

苏名推委发〔2016〕1号

## 关于印发《2016年江苏名牌申报评价指南》的通知

各市、县（市、区）人民政府，省名推委各成员单位：

为了深入实施名牌战略，根据省政府《关于加快推进质量强省建设的意见》和《江苏名牌管理办法》，省名推委秘书处制定了《2016年江苏名牌申报评价指南》，现印发给你们，请结合实际，认真贯彻落实。

江苏省名牌战略推进委员会

2016年4月20日

---

抄送：国家质检总局办公厅、各市质监局

江苏省名牌战略推进委员会秘书处

2016年4月20日印发

---

附件：

## 2016 年江苏名牌申报评价指南

为深入实施名牌战略，推进品牌强省建设，根据省政府《关于加快推进质量强省建设的意见》（苏政发〔2012〕91号）和《江苏名牌管理办法》（苏质规发〔2012〕1号），特制定本指南。

### 一、指导思想

践行“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念，以推进供给侧结构性改革为主线，深入实施质量品牌建设工程，培育树立高端制造品牌、消费知名品牌，发展壮大农业、服务业品牌，优化调整品牌供给结构，全面提升自主品牌建设水平，推动江苏由品牌大省向品牌强省转变。

### 二、主要目标

按照“二优二去一补”原则，2016年计划培育发展900个左右江苏名牌，其中：

1. 二优：优先培育一批高端制造品牌，优先培育一批消费知名品牌，形成一批有世界影响力的品牌产品和品牌企业。

2. 二去：去产能，对有淘汰落后产能要求的钢铁、水泥等产品只减不增，对制造业中间体产品只减不增；去库存，逐步淘汰长期不发展的“老名牌”。

3. 一补：补短板，逐步增加农业、服务业品牌在江苏名牌中的数量比重。

### 三、培育重点

1. **高端制造名牌**。落实《中国制造 2025 江苏行动纲要》，在信息技术、高端装备、新材料等 15 个领域，逐步培育 100 个全国市场排名领先、具有核心竞争力高端制造品牌，形成 20 个有世界影响力的品牌产品和品牌企业，提升江苏制造内在品质，扩大江苏产品国际影响力。

2. **消费品名牌**。满足人民群众日益增长的质量需求，保障和改善民生质量，逐步培育形成 100 个与国内外知名品牌产品同标、同质的日用消费品品牌，提升“江苏制造”品牌价值，使我省成为优质供给的重要基地。

3. **农业名牌**。重点扶持家庭农场、农民专业合作社、农业产业化龙头企业等新型农业经营主体做大做强，鼓励获得原产地保护、地理标志保护产品申报江苏名牌。

4. **服务业名牌**。积极推动服务业企业自主品牌创建，重点发展养老、旅游、家政等民生热点领域服务业名牌；大力培育金融、现代物流、商务服务等生产性服务业名牌；创建电子商务、云计算、物联网服务等新兴服务业名牌，推动生产性服务业向专业化转变、向价值链高端延伸，推动生活性服务业向精细化、高品质提升，培育一批能够代表“江苏服务”形象的企业，促进服务业健康快速发展。

5. **区域名牌**。进一步完善江苏区域名牌工作机制，在省特色产业集群和特色产业基地的基础上，认定一批江苏区域名牌；推进特色鲜明、竞争力强的产业集聚区向品牌集聚区转变，助推打造以龙头企业为引领、中小企业为配套、产业链为纽带、

公共服务体系健全的先进制造业基地，优先扶持产业集聚区内优势龙头企业争创江苏名牌，不断增强集聚区内企业的市场竞争力。

#### **四、申报范围、申报条件和资格审查**

##### **（一）申报范围**

江苏名牌包括农业、制造业、服务业和区域名牌。申报江苏名牌需符合本《指南》规定的条件。

##### **（二）申报条件**

申报江苏名牌的企业应坚持社会效益与经济效益相统一，符合有关法律法规和国家产业政策的规定。

##### **1. 食品、农产品**

（1）产品在省内生产，拥有自主有效的国内注册商标，产品批量生产三年以上；

（2）产品实物质量水平、品牌知名度居省内同类产品前列；

（3）具有一定的经济规模，申报产品 2015 年销售额 1 亿元以上；

（4）申报主体有健全的质量控制体系，建立了完整的生产记录，产品质量责任可追溯，企业通过 ISO9001 质量管理体系认证。食品生产企业质量管理规范，通过 HACCP 或 ISO22000 食品安全管理体系认证，深度加工的食品按照消费类制造业产品申报条件执行，被列为国家和省重点监管的肉制品、乳制品等七类高风险食品不再新增；

