

广东高企

Guangdong Hi-tech Enterprise

(2010年第1期 总第9期)

主管单位 广东省科学技术厅
主办单位 广东省高新技术企业协会

编委会主任 谢明权

编委会副主任 吴仕明 卢进 黄瑞健

编委 丁燕 叶渝燕 苏红茵 陈辛 邹淑玲
罗力科 梁月娟 谢兴华
(按姓氏笔画排列)

主编 邹淑玲

美编 陈辛

编辑部联系电话 020-38458021
联系人 邹淑玲
广告业务联系人 陈辛
电话/传真 020-38458017

发行范围 内部发行
出版发行 广东省高新技术企业协会
地址 广州市天河区东莞庄一横路116号广东
生产力大厦7楼708、710室
邮编 510610
电话 020-38458021 38458076
传真 020-38458017
E-mail gdhte.cn@163.com
网站 <http://www.gdhte.cn>

出版日期 2010年3月8日
印刷 广州佳达彩印有限公司

版权所有 未经同意 不得转载

目录 contents

本期亮点：高新企业的名牌战略

记者专稿

酒香还得善吆喝.....	1
中国名牌之路	
路漫漫兮，高企家族勇争先.....	4
高企风采	
名牌是这样炼成的.....	7
领头羊特写	
任正非：一个世界级的名牌企业家.....	10
名牌指南	
1.企业如何申报中国名牌.....	14
2.中国名牌产品申报办事指南.....	16
3.中国名牌产品管理办法.....	19
4.中国名牌产品标志管理办法.....	23
创新产品	
1.国家重点新产品计划项目申报指南.....	25
2.国家级、省级新产品计划项目申报指南.....	28
3.国家重点新产品计划管理办法.....	29
4.国家自主创新产品认定管理办法（试行）.....	33
5.广东省自主创新产品认定管理办法（试行）.....	36
6.广东省自主创新产品认定与管理流程.....	40
产品标准	
1.企业产品标准管理规定.....	43
2.广东省企业产品标准备案管理办法.....	46
3.中华人民共和国产品质量法.....	48
记者专稿	

酒香还得善吆喝

论企业名牌建设之于企业经营管理的重要性

本刊记者 邹淑玲

俗语说“酒香不怕巷子深”，现代企业经营管理者说“酒香还得善吆喝”。这是一种共识了，不同的只在于如何吆喝，怎样才算是善吆喝。

因为在现代市场经济社会，产品信息都呈现海量信息，只有在信息的海洋里脱颖而出的产品，才可能成为俏销品，才可能在激烈的市场竞争中赢取主动。因此，高明的企业经营管理者一定不会只顾产品，只顾质量，不顾品牌。有了品牌，还要努力使其成为名牌。因为他们深深懂得，品牌是企业实力的象征，品牌是企业管理水平的体现，而当品牌上升为名牌后，企业更得到了整体的提升。因此，高明的企业家们会竭尽全力，处理好品牌与产品、品牌与企业、品牌与管理等各方面的关系，切实把品牌建设好、管理好，真正发挥品牌对于企业效益的增长、综合实力的提升等方面的重要作用。

名牌需要创造

名牌是什么？名牌就是知名的品牌。

品牌是什么？简单来说，品牌就是产品或企业的牌子，如“美的”牌、“海尔”牌。品牌在初级阶段，它只代表产品。品牌到了高级阶段才叫名牌，名牌是知名的、有品的牌子。到了这个阶段，对于企业来说，品牌不仅仅代表产品，而且代表企业的形象，是企业经营理念、管理理念、整体实力的重要表现。

因此，凡是要把企业做强做大者，无不重视品牌之创造、维护与管理，让品牌成为企业综合实力、竞争力的有机组成部分。纵观改革开放以来，凡是能健康成长、发展迅速的中国企业，无一例外地都是这样走过来的。何享健之创造美的，柳传志之创造联想，到任正非之创造华为，品牌创造都成为他们精彩的一笔。

何享健带领美的从乡镇企业起步，一

路前行，成为小家电的世界级企业。成功的因素固然很多，如科学的企业体制与机制，对科技进步的重视，等等。但是，他对品牌的建设、管理与使用，当是相当突出的一条成功经验。从早期的企业形象识别系统，到理念识别、行为识别的进一步完善，到企业整体识别系统的现代化、国际化，从理念的形成、提炼、灌输到内化于心、外化于行，融入到企业经营管理的全部环节，何享健比同类的乡镇企业家都想得更周到、谋划得更远大、做得更彻底，所以她才取得了别人得不到的巨大成功。

名牌需要传播

品牌之品，是由三个口组成，除了前面提到的是有品的牌子之外，好的品牌还要有好的口碑。在农业社会，好的口碑是靠人们口耳相传的。在现代商业社会，品牌的传播既是企业经营管理的题中应有之义，更是一门大学问，品牌需要反复不停的传播，需要持之以恒的积累。

大家耳熟能详的中国房地产龙头企业万科，他的著名并不是与生俱来的，更不是一出生就风华正茂的。万科的品牌成长就是品牌传播和积累的过程。在万科成

长的早期，董事长王石不但要为企业的正常运作日夜操劳，而且还要为传播其独特的万科文化而操心。由他亲自创办并且每期亲笔写卷首语的企业内刊《万科》，传播的当然不仅仅是时尚的企业文化、高超的融资技巧，更重要是打造万科独特的品牌。因此，当万科成为房地产企业家们纷纷效仿甚至提出要研究万科、超越万科的时候，正是王石偷着乐的时候。因为这时此刻，万科品牌已渐渐地深入人心，成长为当之无愧的地产龙头大哥了。

名牌需要管理

人们常说“创业难、守业更难”。对于品牌的经营来说，也是这样。秦池酒厂曾经在一夜之间名噪华夏，但其不长的英名也是说毁就毁。论知名度，能超过秦池酒厂的恐怕是凤毛麟角吧。论美誉度，秦池酒厂再也不敢奢望了吧。可见，如何把品牌应有的知名度、美誉度维护好、利用好、发挥好，实在是太重要了。

