“江苏精品”认证规则

JSPB01-010004.1-2026

植物产品认证规则 红富士苹果

Plant Product Certification Rules for *Malus domestica 'Red Fuji'*

版次号：B/1

2026 年 11 月 01 日发布　　2026 年 11 月 21 日实施

江苏精品国际认证联盟

前　言

本规则由“江苏精品”国际认证联盟组织制定、发布，版权归“江苏精品”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江苏精品国际认证联盟的许可，不得以任何形式全部或部分使用。

2022 年 8 月 18 日，第 1 次修订，主要变化如下：

——“认证程序”修改为“认证申请”；

——明确了认证单元和划分原则；

——细化了产品送样原则；

——产品检测项目的选择增加了附录 C 的内容；

——简化了任务书的包含内容；

——调整了检查人日数的规定；

——调整了监督抽样的最大间隔时间；

——“证书的扩大”修改为“获证单元覆盖产品的扩展”，相应表述同时进行了调整；

——增加了“复审”的要求；

——增加了“附录 A. 江苏精品认证-植物产品认证评分表”；

——增加了“附录 B. 质量保证能力”；

——增加了“附录 C. 产品先进性指标及检测要求”。

2023 年 7 月 18 日，第 2 次修订，主要变化如下：

——产品检测项目的选择增加了附录 C 的内容；

2024 年 7 月 12 日，第 3 次修订，主要变化如下：

编辑性修改；

2025 年 9 月 11 日，第 4 次修订，主要变化如下：

——调整 7.1.1 认证监督检查频次中关于年度监督检查间隔的要求；

——修改 10.2 标志的加施中引用文件的名称；

2025 年 11 月 11 日，第 5 次修订，主要变化如下：

——调整 5.3 检查人·日数的要求。

2026 年 7 月 10 日，第 6 次修订，主要变化如下：

——本规则变更为系列标准，每个产品对应一个分项规则；

——进一步明确了规则的适用范围、调整了认证依据、增加了版本号、规定了检测能力及检测项目要求、现场检查中明确了不符合的整改要求及验证方式、明确了再认证的流程和要求、随附了引用文件内容。

2026 年 11 月 1 日，第 7 次修订，主要变化如下：

——调整了“附录 B. 质量保证能力”；

——进一步明确了抽样方法、抽样基数、抽样人员和认证审核员取得相应认证领域的注册资格要求。

制定单位：南京国环有机产品认证中心有限公司

主要起草人：张纪兵、邵军亚、唐剑、王玮、胡云峰。

1．适用范围

本规则适用区域：江苏省行政区域内依法进行注册登记，且具有独立法人资格的组织。

本规则适用于“江苏精品”红富士苹果产品认证活动。

2. 认证依据及认证模式

2.1 认证依据

DB/T32 3843 “江苏精品”认证评价通则

GB/T 10651 鲜苹果

NY/T 1075 红富士苹果

2.2 认证模式

红富士苹果产品认证模式为：产品检测+初始检查+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. 初始检查

