

团 体 标 准

T/GZBZ 2.1—202X
代替 T/GZBZ 2.1—2021

品牌认证 第1部分：基本要求

Brand certification—Part 1: Basic requirements

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

202X-XX-XX 发布

202X-XX-XX 实施

广州市标准化协会 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 品牌认证技术委员会 | 1 |
| 5 认证机构的要求 | 2 |
| 5.1 资质及相关要求 | 2 |
| 5.2 业务范围要求 | 2 |
| 5.3 培训要求 | 2 |
| 6 申请认证组织的要求 | 2 |
| 6.1 资质及相关要求 | 3 |
| 6.2 管理要求 | 3 |
| 7 认证实施要求 | 3 |
| 8 行业自律 | 3 |
| 8.1 总则 | 3 |
| 8.2 与认证机构有关的公平竞争行业约束 | 4 |
| 8.3 与认证人员有关的公平竞争行为约束 | 4 |
| 8.4 与认证价格有关的公平竞争行为约束 | 5 |
| 9 信息沟通 | 5 |
| 参考文献 | 6 |

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》的规定起草。

本文件是 T/GZBZ 2《品牌认证》的第1部分。T/GZBZ 2 已经发布了以下部分：

- 第1部分：基本要求；
- 第2部分：实施要求；
- 第3部分：符合性评价要求。

本文件代替 T/GZBZ 2.1—2021《品牌认证 第1部分：基本要求》，与 T/GZBZ 2.1—2021 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

- a) 修改了规范性引用文件（见第2章，2021年版的第2章）；
- b) 删除了术语和定义 3.1，调整为 6.2 的注（见第3章、6.2，2021年版的 3.1）；
- c) 修改了认证机构资质及相关要求（见 5.1，2021年版的 5.1）；
- d) 修改了培训要求（见 5.3，2021年版的 5.3）；
- e) 修改了申请认证组织的资质及相关要求（见 6.1，2021年版的 6.1）；
- f) 修改了管理要求（见 6.2，2021年版的 6.2）；
- g) 修改了认证实施要求（见 7，2021年版的 7）；
- h) 调整了符合性评价要求（见 8.2.7，2021年版的 8.2.7）；
- i) 修改了认证机构不符合公平竞争行业约束的处置要求（见 8.2.8，2021年版的 8.2.8）；
- j) 修改了认证人员不符合公平竞争行为约束的处置要求（见 8.3.7，2021年版的 8.3.7）；
- k) 删除了定期公布认证机构及认证人员要求（见 9，2021年版的 9.4）。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由广州市黄埔区 广州开发区市场监督管理局提出。

本文件由广州市标准化协会归口。

本文件起草单位：广州市标准化协会、广州开发区质量发展促进会、XXX。

本文件主要起草人：XXX、XXX、XXX、XXX、XXX、XXX。

本文件及其所代替的文件的历次版本发布情况：

- 2020年首次发布为T/GZBZ 2.1—2020；
- 2021年第一次修订；
- 本次为第二次修订。

引 言

团体标准 T/GZBZ 2《品牌认证》的发布实施，对规范第三方品牌认证活动起到有效的指引作用。为保障公平竞争，进一步完善相关管理要求，对 T/GZBZ 2《品牌认证》进行修订，促使第三方品牌认证有序发展，为形成统一规范的认证管理提供更完善的依据，提高品牌认证的公信力。

因编制目的不同，为保证适用与可操作性，T/GZBZ 2《品牌认证》分为三个部分：

- 第 1 部分：基本要求；
- 第 2 部分：实施要求；
- 第 3 部分：符合性评价要求。

本文件在 GB/T 27925—2011《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》的基础上，进一步明确品牌认证要求，保障第三方品牌认证活动规范、有序及良性发展。

品牌认证 第1部分：基本要求

重要提示：本文件的使用单位和个人，应同时严格执行国家、省、市、区各级行政管理部门关于品牌认证的法律法规和技术规范。本文件中的要求如与国家、省、市、区相关法律法规、政策文件最新规定不相符，以相关法律法规、政策文件为准。

1 范围

本文件规定了品牌认证的术语和定义、品牌认证技术委员会、认证机构的要求、申请认证组织的要求、认证活动实施要求、行业自律和信息沟通。

本文件适用于第三方品牌认证工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 27925 商业企业品牌评价与企业文化建设指南

