

T/DABP

团 体 标 准

T/DABP 0002—2023

东莞知名品牌评价体系

Dongguan famous brand evaluation system

2023 - 4 - 12 发布

2023 - 4 - 12 实施

东莞市品牌促进会 发布

目 次

前言 II

引言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 2

4 评价原则及条件 2

 4.1 评价原则 2

 4.2 评价基本条件 2

5 评价指标 3

 5.1 品牌资质荣誉 3

 5.2 市场质量信用 3

 5.3 产品质量水平 3

 5.4 质量管理能力 3

 5.5 质量创新能力 4

 5.6 社会责任履行 4

 5.7 特色创新（加分项） 5

6 评价方法 5

 6.1 基本要求 5

 6.2 评分 5

附录 A（规范性） 东莞知名品牌评价系统 1000 分 7

附录 B（规范性） 东莞知名品牌评价评分表 8

附录 C（规范性） 东莞知名品牌认证管理及标识使用原则 12

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。

本文件由东莞市品牌促进会标准化技术委员会提出。

本文件由东莞市品牌促进会归口。

本文件起草单位：东莞市品牌促进会、东莞市华美食品集团有限公司、广州市中标品牌研究院、东莞农村商业银行股份有限公司、广东心域文化旅游投资集团有限公司、广东兴华燃气投资集团有限公司、广东省东莞国药集团有限公司、东莞恒成知识产权代理事务所（普通合伙）、东莞市荣耀纺织有限公司、广东三正集团有限公司、广东智通人才连锁股份有限公司、广东百味佳味业科技股份有限公司、东莞市鑫源食品有限公司、盟标国际认证有限公司、广州台慧信息技术有限公司、环宇国际认证有限公司、东莞市元宗家具有限公司。

本文件主要起草人：袁旭培、蒋淑军、李武贤、冯训凡、李明、李鹏超、游扬、周绮霞、刘惠强、莫浩松、李坚、黄敏、潘淑仪、叶菁、钟松焕、梁展韬、邓志华、向帅兵、利莉、潘佛钦、郭东林、杨炳坤、张玉冲、谢进球、卢煜光、袁金英、潘皓皓、杨忠荣、叶凤如、陈亚红、陈绪超、任作辉。

引 言

为认真贯彻落实《东莞市关于深入实施商标品牌战略服务更高起点上实现更高水平发展的意见》（东府〔2018〕45号）中关于“培育国内外知名品牌”的实施方案，通过打造一批东莞知名品牌，改变东莞市“隐形冠军”的现状，凸显东莞市企业商标品牌的价值，提升企业国际竞争力，让东莞企业的商标品牌在国际市场占一席之地，扶持培育和鼓励东莞市企业积极创建中国驰名商标。

依据《东莞市市场监督管理现代化“十四五”规划》，实施东莞品牌工程，开展“东莞知名品牌”培育评价工作，是落实质量强市和品牌强市工作的重要抓手，是打造区域品牌促进优势产业集群发展的重要手段，用商标品牌赋能东莞先进制造更高质量发展，推动东莞优秀企业高水平实施品牌战略，提升东莞品牌企业国内外市场竞争力。