d. 复核与认证决定

e. 获证后的监督

f. 复审

3．认证申请

3.1 认证单元划分

3.1.1 以申请认证产品（红富士苹果）品种或系列的不同划分认证单元。

3.1.2 以制造商或生产厂（场所）划分申请单元。

3.2 申请认证提交资料

3.2.1 认证委托人应具备以下条件：

a.取得国家工商行政管理部门或有关机构注册登记的法人资格；

b.已取得相关法规规定的行政许可（适用时）；

c.申请认证的产品符合中华人民共和国相关法律、法规、安全卫生标准和有关规范的要求；

d.近一年内未出现产品质量安全重大事故；

e.未列入国家信用信息严重失信主体相关名录。

3.2.2 认证委托人应提交的文件和资料：

a. 申请书

b. 认证委托人和/或分包方的合法经营资质文件复印件。

c. 承诺守法诚信，接受行政监管部门及认证机构监督和检查，保证提供材料真实、执行“江苏精品”认证标准声明；

d. 有效的产品检测报告（适用时）。

e. 其他。

3.3 申请评审

3.3.1 认证机构依据评审要求对申请材料进行符合性评审，并在 10 个工作日内出具受理意见。

3.3.2 认证机构根据评审要求，对申请材料进行评审并保存评审记录，以确保：

a.认证要求规定明确、形成文件并得到理解；

b.认证机构和认证委托人之间在理解上的差异得到解决；

c.对于申请的认证范围、认证委托人的工作场所和任何特殊要求，认证机构均有能力开展认证服务。

3.3.3 评审结果

a.申请材料齐全、符合申请要求的，予以受理；

b.申请材料不全的，通知认证委托人补充；

c.不符合申请要求的，不予受理并告知理由。

4．产品检测

4.1 样品

4.1.1 送样原则

从申请认证单元中选取代表性样品。认证委托人负责把样品送到有资质的检测机构。

4.1.2 样品数量

具体的送样规格及数量，由认证机构根据所申请认证单元的产品类别确定。

4.1.3 样品处置

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

4.2 检测

承担检测任务的机构应取得 CMA 资质认定证书，并在有效期内开展检测工作。

检测项目涉及 CMA 资质认定范围的，相应参数应在该机构资质认定能力附表内；尚未纳入 CMA 资质认定范围的检测项目（如部分先进性指标），由具备相应技术能力的机构进行检测

4.2.1 依据标准

认证委托人申报产品的检测应依据本规则的认证依据（GB/T 10651、NY/T 1075）及相应的先进性指标执行。

4.2.2 检测项目、检测方法及判定要求

检测项目应覆盖认证依据标准及附录 C 中规定的全部项目。检测方法应采用 GB/T 10651、NY/T 1075 规定的对应试验方法，先进性指标按附录 C 规定方法执行。样品检测符合要求，则判定该产品检测合格。任何一项不符合标准要求时，则判定该认证单元产品不符合认证要求。

4.2.3 检测报告

由具备资质的检测机构对样品进行检测，并出具检测报告，报告应明确标注所采用的检测方法标准编号。

4.2.4 产品检测结果的采信

对于已进行过产品检测，且检测报告时间在 36 个月以内的，认证机构可对检测机构的资质进行验证，对检测结果进行评估，满足要求的可采信相应的检测结果，减少重复检测。

4.3 关键原材料要求

为确保获证产品的一致性，关键原材料技术参数/规格型号/制造商（生产厂）发生变更时，持证人应及时提出变更申请，并抽样进行检测（或提供书面资料），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．初始检查

5.1 认证检查人员要求

（1）认证检查人员应为认证机构正式聘用或授权的检查员，应取得 CCAA 食品农产品领域有效注册资格；

（2）检查人员应具备植物产品或质量管理等相关专业背景；

（3）检查人员应接受过植物产品认证规则及相关技术规范的专项培训；

（4）检查组中至少应有 1 名具备与申请认证产品相适应专业能力的检查人员；

（5）检查人员应保持独立、公正，不得参与与其存在利益冲突的认证活动。

5.2 现场检查准备

5.2.1 根据所认证单元对应的认证范围，认证机构应委派具有相应资质和能力的检查员组成检查组。

5.2.2 认证机构在现场检查前应向检查组下达检查任务书，应包含检查依据、检查范围、检查组组成、检查时间、检查内容等内容。

5.2.3 认证机构可向认证委托人出具现场检查通知书。

5.2.4 检查组应制定书面的检查计划，经认证机构审定后交认证委托人并获得确认。

5.3 检查内容

初始检查的内容为组织评价、质量保证能力和产品一致性检查，应覆盖申请认证产品的所有场所和所涉及的活动。

检查的基本原则是：以认证产品的主要技术要求为核心，重点关注关键生产和管理环节，现场确认影响产品认证技术指标的关键生产要素的一致性，现场验证申请单元的生产能力（基地环境、生产资料、生产设备、检测设备等生产相关资源及人员能力）。

5.1.1 评价依据

根据 DB/T32 3843-2020《“江苏精品”认证评价通则》，按细化后的《江苏精品认证—植物产品认证评分表》（见附录 A）的要求对组织在创新发展、质量卓越、品牌引领、社会责任四个方面进行全面评价。

5.1.2 质量保证能力

按附录 B“质量保证能力”和附录 C“产品先进性指标及检测项目”进行检查。

5.1.3 产品一致性检查

在生产现场检查申请认证产品与产品描述、试验报告中的一致性。每个认证单元至少抽一个批次进行一致性检查。重点核查以下内容：

1）认证产品的标识应与产品检验报告上所标明的信息一致；

2）认证产品的结构应与产品检验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验报告及产品描述中一致。

5.4 初始检查时间

一般情况下，产品检测合格后，再进行初始检查。

必要时，产品检测和工厂检查也可以同时进行。初始检查时，申请单元应生产申请认证范围内的产品。

根据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 检查人·日数（初始检查/监督检查/复审检查）

单元生产规模	500 人以下	500 人以上
人·日数	2/1/2	4/2/4

5.5 检查结论

检查组负责报告检查结论。检查结论为不通过的，检查组直接向认证机构报告。检查存在不符合项时，申请单元应在 40 个工作日内完成整改，认证机构采取文件评价或现场验证等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，按检查不通过处理。