放眼当今中国的民族企业，能把品牌维护好、利用好、发挥好的企业，一定是令人尊敬、能强能大的企业。华为就是其中的杰出代表，华为对品牌之爱胜过生

命，当华为品牌受到冲击，无论是来自国内或者是境外，华为都会毫不犹豫地、竭尽全力地维护华为品牌，所以华为能够成为一家真正意义上的由中国企业家创办并迅速成长的跨国企业。

我们再看看国外的情况。能够进入世界五百强的企业，都是国际知名企业。他们对于品牌的管理和维护，值得每一位有远大理想和抱负的民族企业家认真借鉴。

我们不说微软、谷歌这些作为新经济代表的新兴企业，仅以可口可乐、百事可乐这两家传统的饮料企业为例。这两家企业都设有专门的品牌运营和管理的部门，对外，只要是有益于扩大品牌的知名度和美誉度，他们都出手阔绰，有时甚至会为了争夺一个世界级盛会的赞助资格而挖空心思、投以重金。在企业内部，他们则想尽千方百计，与生产、质量检验等各部门通力合作，确保产品质量稳定。

质量是产品的生命线，管理是企业的生命线，品牌是企业的灵魂。一个企业如果没有了灵魂，即使生命尚存，却也成了一尊木乃伊。

名牌需要质量

质量是产品或服务的生命，是产品或服务成长为名牌的基础。名牌如果没有质量作支撑，名牌的创造、推广、管理和维护就成了无源之水、无本之木。因为只有消费者具备了信心，对要购买的产品或服务的质量放心，才会发生现实的消费行为。

因此，质量问题应该引起企业家的足够重视。创名牌要靠质量，守名牌也要靠质量，不能有丝毫的含糊。

记者家里的电视是世界名牌 LG 的，消毒碗柜是国产名牌某某牌的。有一次，这两台家用电器同时坏了，记者分别与两家公司的售后服务部门沟通，得到的服务真的是有天壤之别。

LG 的工作人员热情有礼，周到细致，反应迅速，马上承诺尽快派人上门服务。而国内某名牌则态度傲慢，推三托四，恨不得你不要他来修，重新买台最好。看到记者执意要维修，他们又说可能没有配件什么的，总之是让你一点都没有“上帝”的感觉。经过这件事，连小孩也懂得：世界名牌就是不一样！以后叫亲戚朋友们不要买那个某某牌了！

消费者需要的是企业提供的产品或服务。而企业要提供优质的产品和服务，却是一个系统工程。从研发、设计、生产、销售到售后服务的每一个环节，都必须以创名牌的标准和要求来开展。惟有如此，名牌的“腰板”才硬得起来。作为国民经济振兴的中流砥柱，广大高新技术企业更要在向广大消费者提供优质的产品和服务方面带好头。



中国名牌之路

路漫漫兮，高企家族勇争先

对于矢志谋求伟大复兴的中华民族来说，复兴的路上既有平坦的大道，也有险峻的高山。我们必须斗智斗勇，将其踏在脚下。

品牌众多、名牌太少，就是横亘在我们面前的一座难以逾越的大山。但我们必须翻越它。经过 20 多年的努力，我们的成就还不算丰硕，但希望在前方。国际金融危机的冲击，更让我们看到了希望。国际金融危机正在改写着世界经济大格局，国内高新技术企业家族不但为国家抗击危机发挥了中流砥柱的作用，而且还应该大胆担当创造更多世界品牌的生力军。

世界名牌，中国之痛

据联合国工业计划署统计，世界名牌占全球品牌不到 3%，产品却占了全球市场的 40% 以上，销售额更是占到了全球的 50% 左右。从更高层次上说名牌是一个国家、一个民族实力的重要象征，可以带动整个国家经济的腾飞，可以说，没有世界名牌就没有现代化的经济强国。

AC 尼尔森与世界免税协会联合进行的调查显示，中国游客在境外旅游的人均

购物费用已连续多年位居全球第一位。中国人在国外疯狂购物的原因正是中国缺少自己的世界名牌。

以领带为例，目前中国出产的领带，占据着世界市场 30% 的份额，而产值却不到 10%，利润更不到 5%。导致这一后果的一个直接原因，是因为在中国的领带行业，还没有真正属于自己的世界名牌。名牌就意味着高品质、高价格、高利润，名牌就意味着消费者的热衷程度可以是花上比同类产品高出几十倍甚至百倍的价位购买，而且义无反顾。

名牌的效应是无穷的，名牌所创造的价值更是超乎人们的想象！一个世界名牌的诞生，不仅是体现了一种战略，还有更深层次的东西值得关注和探寻。

虽然路漫漫，但我们已在路上

创世界名牌，既是广大企业家的梦，也是国家领导人梦。国务院总理温家宝多次说，自己的品牌，就是自主的创新，就是竞争力和影响力。

经济学家把运作一个企业比喻为在茫茫大海上驾驭一艘航船，要时刻把握正

确的航向，并保持对潜在问题高度的预见性。10年前，众多国内企业固守低端的市场战略，靠OEM和价格战维持生计的做法，一旦市场有什么风吹草动，其根本无法随市场而变，产品销售日趋递减，形成恶性循环，并最终从市场中销声匿迹。而有些企业却经历了风雨喜见了彩虹。海尔就是典型。海尔靠什么？答案只有两个字：创新。海尔人所说的创新，是技术和产品的创新。海尔洗衣机通过一直以来关注消费者的需求，提升产品的附加值和竞争力，不仅很好地规避了行业风险，而且使其品牌地位、市场驾驭能力与日俱增！