T/GZBZ 2.2 品牌认证 第2部分：实施要求

T/GZBZ 2.3—202X 品牌认证 第3部分：符合性评价要求

3 术语和定义

GB/T 27925 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

企业文化 enterprise culture

企业在长期生产经营活动中确立的，被内部认可和外部各方普遍认知的基本理念、价值观念、行为规范和道德、风尚、习俗等心理积淀的总和。

[来源：GB/T 27925—2011，3.2]

3.2

品牌认证 brand certification

认证机构依据 GB/T 27925、T/GZBZ 2 的要求，对申请认证组织的品牌管理成熟度进行评价的活动。

3.3

符合性评价 compliance evaluation

以 T/GZBZ 2 为准则，由采信 T/GZBZ 2 的机构/部门或其委托的组织对品牌认证的申请认证组织和认证机构进行客观、系统、独立的评价，并做出评价结论的过程。

注：对认证机构的评价可由品牌认证技术委员会或采信 T/GZBZ 2 的机构/部门委托其他组织实施。

4 品牌认证技术委员会

4.1 成立品牌认证技术委员会，统筹协调品牌认证团体标准的制修订、宣贯培训、实施指导和持续改进。品牌认证技术委员会的成员可包括：

- a) T/GZBZ 2 发布单位及其专家委员会相关专家；
- b) 品牌认证机构代表；
- c) 品牌或行业管理的专家代表；
- d) 品牌认证活动监管部门代表及其他特邀代表。

4.2 品牌认证技术委员会的职责包括（但不限于）以下内容。

- a) 指导、参与 T/GZBZ 2 的制定、修订。
- b) 支持宣传品牌认证，提高品牌认证的品牌形象。
- c) 需要时：
 - 1) 解释 T/GZBZ 2 的条文；
 - 2) 解释和确认不符合本文件第 8 章“行业自律”的行为。
- d) 受委托时：
 - 1) 对品牌认证工作进行技术指导；
 - 2) 组织 T/GZBZ 2 的宣贯培训；
 - 3) 协助采信 T/GZBZ 2 的机构/部门管理和、监督认证机构开展品牌认证相关工作。

注：采信 T/GZBZ 2 的机构/部门可以参照第 4 章，委托第三方执行相关工作。

5 认证机构的要求

5.1 资质及相关要求

品牌认证机构应满足以下要求：

- a) 具有独立法人资格；
- b) 有经国家认证认可监督管理委员会批准或备案的品牌认证资格，品牌认证资格处于有效状态；
- c) 具备与其所提供的品牌认证服务相适应的资源及能力，实施品牌认证的审核员/审查员应经中国认证认可协会（CCAA）注册；
- d) 按照 T/GZBZ 2 自律行为开展认证工作，近 24 个月内不存在因认证违规行为受到相关部门的行政处罚、行政告诫、限期整改等情况；
- e) 已购买认证保险或设立行业风险保证金；承担由认证机构原因造成申请认证组织/获证组织经济损失的赔偿责任。

5.2 业务范围要求

经国家认证认可监督管理委员会批准或备案的品牌认证资格，业务范围包括管理体系认证或服务认证，业务范围和认证结果可在全国认证认可信息公共服务平台查询。

5.3 培训要求

5.3.1 应对品牌认证管理人员和品牌认证审核员/审查员进行 T/GZBZ 2 和认证规范培训。

5.3.2 鼓励对申请认证组织/获证组织进行品牌管理相关知识培训，对参加培训的人员颁发品牌管理培训证书。

6 申请认证组织的要求

6.1 资质及相关要求

申请品牌认证的组织应符合以下要求。

- a) 取得法人资格。
- b) 已取得相关法规规定的行政许可（适用时）。
- c) 使用注册商标或取得文字、音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技、美术、摄影、电影作品版权（不含软件著作权）满 24 个月以上。其中，商标或版权所有者按照证书标注许可或登记日期起满 24 个月；授权使用者自授权备案之日起满 24 个月。
- d) 自申请日期的上一年度 1 月 1 日以来，未发生：
 - 1) 重大质量/环境/安全事故；
 - 2) 经营活动异常情况；
 - 3) 被政府部门行政处罚或发生重大投诉等失信情况，行政处罚、违法失信行为已完成信用修复的除外；
 - 4) 被执法监管部门责令停业整顿或存在被列入“严重违法企业名单”“处于失信惩戒期”等情况；
 - 5) 作为被告，终审败诉的商标、品牌、专利、版权、产品服务侵权案件；
 - 6) 其他违反法律法规的情形。

