图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国法典 / 法律出版社法规出版中心编.
- 北京 : 法律出版社

ISBN 7 - 5036 - 3463 - 4

I . 中... II . 全 III . 法典 - 中国 IV . D920.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 041211 号

©法律出版社·中国

法律出版社 / 北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件 / info@lawpress.com.cn 电话 / 010 - 63939796

网址 / www.lawpress.com.cn 传真 / 010 - 63939622

法规出版中心 / 北京市丰台区莲花池西里法律出版社综合业务楼(100073)

电子邮件 / law@lawpress.com.cn rpc8841@sina.com

读者热线 / 010 - 63939629 63939633 传真 / 010 - 63939650

书号 : ISBN 7 - 5036 - 3463 - 4 / D · 34 · 239

中国名牌产品管理办法

(2001年12月29日国家质量监督检验检疫总局令第12号发布)

第一章 总 则

第一条 为推进名牌战略的实施,加强中国名牌产品的监督管理,规范中国名牌产品的评价,推动企业实施名牌战略,引导和支持企业创名牌,指导和督促企业提高质量水平,增强我国产品的市场竞争力,根据《中华人民共和国产品质量法》、国务院颁布的《质量振兴纲要》和国务院赋予国家质量监督检验检疫总局(以下简称“国家质检总局”)的职能,制定本办法。

第二条 本办法所称中国名牌产品是指实物质量达到国际同类产品先进水平、在国内同类产品中处于领先地位、市场占有率和知名度居行业前列、用户满意程度高、具有较强市场竞争力的产品。

第三条 中国名牌产品评价工作建立以市场评价为基础,以社会中介机构为主体,以政府积极推动、引导、监督为保证,以用户(顾客)满意为宗旨的总体推进机制。

第四条 中国名牌产品评价工作坚持企业自愿申请,科学、公正、公平、公开,不搞终身制,不向企业收费,不增加企业负担的原则。

第二章 组织管理

第五条 国家质检总局负责制定中国名牌产品推进工作的目标、原则、计划、任务和范围,对中国名牌战略推进委员会的工作进行监督和管理,并依法对创中国名牌产品成绩突出的生产企业予

以表彰。

第六条 国家质检总局授权中国名牌战略推进委员会统一组织实施中国名牌产品的评价工作,并推进中国名牌产品的宣传、培育工作。

中国名牌战略推进委员会是由有关全国性社团组织、政府有关部门、部分新闻单位以及有关方面专家组成的非常设机构。中国名牌战略推进委员会秘书处设在国家质检总局质量管理司,负责中国名牌战略推进委员会的组织、协调及日常管理工作。

第七条 中国名牌战略推进委员会每年根据工作需要,聘任有关方面专家组成若干专业委员会,各专业委员会在中国名牌战略推进委员会的组织下,根据产品类别分别提出中国名牌产品评价实施细则和方案,进行具体评价工作。评价工作结束后,各专业委员会自动解散。

第八条 各省(自治区、直辖市)质量技术监督部门在本行政区域内负责中国名牌产品的申报和推荐工作,并组织实施对中国名牌产品的监督管理。

第三章 申请条件

第九条 申请中国名牌产品称号,应具备下列条件:

(一)符合国家有关法律法规和产业政策的规定;

(二)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列;

(三)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列;

(四)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;

(五)产品按照采用国际标准或国外先进标准的我国标准组织生产;

(六)企业具有完善的计量检测体系和计量保证能力;

(七)企业质量管理体系健全并有效运行,未出现重大质量责任事故;

(八)企业具有完善的售后服务体系,顾客满意程度高。

第十条 凡有下列情况之一者,不能申请“中国名牌产品”称号:

(一)使用国(境)外商标的;

(二)列入生产许可证、强制性产品认证及计量器具制造许可证等管理范围的产品而未获证的;

(三)在近三年内,有被省(直辖市、自治区)级以上质量监督抽查判为不合格经历的;

(四)在近三年内,出口商品检验有不合格经历的;或者出现出口产品遭到国外索赔的;

(五)近三年内发生质量、安全事故,或者有重大质量投诉经查证属实的;

(六)有其他严重违反法律法规行为的。

第四章 评价指标

第十一条 建立以市场评价、质量评价、效益评价和发展评价为主要评价内容的评价指标体系。

第十二条 市场评价主要评价申报产品的市场占有率、用户满意水平和出口创汇水平;质量评价主要评价申报产品的实物质量水平和申报企业的质量管理体系;效益评价主要对申报企业实现利税、工业成本费用利润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开发水平和企业规模水平,评价指标向拥有自主知识产权和核心技术的适当倾斜。