东莞知名品牌评价体系

1 范围

本文件规定了东莞知名品牌评价体系的基本要素，包括评价原则及条件、评价指标和评价方法。
本文件适用于组织内部自我评价或第三方评价。

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 15496 企业标准体系 要求
- GB/T 15497 企业标准体系 产品实现
- GB/T 15498 企业标准体系 基础保障
- GB/T 19001 质量管理体系 要求
- GB/T 19011 管理体系审核指南
- GB/T 19022 测量管理体系 测量过程和测量设备的要求
- GB/T 19039 顾客满意测评通则
- GB/T 19273 企业标准化工作 评价与改进
- GB/Z 19579 卓越绩效评价准则实施指南
- GB/T 19580 卓越绩效评价准则
- GB/T 23791 企业质量信用等级划分通则
- GB/T 24001 环境管理体系 要求及使用指南
- GB/T 27922 商品售后服务评价体系
- GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南
- GB/T 29185 品牌 术语
- GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求
- GB/T 29490 企业知识产权管理规范
- GB/T 35778 企业标准化工作 指南
- GB/T 39604 社会责任管理体系 要求及使用指南
- GB/T 45001 职业健康安全管理体系 要求及使用指南
- T/DABP 0001-2023 东莞知名品牌创建指南
- ISO 17025 检测和校准实验室能力的通用要求
- ISO 28001 供应链安全管理系统—实施供应链安全、评估和计划的最佳做法—要求和指南
- ISO 50001 能源管理体系 要求及使用指南
- SA 8000 社会责任国际标准体系

3 术语和定义

GB/T 29185 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌 brand

品牌是与市场营销相关的无形资产，包括（但不限于）名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

3.2

知名品牌 famous brand

知名品牌指有名的品牌，通常具备以下要素：在相关公众中的知晓程度较高，品牌使用持续时间较长，品牌宣传工作的持续时间较长、程度高、地理范围广，曾作为驰名商标等受到保护。

3.3

东莞知名品牌 dongguan famous brand

东莞知名品牌指产品和服务质量达到国内同类先进水平、在东莞地区同行业处于领先地位、品牌价值居行业前列、经济及社会效益良好、具有较强市场竞争力、经合法注册企业拥有的品牌。

4 评价原则及条件

4.1 评价原则

4.1.1 公正性

评价应公平、公正，遵守GB/T 19011中的相关要求。

4.1.2 持续改进

东莞知名品牌评价应该是持续性的，应按年度至少监督评价（包括顾客、第三方的监督）一次，每三年重新评价一次，以达到保持和改进。

4.2 评价基本条件

东莞知名品牌评价基本条件，包括但不限于：

- a) 具备合法经营资格。组织须提供在东莞市市场监督管理局注册登记的合法凭证。特殊监管行业需提交产品上市许可、认证等相关资质文件。
- b) 拥有自主品牌。组织产品和服务品牌的商标应按国家商标管理规定办理登记注册，并处于合法有效期内。
- c) 质量优良。组织应建立完善的质量管理体系，其产品、工程和服务质量达到国内同行业先进水平，在东莞地区同行业中处于领先地位。拥有自主创新成果，特别是拥有核心技术、拥有知识产权专利的组织品牌，予以优先。
- d) 市场竞争力强。组织产品市场销量（或利润率）居本行业前列，所占市场份额较大。
- e) 社会信用良好。组织应无制售假冒伪劣商品、近三年无发生质量事故并造成不良影响、侵犯知识产权、偷税骗税和侵害消费者权益等违法违规行为的投诉记录。

- f) 承担社会责任。组织应注重安全生产和环境保护，有减碳措施。近三年无重大、群体性安全事故发生，无超标排放噪音、水资源及空气等严重污染环境的问题。对于坚持低碳和循环经济，在节能、节水、降耗及资源利用等方面卓有成效的组织品牌，予以优先。

5 评价指标

5.1 品牌资质荣誉

- 5.1.1 组织应重视卓越质量打造并争创各级政府质量奖荣誉。包括：东莞市政府质量奖、广东省政府质量奖、中国质量协会全国质量奖、中国质量奖。
- 5.1.2 组织历来重视商标品牌建设，并争创各类商标品牌荣誉。包括：中国驰名商标称号、中华老字号称号、广东老字号称号或列入广东省重点商标保护名录，东莞老字号称号或其他东莞市级商标品牌荣誉，拥有境外注册商标。
- 5.1.3 组织应重视品牌管理体系建设，并获得有资质的第三方品牌认证证书且在有效期内。
- 5.1.4 组织应重视卓越绩效管理模式，并积极推行 GB/T19580 和 GB/Z 19579，并取得有资质的第三方卓越绩效认证证书且在有效期内。

