

团 体 标 准

T/GDTA 005—2023

粤地优品 评价通用要求

Guangdong local high-quality goods—general requirements for evaluation

2023 - 07 - 01 发布

2023 - 07 - 01 实施

广东商标协会 发布

目 次

前言III

引言V

1 范围1

2 规范性引用文件1

3 术语和定义1

4 评价对象及评价原则1

 4.1 评价对象1

 4.2 申报主体2

 4.3 评价原则2

5 评价要求2

 5.1 基本要求2

 5.2 评价指标要求2

 5.3 评价规则3

6 评价流程3

 6.1 组织申报3

 6.2 提交申报3

 6.3 初审3

 6.4 专家评审3

 6.5 公示3

 6.6 结果确认和公布3

7 证书与标志管理3

 7.1 使用3

 7.2 停用及撤销4

附录 A(规范性) 粤地优品评价细则5

附录 B(资料性) 评价指标证明材料7

附录 C(规范性) “粤地优品”证书8

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》规定起草。

本文件由广东商标协会提出并归口。

本文件起草单位：广东商标协会、广东省标准化研究院、广东永华知识产权管理有限公司、广州增城区新塘粮食管理所有限公司、英德市茶业行业协会、潮州市仰韩阁生态农业有限公司、汕头市知识产权协会、广东省风土地理标志产业研究院、广州星贝知识产权服务有限公司、惠州市韵晓知识产权代理有限公司、华泓越企业管理咨询（广东）有限公司。

本文件主要起草人：陈学章、李静、朱双喜、吴臻焯、刘敏、米煜妍、卓蕾、李永华、王汉桥、傅永强、罗淑贤、林楚溪、罗英锋、李柯养、曾雯洁、官永爱、王晓燕、高颖怡、张晨、黄星。

引 言

为服务知识产权强国战略和乡村振兴战略，培育区域品牌，提升区域品牌价值和区域品牌知名度，持续推进区域优势产品质量提升，促进区域特色产业发展，特制定本文件。

粤地优品 评价通用要求

1 范围

本文件规定了开展粤地优品评价活动的评价对象、评价原则、评价要求及评价流程等通用要求。
本文件适用于开展粤地优品评价活动。

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

粤地优品 Guangdong local high-quality goods

拥有一定的知名度和美誉度、质量优良，在广东本土种植、养殖的农产品或依广东传统工艺制作、具有岭南文化特色的食品或工艺品。

4 评价对象及评价原则

4.1 评价对象

4.1.1 粤地优品的评价对象应为在广东本土种植、养殖的农产品，或依广东传统工艺制作、具有岭南文化特色的食品或工艺品。

4.1.2 表1中对应类别的产品可申报粤地优品。

表1 评价对象分类

类别	产品	说明
A类	获批的地理标志保护产品	知识产权部门根据《地理标志产品保护规定》认定的地理标志保护产品，且应获权使用“地理标志专用标志”。
	作为证明商标、集体商标注册的地理标志对应产品	知识产权部门根据《中华人民共和国商标法》规定批准作为集体商标、证明商标注册的地理标志，且应获权使用“地理标志专用标志”。
	农产品地理标志登记产品	农业主管部门根据《农产品地理标志管理办法》批准登记的农产品地理标志。
B类	正在申请地理标志的广东本土产品	已向知识产权部门正式提交申请地理标志商标或正式提交地理标志保护产品申报材料，且已发布能反映对应产品特色的技术标准。
C类	广东省内市级以上老字号企业的传统产品	应提供相应老字号证书和申报产品与老字号关联性证明（说明）材料，且已发布能反映对应产品特色的技术标准。
	广东省内市级以上非物质文化遗产传承产品	应提供相应非遗证书和申报产品与非遗关联性证明（说明）材料，且已发布能反映对应产品特色的技术标准。
D类	其他具有岭南特色、品质优良的广东本土产品	应提供证明其具备岭南特色、品质优良的相关证明材料且已发布能反映对应产品特色的技术标准。

4.2 申报主体

粤地优品评价的申报主体应为在广东省内注册的相应申报产品的生产者、品牌运营商、被授权的经销商或合作社等组织。

对于已获得地理标志相关称号/登记的产品，申请人应为地理标志专用标志核准/授权使用企业或组织。

4.3 评价原则

粤地优品评价工作应遵循以下原则：

- 自愿性原则：由申报主体自愿提出评价申请，或同意参与评价；
- 独立性原则：应独立于利益相关方开展评价；
- 客观性原则：以客观事实为依据来开展评价；
- 公正性原则：应秉持公正公平态度，不带有任何形式的偏见；
- 科学性原则：评价方法和理论科学合理，评价结论具有客观依据。

