

质量品牌信用等级评价管理办法

第一章 总 则

第一条 为规范、有效的开展质量品牌信用等级评价工作，引导企业加强质量管理、促进品牌建设和社会信用体系建设，提升质量品牌信誉，根据中共中央 国务院印发的《质量强国建设纲要》《关于推进社会信用体系建设高质量发展促进形成新发展格局的意见》（中办发〔2022〕25号）和《关于开展质量提升行动的指导意见》（2017年第27号）等有关政策文件要求，广东省质量发展促进会（以下简称省质促会）特制定本办法。

第二条 质量品牌信用等级评价分为企业类、产品类、服务类。

第三条 质量品牌信用是指企业（产品、服务）取得并保持用户对其质量品牌信任的能力。

质量品牌信用等级评价采用百分制，是运用规范、统一的评价方法，对企业一定生产经营期间的产品/服务质量、质量管理水平、品牌影响和诚实守信等方面情况进行定量和定性分析，从而作出真实、客观、公平、公正的综合性年度等级评价活动。

第四条 质量品牌信用等级是根据其评价指标反映的不同水平情况，划分为AAAAA、AAAA、AAA、AA、A共五个等级，“A”越多，表示质量品牌信用程度越高（质量品牌信用风险

越低)。

第二章 组织管理

第五条 质量品牌信用等级评价工作由省质促会秘书处负责组织实施，其主要职责为：

（一）负责开展每年度质量品牌信用等级评价工作的组织、协调和评价全过程的服务工作；

（二）负责质量品牌信用等级评价管理办法、评价指标体系、评价实施方案等文件的研究与制修订工作；

（三）研究确定质量品牌信用等级评价专家组人选，审核确认质量品牌信用等级评价结果；

（四）负责管理与监督质量品牌信用等级评价工作，做好有关异议处理和后续动态监督管理工作；

（五）研究解决评价工作中发生的其他重大事项。

第六条 质量品牌信用等级评价专家组由具有丰富理论知识和实践经验的质量品牌信用相关专家、学者组成，其主要职责是开展质量品牌信用等级评价工作，并为完善质量品牌信用等级评价工作提供建设性意见。

第七条 质量品牌信用等级评价专家应当具备以下条件和能力：

（一）认真贯彻执行党的路线、方针、政策，熟悉国家有关质量、经济、品牌和社会信用等方面的法律法规和政策要求；

(二) 品行端正，恪守职业道德和社会规范，能够认真履行评价专家职责，严格遵守评价纪律，公正严明；

(三) 接受过全面质量管理相关知识和质量品牌信用等级评价工作的培训；

(四) 具有质量品牌信用评价相关工作经历，有较扎实的理论基础和丰富的实践经验；

(五) 掌握评价的方法和技巧，具有敏锐、准确的判断能力、快速的反应能力、较强的综合分析能力，以及认真、细致的观察能力。

第三章 申报条件

第八条 省质促会每年上半旬向社会公开发布质量品牌信用等级评价年度申报通知，组织开展申报工作。

第九条 申报质量品牌信用等级评价的组织应具备以下基本条件：

(一) 依法登记的各类组织；

(二) 企业处于持续经营状态；

(三) 近三年在政府有关部门的信用记录中无严重失信与违法行为，无严重行政处罚；

(四) 近三年无重大质量安全事故或大面积的用户投诉。

第四章 评价程序

第十条 质量品牌信用等级评价工作坚持科学公正、公平公开、自愿参与的原则，按照统一标准和程序进行，每年组织一次评价，自觉接受社会监督，提高评价工作的透明度。

第十一条 质量品牌信用等级评价设立严格、公正的评价工作流程。

第十二条 省质促会秘书处从专家库中随机选取具备相关条件和能力的专家，组建质量品牌信用等级评价专家组，负责对申报组织的材料进行评价与打分，评价专家组一般为3人，并设一名组长。

第十三条 质量品牌信用等级评价专家组依据《质量品牌信用等级评价指标体系》（详见附件1-3）等文件，对组织的申报材料等进行综合评价，提出建议等级结果，并出具质量品牌信用等级综合评价报告。