6. 复核与认证决定

6.1 复核与认证决定

认证机构应在对产品检测、组织评价、检查结果进行复核、综合评价的基础上作出认证决定。评价合格的，按申请单元颁发产品认证证书。对符合本规则和认证依据要求的，认证机构应按申请单元向认证委托人颁发认证证书。对不完全符合本规则和认证依据的要求，但认证委托人已经在规定的期限内完成了不符合项纠正和/或纠正措施，并通过认证机构验证的，认证机构应按申请单元向认证委托人颁发认证证书。

复核和认证决定人员应是未参与现场检查和产品检测的人员。

6.2 认证时限

受理认证申请后，检查时限按实际发生时间计算（包括安排及执行检查时间、整改及验证时间）。完成产品检测和检查后，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、检查不通过或整改不通过，认证机构不应批准认证，并书面通知认证委托人。认证委托人如要继续申请认证，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，发证后 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。因季节性生产等因素不能如期接受监督检查，年度监督检查可延长至 15 个月。如不能如期接受监督检查时，持证人应提出申请并经认证机构批准。若发生下述情况之一可增加监督频次：

（1） 获证产品出现或消费者投诉重大质量安全问题，并经查实为认证委托人责任的；

（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；

有足够信息表明申请单元由于变更组织机构、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 1-2 人日（见表 1）。

7.1.3 监督检查的内容

监督检查的内容为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“质量保证能力要求”及相应标准对申请单元进行监督检查。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是每次监督检查的必查内容。

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，获证组织应在 40 个工作日内完成整改，认证机构应采取文件评价或现场验证等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验，抽样人员应为认证机构委派、经培训考核合格的检查人员或授权抽样人员；抽样采用随机抽样方法，抽样基数为同一采收批次、同一等级规格的合格红富士苹果，抽样基数不少于 500g，具体抽样数量按认证机构的有关规定执行。样品应在申请单元生产的合格品中（包括生产基地、仓库、市场）随机抽取。抽样后，持证人应在 10 个工作日内将样品寄/送到指定的检测机构，否则视为拒绝送样，暂停相关证书。检测机构在规定的时间内完成检测。如现场抽不到样品，则安排 20 日内重新抽样，如仍然抽不到样品，则暂停相关证书。检验依据、项目、方法及判定同 4.2。

7.3 监督结果评价

认证机构对监督检查结论、监督抽样检测结果（适用时）进行综合评价。评价合格的，认证证书持续有效。评价不合格的，则按照规定处理相关认证证书。

8 认证证书

8.1 认证证书的保持

8.1.1 认证证书的有效性

本规则覆盖产品的认证证书有效期 3 年。证书有效期内，证书的有效性通过定期的监督保持。

认证证书至少包括以下内容（具体以认证证书模板为准）：

(一)认证证书名称及证书编号;

(二)认证委托人和地址;

(三)制造商和地址;

(四)生产厂和地址;

(五)获得认证的产品名称及型号;

(六)认证模式;

(七)获证品牌;

(八)认证依据;

(九)发证日期和有效截止日期;

(十)证书的有效性保持方式

(十一)认证证书信息的查询途径

8.1.2 认证产品的变更

8.1.2.1 变更的申请

有下列情形之一的，认证委托人应当及时申请变更证书：

a) 种植技术发生变化影响到产品品质；

b) 生产场所发生变化；

c) 产品商标、名称发生变化；

d) 认证委托人、生产企业发生变化；

e) 同一标准内增加或减少认证单元；

f) 质量管理体系发生变化影响到产品品质；

g) 认证产品所依据的标准或认证规则发生变化；

h) 其他需要变更的情形。

8.1.2.2 变更评价和批准

认证机构根据变更的内容和认证委托人提供的资料进行评价，必要时进行检测和/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 JBICA-11《“江苏精品”认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法》（见附录 D）。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、注销或撤销的处理。

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。

复审程序应按初始检查的要求执行，并考虑有效的年度监督检查结果。获证组织的产品管理体系和生产过程未发生变更时，认证机构可适当简化申请评审和文件评审程序。

认证机构应在认证证书有效期内进行复审检查。因生产季、重大自然灾害等原因，不能在认证证书有效期内安排再认证检查的，获证组织应在证书有效期内向认证机构提出书面申请说明原因。经认证机构确认，复审可在认证证书有效期后的 3 个月内实施，但不得超过 3 个月，在此期间内生产的产品不得作为“江苏精品”进行销售。