（5）在“三品一标”（无公害农产品、绿色食品、有机产品、地理标志产品）认证范围内的农产品需获得其中认证之一。

## 2. 制造业产品

(1) 产品在省内生产，拥有自主有效的国内注册商标，产品批量生产三年以上；

(2) 市场占有率、品牌知名度、产品实物质量等居省内同类产品前列；

(3) 企业具有一定的经济规模和较好的经济效益，新申报消费类产品 2015 年销售额 2.5 亿元以上、生产资料类产品 2015 年销售额 3.5 亿元以上；对战略性新兴产业内主导产品拥有自主发明专利或主导起草国家（行业）标准的成长型中小型企业，新申报产品，申报条件可放宽至 2015 年产品年销售额 2 亿元以上；复评产品，按照消费类（2.5 亿元以上）、生产资料类（3.5 亿元以上）的申报条件执行；

为扶持打造一批质量水平高、品牌知名度大的高端制造业名牌、日用消费品品牌，其产品符合特定核心要素的（见附件 1），可不受申报销售门槛限制；

(4) 产品按照国际标准或国外先进标准组织生产，无法采用国际标准或国外先进标准的，按照国家标准或行业标准等国内先进标准组织生产；

(5) 企业具有较强的自主创新能力，产品研发能力居省内同行业前列；企业计量检测体系健全；企业通过 ISO9001 质量管理体系认证或其他国际通行认证，并有效运行；

(6) 企业具有完善的售后服务体系，顾客满意度高；

(7) 企业质量信用等级达到 A 级（含）以上；

(8) 为优化我省产业结构，石化、冶金等产品在满足上述

基本条件的同时，还应符合特定条件（见附件 2）；对省政府明确有淘汰落后产能要求的钢铁、水泥等产品和具有较高质量安全风险的电线电缆、电动自行车 2 类产品从严控制，总量原则上不再增加；

（9）传统特色手工艺产品要在本省境内生产，以手工制作为主，具有传统的民族文化和工艺特色，并有悠久的历史、可靠的产品质量和一定的经济规模。

### 3. 服务业企业

（1）企业成立三年以上，服务内容明确，拥有自主有效的国内注册商标；

（2）企业主营业务年营业额、纳税额、品牌知名度、服务质量水平处于全省同行业前列；

（3）企业建立了完善的服务标准，通过 ISO9001 质量管理体系认证或相关管理体系认证并有效运行；

（4）企业客户投诉处理机制健全，投诉处理、反馈及时，顾客满意度高；

（5）企业需提供省级以上（含省级）第三方中介机构出具的上年度顾客满意度调查报告简本。

（6）服务业名牌申报将在以下主要范围开展：

生产型服务业：现代物流、科技服务、信息技术服务、金融服务、商务服务、电子商务、节能环保服务等；

生活型服务业：商业零售、养老服务、餐饮经营、家政服务、汽车销售、物业管理、旅行旅游等；

其他服务业：检测认证、其他。

(7) 部分服务业企业申报还应满足特定条件（见附件3）

#### 4. 江苏区域名牌

江苏区域名牌按照《关于印发〈江苏区域名牌管理暂行办法〉的通知》（苏质监质发〔2012〕19号）中规定的条件执行。申报主体应同时提供与产业发展配套的《×××江苏区域名牌推广使用和监督管理实施细则》、本产业集聚区内列统企业名单和上年度销售额汇总表。

#### （三）资格审查

江苏省名牌战略推进委员会秘书处和各专业委员会对申报企业进行资格审查。凡有下列情况之一的，不具备申报评审资格：

1. 申报企业的销售额等经济数据达不到2016年江苏名牌申报条件的；

2. 凡列入安全认证管理（3C认证）、生产许可证管理、制造计量器具许可证管理、特种设备制造许可证管理、出口质量许可证管理、出口食品企业备案管理以及食品质量安全市场准入管理等国家有市场准入要求的产品，申报企业尚未获证的；