有人曾作过这样的比喻，如果把海尔洗衣机10年中研发所有型号的洗衣机都放到一起，要远远大于一个足球场。从新产品到创造需求到创造标准，拥有自主

知识产权的技术创新为海尔洗衣机国际化进程的快速推进起到了加速器的作用。在国内垄断了近40%的销售份额后，海尔洗衣机目前已大批量出口100多个国家和地区，并全面进入美国、日本、澳洲、欧洲等前10大主要大连锁渠道销售，与惠而浦、西门子、三洋、米勒等国际知名品牌同台竞技，在家电王日本，海尔5kg洗衣机销量全日本第一。

无可否认，中国的世界名牌还很少。但令人高兴的是，我们已在路上，越来越多的人认识到，中国制造将进入高品质、高品牌，“Made in China”正在变成“Brand from China”，世界制造高地将变成世界品牌高地。

努力吧，高新企业们，世界名牌正向大家招手！我们一定可以更多地拥有！

小资料

09年度世界名牌500强公布 中国入选88个(名单)

由世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的2009年度“世界著名品牌500强”，2010年2月9日在日本东京向世界公布，中国石化、中国石油、神华集团、海尔集团、长江实业等中国88个品牌企业榜上有名。

其中，中国内地共有79个品牌企业入选，中国香港3个品牌企业入选，中国台湾6个品牌企业入选，这些入选品牌企业年营业收入均超过100亿美元。

世界著名品牌大会主席、美中经贸投资总商会会长周荭钰说，世界著名品牌

大会重点考察入选品牌企业在过去连续15年里经营、管理、品牌提升等各个方面的表现。评选程序包括独立问卷调查、统计数据分析和专家考察团实地调研、网上公众推选和权威专家函评等。入选品牌企业不仅具有良好的品牌提升、品牌维护、品牌管理丰富经验，而且均是行业最具竞争力的领军品牌，在年度世界著名品牌初选阶段，中国共有100个品牌企业入围，后经更为严格的筛选程序，最终88个中国品牌企业上榜，入选品牌将获颁发3项年度品牌大奖，即年度“世界著名品牌500强”大奖、年度“影响世界最具全球竞争力中国力量领军品牌”大奖及年度“关注民生、构建和谐”优秀品牌建设者大奖。

入选2009“世界著名品牌500强”的企业将应邀出席世界著名品牌大会每月举行的月会和世界著名品牌500强战略合作大会、世界著名品牌500强企业发展高峰论坛、世界著名品牌500强企业发展成就展、授牌仪式和颁奖典礼，借助大会宣传推广平台，举行专场推广会和海外市场拓展活动，以达到进一步提高企业发展和管理水平，增强企业综合实力的目的。

由世界著名品牌大会主办机构世界品牌组织、美中经贸投资总商会、美国世界著名企业联盟联合推选的“世界著名品牌500强”主要从多个角度考察年度入选品牌表现，采用的指标包括国际知名度、新闻影响力、效益增长速度和活力、企业品牌价值、应对国际金融危机和市场变化能力、国际交往水平、“关注民生、构建和谐”社会责任和公众认知度等。入选世界著名品牌500强的品牌企业全名单：

中国内地：79个

中国石化、中国石油、国家电网、工商银行、中国移动、建设银行、中国人寿、中国银行、农业银行、中化集团、南方电网、宝钢集团、中铁股份、铁建股份、中国电信、中国建筑、中国海油、远洋运输集团、中粮集团、中国联通、五矿集团、交通建设集团、上汽工业集团、中钢集团、河北钢铁集团、百联集团、冶金科工集团、一汽集团、中信集团、东风汽车、华能集团、航空工业集团、兵器装备集团、兵器工业集团、沙钢集团、神华集团、邮政集团、平安保险集团、首钢总公司、中国人保集团、交通银行、中国铝业、武汉钢铁集团、华为集团、中国化工集团、华润集团、山东钢铁集团、海尔集团、广汽工业集团、联想集团、浙江物产集团、航空油料集团、船舶重工集团、苏宁电器、大唐集团、太原钢铁集团、铁路物资总公司、太平洋保险集团、机械工业集团、天津市中环电子信息集团、上海电气集团、鞍山钢铁集团、外运长航集团、国电集团、山西煤销运销集团、中国华电集团、益海嘉里投资、河南煤业化工集团、美的集团、魏桥创业集团、海运集团、马钢集团、天津市物资集团、天津汽车工业集团、山西焦煤集团、中煤能源集团、电力投资集团、电子信息产业集团、湖南华菱钢铁集团。

中国香港：3个

长江实业集团、来宝集团、怡和集团。

中国台湾：6个

鸿海科技集团、国泰人寿保险、中油股份、台塑石化股份、广达电脑公司、华硕电脑公司。

名牌是这样炼成的

浅析华为技术有限公司的名牌战略

中国的市场经济经过 20 多年的发展，成就举世瞩目，但也面临着诸多尴尬。其中，能真正得到全球认同的名牌产品少得可怜，就是我们心头一大痛。目前，我国品牌数量达近 200 万个，数量已可与美国匹敌。但是，堪称世界名牌者却是屈指可数。华为、海尔是其中的佼佼者。

作为国家级高新技术企业，华为技术有限公司在短短的 10 多年间便迅速发展成全球领先的下一代电信网络解决方案供应商。2007 年，华为销售合同额已超过 160 亿美元，其中海外销售额所占比例达 72%；2008 年销售合同额就高达 233 亿美元。华为已为全球 50 强电信运营商中的 35 家提供服务，全球用户超过 10 亿。其中，名牌战略功不可没。

目前，在电信网络解决方案供应商界，全球同行都知道“华为”意味着什么，这么名牌起码代表着以下几方面的独创与领先：

一是科技的独创与领先。华为创业伊

始，就以国际先进水平为目标，力求领先于世界。他们立足于当代计算机与集成电路的高新技术，大胆创新，取得了一系列突破。每年投入销售额 10% 的资金用于科研开发，装备了大量精良的开发设备和测试仪器，并与国内外一些著名大学、研究开发机构和重点实验室建立了长期广泛合作与交流，与国际上知名公司和供应商建立了良好稳定的伙伴关系。科技领先，使华为跻身于世界少数几家能够提供 CAC08-STP 数字程控交换机设备的巨头行列；在移动智能网、STP、移动关口局、GPRS 等核心网络方面形成了领先的优势。