复审的产品检测项目按照 4.2 的要求执行。

10 产品认证标志的使用

10.1 持证人必须遵守 JBICA-10《“江苏精品”认证证书与标志管理办法》（见附录 E）的要求

10.2 准许使用的标志样式

获证产品允许使用如下认证标志

江苏精品
Jiangsu Premium Brand Certification

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 JBICA-10《“江苏精品”认证证书与标志管理办法》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，认证机构将按国家有关部门和行业组织的收费标准收取费用， 由申请企业与认证机构以合同方式确认。

附录 A
（规范性附录）
江苏精品认证—植物产品认证评分表

江苏精品(植物产品)评分具体见表 A.1。

1. 评价指标体系 4 个一级指标的计算总得分为 100 分。评价的总得分按下式进行计算：

   ΣQ＝w1Q1＋w2Q2＋w3Q3＋w4Q4

2. 一级指标各自的评分项得分 Q1、Q2、Q3、Q4 按该类指标的分项实际得值除以适用于该类评分项总值再乘以 100 分。
3. 4 类一级指标权重 w1~w4 见表 A.1。
4. 各类指标得分不低于 60 分，总得分不低于 80 分为通过

表 A.1 江苏精品(植物产品) 评分要素

序号	一级指标	权重赋值	二级指标	三级指标	评分要素
1	创新发展（250 分）	0.15	创新机制（100 分）	组织制定创新战略及实施计划，并提供资源保障。(40分)	(1)企业创新战略主要包括技术创新战略、产品创新战略、管理创新战略、制度创新战略和市场创新战略。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，可根据创新战略及实施计划的范围和实施效果进行评价。(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。(30 分)
				人员创新能力的培养(40分)	有人才使用、评价和激励机制。采取送出去、请进来等多种途径加强对科技人员的培训，不断扩充其研究领域，改善其知识结构。(10分) 个人获得奖励、表彰情况(国家级、省部级、地市级)国家级奖项 20 分/个，省级奖项 10 分/个，总分不超过 30 分
				创新研发投入(20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，费用逐年提高，或近三年累计研发投入占销售收入不低于 2%
			创新能力（100 分）	建立有效的创新激励机制和可靠的技术支撑体系，形成有知识产权的创新能力(50分)	建有有利于技术优化的机制，如通过把科技人员的收入与贡献紧密挂钩，加大对有突出贡献人才的奖励力度，鼓励科技人员以成果、专利入股等。(25 分) 近两年在产品和设计、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。 1.取得省级以上企业技术中心或设计中心或研究院资格证书；(10 分) 2.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；

序号	一级指标	权重赋值	二级指标	三级指标	评分要素
					(1)获得国家知识产权局批准的发明专利、实用新型专利和外观专利；(5 分) (2)省级以上自然科学、技术发明、科技进步奖。(10 分)
				建立研发与标准化同步机制，及时将技术创新转化为技术标准(30 分)	积极参与国际标准化相关活动，包括报告、论文发表积极组织开展本领域标准化国际会议的，视会议级别、涉及范围、会议规模等
				科技创新人员占比情况(20 分)	科技人员比例大于 3%
			发展成果(50 分)	在技术、组织、制度、管理等方面的创新实践(30 分)	组织、标准等获得奖励、表彰情况(国家级、省部级、地市级)国家级奖项 20 分/个，省级奖项 10 分/个，不超过 30 分
				通过创新和改造，取得的核心优势和项目(10 分)	申请认证产品销售收入占企业产品销售收入的比重≥15%；(5 分) 申请认证产品利润占企业产品销售利润总额的比重≥10%(5 分)
				科技成果转化应用或先进服务模式的推广(10 分)	近两年采用新技术、新工艺、新材料研制和开发出新产品，以及新产品获得权威认定。(10 分)
2	质量卓越(200 分)	0.55	管理水平(40 分)	组织应建立并有效实施质量或行业相关管理体系并有效运行(10 分)	企业应按照 GB/T19001 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，或获得认证证书。(10 分)
				积极导入卓越绩效模式，或有效采用其他先进管理模式(20 分)	先进的管理模式特指卓越绩效管理模式，以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。(20 分)
				质量管理人员占比情况	质量管理人员比例大于 3%(10 分)
			技术能力(40 分)	技术能力先进，保障产品质量的持续稳定(20 分)	技术管理水平领先同行业；有严格的产品检测能力。产品质量水平稳定，符合质量保证能力要求。 (20 分)
				实施标准引领工程，不断提高标准的先进性，以高标准引领质量提升(20 分)	参与制定国际标准或国家标准(5 分)； 主导制定国际或国家标准(10 分) 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(100 分)	产品标准中主要技术指标达到“国内一流、国际先进”(20 分)	产品主要性能对比分析(与国际标准、国外先进企业标准、国家标准的比对情况)；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) (20 分)
				产品实测或实际服务水平应符合“江苏精品”标准，并处于行业领先地位(40 分)	产品技术指标应符合“江苏精品”产品标准或技术规范要求。(20 分) 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) (20 分)
				建立和实施可靠的产品质量追溯系统和/或	1.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

