苏州制造”品牌国际认证联盟 Suzhou made brand international certification alliance

由国内外知名认证机构基于相关合格评定规则和准则要求组建的自愿性合作组织。

4 基本原则

4.1 系统性

“苏州制造”品牌认证应结合企业及其产品的质量、品牌、技术、管理等方面进行系统全面的评价。

4.2 公正性

“苏州制造”品牌认证应严格遵守法律法规及政策要求，做到实事求是、客观中立、公平公正公开。

4.3 科学性

“苏州制造”品牌认证应采用定性与定量相结合的方法，科学、客观地评价企业及其产品的关键指标水平，以及与“苏州制造”标准的符合程度。

5 认证工作流程

5.1 企业申报

企业向“苏州制造”品牌国际认证联盟（以下简称认证联盟）申报开展“苏州制造”品牌认证。

5.2 标准制定

制定体现产品先进性的“苏州制造”标准。

5.3 标准先进性评价

对产品的“苏州制造”标准进行创新性和引领性的评价。

5.4 认证实施

5.4.1 “苏州制造”品牌认证工作由认证联盟所属的认证机构实施。

5.4.2 认证机构以“苏州制造”标准为依据，“苏州制造”标准内容应体现第6章的基本要求，“苏州制造”品牌认证评价指标参见附录A。针对不同的产品进行评价时，可适当调整指标项或制定相关细则。

5.5 认证工作流程图

“苏州制造”品牌认证工作流程包括企业申报、标准制定、标准先进性评价、认证实施等环节。“苏州制造”品牌认证工作流程见图1。

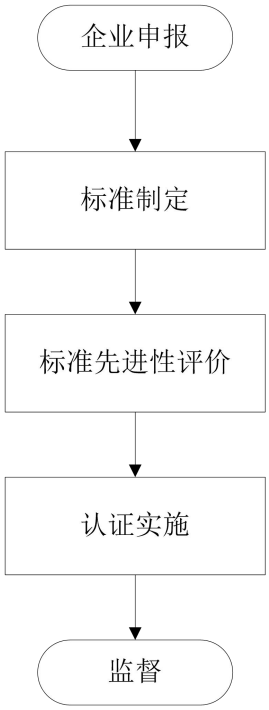

图1 “苏州制造”品牌认证工作程序

6 评价内容

6.1 质量卓越

企业应采用先进标准，保障产品的质量优异、性能稳定。评价内容包括但不限于：

a) 制定或采用国内领先、国际一流的先进标准；
b) 产品的实测性能应符合“苏州制造”标准；
c) 具备行业引领能力，有效带动上下游产业链的协同进步。

6.2 管理精细

企业应采用先进管理模式，具备持续满足顾客需求的能力。评价内容包括但不限于：

a) 加强全面质量管理，建立科学的管理体系并有效执行；
b) 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；
c) 以顾客需求为导向，结合产品的特点制定行业领先的服务规范并有效执行。

6.3 创新发展

企业应建立和完善创新机制，具备持续创新能力。评价内容包括但不限于：

a) 制定创新战略及实施计划，并提供资源保障；
b) 在关键的设计、技术、制造环节拥有较先进的自主知识产权和核心技术成果；
c) 具有量化可比的科技成果转化或先进服务模式推广能力；
d) 建立有效的创新激励机制和可靠的技术支撑体系；
e) 注重相关研发机制的建设。

6.4 品牌引领

企业应具有品牌战略和规划，进行品牌管理和维护，形成行业领先的品牌效应。评价内容包括但不限于：

a) 制定品牌战略和规划，并提供相应的资源保障；
b) 品牌有较高的知名度、美誉度、忠诚度和满意度；
c) 具有较高的品牌价值，品牌效能较好促进行业和企业自身的发展；
d) 注重维系顾客关系，利用顾客反馈改善产品质量。

6.5 社会责任

企业应履行社会责任，秉承绿色和可持续发展理念，诚信合规经营，积极参与社会公益活动。评价内容包括但不限于：

a) 在质量安全、环保、节能、资源综合利用、公共卫生等方面承担公共责任，体现绿色和可持续发展理念；
b) 遵守诚信和道德行为准则，具有较高的信用水平；
c) 提升对相关方的权益保护，制定并运行有效的权益保障机制；
d) 积极支持公益事业，并做出贡献。

6.6 智能生产

智能生产主要指智能车间评价。车间应采用智能化设备，生产过程实现智能化，以现代信息技术分

析生产决策。评价内容包括但不限于：

a) 车间自动化、数字化、智能化装备广泛应用；
b) 车间设备互联互通，车间网络系统安全可控；
c) 产品物料配送实现自动化、生产过程实现实时调度、产品信息实现全生命周期追踪；
d) 车间环境、资源能源消耗实现智能管控；
e) 车间与车间外部实现联动协同。