二是经营机制的独创与领先。华为探索了一套适合自身发展的企业经营机制，包括利益驱动机制、权力驱动机制、成就驱动机制、理想追求与价值驱动机制。公司的价值评价体系和价值分配制度是华为之所成功的关键所在，也是华为管理中最具特色之处。其主要内容和特点是：劳

动、知识、企业家和资本创造了公司的全部价值；公司的成就，以及全体员工的士气和公司的归属意识是价值评价的标准；才能、责任、贡献、工作态度与风险承诺是价值分配的依据；组织权力和经济利益是价值分配的对象；机会、职权、工资、奖金、股权、红利、福利以及其他人事待遇是价值分配的形式。把知识转化为资本，知本主义实现制度是华为的创新。其表现在股权和股金的分配上，股权的分配不是按资本分配，而是按知本分配，即将知识回报的一部分转化为股权，然后通过知本股权获得收益。

三是市场战略的独创与领先。华为的市场战略经历了公关型——推销型——营销型——管理型的几次转变和飞跃。如今他们还采取以技术换市场的策略，开拓国际市场。华为非常重视发现和培养战略营销管理人才和国际营销人才，培育了一支高素质的销售员、工程师队伍与营销现场管理者队伍。目前从事市场营销和技术服务的人员占员工总数的 35%，均具本科以上学历，并在全国建立了 33 个市场、销售办事处，35 个用户服务中心。市场战略的成功，使华为的销售收入按年均

100%的递增率增长。

四是人才战略的独创与领先。高素质的人才高科技企业得以发展的保证。华为认为，人才是资本，而且是比金钱更重要的资本，因而不遗余力地广揽高素质、开拓型、敬业型人才，并创造了一种吸引人才、留住人才、用好人才的机制。目前，95000 多员工中，85%以上是大学本科学历，其中博士后、博士、硕士等高级研究人才占 70%。华为强调人力资本增值目标优先于财务资本增值目标。公司不仅建立了在自由雇佣制基础上的人力资源管理体制，而且引入竞争和选择机制，在内部建立劳动力市场，促进内部人才的合理流动。在人才流动上，华为强调高中级干部强制轮换，以培养和提高他们能担当重任的综合素质；对低级职员则提供自然流动，爱一行干一行，在岗位上做实，成为某一方面的管理或技术专家。华为每月平均有 200 多人换岗，每个人都可以选择或竞聘自己适合的岗位和职位。

五是企业文化的独创与领先。企业文化是企业发展的软环境。华为的企业文化体现了“华为精神”。

产业报国——华为以自己的扩张与

发展，来提升民族通讯工业的水平，与国外大公司相抗衡。这已超出了一般的企业功利行为，而是一项崇高的事业。华为之所以能长期保持良好的形象，国家领导人之所以莅临指导，市场部的营销与中研部的研究开发之所以持续扩大，凝聚力之所以这么强，源自华为“产业报国”的精神。

责任意识——华为人普遍表现出一种使命感、一种献身精神、一种忠诚、一种责任。公司与社会、客户、合作者，员工与公司、员工与员工之间，建立了一种心理契约、一种承诺。每个人都明确自己的责任，主动地承担自己的责任，并在许可的前提下分担他人的责任。在公司内部，与其说形成了利益共同体，倒不如说是一种责任共同体。公司对外的责任是振兴民族通讯工作，对员工的责任是为他们提供更多的成长机会，员工对公司的责任是最大限度的奉献，员工之间的责任是合作。

创新精神——华为的创新，首先表现在观念上和思维上的创新。华为的许多提法，在外人看来是标新立异，实际上是一种创新。比如，公司号召向雷锋学习，但决不让雷锋吃亏，奉献者应当得到合理的回报。其次是制度上的创新。《华为公司基本法》以企业内部法律的形式，对公司的未来发展作出全面的规范，在国内企业经营发展史上是创新。创新意识同时也贯穿华为整个经营管理过程，其中包括技术、生产、营销、组织、人事等的创新与开拓。

团结协作精神——团结协作、群体奋斗的团队精神一直是华为的传统。表现在员工之间、上下级之间、部门之间，在达成共识后的相互提携与援助；表现在具体员工个人方面，就是工作兢兢业业、严谨认真，以公司整体利益为重，不计个人得失与荣辱，同舟共济、共创大业。

领头羊特写

任正非：一个世界级的名牌企业家

他，是跨国巨头们的“眼中钉”；他是中国商界出色的“精神教父”，一篇篇警世名言成为业界争相传颂的“圣经”。他，就是华为技术有限公司创始人任正非。



任正非简介

任正非1944年生于贵州镇宁县。1978年，从部队转业。1987年，创办深圳华为技术有限公司，公司发展迅猛，年销售额达15亿美元，成为中国市场GSM设备、交换机产品及接入系统的佼佼者。

任正非多年来坚持以思想引领企业，凭借高瞻远瞩的见识和打破常规的管理智慧，带领着华为不断“从胜利走向胜利”。

从2万元注册资金的小公司到销售额200多亿美元的电子百强企业，十多年的时间资产扩张了1000多倍，成为中国企业的“路标”。

他联合国内多家企业从跨国公司手中夺回了中国通信业的“半壁江山”。就是这样一个军人出身，有着简朴作风的人，多次获得各种荣誉。

2000年，他被美国《福布斯》杂志评选为中国50富豪第3位，个人财产估计为5亿美元。

2004年，《福布斯》杂志又推出美国以外全球最大私营公司100强排行榜，他的公司成为惟一一个上榜的中国公司，以27亿美元的营业收入排名第79位。

2005年4月中旬，美国知名杂志《时代周刊》评出了“2005年度影响世界的100位名人”。他入选《时代周刊》全球“建设者与巨子100名”排行榜，是中国内地惟一的入选者，和微软董事长比尔·盖茨、苹果电脑CEO史蒂夫·乔布斯等跨国企业大腕相比肩。