5.2 市场质量信用

- 5.2.1 组织应重视信用体系建设，并获得市场监管部门颁发的“守合同 重信用”证书，且在有效期内。
- 5.2.2 组织应重视质量信用建设，并取得有资质的第三方专业机构依据 GB/T 23791，出具的市场质量信用等级评价证书，且在有效期内。
- 5.2.3 组织应重视客户关系，争创用户满意企业，并获得在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意企业荣誉，且在有效期内。
- 5.2.4 组织应重视客户关系，争创用户满意品牌企业，并获得在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意品牌企业荣誉，且在有效期内。
- 5.2.5 组织应重视客户对产品的信任，争创用户满意产品，并获得产品在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意产品荣誉，且在有效期内。
- 5.2.6 组织应重视对顾客满意度的监测，并获得有资质的第三方用户满意度调查机构依据 GB/T 19039 出具的用户满意度调查报告，用户满意度达到 85 分以上，且在有效期内。

5.3 产品质量水平

- 5.3.1 组织应重视产品质量，并对产品进行质量检验检测，并取得有资质的第三方检测机构出具的产品合格检测报告，且在有效期内。
- 5.3.2 组织应重视产品质量指标水平，产品采用国际标准，并取得有资质的第三方出具的采用国际标准证书，且在有效期内。
- 5.3.3 组织应重视产品质量标准水平，应积极参与国家标准化主管部门组织的“标准领跑者”活动，并取得了“企业标准领跑者”认定证书，且在有效期内。
- 5.3.4 组织应重视产品质量认证，积极参与欧盟、北美、日本等发达国家和地区产品认证，或国内其它先进的自愿性产品认证（不含强制性产品认证），取得了产品认证证书，且在有效期内。

5.4 质量管理能力

5.4.1 组织应重视卓越绩效管理模式导入，持续提升组织的经营管理成熟度水平，能够按计划持续组织进行企业卓越绩效自我评价，并出具卓越绩效自评报告。适宜时邀请有资格的卓越绩效第三方专业机构进行评价，成熟度得分在 400 分以上。

5.4.2 组织应建立企业标准体系，依据 GB/T 35778、GB/T 15496、GB/T 15497 和 GB/T 15498，建立适宜本组织的企业标准体系，并邀请有资质的标准化第三方评价机构依据 GB/T 19273，进行企业标准化良好行为评价认证，取得评价认证证书，且在有效期内。

5.4.3 组织应依据 GB/T 19001，建立健全本组织的质量管理体系，并通过有资质的第三方认证机构的认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.4.4 组织应重视产品售后服务，应依据 GB/T 27922，建立健全本组织的商品售后服务体系，并通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.4.5 组织应重视产品计量检定校准工作，依据 GB/T 19022，建立健全本组织的测量管理体系，通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.4.6 组织应重视产品质量检测能力，依据 ISO 17025，建立本组织的检测实验室检测管理体系，通过中国评定国家认可委员会对本组织实验室的 CNAS 认证，取得认可证书，且在有效期内。

5.4.7 组织应重视供应链安全管理体系，依据 ISO 28001，建立健全本组织的供应链安全管理体系，通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.5 质量创新能力

5.5.1 组织应重视技术研发和科技创新工作，积极申请发明专利、实用新型专利和外观设计专利，以及软件著作权、版权等，争创科技创新成果，取得各种专利证书及版权著作权证书，且在有效期内。

5.5.2 组织应重视标准化建设，争创国家标准化创新贡献奖，取得证书荣誉，且在有效期内。

5.5.3 组织应重视科技成果创新，争创广东省和国家科技奖励，取得科技奖励证书荣誉，且在有效期内。

5.5.4 组织应重视企业标准化工作，积极参与国际、国家以及省市标准化技术委员会秘书处工作，积极参与国际标准、国家标准、行业标准、地方标准和团体标准，争取主导起草，标准文本正式发布执行。

5.5.5 组织应重视技术研发和科技创新工作平台能力建设，争创国家、省市企业技术中心、企业工程研发中心以及院士工作站、博士后工作站、硕士工作站等；争创国家、省市知识产权示范企业、智能制造试点示范单位、工业互联网标杆示范单位等；争创国家、省市重点实验室，并取得认定证书荣誉，且在有效期内。