3. 近三年由于企业主体责任引起出口产品遭国外退货、索赔或被国外通报、被质检总局发出风险预警的；

4. 近三年发生过重大质量和安全事故，或有重大质量投诉经查证属实的；

5. 化工、钢铁、水泥等行业，没有取得环境管理体系认证的；

6. 近三年发生过重大环境污染事件或违反环保法律法规被

省级环保部门处罚的；

7. 近三年群众反映强烈、投诉环境问题较多经查实的或被环保行政主管部门列入环境整治计划的；

8. 申报企业近三年有重大偷逃税记录，被相关部门处罚的；申报企业欠税数额较大的；

9. 近三年内产品市场占有率明显下降或严重经营性亏损的；

10. 有不良信贷业务记录的；

11. 近三年有骗取、套取、违规使用财政专项资金行为，经查实或被相关部门处罚的；

12. 企业存在其它违法违规行为的。

## **五、评价体系及分值分配**

2016年江苏名牌评价工作以市场评价为基础，以用户满意为宗旨，以政府引导、推动、监督为保证，着力构建符合市场运行机制和名牌形成规律的评价体系。

### **（一）评价方式**

根据申报产品（企业）类别聘请行业专家，成立相关专业委员会。各专业委员会对照名牌申报条件和评价细则，结合产业发展方向以及产品（企业）市场竞争情况，对申报产品（企业）进行评审，综合打分，提出建议名单。对涉及造成资源浪费、环境污染、消费安全、不具备安全生产条件的产品（企业），实行“一票否决”制。

### **（二）评价指标**

以市场评价、质量评价、效益评价、发展评价和信用评价



为主要内容，建立江苏名牌评价指标体系，确保评价的科学性。市场评价主要评价申报产品的市场规模、市场占有率和出口创汇能力等；质量评价主要评价申报产品的标准水平、实物质量水平和企业的质量保证能力等；效益评价主要对申报企业实现利税、成本费用效益水平和总资产贡献水平等方面进行评价；发展评价主要评价申报企业的技术创新能力、发展潜力等；信用评价主要评价申报产品（企业）质量信用状况、纳税信用状况、品牌知名度和用户满意度等。评价指标向拥有自主知识产权和核心技术的产品适当倾斜。

### （三）分值分布

1、江苏名牌产品（食品、农产品、制造业）评价主要根据江苏名牌申请表所填数据进行打分。评价总分为1000分。其中“市场评价”200分，“质量评价”240分，“效益评价”160分，“发展评价”220分，“信用评价”180分（评价体系及分值分配见附件4）。

2、江苏服务业名牌评价将对照《江苏服务业名牌评价标准》，兼顾规模效益评价和发展评价内容，采取资料评审和现场评审相结合的办法，着重评价企业经济规模、经营绩效、品牌知名度和影响力、组织管理、服务创新能力、顾客满意度等情况。

3、江苏区域名牌将按照市场评价、质量评价、品牌评价、效益评价和发展评价为主要内容的指标体系，采取资料评审和现场评审相结合的办法进行。

## 六、组织申报和进度安排

## （一）申报要求

申报企业根据《江苏省名牌产品信息管理系统企业用户使用操作手册》可在江苏名牌网 <http://www.jsfbw.org.cn> 上下载), 登录江苏名牌网, 如实填写申报数据, 并提供相关证明材料, 进行网上申报。同时, 报送一份纸质申报材料原件。

## （二）进度安排

1、申报阶段：5-7 月份, 由各市质监局或省有关行业主管部门宣传发动, 组织企业自愿申报, 并完成初审工作。申报方式为网上申报和纸质材料申报同时进行, 申报数据须一致。

2、评价阶段：8-11 月份, 在资格审查的基础上, 由省统计、税务、环保等省级相关部门和行业协会审核把关申报数据, 符合申报条件的企业组织专家进行评审, 并根据需要对部分企业进行现场核实, 征求相关部门意见后向省名推委提交建议名单。

3、认定阶段：12 月份, 由省名牌战略推进委员会审议确认当年江苏名牌名单, 经公示后向社会发布。

附件 1:

## 2016 年江苏名牌重点培育产品核心要素

| 重点培育产品类别 | 核心要素  |
|----------|---|
| 高端制造业名牌  | <p>实物质量在同类产品中处于国内领先地位，并达到国际先进水平；市场占有率、出口创汇率、品牌知名度居国内同类产品前 3 位；年销售额、实现利税、工业成本费用利润率、总资产贡献率居本行业前 3 位；企业具有先进可靠的生产技术条件和技术装备，技术创新、产品开发能力居行业前列；拥有中国驰名商标等。</p> <p>对产品全行业的总产量和出口量居于中国前列；在国际同行中具有较高的知名度和影响力，自主品牌出口多个国家（或地区），在主要出口国家（或地区）均已注册商标；产品各项经济指标处于国内同行业领先地位；拥有自主知识产权的核心技术；实物质量达到国际同类产品先进水平等，优先培育具有世界影响力名牌。</p> |
| 日用消费品名牌  | <p>企业在江苏首次注册，拥有自主知识产权的核心技术；企业主营业务突出，采用国际标准和国外先进标准组织生产，实物质量达到国际同类产品先进水平；品牌竞争力强，用户满意度高等。</p>  |