第十四条 省质促会秘书处将评价专家组提出的建议结果向社会公示，接受社会监督，公示期为5个工作日，并负责处理相关投诉和异议。

第十五条 公示结束后，省质促会向社会公开发布质量品牌信用等级评价结果，并颁发质量品牌信用等级评价证书。

对获得等级评价的组织，省质促会将在官网、微信公众号等自有媒体渠道进行宣传，并在适当的时间召开颁证大会、经验交流分享活动或研讨活动，引导广大组织积极学习质量品牌先进建设经验。

第五章 监督管理

第十六条 申报质量品牌信用等级评价的组织应实事求是，不得弄虚作假，不得违反相关法律法规，自觉接受省质促会和社会监督。

第十七条 质量品牌信用等级评价过程中，省质促会秘书处负责做好评价全过程的监督管理工作。参与评价工作的专家和有关工作人员与申报组织有利益关系者应当回避，如在评价活动中弄虚作假、徇私舞弊的，取消其资格，造成严重后果的，承担相应法律责任。

第十八条 参与评价工作的专家及相关工作人员应当对申报组织的材料内容及评价情况严格保密。未经申报组织和省质促会同意，不得向任何第三方披露参与评价的申报组织有关信息。

第十九条 获得质量品牌信用等级评价结果的组织应不断提高综合信用评价、质量管理水平及品牌建设能力。省质促会秘书处建立投诉受理渠道（投诉受理邮箱和电话），接收和受理广大社会公众对评价组织的异议并核查，对评价后发生重大失信行为的组织，将依据《质量品牌信用等级评价管理办法》降低或者撤销其信用等级结果。

第二十条 获得质量品牌信用等级评价证书的组织可以在广告等有关宣传中正确使用信用等级评价结果。任何组织不得伪造、转让质量品牌信用等级评价证书，不得擅自扩大

质量品牌信用等级评价证书的使用范围。

第二十一条 获得质量品牌信用等级评价的组织有下列情形之一的，应在7日内书面报告至省质促会秘书处：

（一）涉及受评价品牌或申请组织主营业务活动的国家重大产业、税收、信贷政策的调整或变动；

（二）申请组织发生重大资产重组、重大关联交易、股权结构变动及其他重大未列入上述列举事项，但该事项的发生对受评组织偿付能力构成实质性影响的其他重大事项；

（三）发生重大质量、安全和环境事故；

（四）国家、行业、地区监督抽查产品或服务或工程质量不合格；

（五）社会公众对质量品牌反映强烈，有用户、员工、供应商、股东、社会等相关方的重大投诉；

（六）受相关政府部门警告、罚款、没收违法所得、限期停止活动等行政处罚的；

（七）其他违反法律法规规定情形的。

省质促会有权对以上情形作出降低评价等级的处理，情节严重的，作出取消评价等级结果的处理。

第二十二条 被取消评价等级的组织须在收到通知书之日起7日内将原评价等级证书退回省质促会秘书处；被降低评价等级的组织须在收到通知书之日起15日内将原评价等级证书退回省质促会秘书处，换发相应的评价等级证书。拒不退回（换）的，将公告作废。

第六章 附 则

第二十三条 本管理办法由广东省质量发展促进会负责解释和修订。

第二十四条 本管理办法自发布之日起实施。

- 附件：
1. 质量品牌信用等级评价指标体系（企业类）
 2. 质量品牌信用等级评价指标体系（产品类）
 3. 质量品牌信用等级评价指标体系（服务类）

附件 1:

质量品牌信用等级评价指标体系（企业类）

一级指标	二级指标	评分说明	材料要求
总体情况 (15分)	组织结构 (5分)	成立专门的质量管理机构和品牌管理机构，得3分；并明确了质量管理机构（得1分）和品牌管理机构职能（得1分），共5分。	1、提供组织架构图及质量管理机构的成立证明和职能说明扫描件或复印件； 2、提供品牌管理机构的成立证明和职能说明扫描件或复印件。
	顾客满意度测评 (5分)	1) 建立了顾客满意信息收集与反馈机制，得2分； 2) 近3年，连续两年聘请第三方进行顾客满意度测评并形成顾客满意度测评报告，1.5分/年，得3分。	1、提供企业顾客满意信息收集与反馈相关制度文件扫描件或复印件； 2、提供顾客满意度测评报告扫描件或复印件。
	奖励情况 (5分)	1) 企业近3年来有获得政府部门颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉，国家级得3分、省级得2分、市级得1分，累计最高得3分； 2) 企业近3年来有获得省级相关行业协会颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉，得2分。	提供企业近3年荣获质量、品牌或社会信用奖励或荣誉证书的扫描件或复印件。
质量水平 (36分)	质量状况分析 (6分)	近3年连续开展质量状况分析，且形成完整的质量状况分析报告，2分/年，最高得6分。	提供近3年质量状况分析报告扫描件或复印件。
	质量提升活动 (10分)	1) 围绕产品/服务质量、工艺质量、管理质量等方面系统开展质量提升活动，质量提升成效显著，得2分； 2) 组织开展质量提升活动内部评比，营造质量提升浓厚氛围，得2分； 3) 近3年参与外部质量提升活动大赛或评选交流活	1、提供开展质量提升活动的实施记录； 2、提供开展质量提升活动内部评比的实施记录； 3、提供参加外部相关质量提升活动大赛等获得荣誉证书的扫描件或复印件。