5.5.6 组织应重视制造能力提升工作，争取发改、工信部门与制造能力提升相关的投资项目（含厂房新建扩建改建、信息化构建、技术改造、设备购置等）资助，获得国家、省市级制造能力提升相关的投资项目计划和相应发改、工信项目备案证，且在有效期内。

5.5.7 组织应重视高新技术企业建设，争创科技部门颁发的高新技术企业认证证书并在有效期内。

5.5.8 组织应依据 GB/T 29490，建立健全本组织的知识产权管理体系，通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.5.9 组织应重视知识产权创新工作，争创中国专利金奖、银奖和优秀奖，广东省专利金奖、银奖和优秀奖，争取境外专利授权，取得荣誉证书，且在有效期内。

5.6 社会责任履行

5.6.1 组织应依据 SA 8000、GB/T 39604，建立健全本组织的社会责任管理体系，通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.6.2 组织应依据 GB/T 24001，建立健全本组织的环境管理体系，通过有资质的第三方认证机构认证，取得认证证书，且在有效期内。

5.6.3 组织应依据 GB/T 45001, 建立健全本组织的职业健康安全管理体系, 通过有资质的第三方认证机构认证, 取得认证证书, 且在有效期内。

5.6.4 组织应 ISO 50001, 建立健全本组织的能源管理体系, 通过有资质的第三方认证机构认证, 取得认证证书, 且在有效期内。

5.6.5 组织应重视环境治理, 积极推行清洁生产, 争取省市级清洁生产审核, 取得审核证书, 且在有效期内。

5.6.6 组织应重视绿色生态文明建设, 积极推行绿色认证, 争取国家工信部绿色工厂、绿色供应链管理企业认定, 国家工信部绿色设计产品认定, 取得审核证书, 且在有效期内。

5.6.7 组织在社会责任履行方面不断地创新, 取得了国家有关部门的认定认证, 取得审核证书, 且在有效期内。

5.7 特色创新（加分项）

5.7.1 组织应大胆创新, 开拓进取, 在所处行业率先进行特色品牌建设, 并取得行业认同的特色品牌荣誉, 且在有效期内。

5.7.2 组织应根据自己所处行业产品质量控制和高品质要求, 积极寻求和创造性开发行业特色产品质量认证, 并取得行业普遍认可的产品质量认证证书, 且在有效期内。

5.7.3 组织应根据行业和产业发展趋势, 积极领先研发, 创新发展, 并取得行业特色的创新成果荣誉证书, 且在有效期内。

6 评价方法

6.1 基本要求

6.1.1 东莞知名品牌创建见 T/DABP 0001-2023, 对东莞知名品牌评价时, 对各项指标采用评分制, 见附录 A 和附录 B, 评分表具体要点如下:

- I、组织品牌体制机制的合理程度、资质的完善程度及人员配置的合理性;
- II、组织在品牌资源配置满足品牌要求的完善程度和有效程度;
- III、组织在品牌管理体系建立、实施和保持的完整性、适宜性和有效性;
- IV、组织在品牌危机应急保护方面的合理和完善程度。

6.1.2 东莞知名品牌认证管理及标识使用原则见附录 C。

6.2 评分

6.2.1 评分原则

在确定分数的过程中应遵循以下原则。

- a) 应当评审评分项中的所有方面, 特别是对组织具有重要性的方面, 即: 应考虑品牌创建过程中对关键因素的重要度。
- b) 给一个评分项评分时, 首先判定哪个分数范围总体上“最适合”组织在本评分项达到的水平。总体上“最适合”并不要求与评分范围内的每一句话完全一致, 允许在个别要素上有所差距。
- c) 组织品牌成熟度能力达到的水平是依据对评价准则中所有要素的综合评价的结果, 并不是专门针对某一个要素进行评价或对每一个要素评价后进行平均的结果。
- d) 在适合的范围内, 实际分数根据组织品牌成熟度水平与评分要求相接近的程度来判定。