## 附件 2

## 2016 年江苏名牌部分产品特定申报条件

| 行业 | 产品名称   | 特定条件  |
|----|--------|---|
| 机械 | 电线电缆*  | 2015 年销售额 15 亿元以上。特种电缆 5 亿元以上。  |
|    | 单缸柴油机  | 2015 年销售额 5 亿元以上。   |
| 石化 | 化肥     | 2015 年销售额 5 亿元以上。重点扶持缓(控)释肥、大颗粒肥料、专用复合肥、多品种颗粒掺混肥或液体掺混肥料、高浓度复合肥等产品。  |
|    | 农药     | 重点扶持生物农药和具有自主知识产权、高效、低毒、低残留、广谱、手性、环境友好型国内领先水平的化学合成农药产品。通过清洁生产审核。草甘膦产品须通过国家环保部企业环保核查。  |
|    | 石油化工   | 2015 年销售额 50 亿元以上。其中：1、80 万吨/年以上的乙烯生产能力及延伸石化产品；2、100 万吨/年以上的精对苯二甲酸生产能力。   |
|    | 基本有机化工 | 2015 年销售额 10 亿元以上。采用先进生产工艺技术的大型装置规模达 10 万吨/年以上。其中：1、20 万吨/年以上甲烷氯化物生产能力；2、50 万吨/年以上羰基合成法醋酸生产能力；3、20 万吨/年苯胺、环氧丙烷生产能力和 10 万吨/年以上硝基苯、环氧乙烷、丙烯酸、醇醚类产品生产能力。                      |
|    | 合成材料   | 2015 年销售额 10 亿元以上。20 万吨/年以上合成树脂、合成纤维生产能力(6 万吨/年非光气法聚碳酸酯，液晶聚合物等特种工程塑料及其共混改性、合金，吸水性树脂、可降解聚合物除外)；10 万吨/年以上合成橡胶生产能力(3 万吨/年丁基橡胶、乙丙橡胶、异戊橡胶、深聚丁苯橡胶、稀土系顺丁橡胶、丙烯酸酯橡胶，硅橡胶，改性合成橡胶除外)。 |
|    | 染料     | 重点扶持自主知识产权、清洁生产、本质安全新技术新工艺产品，须通过清洁生产审核。   |
| 纺织 | 涤纶、氨纶  | 2015 年销售 10 亿元以上。   |
|    | 羽绒服    | 2015 年销售额 3 亿元以上；省内有 10 家以上门店。  |
|    | 休闲服    | 2015 年销售额 3 亿元以上；省内有 10 家以上门店。  |
|    | 家用纺织品  | 2015 年销售额 4 亿元以上；省内有 10 家以上门店。  |

|       |            |  |
|-------|------------|--|
|       | 纱线         | 2015年销售额5亿元以上。                                   |
| 冶金    | 热轧钢筋、高速线材* | 2015年销售额50亿元以上。                                  |
|       | 热轧热锻型钢     | 2015年销售额20亿元以上。产品包括合金钢圆钢、碳结圆钢、扁钢、角钢、槽钢、H型钢等。     |
|       | 铜加工材       | 2015年销售额6亿元以上。产品包括含高效管、内螺纹管等。                    |
|       | 无缝钢管       | 2015年销售额10亿元以上。产品包括锅炉钢管、不锈钢管、油套管、轴承管、铸铁管等。       |
|       | 钢板带        | 2015年销售额10亿元以上。产品包括冷轧硅钢、高精度板带、彩涂板、锅炉板、宽厚板、不锈钢板等。 |
|       | 铝加工材       | 2015年销售额8亿元以上。                                   |
|       | 金属制品       | 2015年销售额8亿元以上。                                   |
|       | 焊接钢管       | 2015年销售额10亿元以上。产品包括直缝钢管、螺旋钢管等。                   |
|       | 冶金炉料及合金    | 2015年销售额10亿元以上。                                  |
|       | 金属结构件      | 2015年销售额12亿元以上。                                  |
| 轻工    | 地板         | 2015年实木地板销售额4亿元以上；复合地板3亿元以上。                     |
| 建材    | 水泥*        | 2015年销售额6亿元以上。                                   |
| 食品农产品 | 米          | 2015年销售额2亿元以上（根据国家政策调控适当浮动）。                     |
|       | 面          | 2015年销售额2亿元以上（根据国家政策调控适当浮动）。                     |
|       | 食用油        | 2015年销售额2.5亿元以上（根据国家政策调控适当浮动）。                   |
|       | 饲料         | 2015年销售额2亿元以上。                                   |