5 评价要求

5.1 基本要求

- 5.1.1 申报产品及申报主体应符合 4.1 中评价对象及 4.2 中申报主体的要求。
- 5.1.2 产品生产销售符合国家有关法律、法规和产业政策、安全、环保、节能的要求。
- 5.1.3 属于强制性认证的产品必须获得相关认证并取得相应的证书。
- 5.1.4 申报主体三年内未发生过质量安全事件或重大违法记录，无较重大质量事故或卫生、环保事故。
- 5.1.5 产品应符合对应国家强制标准的相关要求并提供检测报告，且一年内无抽查不合格记录。
- 5.1.6 申报主体应未被列入“信用中国”失信被执行人或重大税收违法失信主体记录名单，未被列入广东省质量信用、食安信用等信用分类监管中的 C 类或 D 类监管。

5.2 评价指标要求

5.2.1 评价指标分类

粤地优品的评价指标分为质量评价、岭南特色评价、市场评价、发展评价等四个指标。

5.2.2 质量评价

质量评价包括横向质量比对、标准比对、监督抽查等三个指标。

5.2.3 岭南特色评价

岭南特色评价包括独特性、地方特色、历史传承、文化融入等四个指标。

5.2.4 市场评价

通过市场份额、产品影响力、产品溢价水平、产品推广、纳税总额、申报产品占申报主体总营收贡献率等指标开展申报产品的市场评价，评价申报产品在同类型产品中的竞争力及销售前景。

5.2.5 发展评价

发展评价包括单位及产品荣誉、管理体系认证、质量信用分类、商标注册、获批专利、标准化活动等指标。

5.3 评价规则

满足基本要求，定量评价达180分且岭南特色指标得分不低于65分的产品，可评为“粤地优品”。
粤地优品评价细则按附录A。

6 评价流程

6.1 组织申报

评价机构组织发起粤地优品评价活动时，应对外公示粤地优品评价依据、评价对象、申报时间等关键信息，明确相关评价指标所需的申报材料。

6.2 提交申报

申报主体需在规定时间内，根据评价活动通知及评价依据相关要求上报申报材料（评价指标证明材料参照附录B），并保证其材料的真实性，对评价活动存在疑虑的，应在规定时间内进行咨询，确保申报条件符合要求。

6.3 初审

评价机构依据5.1中的基本要求对申报材料进行初步审核，并出具审核情况通知，审核未通过的产品不予参评。

6.4 专家评审

评价机构根据座谈会、实地调研、调查问卷获得的信息，结合申报主体提交的证明材料，组织评审专家进行评审，评审专家组不少于三人。

6.5 公示

经专家评审通过，拟纳入粤地优品名单的，由评价机构通过广东商标协会官方网站或其他公共平台、新闻媒体等发布纳入前公示，公示期为7个工作日。

6.6 结果确认和公布

对公示期内有异议的，评价机构应组织调查核实，并根据核查结果进行裁定；对公示期内无异议或经裁定通过的，评价机构对结果进行确认，批准授予申报主体和产品“粤地优品”证书（按附录C），并对外公布，给予宣传推广。

7 证书与标志管理

7.1 使用

7.1.1 粤地优品证书有效期为3年，有效期届满后，获评主体应于到期前两个月内提交复审材料，经复审通过后可继续推广使用，未在规定时间内复审或复审不通过的，主办方应公示其证书失效，不得继续推广使用。

7.1.2 证书和标志的使用条件和范围如下：

- a) 获评主体应在有效期内使用其证书和标志；
- b) 获评主体可在通过评价的产品相关的服务、包装、广告宣传及经营场所等使用其证书和标志；
- c) 获评主体不得利用“粤地优品”标志误导公众，使公众认为该主体的其他产品也通过粤地优品

评价；

- d) 获评主体发生重大变更时，未经主办方确认，不得继续使用证书及标志。

7.2 停用及撤销

发生以下情况，颁证机构应撤销相关证书，作出停止其使用标志的决定，并予以公示：

- a) 获证组织主动请求撤销；
- b) 在证书有效期内，获评主体发生严重的违法违规、失信行为的，由评价机构核定后责令整改。6个月未见明显效果的，主办方经过审议，应暂停或撤销其“粤地优品”称号，收回证书，并予以公示；
- c) “粤地优品”称号被暂停的，其获评主体在完成相应整改后，可向主办方申请恢复称号。主办方经过审议后，可裁定是否恢复称号，并将裁定结果予以公示。裁定恢复的，应归还证书；
- d) “粤地优品”称号被撤销的，自撤销之日起，获评主体及产品三年内不应参与“粤地优品”评价。三年届满后，可重新申请参与“粤地优品”评价；
- e) 其他应撤销的情形。