		动, 并获: 一等奖 3 项以上、或一等奖 2 项二等奖 2 项以上、或一等奖 1 项二等奖 4 项以上得 6 分; 二等奖 4 项以下、2 项以上得 4 分; 二等奖 2 项以下、三等奖 3 项以上得 2 分; 其他得 0 分。	
	主导产品质量指标水平 (10 分)	1) 近 3 年主导产品关键质量指标水平达到国际先进水平或国内领先水平, 得 8-10 分; 2) 近 3 年主导产品关键质量指标水平达到行业领先水平或行业先进水平, 得 5-7 分; 3) 近 3 年主导产品关键质量指标水平达到行业平均水平, 或低于行业平均水平, 得 0 分。 以第三方检测报告为准。	提供主导产品依据执行标准的第三方检验检测报告扫描件或复印件。
	管理体系 (10 分)	1) 通过了质量管理体系、环境管理体系和职业健康安全等基础管理体系认证, 且实施 5 年以上, 得 4 分; 2) 获得相关高端品质认证或评价 (例如岭南优质、卓越质量星级评价、智能制造与绿色制造等), 2 分/项, 累计最高得 6 分。	1、提供有效期内的各管理体系认证证书扫描件或复印件; 2、提供有效期内的各高端品质认证与评价证书扫描件或复印件。
品牌建设 (30 分)	品牌定位 (10 分)	1) 主品牌定位为高端品牌, 得 4-5 分; 定位为中高端或中端品牌, 得 1-3 分; 定位为低端品牌, 则不得分; 2) 主品牌有明确的品牌标识 logo, 建立了以品牌核心价值 and 特性为中心的品牌识别系统, 得 5 分。	1、提供企业主品牌定位战略或规划及相关实施记录; 2、提供企业主品牌标识 logo 与品牌 VI 视觉识别手册。
	品牌保护 (10 分)	1) 主品牌有进行国内外商标注册, 得 5 分; 2) 系统建立品牌危机预警或应急处理机制, 有效保护品牌, 得 5 分。	1、提供企业主品牌注册商标证书扫描件或复印件; 2、提供企业品牌危机预警或应急处理相关制度文件。
	品牌影响	1) 开展主品牌价值测算, 且近三年主品牌价值增长	1、提供近三年主品牌价值评估报告或证书扫描

	(10分)	幅度呈现持续增长趋势,得5分; 2)企业自主品牌市场占有率、市场规模等位居同行前列(前10名),得4-5分;处于同行平均水平,得1-3分;低于同行平均水平,得0分。	件或复印件; 2、提供年度企业自主品牌市场占有率、市场规模的证明材料(市主管单位证明、行业协会证明或第三方调查材料等)。
社会信用 (19分)	信用体系 (10分)	1)系统建设质量信用规范或质量诚信体系机制等信用体系,得5分; 2)实施道德规范监测工作,保证社会信用优秀或良好,得5分。	1、提供企业质量信用规范或质量诚信体系相关制度文件; 2、提供道德规范监测工作的年度实施记录文件。
	社会责任 (9分)	1)持续承担相关社会责任和开展相关社会公益支持,定期发布年度社会责任报告,得6-9分; 2)持续承担相关社会责任和开展相关社会公益支持,但未制定或发布年度社会责任报告,得3-5分; 3)企业未履行相关社会责任和未开展相关社会公益事业支持工作,得0分。	1、提供申报时近两年的社会责任报告扫描件或复印件; 2、提供申报时近两年的社会公益支持记录。