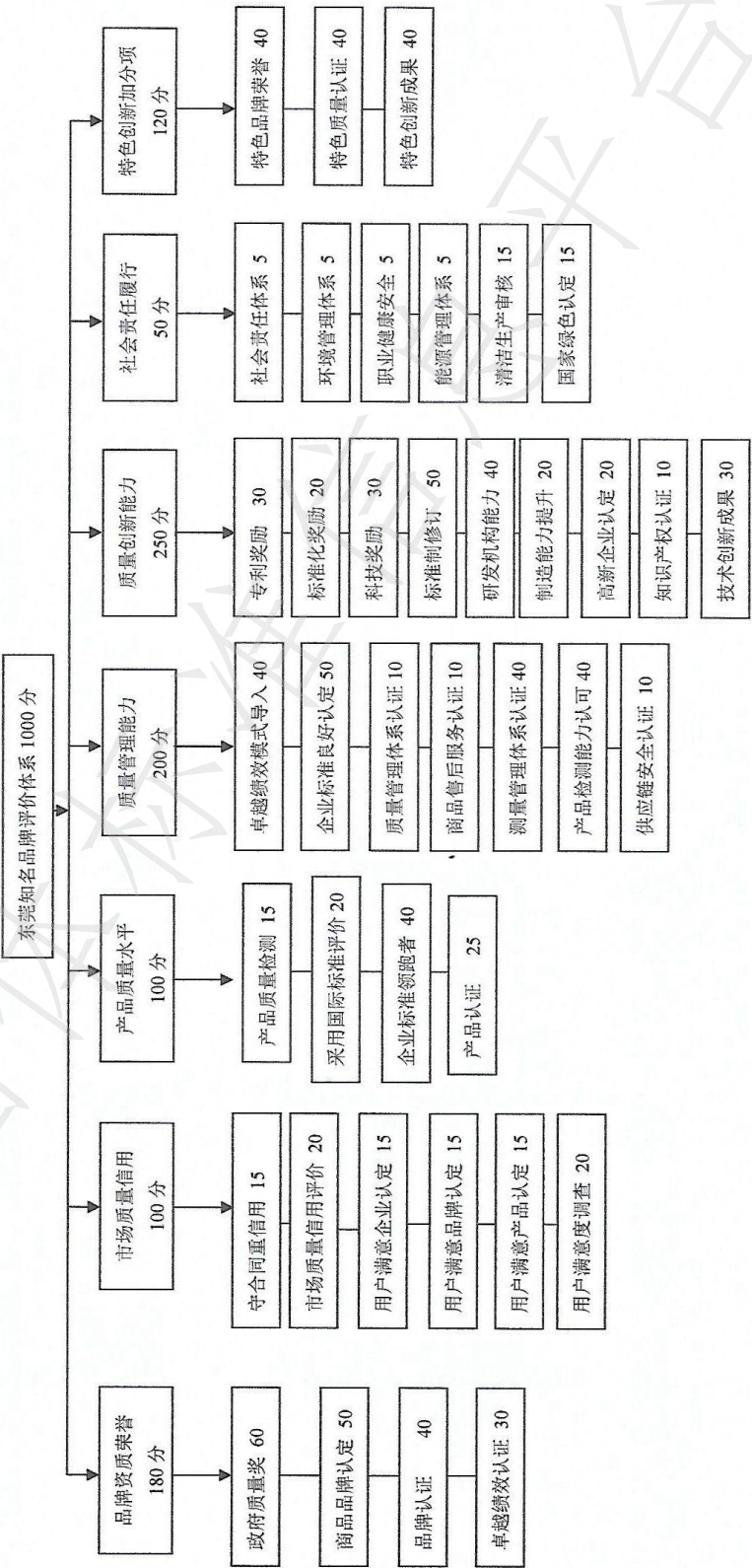
6.2.2 评价结果

评价结果的等级和表述方式如下：

- a) 900分以上（含900分），东莞知名品牌五星级（莞金）金牌；
- b) 800分以上（含800分），900分以下，东莞知名品牌四星级（莞银）银牌；
- c) 700分以上（含700分），800分以下，东莞知名品牌三星级（莞铜）铜牌；
- d) 700分以下不评价等级。