附 录 A
(规范性)
粤地优品评价细则

粤地优品评价细则如表 A.1 所示。

表 A.1 粤地优品评价细则

一级指标	二级指标	评价细则			定性评审/ 定量打分
基本要求	资质	符合 5.1.1 中对评价对象的基本要求			Y/N
	法律法规	符合 5.1.2 中对产品生产的法律法规、政策等要求			Y/N
	产品认证	符合 5.1.3 中产品强制性认证等认证要求			Y/N
	无质量安全事故	符合 5.1.4 中无质量安全事件、无重大安全事故等要求			Y/N
	产品质量安全	符合 5.1.5 中产品检测和监督抽查要求。			Y/N
	信用	符合 5.1.6 中申报主体及产品无重大失信记录的要求			Y/N
质量评价 (70 分)	横向质量比对	申报产品在同类产品中质量性能优秀，处于同类产品先进水平（20~25 分）			25 分
		申报产品在同类产品中质量性能优秀，处于同类产品上等水平（15~20 分）			
		申报产品在同类产品中质量性能较好，处于同类产品中上水平（10~15 分）			
		申报产品在同类产品中质量性能一般，处于同类产品中下水平（0~10 分）			
	标准比对	申报产品执行标准高于国际标准或国家标准要求（15 分）			15 分
		申报产品执行标准高于行业标准要求（10 分）			
		申报产品执行标准与国家标准或行业标准处于同等水平（6 分）			
		申报产品执行标准低于推荐性国家标准或行业标准要求（3 分）			
	监督抽查	条件 1：申报产品（近三年）	条件 2：申报主体（近三年）	得分 ^a	30 分
		有监督抽查且无不合格记录	有监督抽查且无不合格记录	30 分	
		无监督抽查记录	有监督抽查且无不合格记录	25 分	
		无监督抽查记录	无监督抽查记录	20 分	
		有监督抽查且无不合格记录	有监督抽查不合格记录	15 分	
		无监督抽查记录	有监督抽查不合格记录	10 分	
		有监督抽查不合格记录	/	0 分	
岭南特色 评价 (100 分)	独特性	申报产品具备明显区别于同类产品的特征，种植、养殖或制作环境非常独特，具有非常突出的食用、药用或工艺价值（20~25 分）			25 分
		申报产品具备稍显区别于同类产品的特征，种植、养殖或制作环境较为独特，具有较为突出的食用、药用或工艺价值（10~20 分）			
		申报产品具备略显区别于同类产品的特征，种植、养殖或制作环境略为独特，具有少量突出的食用、药用或工艺价值（0~10 分）			
	地方特色	申报产品带有明显广东地方特色属性，在市场上形成了强烈的地域关联特征（20~30 分）			30 分
		申报产品带有一定的广东地方特色属性，在市场上形成了一定的地域关联特征（10~20 分）			
		申报产品带有较少的广东地方特色属性，在市场上形成了较少的地域关联特征（0~10 分）			
	历史传承	申报产品种植、养殖或制作历史悠久，具备较深的历史传承（20~25 分）。			25 分
		申报产品种植、养殖或制作历史较长，具备一定的历史传承（10~20 分）			
		申报产品种植、养殖或制作历史较短，具备较浅的历史传承（0~10 分）			
	文化融入	申报产品承载了部分岭南文化，较好的融合了文化属性与人文气息，两者相辅相成、交相辉映（0~20 分）			20 分