附件 2:

质量品牌信用等级评价指标体系（产品类）

一级指标	二级指标	评分说明	材料要求
基本要求 (20分)	产品顾客满意度 (10分)	1) 系统建立了产品顾客满意信息收集与反馈机制, 得 5 分; 2) 近 3 年, 连续 2 年请第三方进行产品顾客满意度测评并形成顾客满意度测评报告, 2.5 分/年, 最高得 5 分。	1、提供顾客满意信息收集与反馈相关制度文件扫描件或复印件; 2、提供顾客满意度测评报告扫描件或复印件。
	产品奖励情况 (10分)	1) 近 3 年, 获得政府部门颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉, 国家级得 7 分、省级得 5 分、市级得 3 分, 累计最高得 7 分; 2) 近 3 年, 获得省级相关行业协会颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉, 得 3 分。	提供近 3 年荣获质量、品牌或社会信用奖励或荣誉证书的扫描件或复印件。
质量水平 (36分)	产品质量状况分析 (6分)	近 3 年连续开展产品质量状况分析, 并形成完整的产品质量状况分析报告, 2 分/年, 最高得 6 分。	提供近 3 年质量状况分析报告扫描件或复印件。
	产品质量提升 (10分)	1) 围绕产品关键质量技术指标或生产工艺技术、管理水平等方面系统开展质量提升活动, 质量提升成效显著, 得 4 分; 2) 质量提升成果参加组织内部质量提升活动评比, 得 2 分; 3) 近 3 年, 质量提升成果参与外部质量提升活动大赛或评选交流活动, 并获: 一等奖 2 项以上、或一等奖 1 项二等奖 2 项, 得 4 分; 无一等奖、二等奖 3 项以上得 3 分; 二等奖 2 项及以下、三等奖 3 项以上得 2 分; 其他得 0 分。	1、提供开展质量提升活动的实施记录; 2、提供质量提升活动成果参与内部评比的实施记录; 3、提供参加外部相关质量提升活动大赛获得的荣誉证书扫描件或复印件。

	产品关键质量指标水平 (10分)	1) 近3年产品关键质量指标水平达到国际先进水平或国内领先水平, 得8-10分; 2) 近3年产品关键质量指标水平达到行业领先水平或行业先进水平, 得5-7分; 3) 近3年产品关键质量指标水平达到行业平均水平, 或低于行业平均水平, 得0分。 以第三方检测比对报告为准。	提供产品依据执行标准的第三方检验检测比对报告扫描件或复印件。
	产品评价 (10分)	取得高端品质认证或评价情况, 如岭南优质产品、绿色产品、节能产品、节水产品、低碳产品等认证或评价, 2分/项, 累计最高得10分。	提供产品有效期内的各类认证/评价证书扫描件或复印件。
品牌建设 (30分)	品牌定位 (10分)	1) 品牌定位为高端品牌, 得4-5分; 定位为中高端或中端品牌, 得1-3分; 定位为低端品牌, 则不得分; 2) 品牌有明确的品牌标识 logo, 建立了以品牌核心价值 and 特性为中心的品牌识别系统, 得5分。	1、提供产品品牌定位战略或规划及相关实施记录; 2、提供产品品牌标识 logo 与品牌 VI 视觉识别手册。
	品牌保护 (10分)	1) 品牌有进行国内外商标注册, 得5分; 2) 建立售后服务体系或投诉处理机制, 对顾客质量投诉进行快速妥善处理, 得5分。	1、提供产品品牌商标注册证书扫描件或复印件; 2、提供产品的售后服务管理和投诉处理的相关制度文件或程序, 及质量投诉处理实施记录。
	品牌影响 (10分)	1) 开展品牌价值测算, 且近三年品牌价值增长幅度呈现持续增长趋势, 得5分; 2) 市场占有率、市场规模等位居同行前列(前10名), 得4-5分; 处于同行平均水平, 得1-3分; 低于同行平均水平, 得0分。	1、提供近三年的产品品牌价值评估报告或证书扫描件或复印件; 2、提供年度产品品牌市场占有率、市场规模的证明材料(市主管单位证明、行业协会证明或第三方调查材料等)。
社会信用 (14分)	产品召回机制 (14分)	1) 系统建立产品召回制度或程序, 得5分; 2) 有效履行主动召回责任, 得9分, 被动召回不得分。	1、提供相关召回制度文件或程序; 2、提供召回实施记录。