他还深刻地影响了当代中国管理界，入选2007年《世界经理人》评选的“15年来对中国管理影响最大的15人”。

2008年,在国际巨头均出现收入大幅度下滑的背景下,华为年收入却达到了233亿美元,仍然实现了46%的增长。在普遍不被看好的2009年,华为的销售业绩则达到302亿美元。

2009年底,他入选《福布斯》中文版年度最受国际尊重的中国内地企业家。

基本信念——“活下去”

任正非用三个字描述了华为的根本目标——“活下去”。他说:“市场已没有时间等待我们的成长,它不是母亲,没有耐心也没有仁慈”。如果不了解任正非的成长经历,也许你很难理解他为何要这么说。

一位已经离开华为的高层人士说,其实任正非十几年来一直生活在“冬天”中,好强的性格使得他在华为这些年的飞速发展,始终在压力和危机的旋涡里高速运转着,无论哪个方面稍有不慎,都有可能招来“杀身之祸”。

管理方略——军事化+华为《基本法》

对于企业的军事化管理色彩,不少老总都认为必须这么做。企业不严格就没办法管理。

反过来,也有人认为,创业初期,企业家的一些军事化作风,可以起到明显的作用。当企业形成一定规模后,仅仅依靠军事化的做法就难以为继了。

任正非也许也意识到了这样的问题。于是从1996年起,他聘请了中国人民大学的专家起草华为《基本法》。其间4易其稿,并经全体员工一起讨论,终于在1998年3月通过了这部长达16400多字、包括6章103条款的《基本法》。

除了《基本法》,任正非还在1998年巨资请进IBM顾问公司、美国TOWER公司、MERCER公司等管理咨询公司,希望建立世界级管理体系,实现以“法”治企。

领衔《福布斯》年度人物

前不久,《福布斯》中文版第一次发布了年度人物评选的榜单,与其他评选机构评点年度经济人物的视点不同,《福布斯》中文版将候选者的范围放在了那些在“走出去”中更有建树的企业家身上,将评选的基调定位为“最受国际尊重的中国内地企业家”,而在榜单中拔得头筹的是华为总裁任正非。

不同于其他风光无限的年度经济人物,任正非却是低调到了令人难以理解的

程度，到当时为止，他没有接受过任何媒体的访问。《福布斯》中文榜执行主编刘瑞明也表示，在此次评选中《福布斯》杂志采访过除任正非以外的所有入选者。然而就是这样一个很少出现在公众视野中的人物，却是国际上最受人尊敬的中国企业家。

刘瑞明表示，虽然很多人甚至只知道华为而不知道任正非本人，但通过调查发现，他在国外的影响力却非同寻常，而且华为在所有入选的企业中无论市值、规模还是国际化程度都是最大的，因此任正非本人在全球大型跨国公司领袖中受到尊敬的程度，在国内无人能出其右。而且华为至今仍然几乎是惟一个在高科技领域内具有全球竞争力的中国内地跨国公司。

穷人家七子女的长子

任正非作为改革开放第一代创业者，他的人生道路并非一帆风顺。他 1944 年生于贵州省安顺市的一山村，是他家七子女中的长子。位于西南内陆地区的贵州，是中国收入最低的省份之一。

他的父亲在贵州少数民族地区任少数民族中学校长，他的母亲也是那个学校

的教师，但生活并不轻松。尤其长子任正非受尽贫穷的折磨，亲身体会到了“生活就是战斗”这个道理。因为父母亲都是教师，所以在批斗知识分子的文化大革命中更是经历了难以言状的苦难。

他的父亲在国共内战时期曾协助过国民党，因此被关在“牛棚”受尽迫害，但他还是对当时上大学的任正非说：“要记住，知识就是力量。即使别人不学，你一定要学。”这句话便铭刻在了他的心里。任正非说，自己牢记父亲的话，即使是在文化大革命的动乱时期，也努力自学了计算机方面的知识。

从两万到千亿的创业神话

1987 年，43 岁的退役解放军团级干部任正非，与 6 个志同道合的中年人，以凑来的 2 万元在深圳一起筹建华为。当时，除了任正非，可能谁都没有想到，这家诞生在一间破旧厂房里的小公司，即将改写中国乃至世界通信制造业的历史。

创建初期的华为不过是依靠香港代理商，销售通信设备的批发商而已。大量买入通信设备，转手再卖出去，这就是华为当初的主要业务。

据悉，由于当时属改革开放初期，所以他当时还是赚了不少钱。但是，任正非却开始探索转型之路，使华为从单纯的电子产品批发商变成通信设备生产企业。任正非决定亲自生产通信装备的原因是，他早早意识到了技术研发的重要性。

于是，他在深圳租了一处破旧的厂房，和几位年轻人一起开始自主研发通信设备。虽然创业初期的技术非常薄弱，但他却怀着远大的梦想。任正非说过“只有抱负远大，才能成功。”

熟读毛泽东著作的任正非，选择了一条后来被称之为“农村包围城市”的销售策略——华为先占领国际电信巨头没有能力深入的广大农村市场，步步为营，最后占领城市。

早在1998年，华为就在全中国建有33个办事处和33个用户服务中心，与22个省管局建有合资公司，在莫斯科设立代表处，在东欧十多个国家安装了设备，为香港提供了商业网、智能网和接入网。

1992年1月，邓小平南巡讲话后，经过三年治理整顿后的经济，进入恢复性的高速增长。而这一年，华为开始生产自己的交换机，销售额首次突破1亿元；1993

年找到国内农村通信市场突破口，进入高速发展期。

2007年8月6日，华为发布2006年年报，其2006年的实际销售额为672亿元人民币。有研究机构预测，华为的销售额将在2007年年度达到1000亿元人民币。从两万元资金起步，到1000亿元销售额，华为用了18年时间。