				供应链溯源系统（40 分）	的能力。（20 分） 2.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。 （10分） 3.企业应建立互利共赢的供应商合作关系。 (10 分) （1）对提供主要投入品供方进行评价和考核。（2 分） （2）约定采购产品的技术要求、质量目标要求；（1 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。（1 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。（2 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；（2 分） （6）近三年的外部供方绩效数据表明，达到规定的目标要求。（2 分）
			顾客满意（20 分）	建立和有效运行完善的顾客关系管理系统 （10 分）	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； (5分) 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)
				制定和有效执行高于一般要求的服务承诺 或服务规范。（10 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。（10 分）
3	品牌引领（200 分）	0.20	品牌战略与规划(40 分）	制定品牌战略和规划， 品牌规划与整体战 略保持一致(10 分)	有品牌战略(3 分)、有品牌规划(3 分)、分解指标与整体战略一致(4 分)
				品牌战略评审和策略调整情况(15 分)	有开展战略分析评审活动(5 分)、有年度或周期性战略调整计划(5 分)、上一年度达成品牌战略指标(5 分)
				品牌文化建设的开展情况(15 分)	公司有可识别的品牌文化(5 分)、年度品牌文化建设计划(4 分)、计划执行率 100% (3 分)、有活动效果评估(3 分)
			品牌管理与维护(60 分）	有专门部门开展品牌管理工作，配置必要 的资源(15 分)	有专门部门(5 分)、职责权限明确(5 分)、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(20 分)	有管理制度(5 分)、有工作计划和指标(5 分)、品牌管理中有形成的好的方法 (5 分)、品牌发展扩张成效的证实性材料(5 分)
				开展品牌保护、形象维护等方面的措施及 成效(15 分)	有品牌保护和维护工作制度和执行机制(5 分)、有品牌保护和形象维护典型案例(5 分)、财务结果显著(5 分)
				品牌管理和经营活动的费用支出占销售额 的比重(10 分)	费用支出占比在同行对标中处于前三位(5 分)、投入产出比显著(5 分)
			品牌声誉（70 分）	有较高的知名度、美誉度和忠诚度（30 分）	建立有知名度、美誉度和忠诚度的评测指标、方法和工具(10 分)、有消费者对品牌了解熟悉、信任和回想、第一提及和回购等调查和分析数据，2 个以上分析数据排名前三(10 分)、有针对性的改进计划和措施(10 分)
				品牌满意度调查的开展情况和结果（10 分）	每年开展品牌满意度调查(5 分)、有近三年品牌满意度得分和改进分析(5 分)
				品牌近三年获得的荣誉称号或奖励情况 （20 分）	近三年获得国家或省级荣誉和奖励(10 分)、近三年获得的荣誉和奖励排名前三(10 分)
				申请江苏精品认证的产品或服务在全省同 行业或细分市场中的排名处于前列（10	近三年排名，前三名按照排序分别得 10、8、6 分，前 10 得 5 分，10 名以外不得分