第十三条 不同产品评价细则的制定、综合评价中评分标准的确定、不同评价指标权数的分配、不能直接量化指标的评价方法、评价中复杂因素的简化以及综合评价结果的确定等,均由中国名牌战略推进委员会确定。

第五章 评价程序

第十四条 中国名牌产品评价工作每年进行一次。每年一季度由中国名牌战略推进委员会公布开展中国名牌产品评价工作的产品目录及受理中国名牌产品申请的开始和截止日期。

第十五条 企业在自愿的基础上如实填写《中国名牌产品申

请表》(另行制定)、提供有关证明材料,并按规定日期报本省(自治区、直辖市)质量技术监督局。

第十六条 各省(自治区、直辖市)质量技术监督局在规定的期限内组织本省(自治区、直辖市)有关部门及有关社会团体对申请企业是否符合申报条件、企业申报内容是否属实等有关方面提出评价意见,并形成推荐意见,统一报送中国名牌战略推进委员会秘书处。

第十七条 中国名牌战略推进委员会秘书处汇总各地方推荐材料后,组织有关部门和社会团体对企业的申报材料进行初审,确定初审名单,并将初审名单及其申请材料分送相应的专业委员会。

第十八条 各专业委员会按照评价细则对申请产品进行综合评价,形成评价报告,并据此向中国名牌战略推进委员会秘书处提交本专业的中国名牌产品建议名单。

第十九条 中国名牌战略推进委员会秘书处将各专业委员会提出的建议名单汇总分析后,提交全体委员会审议确定初选名单。

第二十条 中国名牌战略推进委员会将全体委员会审议确定的初选名单通过新闻媒体向社会公示并在一定期限内征求社会意见。

第二十一条 经过广泛征求意见确定的名单再次提交中国名牌战略推进委员会全体会议审议、确定并公布。

第二十二条 以国家质检总局的名义授予“中国名牌产品”称号,颁发中国名牌产品证书及奖牌。

第六章 监督管理

第二十三条 中国名牌产品证书的有效期为三年。在有效期内,企业可以在获得中国名牌产品称号的产品及其包装、装潢、说明书、广告宣传以及有关材料中使用统一规定的中国名牌产品标志,并注明有效期间。法律法规另有规定的除外。

第二十四条 中国名牌产品在有效期内,免于各级政府部门的质量监督检查。对符合出口免检有关规定的,依法优先予以免检。

第二十五条 中国名牌产品在有效期内,列入打击假冒、保护名优活动的范围;中国名牌产品生产企业应配合执法部门作好产

品真假鉴别工作。

第二十六条 对已经获得中国名牌产品称号的产品,如产品质量发生较大波动,消费者(用户)反映强烈,出口产品遭国外索赔,企业发生重大质量事故,企业的质量保证体系运行出现重大问题等,国家质检总局可以暂停或者撤销该产品的中国名牌产品称号。

第二十七条 中国名牌产品标志是质量标志。中国名牌产品称号、标志只能使用在被认定型号、规格的产品上,不得扩大使用范围。未获得中国名牌产品称号的产品,不得冒用中国名牌产品标志;被暂停或撤销中国名牌产品称号的产品、超过有效期未重新申请或重新申请未获通过的产品,不得继续使用中国名牌产品标志;禁止转让、伪造中国名牌产品标志及其特有的或者与其近似的标志。违者按《中华人民共和国产品质量法》对冒用质量标志的规定进行处理。

第二十八条 参与中国名牌产品评价工作的有关机构和人员,要保守企业的商业和技术秘密,保护知识产权;严以律己、公正廉洁,要严格按照有关规定、程序进行评价。对于违反规定的单位或者个人,将取消其评价工作资格。凡因滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊,未构成犯罪的,由其所在的工作单位给予行政处分;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第二十九条 申请企业及有关机构所提供的数据应当真实,严禁弄虚作假。对于采取不正当方法获取中国名牌产品称号者,将予以取消,并通报批评,三年内不再受理该企业的中国名牌产品申请。

第三十条 各省(自治区、直辖市)质量技术监督部门负责本行政区域内名牌战略的推进工作,可以按照本办法规定的原则,协助政府制定相应的管理办法并组织实施。

除按本办法规定的名牌产品评价工作外,其他组织和个人不得进行名牌产品评价活动。

第七章 附 则

第三十一条 中国名牌产品标志管理办法另行制定。

第三十二条 本办法由国家质检总局负责解释。

第三十三条 本办法自发布之日起施行,2001 年国家质检总局发布的《中国名牌产品评价管理办法(试行)》(国质检〔2001〕32 号)同时废止。