附件 3:

质量品牌信用等级评价指标体系（服务类）

一级指标	二级指标	评分说明	材料要求
基本要求 (20分)	服务顾客满意度 (10分)	1)建立了顾客满意信息收集与反馈机制,得5分; 2)近3年,连续2年请第三方进行顾客满意度测评并形成报告,2.5分/年,最高得5分。	1、提供顾客满意信息收集与反馈相关制度文件扫描件或复印件; 2、提供顾客满意度测评报告扫描件或复印件。
	服务奖励情况 (10分)	1)近3年,获得政府部门颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉,国家级得7分、省级得5分、市级得3分,累计最高得7分; 2)近3年,获得省级相关行业协会颁发的质量品牌或社会信用等方面奖励或荣誉,得3分。	提供近3年获得质量、品牌或社会信用奖励或荣誉证书的扫描件或复印件。
质量水平 (36分)	服务质量状况分析 (6分)	近3年连续开展服务质量状况分析,且形成完整的服务质量状况分析报告,2分/年,最高得6分。	提供近3年质量状况分析报告扫描件或复印件。
	服务质量提升 (10分)	1)围绕服务质量、服务流程管理等方面系统开展质量提升活动,质量提升成效显著,得4分; 2)质量提升成果参加组织内部质量提升活动评比,得2分; 3)近3年,服务质量提升成果参与外部质量提升活动大赛或评选交流活动,并:获一等奖2项以上、或一等奖1项二等奖2项以上,得4分;未获一等奖但获二等奖2项以上,得3分;获二等奖2项以下、三等奖2项以上,得2分;其他得0分。	1、提供开展服务质量提升活动的实施记录; 2、提供参与内部评比的实施记录; 3、提供参加外部相关质量提升活动大赛获得的荣誉证书扫描件或复印件。
	服务执行标准 (10分)	1)采用国际先进标准,或采用严于国家标准或者行业标准的团体标准或企业内控标准提供服务,得	提供执行标准文本。

		7-10分; 2)采用国家标准或行业标准提供服务,得4-6分; 3)无标准规范可依或采用标准低于国家标准指标,则得0分。	
	售后服务体系 (10分)	1)系统建立了售后服务体系,并有通过售后服务体系认证,得4分; 2)申报服务取得高端服务认证与评价情况,如岭南优质服务、特殊服务认证等,2分/项,累计最高得6分。	1、提供申报服务的售后服务管理相关制度文件或程序; 2、提供申报服务有效期内的认证证书扫描件或复印件。
品牌建设 (30分)	品牌定位 (10分)	1)品牌定位为高端品牌,得4-5分;定位为中高端或中端品牌,得1-3分;定位为低端品牌,则不得分; 2)品牌有明确的品牌标识logo,建立了以品牌核心价值 and 特性为中心的品牌识别系统,得5分。	1、提供品牌定位战略或规划及相关实施记录; 2、提供品牌标识logo与品牌VI视觉识别手册。
	品牌保护 (10分)	1)品牌有进行国内外商标注册,得5分; 2)有建立顾客投诉及快速协调解决机制,对顾客质量投诉进行快速妥善处理,得5分。	1、提供品牌注册商标证书扫描件或复印件; 2、提供投诉处理相关制度文件或程序,及质量投诉处理实施记录。
	品牌影响 (10分)	1)近3年连续3年开展品牌价值测算工作,且品牌价值增长幅度呈现持续增长趋势,得8-10分; 2)近3年连续2年开展品牌价值测算工作,且品牌价值增长幅度呈现持续增长趋势,得5-7分; 3)近3年仅1年开展品牌价值测算工作,且品牌价值增长幅度呈现持续增长趋势,得2-4分; 4)未开展品牌价值测算工作,得0分。	提供近3年品牌价值评估报告或证书扫描件或复印件。
社会信用 (24分)	社会信用体系建设 (24分)	1)系统建设服务质量信用规范或质量诚信体系,得12分; 2)实施服务监测工作,保证社会信用优秀或良好,	1、提供服务质量信用规范或质量诚信体系相关制度文件; 2、提供申报时上一年度开展服务监测工作的实施

	得 12 分。	记录。
--	---------	-----