表 A.1 粤地优品评价体系（续）

市场评价 (60 分)	市场份额	申报产品销售范围较广，在细分行业内具备较高的市场地位，具有一定的市场份额（0~10 分）。	10 分
	产品影响力	申报产品在全国范围内享有一定的影响力，品牌美誉度较好（15 分）	15 分
		申报产品在全省范围内享有一定的影响力，品牌美誉度较好（10 分）	
		申报产品在市级及以下范围内享有一定的影响力，品牌美誉度较好（5 分）	
	产品溢价水平	相较于市场同类产品，产品溢价水平较高（溢价在 30%以上）（7~10 分）	10 分
		相较于市场同类产品，有一定溢价（溢价低于 30%）（1~6 分）	
		相较于市场同类产品，产品低于同类均价（0 分）	
	产品推广	通过多种媒体形式进行广告投放、新闻报道、信息传播等活动，传统媒体（电视、广播、报纸、杂志等）、户外媒体（路牌、海报等）、网络媒体宣传推广及其他新兴媒体形式（每项 3 分）	上限 10 分
	纳税总额	申报主体纳税总额位于国内行业前 10%（10 分）	上限 15 分
		申报主体纳税总额位于省内行业前 10%（7 分）	
		申报主体纳税总额位于省内行业前 30%（4 分）	
		申报主体纳税总额未进入省内行业前 30%但每年纳税超过 1 万元（1 分）	
		其他（0 分）	
	申报产品占申报主体总营收贡献率	近三年保持 50%以上（10 分）	上限 15 分
		近三年保持 30%以上（7 分）	
		近三年保持 15%以上（4 分）	
		近三年保持 5%以上（1 分）	
		其他（0 分）	
发展评价 (70 分)	单位及产品荣誉	获得驰名商标、中华老字号、省市级老字号、农业文化遗产、全国名优特新农产品、地理标志称号/认可/证书，被纳入广东省重点商标保护名录、粤字号农业品牌目录，及获得绿色食品认证、有机产品认证、非物质文化遗产传承证书，获批农业产业化国家重点龙头企业、高新技术企业、企业技术中心、广东省现代农业产业园等荣誉或平台情况（国家级及以上 8 分，省级 5 分，市级 3 分）	上限 20 分
	管理体系认证	通过各类管理体系认证及实验室认可（ISO9001、食品安全管理体系、HACCP 体系等）（每项 3 分）	上限 6 分
	质量信用分类	申报产品被市场监管部门列为质量信用/食安信用等信用分类监管中的 A 类（10 分）或 0 类（3 分）	10 分
	商标注册	申报主体取得申报产品的商标专有权利，商标状态稳定（10 分）	10 分
		申报主体未取得申报产品的商标专有权利，商标状态存在风险（0 分）	
	获批专利	发明专利（每项 6 分）	上限 24 分
		实用新型专利（每 2 分）	
		外观设计专利（每项 1 分）	
	标准化活动	参与制定国际标准（每项 12 分），主导或参与制定国家标准（每项 12 分，参与减半，下同）、行业标准（每项 8 分）、地方标准（每项 4 分）及团体标准（每项 2 分），自我声明企业标准（每项 1 分） 承担标准化试点示范项目，国家级 12 分，省级 8 分，市级 4 分	

^a 需同时满足条件 1、2 方可对应得分。

附 录 B
(资料性)
评价指标证明材料

表 B.1 中给出了各评价指标对应的证明材料。

表 B.1 评价指标证明材料

一级指标	二级指标	证明材料
基本要求	资质	对应的地理标志证书、地理标志商标授权文件、老字号证书、非遗证书等相关材料
	法律法规	营业执照、生产许可证、自我声明材料
	产品认证	CCC 证书
	无质量安全事故	自我声明材料
	产品质量安全	检测报告、官方公布的监督抽查信息
	信用	“信用中国”网站截图、“粤品通”小程序信用分类截图
质量评价	横向质量比对	质量比对报告（覆盖自身产品及市面同类产品的质量性能指标）
	标准比对	执行标准信息、检测结果及与相应标准指标的比对报告
	监督抽查	官方公布的监督抽查信息
岭南特色评价	独特性	论述报告（分指标论述）、相关书籍文献（地方志、年鉴、农业志等）、报刊等
	地方特色	
	历史传承	
	文化融入	
市场评价	市场份额	销售区域证明材料、产品销量数据及同类产品销量数据报告
	产品影响力	问卷调研报告
	产品溢价水平	产品售价及同类产品均价数据报告
	产品推广	年度推广计划、实施案例、推广经费证明、媒体推广记录（如直播带货）等
	纳税总额	财务报表
	申报产品占申报主体总营收贡献率	
发展评价	单位及产品荣誉	相关荣誉证书
	管理体系认证	相关认证证书
	质量信用分类	“粤品通”小程序信用分类截图
	商标注册	商标注册证
	获批专利	专利证书
	标准化活动	标委会、协会的证明文件，标准文本，企业标准信息公共服务平台记录
注：生产许可证证书、CCC 认证证书、老字号证书、非遗证书等材料涉及时才需要提供。		

附 录 C
(规范性)
“粤地优品”证书

“粤地优品”证书见图 C.1。

证书编号：


粤地优品
GUANGDONG LOCAL HIGH-QUALITY GOODS

纳入依据：团体标准《粤地优品 评价通用要求》

核准登记产品名称：

登记申请人全称：

上述产品符合《粤地优品 评价通用要求》的相关规定，特发此证。

广东商标协会
年 月

图 C.1 “粤地优品”证书