备注：\*产品原则上只减不增。

附件 3:

## 2016 年江苏部分服务业名牌特定申报条件

| 行业分类   | 服务类别              | 特定条件                        |
|--------|-------------------|-----------------------------|
| 生产性服务业 | 现代物流(公路、水运、仓储、邮政) | 2015 年企业主营业务年营业额 10 亿元以上。   |
|        | 科技服务              | 2015 年企业主营业务年营业额 6 亿元以上。    |
|        | 信息技术服务            | 2015 年企业主营业务年营业额 3 亿元以上。    |
|        | 电子商务              | 2015 年企业主营业务年营业额 3 亿元以上。    |
|        | 节能环保服务            | 2015 年企业主营业务年营业额 3000 万元以上。 |
| 生活性服务业 | 商业零售              | 2015 年企业主营业务年营业额 30 亿元以上。   |
|        | 养老服务              | 2015 年企业主营业务年营业额 500 万元以上。  |
|        | 餐饮经营              | 2015 年企业主营业务年营业额 1 亿元以上。    |
|        | 家政服务              | 2015 年企业主营业务年营业额 7000 万元以上。 |
|        | 汽车销售              | 2015 年企业主营业务年营业额 10 亿元以上。   |
|        | 物 业               | 2015 年企业主营业务年营业额 1 亿元以上。    |
|        | 旅行旅游              | 2015 年企业主营业务年营业额 1.5 亿元以上。  |
| 其他服务业  | 检测认证              | 2015 年企业主营业务年营业额 1 亿元以上。    |

附件 4:

## 江苏名牌评价指标及分值分配表

| 序号             | 一级指标            | 二级指标   |
|----------------|-----------------|--|
| 1              | 市场评价<br>(200 分) | 申报产品销售额 (量) (150 分)  |
|                |                 | 申报产品出口额 (量) (50 分)   |
| 2              | 质量评价<br>(240 分) | 申报产品采用标准及标准水平 (50 分)   |
|                |                 | 申报产品主要性能指标 (80 分)  |
|                |                 | 企业通过质量管理体系、计量保证体系、环境体系认证 (25 分)  |
|                |                 | 企业设立首席质量官 (10 分)   |
|                |                 | 企业质量技术 (管理) 人员占企业总的职工人数比例 (10 分)                                       |
|                |                 | 企业售后服务网点建设、对消费者意见处理等情况 (20 分)  |
|                |                 | 质量保证能力和认证情况: HACCP 认证、TL9000 认证、QS9000 认证、节能产品认证或《国家标准化良好行为企业》等 (45 分) |
| 3              | 效益评价<br>(160 分) | 企业纳税总额 (50 分)  |
|                |                 | 申报产品纳税额 (50 分), 其中: 国税 (30 分)、地税 (20 分)                                |
|                |                 | 企业成本费用利润率 (20 分)   |
|                |                 | 企业总资产贡献率 (20 分)  |
|                |                 | 企业总资产规模 (10 分)   |
|                |                 | 企业总销售额 (10 分)  |
| 4              | 发展评价<br>(220 分) | 企业研发费用占销售收入比重 (35 分)   |
|                |                 | 申报产品获得专利、软件著作权、设计专有权等情况 (50 分)   |
|                |                 | 申报产品获得国家、省级科学技术奖情况 (35 分)  |
|                |                 | 企业参与行业、国家及国际标准制定情况 (30 分)  |
|                |                 | 企业拥有国家、省级各类研发机构情况 (20 分)   |
|                |                 | 申报产品获得国家火炬计划、国家或省重点新产品、省高新技术产品等情况 (15 分)                               |
|                |                 | 申报企业通过国家火炬计划重点高新技术企业认定、国家或省创新型企业、高新技术企业认定等情况 (15 分)                    |
|                |                 | 企业拥有博士后流动站情况 (20 分)  |
| 5              | 信用评价<br>(180 分) | 企业获国家级质量奖情况 (30 分)   |
|                |                 | 企业获得中国驰名商标情况 (25 分)  |
|                |                 | 企业获得省级质量奖情况 (20 分)   |
|                |                 | 到期复评的省级名牌、省著名商标、省重点培育和发展的国际知名品牌等情况 (15 分)                              |
|                |                 | 信贷信用情况, 是否有人民银行征信系统不良记录等 (20 分)  |
|                |                 | 企业质量信用等级情况 (20 分)  |
|                |                 | 企业获得市级质量奖情况 (15 分)   |
|                |                 | 申报产品获得市级名牌产品、驰名商标等情况 (10 分)  |
| 品牌认知度情况 (25 分) |                 |  |