				分)	
			品牌效应与价值(30分)	品牌效应能促进行业和企业自身的发展(15 分)	有集体商标或区域品牌(5 分)、有品牌经济效应证实材料(5 分)、有品牌社会效益证实材料(5 分)
				较高的品牌价值和品牌溢价能力(15 分)	有品牌价值评估(10 分)、有品牌溢价能力分析数据(5 分)
4	社会责任(100 分)	0.10	公共责任(20 分)	组织治理和企业文化应积极塑造社会责任(10 分)	企业价值观和文化体现社会责任(5 分)、有社会责任体系认证(5 分)
				每年发布社会责任报告或接受社会责任评价的情况 (10 分)	发布年度社会责任报告(5 分)、未发生第三方社会责任审核不通过情况(5 分)
				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)	有环境管理体系认证(5 分)、有绿色食品(5 分)、有机或 GAP 认证(5 分)、 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，开展预防污染和节约资源的情况，废弃物处置和回收再利用情况 (10 分)	有引入产品生态设计、绿色/有机生产体系(5)、废弃物处置和再利用情况符合法规要求(5 分)
			诚信与合规经营(20 分)	开展信用体系建设、信用水平等级、出具信用报告 (5 分)	信用水平等级达到 A 等以上并出具信用报告(5 分)
				尊重利益相关方的利益、建立合规经营制度、公平竞争力情况(5 分)	建立合规经营体系和制度，有违规情况不得分(5 分)
				近三年纳税情况和区域纳税排名(10 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(10)
			权益保护(20 分)	建立消费者权益保护制度，开展顾客满意度调查，售后服务星级评价情况(15 分)	建立消费者权益保护制度(5 分)、有产品质量召回机制(5 分)、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 (5 分)	建立员工合法权益保护制度，或有职业健康安全体系认证(5 分)
			公益支持(10 分)	参与社会公益活动的情况(10 分)	有参与社会公益活动(5 分)、近三年获得国家或省级荣誉和奖励(5 分)

注：单项得分不低于 60 分，总得分不低于 80 分

附录 B
（规范性附录）
质量保证能力

质量保证能力是检查依据文件之一，规定了申请红富士苹果产品认证的申请单元质量保证能力要求。为保证批量生产的认证产品与检测合格样品的一致性，申请单元应满足本质量保证能力要求。如有特殊要求的，按具体产品认证规则中有关规定执行。

B.1 品种选择

申请单元应建立、实施和保持适宜的品种与种植基地管控过程，开展品种选用和基地选择策划，并在品种选择方案或相应文件中确定产品关键指标和特性，适用时包括：

1）选用适宜当地土壤、气候条件的红富士苹果苗木，基地环境条件应满足产地环境相关要求，可结合基地环境评估情况予以确认；

2）建立果园有害生物监测与防控管理机制，优先采用绿色防控措施，规范农药使用并执行安全间隔期；

3）对苗木来源和品种纯度进行管控，建立品种相关档案，保证认证产品品种真实性。

B.2 采购和投入品控制

B.2.1 采购控制

B.2.1.1 申请单元应建立投入品供应商评价制度，对苗木、肥料、农药、包装材料等投入品供应商保证产品质量的能力进行评价；申请单元应建立并保持合格供应商名录，从合格供应商处采购投入品，确保投入品质量符合认证标准要求。

B.2.1.2 申请单元应明确投入品采购技术要求，并与供方进行有效沟通，对采购过程实施控制；对采购的投入品进行必要的入库检查，并保存相关记录。

B.2.2 投入品质量控制

申请单元应制定并保持投入品进货检验或验证程序，对肥料、农药、包装材料等投入品的合规性进行核查，不得采购、使用禁限用物质，确保采购投入品满足采购技术要求的规定。

B.3 生产过程控制

B.3.1 申请单元应识别影响产品主要性能和认证指标的关键工序和特殊工序，对关键工序进行控制，并保存过程控制记录；过程操作人员应具备相应的岗位能力。

B.3.2 果园、采后处理场所、贮藏库等对环境条件有要求的区域，申请单元应保证温度、湿度、卫生、通风等环境条件满足规定要求。

B.3.3 申请单元应配备满足生产、分选、保鲜、贮藏需要的设施设备，并对设备进行维护保养；计量、检测类设备应定期校准，保证设备持续稳定运行。

B.3.4 申请单元应在采收、分选、入库等适当阶段对果实进行检查或检验，做好批次标识，保证认证产品与认证样品一致。

B.4 产品检测

B.4.1 申请单元应制定并保持文件化的最终产品检测文件，规定检验项目、频次、方法和判定要求，并保存检验记录；最终产品检验或确认检验应满足相应产品认证技术要求或规则要求。

B.4.2 申请单元应配备符合认证依据标准或技术规范要求的检测设备，并对检测设备的使用、管理、检定或校准、维修实施有效管理；检验环境应满足检测工作需要。

B.4.3 检验人员应经过必要的岗位培训，掌握相关产品的标准、检测方法及操作规程。

B.4.4 申请单元可与具备相应资质的检测机构建立分包关系，满足 B.4.2 和 B.4.3 的要求。

B.5 不合格品的控制

申请单元应建立并保持不合格品控制程序，对不合格果实、不合格投入品的标识、隔离和处置进行控制，并保存处置记录；对不合格原因进行分析，采取相应的纠正措施和预防措施，并保存相关记录。