6.2 管理要求

6.2.1 申请品牌认证的组织应确保有足够的资源，根据 GB/T 27925 在组织内部进行企业品牌和企业文化建设，并应满足品牌认证对组织的能力、品质、声誉、企业文化和影响等方面的要求。

注：企业品牌是企业（包括其商品和服务）的能力、品质、价值、声誉、影响和企业文化等要素共同形成的综合形象，通过名称、标识、形象设计等相关的管理和活动体现。

6.2.2 申请品牌认证组织按照 T/GZBZ 2.3—202X 中第 5 章要求完成自我评价工作。

7 认证实施要求

7.1 品牌认证实施应符合 T/GZBZ 2.2 的要求。

7.2 品牌管理评价结果的等级和表述方式按 T/GZBZ 2.3—202X 中 7.1.2 的规定。

8 行业自律

8.1 总则

行业自律基本原则：公开、公正、公平、守法、诚信、独立、保密，并应遵守如下规定：

- a) 认证相关方应遵守自律机制，规范认证行为，优化市场竞争环境，共同促进品牌认证的健康、有序发展；
- b) 品牌认证的认证机构和认证人员（包括认证决定人员、认证审核/审查员、认证管理人员、认证机构培训宣传人员）应自觉遵守国家法律法规和有关方针政策，在认证全过程公平竞争，公正审核，不接受商业贿赂；
- c) 申请认证组织应有效运行品牌管理制度，提供实事求是的证据，认证机构和认证人员应基于证据做出认证决定；
- d) 对接触到的申请认证组织任何商业或技术上的信息，未得到申请认证组织的书面许可，不应向任何单位和个人透露，法律法规有规定的除外。

8.2 与认证机构有关的公平竞争行业约束

8.2.1 认证机构应维护品牌认证结果、认证证书的权威性。

8.2.2 申请认证组织按要求提交认证申请书后，认证机构应在 10 个工作日内确认是否受理申请，受理申请后 1 个月内安排现场审核/审查，现场审核/审查后 2 个月内完成品牌认证决定。申请认证组织因特殊原因提出延后需求的，可适当调整。

8.2.3 认证机构不应超出机构服务资源和能力接受认证委托。对资源、能力严重不足，减少认证程序、虚假认证，认证结果出现重大偏差等情况的认证机构，除依法承担相关法律责任外，应主动暂停、终止、退出品牌认证活动。

对减少认证程序、虚假认证、认证结果出现重大偏差负有直接责任的审核/审查员，应主动暂停其品牌认证活动，并向中国认证认可协会（CCAA）报告；其他认证机构不应聘请上述负有直接责任的审核/审查员从事品牌认证工作。

8.2.4 认证机构按照相关要求对申请认证组织实施品牌认证的初次认证、再认证或监督审核/审查，并作出认证决定。不管认证结论是否通过，自认证决定之日起 1 年内，其他认证机构不得受理该组织的品牌认证申请。

8.2.5 申请认证组织由于自身原因导致原认证机构暂停、撤销其品牌认证证书的，自做出暂停、撤销其品牌认证证书决定之日起 1 年内，其它认证机构在 1 年内不应受理该组织的品牌认证申请。

8.2.6 认证机构应通过其网站或者其他形式公布品牌认证以下信息并保证其真实、有效：

- a) 依法从事认证活动的自我声明；
- b) 认证规则、认证证书样式、认证标志样式；
- c) 认证收费标准；
- d) 认证证书有效、暂停、注销或者撤销的状态。

8.2.7 品牌认证技术委员会或采信 T/GZBZ 2 的机构/部门委托其他组织按照 T/GZBZ 2.3—202X 对申请认证组织和认证机构进行符合性评价，并按 T/GZBZ 2.3—202X 的附录 C 出具《品牌认证团体标准符合性评价报告》。

8.2.8 认证机构的活动不符合 8.2.1~8.2.7 要求的，采信 T/GZBZ 2 的机构/部门或经其委托组织核实不符合事实后，可作以下处置。

- a) 不符合 8.2.1、8.2.2 要求，从不符合要求的公布之日起，不采信其 1 年内的品牌认证结果。
- b) 不符合 8.2.3 要求，从不符合要求的公布之日起，不采信相关项目的品牌认证结果。
- c) 不符合 8.2.4、8.2.5 要求，发出提醒函，并不采信相关项目的品牌认证结果。
- d) 不符合 8.2.6 要求的，根据对品牌认证活动的影响程度，可采用发提醒函、不采信品牌认证证书的处置方式。
- e) 产生的认证合同纠纷，法院或仲裁机构判定认证机构承担责任的，需向相关方从约定的风险保证金或认证保险进行赔偿。