7 认证机构与人员的要求

7.1 认证机构

认证机构应是通过国家认证认可监督管理部门批准的，“苏州制造”品牌国际认证联盟下的成员。

7.2 认证人员

认证人员应符合国家关于认证人员职业资格的相关要求以及“苏州制造”品牌认证管理的相关规定。

8 证书和标志

“苏州制造”品牌认证证书与标志由认证联盟统一发布，其制定、使用与监督管理应符合《认证证书和认证标志管理办法》及认证联盟制定发布的相关规定。

附 录 A
（资料性）
认证评价指标分值和判定规则

A.1 评价指标分值框架

“苏州制造”品牌认证评价指标见表A.1。

表 A.1 “苏州制造”评价指标分值表

序号	一级指标	二级指标	三级指标
1	质量卓越（250 分）	技术能力（80 分）	技术能力先进，产品质量持续稳定。
			实施标准引领工程，不断提升产品质量。
		产品质量（170 分）	产品标准中主要技术指标达到“国内一流、国际先进”。
			产品实测应符合“苏州制造”相关标准，并处于行业领先地位。
			建立和实施产品质量追溯系统和/或供应链溯源系统。
2	管理精细（200 分）	管理体系（70 分）	建立并有效实施质量管理体系。
			积极导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进管理模式。
		行业引领（70 分）	对上游原材料品质或下游产品质量起到技术带动作用。
			建立并实施对供应商管控体系。
		顾客满意（60 分）	建立和运行客户关系管理系统。
			制定和执行服务承诺或服务规范情况。
			顾客满意度调查的结果。
3	创新发展（150 分）	创新机制（50 分）	制定创新战略及实施计划，并提供资源保障。
			创新研发投入情况。
		创新能力（40 分）	技术创新转化为技术标准情况。
			科技创新人员占比情况。

		发展成果（60 分）	通过创新和改造，取得的核心优势和项目。
			科技成果转化应用的推广。
			获得科学技术奖情况。
			专利、软件著作权、设计专利权等。
			拥有国家、省级各类研究技术机构。
			通过国家或省创新型企业、高新技术企业认定情况。
4	品牌引领（150 分）	品牌管理与维护（50 分）	有专门部门开展品牌管理工作，配置必要的资源。
			建立品牌管理制度，品牌管理的组织与执行有效。
			开展品牌保护、形象维护等方面的措施及成效。
			品牌管理和经营活动的费用支出占销售额的比重。
		品牌声誉（80 分）	品牌满意度调查的开展情况和结果。
			品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况。
			品牌市场占有率在全省同行业或细分市场中的排名处于前列。
		品牌效益（20 分）	品牌效应与品牌价值情况。
5	社会责任（150 分）	公共责任（30 分）	每年发布社会责任报告或接受社会责任评价。
			近三年无重大质量安全事故及严重违法违规。
		绿色可持续发展（30 分）	环境管理体系认证情况、节能或绿色产品数量、绿色工厂创建情况。

			在产品设计和产品实现过程实行绿色和可持续发展理念。
		诚信与合规经营（40 分）	开展信用体系建设，信用良好。
			尊重相关方的利益、建立合规经营制度。
			近三年纳税情况和区域纳税排名。
		权益保护（30 分）	建立消费者权益保护制度，售后服务星级评价情况。
			建立员工合法权益保护制度，职业健康安全体系认证情况。
		公益支持（20 分）	参与社会公益活动的情况。
6	智能生产（100 分）	智能装备（20 分）	自动化、智能化生产、试验、检测等设备台套（产线）数占设备总台套（产线）数比例情况。
			智能装备投入情况。
		网络系统及安全（20 分）	采用现场总线、以太网、物联网和分布式控制系统等通信技术和控制系统，建立车间级工业互联网。
			自动化、智能化设备联网数占自动化、智能化设备总量的比例情况。
			车间重要数据备份、采取网络安全防护措施、网络安全制度建设和网络安全事件应急能力情况。
		产品生产过程、物料配送与产品信息追溯（30 分）	生产设备运行状态监控情况。
			生产数据采集分析情况。
			自动识别技术设施、自动物流设备使用情况。
			关键工序智能化质量检测设备使用情况。
			产品信息管理情况。

		环境与资源能源消耗（20 分）	车间环境监测、调节、处理及废弃物处置情况。
			车间用能设备及资源能源消耗信息监控、管理情况。
		内外部联动协同（10 分）	车间与车间外部信息系统联通情况、数据接收反馈情况。
			车间集成应用管控系统情况。

A.2 判定规则

每个基本指标得分均不少于单项总分的60%且总分不少于800分表明通过“苏州制造”认证评价。

参 考 文 献

[1] 中共中央 国务院关于开展质量提升行动的指导意见（中发（2017）24 号）
[2] 江苏省加强涉审社会中介机构信用管理的指导意见（苏政办发（2017）137 号）
[3] GB/T 19580 卓越绩效评价准则
[4] GB/T 22119 信用服务机构 诚信评价业务规范
[5] GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
[6] GB/T 31041 品牌价值 质量评价要求
[7] GB/T 36000 社会责任指南
[8] DB32/T 3843 “江苏精品”评价通则