注：本文件评分项目为通用要求，不同组织因行业属性和自身经营的特点，某些评分项目没有涉及到或者本组织实际不适用时，经评价机构界定后，可以提供本行业对等类别和等同效果的荣誉证书等证实性材料进行评价。

附录 A
(规范性)
东莞知名品牌评价体系 1000 分



附 录 B
(规范性)
东莞知名品牌评价评分表

表 B.1 东莞知名品牌评价评分表

一级指标	二级指标	分值	评分要求	得分	备注
一、品牌 资质荣誉 180 分	政府质量奖	60	获中国质量奖的得 60 分，获中国质量奖提名奖的得 50 分，获中国质量协会全国质量奖得 40 分，获省政府质量奖的得 40 分，获广东省政府质量奖提名奖的得 30 分，获东莞市政府质量奖的得 20 分。 (只计最高荣誉)		
	商标品牌 认定	50	获得中国驰名商标称号或中华老字号称号的得 50 分；广东老字号称号或列入广东省重点商标保护名录的得 40 分；获得东莞老字号称号或其他市级商标品牌荣誉的得 30 分；拥有境外注册商标的得 20 分。(只计最高荣誉)		
	品牌认证	40	获得国家认监委批准的有资质认证机构颁发的品牌星级认证证书并在有效期内，5 星级得 40 分，4 星级得 30 分，3 星级得 20 分。获得中国国际贸易促进委员会出具的《出口商品品牌证明书》可得 30 分。		
	卓越绩效 认证	30	获得国家认监委批准的有资质认证机构颁发的卓越绩效认证，认证证书在有效期内，卓越级 30 分，优秀级 20 分，规范级 10 分；		
二、市场 质量信用 100 分	守合同重 信用企业	15	当前被市场监管部门公示为守合同重信用企业的，得 15 分。		
	市场质量 信用评价	20	取得专业机构依据 GB/T 23791 国家标准出具的市场质量信用等级评价证书，获得 3A 级得 20 分，2A 级得 15 分，A 级得 10 分，A 级以下不得分。		
	用户满意 企业认定	15	申报企业在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意企业的，得 15 分。		
	用户满意 品牌认定	15	申报品牌在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意品牌的，得 15 分。		
	用户满意 产品认定	15	申报产品在工信部门“用户满意工程”活动中被评为用户满意产品的，每项产品得 15 分。		
	第三方用户 满意度调查	20	取得权威专业机构依据 GB/T 19039 国家标准出具的用户满意度调查报告，用户满意度达到 85 分以上的，得 20 分。		
三、产品 质量水平 100 分	产品质量 第三方检测	15	提供近三年内每年第三方检测机构对申报产品出具的检测报告，结果均为合格的得 15 分。		
	采用国际 标准评价	20	申报产品取得权威专业机构颁发的采用国际标准评价证书，并在有效期内得 20 分。		
	企业标准 领跑者	40	申报产品的企业标准通过标准化主管部门“企业标准领跑者”认定的，国家级得 40 分，省级得 30 分。(只计最高荣誉)		