总结华为多年来的快速发展，任正非这样说：“我们没有国际大公司积累了几十年的市场地位、人脉和品牌，没有什么可以依赖，只有比别人更多一点奋斗，只有在别人喝咖啡和休闲的时间努力工作，只有更虔诚对待客户，否则我们怎么能拿到订单？”

柳传志和任正非是同龄人，两人都生于1944年。柳传志曾说：“如果任正非想登上山顶，就算是爬上喜马拉雅山也会在所不辞。”

“危机管理”理论和实践影响业界

华为的成功秘诀是不断的技术研发和对技术的执着。据说，华为年销售额的10%左右投入于研发费用。甚至有推测认为，研发费用的比例已经超过了10%。华为有9.5万职员，其中46%的员工是研发

人员。此外，积累专利达 3.5773 万个。华为倾注全力研发，放眼世界市场。

任正非不愧是一位经历过风浪的成功企业家，公司处处都体现出他独特的经营作风。和自由自在、崇尚个性的百度或阿里巴巴不同，华为严格的规章制度是出了名的。甚至有评价说“任正非在华为一手遮天”。

华为模仿通用电器的人事管理系统，对业绩差的后 5%的员工毫不留情地进行人事调整。所以，任正非有了“军人总裁”和“狼性企业家”的绰号。

华为员工的工作环境也不亚于“战场”。因为他们平时总在桌边放一张折叠行军床备用。晚上加班到深夜，或白天想打盹儿时，就会把行军床拿出来。华为的企业口号就是借用美国西点军校的校训。

在华为，“先死后生”“卧薪尝胆”和“自我批判”等政治和军事用语比比皆是。只要任正非制定目标下突击令，下边的人就无论如何必须要做到。当然对此也有表示忧虑的，说命令式企业文化在影响华为的自由沟通。

任正非关于企业“危机管理”的理论与实践曾在业内外产生过广泛影响，他的名

篇佳作《华为的冬天》曾经被许多企业（尤其 IT 界）作为企业危机管理的范本。任正非励精图治十多年，把华为建成了中国 IT 界的标杆企业，与国际著名企业一样成为众多名牌大学学子择业的首选企业之一。

提醒员工：不要忘了给爸爸、妈妈洗次脚

2009 年 12 月 31 日，任正非向华为员工发表了新年致辞。这一次的新年致辞因任正非的亲力亲为而显得意义深远。

在贺词中，任正非对华为在 2009 年成功经受考验、创出 302 亿美元销售业绩引以为荣，并提出要在 2010 年达到 360 亿美元的销售目标。

任正非 2010 年新年致辞中写道：与相应业绩相关的是，做出优秀贡献的员工，今年的收入会有较大的增长，希望你们全家过一个好年，只有你们消费了，前线将士才会感觉到你们对他们的肯定，只有你们花多了，才会激励他们明年更加努力，他们才会倍感劳动光荣，倍感亲人给他们的温暖。记住：“不要忘了给爸爸、妈妈洗次脚”，“不要忘了身边卖火柴的小女孩”。

任正非对华为的未来显示出十足的

摘自《山西新闻网》

信心。在贺词中，任正非指出，除了内部

的腐败，“没有什么能阻挡我们前进”。

名牌指南之一

企业如何申报中国名牌

1. 法律依据

根据《中华人民共和国产品质量法》、《中国名牌产品管理办法》(国家总局 12 号令)的规定组织开展管理工作。

2. 服务范围

本省内具有独立法人资格，符合法律、法规以及国家产业政策要求，自愿申报中国名牌产品的企业及其产品。

3. 申报条件

符合当年中国名牌产品评价目录要求。

4. 服务程序

(1) 申请

符合申报条件的企业在自愿的基础上如实填写《中国名牌产品申请表》，提供有关证明材料，并按规定日期报各省市质量技术监督局。由省市质量技术监督局审查把关、汇总后上报省质量技术监督局。

申请材料主要包括：企业申报中国名

牌产品综述；企业基本情况；企业申报及

综合评价表；申报产品近三年销售量销售

额基本情况表；省级质量技术监督局综合

有关部门、社会团体意见；证明材料(原

件、复印件或扫描件)；申报产品，申报

产品生产线及企业全貌的照片；企业营业

执照及注册商标证书；其他基本证书(包

括 3C 认证证书、食品安全市场准入证书、

生产许可证证书、计量器具许可证证书、

出口质量许可证证书、出口食品卫生注册

登记管理证书等)；地市级以上统计部门

出具的销售量、销售额证明；海关或外汇

管理部门出具的出口量、出口额证明；税

务部门出具的纳税额证明；采标证书及采

用标准首页复印件；申报产品主要性能指

标检测报告；获国家质检总局质量管理先

进企业证书；获省级质量管理奖证书；

获省级名牌产品证书；获驰名商标证书；

获质量体系认证和环境体系认证证书；获 HACCP 认证证书；获节能产品认证证书；获质量专业职业资格证书人数及编号；企业售后服务网点建设、“三包”情况以及对消费者意见的处理情况的说明材料；会计师事务所出具的有关报表（“资产负债表”、“损益表”、“现金流量表”等报表）；新产品证书（省级以上）；专利证书及清单；国家级或省级企业技术中心认定证书；企业建立博士后流动站的证明。

（2）受理和初审

省质量技术监督局受理企业申报材料后，对申报材料进行初审。审查材料的真实性和准确性，以及申请表的制作、填报和证明材料是否符合规定的要求等内容。

（3）公示

为保证数据的真实性，接受社会的监督，按照国家质检总局的要求，省质量技

术监督局对初审合格的企业统一在省局网站进行申报数据公示。公示内容：申报企业名称、品牌、申报产品的销售量、销售额、出口量、出口额以及上缴税额等数据，同时公示出具证明的单位（公示时间一般为 7 天）。省局对公示反映的问题进行调查核实，对反映情况属实，确实存在问题，不符合申报条件的企业取消申报资格。