B.6 认证产品的一致性

申请单元应建立并实施认证产品一致性控制程序，确保批量生产或供应的认证产品持续符合认证依据要求，并与经检测合格的认证样品保持一致。应包括以下内容：

1）一致性控制要素识别：识别影响认证产品一致性的关键因素，包括品种及苗木来源、基地与田间管理方式、采收成熟度、投入品使用、采后处理与贮藏包装条件等；

2）变更控制：对可能影响产品符合性或一致性的变更，应建立变更控制程序；相关变更在实施前向认证机构申报，经批准后方可实施；

3）一致性验证：通过田间核查、分选检查、成品检测、留样比对等方式，定期验证认证产品与认证样品的一致性。

B.7 产品防护与交付

申请单元在采收、分选、检验、贮藏、运输等环节对产品实施防护，包括标识、包装、温湿度管控、防止挤压碰伤和污染等，防护措施应符合规定要求；必要时，应对产品的交付过程进行控制，并保存出库、交付记录。

附录 C
（规范性附录）
产品先进性指标及检测项目

产品名称	检测项目类别	检测项目	指标要求
红富士苹果	感官指标	果形	特级:果形指数大于等于0.8
		果实大小	小型果:75mm-80mm(不含80mm) 中型果:80mm-85mm不含85mm) 大型果:≥85mm
	理化指标	可溶性固形物/%	≥14
备注: 本表所列项目为先进性控制指标。其它感官、理化、安全及农残等检测项目及指标要求，按 GB/T 10651 和 NY/T 1075 执行；两项标准要求如有差异，按**更严格者执行**。			

附录 D

（规范性附录）

JBICA-11《“江苏精品”认证证书暂停、恢复、撤销、注销管理办法》

1.目的

为规范“江苏精品”认证证书的管理，维护“江苏精品”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、《“江苏精品”认证管理办法》（苏市监规〔2025〕1 号）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

本程序适用于江苏精品国际认证联盟（以下简称“联盟”）对所有获证组织持有的“江苏精品”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 6 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；
f)主动申请撤销认证。

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。

附录 E

（规范性附录）

JBICA-10《“江苏精品”认证证书与标志管理办法》

第一章 总则

第一条 目的

为确保“江苏精品”认证证书和标志的正确使用，提升“江苏精品”的品牌影响力，促进“江苏精品”健康发展，特制定本办法。

第二条 定义

本办法所称的“江苏精品”认证证书是指产品通过“江苏精品”认证后所获得的证明性文件。

本办法所称的 “江苏精品”认证标志是由江苏精品国际认证联盟确认、发布的一种图形标识。

第三条 适用范围

本办法适用于江苏精品国际认证联盟成员。

第四条 管理

“江苏精品”认证标志归江苏省市场监督管理局所有。认证标志由江苏省市场监督管理局授权江苏精品国际认证联盟成员使用。

联盟成员机构开展认证应接受江苏省市场监督管理局相关管理部门在职责范围内对认证证书和标志使用情况进行的指导和监管。

第二章 “江苏精品”认证证书和标志

第五条 认证证书

5.1 证书发放

认证机构应当按照认证基本规范、认证规则从事认证活动，对通过认证的，应当在规定的时限内向认证委托人出具认证证书。

5.2 认证证书格式

“江苏精品”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。

5.3 证书内容

“江苏精品”认证证书包括以下基本内容：

（一）认证证书名称及证书编号；

（二）认证委托人和地址；

（三）制造商和地址；

（四）生产厂和地址；

（五）获得认证的产品名称及型号；

（六）认证模式；

（七）获证品牌；

（八）认证依据；

（九）发证日期和有效截止日期；

（十）证书的有效性保持方式

（十一）认证证书信息的查询途径。

5.4 证书时效

“江苏精品”认证证书有效期为三年。

5.5 证书印刷

“江苏精品”空白证书统一由联盟印制。（见附件 1：证书样本）

5.6 编号规则

“江苏精品”认证证书采用统一的证书编号规则。

1、联盟代码	2、机构代码	3、年份号	4、认证代码		5、流水号
5 位	2 位	4 位	3 位（产品）	4 位（服务）	6 位
JPBC	01	2020	P01	SC06	000101