续（表 B.1）

一级指标	二级指标	分值	评分要求	得分	备注
	产品认证	25	申报产品获得欧盟、北美、日本等发达国家和地区产品认证，或国内其它先进的自愿性产品认证（不含强制性产品认证）的，每项得 5 分，最高 25 分；以在有效期内的认证证书为准。		
四、质量管理能力 200 分	卓越绩效管理模式导入	40	已导入卓越绩效管理模式，并提供卓越绩效自评报告，得 20 分；获得专业权威第三方出具卓越绩效评价报告且得分在 400 分以上的，得 40 分。		
	标准化良好行为企业认定	50	获得中国标准化协会标准化良好行为评价资格机构颁发的“标准化良好行为企业”证书并在有效期内，5A 级得 50 分，4A 级得 40 分、3A 级得 30 分、2A 级得 20 分、1A 级得 10 分。		
	质量管理体系认证	10	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的 ISO 9001 或其它特定行业质量管理体系认证证书并在有效期内的，得 10 分。		
	商品售后服务认证	10	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的商品售后服务认证证书并在有效期内的，得 10 分。		
	测量管理体系认证	40	获得国家认监委批准或备案测量管理体系认证证书并在有效期内的，3A 级得 40 分，2A 级得 30 分，A 级得 20 分；获得二级计量保证体系证并在有效期内的，10 分。		
	产品检测能力	40	获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的实验室认可证书，并在有效期内得 40 分；未通过 CNAS 认可，但检测研发设备原值总额（提供检测研发设备台账和设备购置发票）在 100 万元以上的得 20 分。		
	供应链安全管理体系认证	10	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的 ISO 28001 供应链安全管理体系认证证书并在有效期内的，得 10 分。		
五、质量创新能力 250 分	专利奖励	30	获得中国专利金奖的得 30 分，中国专利银奖的得 25 分，中国专利优秀奖的得 20 分，省专利金奖的得 20 分，省专利银奖 15 分，省专利优秀奖的得 10 分，获得境外授权专利的可得 20 分。（只计最高级别）		
	标准化奖励	20	获中国标准创新贡献奖一等奖得 20 分，二等奖得 15 分，三等奖得 10 分。		
	科技奖励	30	获得国家科技奖励特等奖得 30 分；获得国家科技奖励一等奖得 25 分；获得国家科技奖励二等奖得 20 分；获得省级科技奖励特等奖得 25 分；获得省级科技奖励一等奖得 20 分；获得省级科技奖励二等奖得 15 分；获得省级科技奖励三等奖得 10 分；获得市级科技奖励一、二等奖得 10 分。（同类项目只计最高级别）		
	标准制修订	50	牵头起草国际标准的得 50 分，参加的得 30 分；牵头起草国家标准的得 40 分，参加的得 20 分；牵头起草行业标准的得 30 分，参加的得 15 分；牵头起草地方标准的得 20 分，参加的得 10 分；牵头起草国家级、省级以上社会团体团体标准（第一单位）的 20 分，参加的得 15 分；牵头起草市级以下社会团体团体标准的得 15 分，参加的得 10 分。		

续（表 B.1）

一级指标	二级指标	分值	评分要求	得分	备注
五、质量 创新能力 250 分			参加的得 10 分。承担国际 TC/SC 秘书处工作得 50 分，国家 TC/SC 秘书处工作得 40 分，省 TC/SC 秘书处工作得 30 分。（同类项目只计最高级别）		
	研发机构能力	40	被认定为院士工作站、博士后工作站、国家级企业技术中心、工程研发中心、重点实验室、知识产权示范企业、智能制造试点示范单位、工业互联网标杆示范单位之一的得 40 分；省级企业技术中心、工程研发中心、工业设计中心、重点实验室、知识产权示范企业、智能制造试点示范单位、工业互联网标杆示范单位之一的得 30 分；市级企业技术中心、工程研发中心、工业设计中心、重点实验室之一得 20 分。（同类项目只计最高级别）		
	制造能力提升	20	近三年内获得发改、工信部门与制造能力提升相关的投资项目（含厂房新建扩建改建、信息化构建、技术改造、设备购置等）资助，国家级得 20 分，省级得 15 分，市级得 10 分（只计最高级别）。提供未来两年与制造能力提升相关的投资项目计划和相应发改、工信项目备案证的，得 10 分。（同类项目只计最高级别）		
	高新技术企业认定	20	获得科技部门颁发的高新技术企业认证证书并在有效期内的得 20 分。		
	知识产权管理体系认证	10	获得认证机构颁发的知识产权管理体系认证证书并在有效期内的得 10 分。		
	技术创新成果	30	获得发明专利每项得 5 分，实用新型专利每项得 3 分，外观专利每项得 1 分，获得省级高新技术产品认定每项得 3 分。最高得 30 分。		
六、社会 责任履行 50 分	社会责任体系认证	5	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的社会责任体系认证证书，并在有效期内的得 5 分。		
	环境管理体系认证	5	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的 ISO 14001 环境管理体系认证证书并在有效期内的，得 5 分。		
	职业健康安全管理体系认证	5	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的 ISO 45001 职业健康安全管理体系认证证书并在有效期内的，得 5 分。		
	能源管理体系认证	5	获得国家认监委批准或备案认证机构颁发的 ISO 50001 能源管理体系认证证书并在有效期内的，得 5 分。		
	清洁生产审核	15	通过省级清洁生产审核得 15 分，通过市级清洁生产审核得 10 分。		
	国家绿色制造认定	15	通过国家工信部绿色工厂、绿色供应链管理企业认定的得 15 分；申报产品获得国家工信部绿色设计产品认定的，每项得 5 分。		
七、特色 创新加分 项 120 分	行业特色品牌荣誉	40	获得国家、省、市级行业特色品牌荣誉，且在有效期内。国家级加 40 分、省级加 30 分，市级加 20 分。（只计最高荣誉）		
	行业特色产品质量认证	40	获得行业特色市场认可的产品质量认证证书，且在有效期内，每项加 10 分。最高 40 分。		