8.3 与认证人员有关的公平竞争行为约束

8.3.1 实施品牌认证的审核/审查员应经中国认证认可协会（CCAA）注册。

8.3.2 认证审核/审查员不应冒名顶替为其他认证审核/审查员完成审核任务，不应接受与本人注册资格和/或能力不相符的认证任务。

8.3.3 认证人员不应接受可能存在利益冲突和/或影响认证公正性的任务。包括但不限于：

- a) 两年内咨询过的认证组织；
- b) 两年内非公开课培训过的认证组织；

- c) 离职两年内的认证组织;
 - d) 有本人股份或家庭成员在其工作的认证组织;
 - e) 与兼职认证审核/审查员从业单位存在同行竞争关系申请认证组织等。
- 8.3.4 认证人员应按照认证机构的安排完成审核/审查任务,如实记录审核/审查结果,不应提供虚假审核/审查证据和报告。
- 8.3.5 应对接触到的品牌认证申请组织的任何商业上和技术上的信息予以保密,未得到申请认证组织的书面许可,不应向任何其他方透露,法律法规有规定的除外。
- 8.3.6 认证人员不应发生其他有可能影响认证公正性和有效性的行为。
- a) 采用与第三方费用分成方式进行品牌认证推广,或收取第三方物质类报酬。
 - b) 采用误导、虚假信息推广品牌认证,包括但不限于:
 - 1) 宣传在团体标准制定的主导作用;
 - 2) 宣传参与奖励性政策或工作文件制定;
 - 3) 在审核认证未正式完成前,仅通过简单判断承诺或告知星级评价结果;
 - 4) 其他误导、虚假宣传行为。
- 8.3.7 认证人员的行为不符合 8.3.1~8.3.6 要求的,采信 T/GZBZ 2 的机构/部门或经其委托组织核实不符合事实后,可作以下处置:
- a) 不符合 8.3.1~8.3.5 要求,由其所在认证机构将违规行为通报认证认可监管部门按照认证认可有关规定依法处罚;
 - b) 不符合 8.3.6 要求,由其所在认证机构给予内部处罚;认证机构应在接到不符合通报后 1 个月内作出处罚决定,情况复杂的,可延长至 2 个月,处罚结果应向通报机构/部门反馈。

8.4 与认证价格有关的公平竞争行为约束

- 8.4.1 认证机构应以已公开的认证收费标准提供品牌认证服务,不应以绿色通道、加快服务、资料费、加班费等名义向申请认证组织收取额外费用。
- 8.4.2 认证机构不应为排挤竞争对手或独占市场,以明显低于成本的价格提供品牌认证服务。
- 8.4.3 认证机构不应以各种减少、简化、遗漏实施规则/细则/标准规定的认证评价程序、要素以及降低评价/认证要求的方式,降低评价/认证费用。
- 8.4.4 认证机构不应采用回扣或者其他的手段,扰乱正常的评价/认证的收费秩序。
- 8.4.5 认证机构的活动不符合 8.4.1~8.4.4 要求的,采信 T/GZBZ 2 的机构/部门,经其委托组织核实不符合事实后,可采取提醒函、警告、不采信认证结果等处置方式。

9 信息沟通

- 9.1 品牌认证机构应主动与各级相关政府部门进行信息沟通,主动提供品牌认证的相关信息,包括但不限于:
- a) 取得品牌认证的资质、品牌认证审查实施规则、品牌认证审核/审查员名单和资质;
 - b) 拟申请品牌认证企业名单及其近一年品牌认证现场审查记录;
 - c) 暂停、撤销、注销品牌认证企业名单等。
- 9.2 依照 T/GZBZ 2.3—202X 对品牌认证企业进行符合性评价,主动将符合性评价结果和记录提供给相关政府部门。
- 9.3 品牌认证机构应及时对各级相关政府部门和社会公众的意见、建议、投诉或其他信息予以回复和反馈。

参 考 文 献

- [1] GB/T 27065—2015 合格评定 产品、过程和服务认证机构要求
 - [2] GB/T 27400—2020 合格评定 服务认证技术通则
 - [3] 国家认证认可监督管理委员会公告 2016 年第 20 号 国家认监委关于发布新版《质量管理体系认证规则》的公告
-