（4）审查上报

省质量技术监督局在规定的期限内组织有关部门及有关社会团体对申请企业进行审查，并形成推荐意见，统一报送国家质检总局和中国名牌战略推进委员会秘书处。

5. 服务纪律

严格遵守科学、公开、公正、公平，不向企业收费，不增加企业负担的原则。

6. 受理部门

省质量技术监督局质量处。

名牌指南之二

中国名牌产品申报办事指南

一、依据

《中华人民共和国产品质量法》,《质量振兴纲要》,《中国名牌产品管理办法》。

二、实施机关

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。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。

三、名牌战略推进机制及评价原则

推进机制：以市场评价为基础，以企业自身为主体，以政府积极引导、推动、监督为保证，以用户满意为宗旨的总体推进机制。

评价原则：坚持科学、公正、公平、公开；坚持不收费、不增加企业负担、不搞终身制

四、申报条件

1. 符合国家有关法律法规和产业政策的规定；

2. 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；

3. 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；

4. 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；

5. 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；

6. 企业具有完善的计量检测体系和计量保证能力；

7. 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；

8. 企业具有完善的售后服务体系，顾客满意程度高；

9. 满足当年提出的申报门槛要求。

凡有下列情况之一者，不能申请“中国名牌产品”称号：

1. 使用国(境)外商标的；

2. 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；

3. 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；

4. 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；

5. 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；

6. 有其他严重违法法规行为的。

五、程序流程

1. 确定中国名牌产品评价目录；

2. 提出申报要求；

3. 各省组织申报；

4. 申报数据省级公示；

5. 组成专家委员会；

6. 开展评价；

7. 确定中国名牌产品初选名单并公示；

8. 处理公示意见；

9. 名推委确定中国名牌产品最终名单；

10. 国家质检总局表彰获得中国名牌产品称号的企业。

六、申报材料的内容

申报材料表格可在 www.aqsiq.gov 及 www.cqs.gov.cn 上下载，目前申报中国名牌产品需提供以下基本材料：

1. 企业申报中国名牌产品综述；
2. 企业基本情况；
3. 企业申报及综合评价表；
4. 申报产品近三年销售量销售额基本情况表；
5. 省级质量技术监督局综合有关部门、社会团体意见；
6. 证明材料(原件、复印件或扫描件)
 - (1) 申报产品，申报产品生产线及企业全貌的照片 2 张，企业营业执照及注册商标证书；
 - (3) 其他基本证书(包括 3C 认证证书、食品安全市场准入证书、生产许可证证书、计量器具许可证证书、出口质量许可证证书、出口食品卫生注册登记管理证书等)；
 - (4) 省级以上统计部门出具的销售量、销售额证明；

(5) 海关或外汇管理部门出具的出口量、出口额证明；

- (6) 省级税务部门出具的纳税额证明；
- (7) 采标证书及采用标准首页复印件；
- (8) 申报产品主要性能指标检测报告；
- (9) 获国家质检总局质量管理先进企业证书；
- (10) 获省级质量管理奖证书；
- (11) 获省级名牌产品证书；
- (12) 获驰名商标证书；
- (13) 获质量体系认证和环境体系认证证书；
- (14) 获 HACCP 认证证书；
- (15) 获节能产品认证证书；
- (16) 获质量专业职业资格证书人数及编号；
- (17) 企业售后服务网点建设、“三包”情况以及对消费者意见的处理情况的说明材料；
- (18) 《测量管理体系》认证证书；
- (19) 《国家标准化良好行为企业》证书；

(20) 会计师事务所出具的有关报表(资产负债表”、“损益表”、“现金流量表”等报表)；

(21) 新产品证书(省级以上)；

(22) 专利证书及清单；

(23) 国家级或省级企业技术中心认定证书；

(24) 国家级或省级科技进步奖证书；

(25) 企业建立博士后流动站的证明；

(26) 企业参加行业、国家以及国际标准制修订的证明。

七、收费情况

中国名牌产品评价和表彰不收取任何费用

八、证书期限

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。

九、使用中国名牌产品标志备案

企业新增子公司、分公司或委托其他企业加工的产品只要质量检测合格，符合备案要求，进行备案后，就可以使用中国名牌标识。首先须经所在省级质量技术监督局对备案文件审查同意后，将备案文件上报国家质检总局质量司，质量司对上报的书面材料进行复审确认后，对备案内容进行公布。新增子公司、分公司或委托加工的企业使用中国名牌产品标志必须注明生产企业的厂址、厂名和联系电话。需要提供的备案文件：申请文件、省级以上产品质量检验机构出具的检验报告、营业执照、商标委托使用合同、产品规格清单以及联系人、邮编、电话、传真等内容。

名牌指南之三

中国名牌产品管理办法

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（自治区、直辖市）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) 有其他严重违法法规行为的。

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水平、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产品适当倾斜。

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限期内征求社会意见。

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。

名牌指南之四

中国名牌产品标志管理办法

(2002 年 2 月 26 日 , 国家质量监督检验检疫总局发布)

第一章 总 则

第一条 为了推进名牌战略的实施,统一规范中国名牌产品标志的使用管理,维护中国名牌产品信誉,保护消费者合法权益,根据《中国名牌产品管理办法》,制定本办法。

第二条 中国名牌产品标志适用于《中国名牌产品管理办法》规定的获得中国名牌产品称号的产品。中国名牌产品标志是质量标志。

第三条 获得中国名牌产品称号的

产品在有效期内,可以在其包装、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。

第二章 标志及标志使用

第四条 中国名牌产品标志由标准图形(含标准字体)及标准色(三色)构成,共有二种三色标志供企业选用。

第五条 获中国名牌产品称号的生产企业可自行负责制作、印刷在其包装、装潢、说明书、广告宣传以及有关材料中使用的中国名牌产品标志。

第六条 企业使用中国名牌产品标志，图形必须准确，并根据规定的式样，按比例放大或缩小，不得更改图形的比例关系和色相。

第七条 中国名牌产品标志，一般应印刷在白色或浅色物体上，其底色不得影响标志的标准色相，不得透叠其他色彩和图案。企业在选用标志时，推荐使用第一种中国名牌产品三色标志。