续（表 B. 1）

一级指标	二级指标	分值	评分要求	得分	备注
	行业特色 创新成果	40	获得了行业特色市场认可的科技创新成果证书荣誉，且在有效期内，根据国家、省级和市级，分别加 40 分、30 分和 20 分。（只计最高荣誉）		

附录 C

(规范性)

东莞知名品牌认证管理及标识使用原则

C.1 东莞知名品牌认证管理基本原则

具有国家认监委批准的具有SC01无形资产和土地范围的认证机构且两年内经过国家认监委监督抽查无不良认证信用记录，方可具备东莞知名品牌认证机构遴选准入条件。

拟参与实施“东莞知名品牌”认证工作的认证机构，应提前向东莞市品牌促进会标准化技术委员会申请备案登记，经审查合格后，纳入东莞知名品牌认证合格认证机构名录，并向社会公示，且接受相关业务指导；在正常开展东莞知名品牌认证过程中，认证计划与认证结果应及时向东莞市品牌促进会标准化技术委员会按规定要求进行信息交流反馈；对于东莞市品牌促进会标准化技术委员会在日常监督过程中确定已获得认证的组织出现严重认证失效情形时，认证机构应配合通知相关获证组织，对其认证证书做暂停处理，待获证组织整改后，重新进行评审。

C.2 东莞知名品牌认证标识的统一性和唯一性

东莞市品牌促进会作为本标准的归口单位，将负责“东莞知名品牌”培育和认证的管理和监督工作，包括但不限于制定唯一的“东莞知名品牌”认证标识及标识的使用管理规定、监督获证组织的认证结果的合法性和有效性、公示获证组织的名单和备案登记可公开信息内容、接受和协调处置公众对获证组织的建议与投诉等。

C.3 东莞知名品牌认证标识使用基本要求

组织在通过了经东莞市品牌促进会标准化技术委员会批准备案的认证机构的认证后，必须向东莞市品牌促进会备案相关信息资料，接受东莞市品牌促进会标准化技术委员会的管理和监督，在“东莞品牌网”上公示并接受公众查询和日常监督。否则不得开展任何形式的“东莞知名品牌”字样的公众宣传。

组织在通过了经东莞市品牌促进会标准化技术委员会批准备案的认证机构的认证后，经东莞市品牌促进会标准化技术委员会书面授权后，在认证有效期内，依据“东莞知名品牌”认证标识管理规定，可用于组织对外品牌推广活动。

“东莞知名品牌”认证标识可用于组织对外品牌推广的网站、户外和电视等媒体平面广告、宣传海报、宣传单页、业务联系名片等区域，不得印制在产品内包装、产品合格证明区域，以防止引起消费者误以为产品本身的质量认证信息。