5.6.1 联盟代码，江苏精品国际认证联盟的代码为：JPBC

5.6.2 认证机构代码，2 位，如：01；具体见附件 2；

5.6.3 年份号，为认证证书发证年份，四位，如：2020；

5.6.4 认证代号，为认证专业代码的编号缩写。如： 产品认证，专业代码 PV01，缩写为 P01；服务认证，专业代码 SC06；

5.6.5 流水号，认证发证流水号，6 位，前四位为该机构在当年度发放“江苏精品”项目数量顺次编号，后两位为单元数，如：000101,为第一个单元；

5.6.6 证书编号从国际认证联盟统一获取。

例：JPBC-01-2020-P01-000101

江苏精品国际认证联盟中认证机构代码位 01 的中国质量认证中心在 2020 年发布的一个大型初审获证组织的第一个单元的证书。

5.7 机构监督

联盟成员应当建立认证证书管理制度，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，应当暂停其使用直至撤销认证证书，并予以网上公布；对撤销或者注销的认证证书予以收回；无法收回的，予以网上公布。

第六条 认证标志图案及说明

“江苏精品”认证标志的基本图案由方形和品字的基本图形。方形和品字象征着江苏精品国际认证联盟的认证制度的公正性和“江苏精品”产品的质量保证。

“江苏精品”认证标志基本图案如下：

江苏精品
Jiangsu Premium Brand Certification

第七条 标志使用

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“江苏精品”认证标志。并向认证机构报告标志使用方式、数量等信息。

第八条 监督检查

联盟成员应当建立认证标志管理制度，明确认证标志使用者的权利和义务，对获得认证的组织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），发现其不能符合认证要求的，应当及时做出暂停或者停止其使用认证标志的决定，并予以公布。

联盟成员违反规定的程序和条件发放“江苏精品”认证标志，又不及时采取措施改正的，联盟有权撤销其承担“江苏精品”认证的资格，予以公布，并向江苏省市场监督管理局认证监管部门备案。

第三章 其他条款

第九条 处罚条款

江苏精品国际认证联盟对违反本办法使用“江苏精品”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，联盟成员应责令其立即停止继续使用，采取纠正措施。

2、联盟成员发现其认证组织的产品不能持续符合认证要求，不及时暂停其使用认证证书和认证标志，或者不及时撤销认证证书和停止其使用认证标志的，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。

3、联盟成员未按照规定向社会公布本机构认证证书和认证标志使用等相关信息，联盟可责令限期改正，逾期不改的，予以警告。

4、伪造、冒用、非法买卖认证标志的，依照《中华人民共和国产品质量法》和《中华人民共和国进出口商品检验法》等有关法律、行政法规的规定处罚。

第十条 解释条款

本办法由江苏精品国际认证联盟负责解释。

第十一条 实施时间

本办法自发布之日起实施。

附件 1：认证证书模板



江苏精品
Jiangsu Premium Brand Certification

产品认证证书

证书编号：

委 托 人：
地　　址：
制 造 商：
地　　址：
生 产 厂：
地　　址：
产品名称：
产品型号：
认证依据：
认证模式：

获证品牌：

上述产品符合江苏精品认证评价环节要求，特发此证。

证书有效期至　　年　　月　　日，证书有效性依据发证机构的定期监督获得保持。

本证书信息可在本机构网站 www.ofdc.org.cn 上查询。

批 准 人：

南京国环有机产品认证中心有限公司

发证日期：

附件 2：江苏精品国际认证联盟成员机构代码

代码	机构名称
01	中国质量认证中心有限公司
02	方圆标志认证集团江苏有限公司
03	通标标准技术服务有限公司
04	南京国环有机产品认证中心有限公司
05	中国船级社质量认证有限公司
06	苏州UL 美华认证有限公司
07	上海天祥质量技术服务有限公司
08	南德认证检测（中国）有限公司
09	中国国检测试控股集团股份有限公司
10	莱茵检测认证服务（中国）有限公司
11	南京市产品质量监督检验院 （南京市质量发展与先进技术应用研究院）
12	杭州万泰认证有限公司
13	北京大陆航星质量认证中心股份有限公司
14	江苏天圭认证有限公司
15	国信认证无锡有限公司
16	联检（江苏）科技股份有限公司
17	北京华远润泽国际认证有限公司
18	钛和认证（上海）有限公司
19	冶金工业规划研究院
20	方圆标志农食（江苏）认证检测有限公司
21	江苏省产品质量监督检验研究院
22	苏交科集团检测认证有限公司
23	华夏认证中心有限公司
24	上海建科检验有限公司
25	广东中认联合认证有限公司
26	北京鉴衡认证中心有限公司
27	江苏瑞双认证有限公司
28	北京中大华远认证中心有限公司
29	江苏省特种设备安全监督检验研究院

30	中国检验认证集团江苏有限公司
31	上海添唯认证技术有限公司
32	拓朴认证有限公司
33	威凯认证检测有限公司