第八条 中国名牌战略推进委员会统一制作、印刷和管理具有防伪功能的中国名牌产品标志，供中国名牌产品生产企业选用，并收取制作成本费。

第三章 标志的监督管理

第九条 国家质量监督检验检疫总局对中国名牌产品标志的使用实施监督管理。各地质量技术监督部门负责对所辖区域内中国名牌产品标志的使用实施监督管理。

第十条 中国名牌产品标志只能使用在与获得中国名牌产品称号相一致的

产品规格、型号或品种上，不得扩大使用范围。

第十一条 中国名牌产品应在有效期满的当年第二季度，重新申请复评中国名牌产品并获得通过，方能继续使用中国名牌产品标志。

第十二条 在有效期内使用中国名牌产品标志的产品，免于各级政府部门的质量监督检查。

第十三条 对已获得中国名牌产品称号的产品发生以下情形之一的，国家质量监督检验检疫总局将暂停直至撤销该产品的中国名牌产品称号。

- 1.产品质量发生较大波动；
- 2.消费者（用户）负面反映强烈；
- 3.企业发生重大质量事故；
- 4.出口产品因质量问题遭到国外

预警通报。

暂停期间或撤销称号的产品，停止使用中国名牌产品标志。

第十四条 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》冒用质量标志的规定进行处理。

第四章 附 则

第十五条 本办法由国家质量监督检验检疫总局负责解释。

第十六条 本办法自发布之日起实施。



创新产品之一

国家重点新产品计划项目申报指南

新产品：指采用新技术原理、新技術构思，研制的全新型产品，或应用新技术原理、新设计构思，在结构、材质、工艺等任一方面比老产品有重大改进，显著提高了产品性能或扩大了使用功能的改进型产品。

国家重点新产品：指在全国范围内首次研制或同类产品中性能突出，符合国家产业政策等要求，由科技部认定列入《国家重点新产品计划》的新产品。

重点新产品计划项目：指创新性强，技术含量高，有自主知识产权，市场前景好，属于国家重点发展领域，对国民经济和社会发展有重大影响，被认定为国家重点新产品，且给予新产品研发补助的项目。

一、支持范围

(一) 新产品计划优先支持下列范围的新产品：

1. 高新技术领域产品：电子与信息、生物与医药、新材料、光机电一体化、新能源与高效节能、环境保护与资源利用、

航空航天及交通、农业、其他高新技术产品；

2. 具有自主知识产权、创新性强、技术含量高、市场前景好的新产品，特别是原创型新产品；

3. 对国民经济基础产业、支柱产业发展具有重大促进和带动作用的新产品；

4. 采用国际标准或国内外先进标准的新产品；

5. 利用国家及省部级科技计划成果转化新产品，特别是“863”计划、科技攻关计划或基础研究计划的科技成果转化项目。

(二) 新产品计划原则上不支持下列范围的产品：

1. 常规食品、饮料、烟、酒类产品；

2. 化妆品、服装、家具、小家电等日用产品；

3. 传统手工艺品；

4. 单纯改变花色、外观与包装的产品；

5. 动、植物品种资源；

6.高能耗、环境污染的产品。

特例情况：

1.一般保健品原则上不予立项，但确属药用价值高，有很好发展前景的产品可考虑在立项范围内；

2.一般纺织品原则上不予立项，但对能起到更新换代并有较大技术突破的纺织材料可考虑在立项范围内；

3.军用产品不在新产品计划中立项，但军转民项目属新产品计划立项范围。

二、立项条件

(一) 新产品计划项目的基本条件：

1.在国内首次(或首批)成功开发、生产的新产品；

2.符合国家产业政策、技术政策和相关的行业政策的新产品；

3.技术水平和产品性能较高，达到国内先进水平的新产品；

4.具有显著的社会效益、经济效益和市场发展前景的新产品；

5.没有与所申报产品相关的知识产权纠纷的新产品。

(二) 新产品计划重点项目的条件：

1.符合新产品计划项目的基本条件；

2.属于国家优先扶植的重点产业或高新技术产业的重大新产品；

3.创新性强、技术含量高、附加值高、采用先进技术标准、有自主知识产权的新产品，特别是原创型新产品；

4.竞争力强、市场潜力大、能在短时间内形成较大规模效益的新产品；

5.满足国家迫切需要，对社会公益事业贡献大的新产品；

6.地方政府予以配套政策重点支持的新产品。

三、申报单位条件

1.凡在中国境内注册，具有独立法人资格，研发和生产符合新产品计划支持范围的产品的企、事业单位均可申报；

2.联合研制开发或生产的单位，在明确所申报新产品的产权后，可单独或联合申报；

3.通过技术转让获得新产品生产许可的单位，可单独申报或与原技术持有单位联合申报。

四、主要支持方式

1.列入新产品计划的项目，将颁发《国家重点新产品证书》；

2.国家对列入新产品计划的重点项目，择优予以一定数额的新产品研发补助；

3.根据国家、地方的政策规定，享受地方的相关优惠政策和待遇；

4.对列入新产品计划的项目，在网上对外公布。

五、申报材料

(一)国家重点新产品计划项目申报表；

(二)必备的附加材料(可提交复印件)

1.特殊行业许可证。对医药、医疗器械、农药、计量器具、压力容器、邮电通信等有特殊行业管理要求的新产品，申报时必须提交相关主管机构出具的批准证明(如：药品生产企业许可证、医药 GMP 认证证书、新药证书；食品生产许可证；农药生产许可证(或批准证书)、登记证；通信产品入网证；公共安全产品、计量器具生产许可证；凡属国家强制认证产品需提交 3C 认证资质证明等)；

2.可说明知识产权归属和授权使用的证明文件(如：专利证书、软件著作权、技术转让合同等)；

3.企业法人营业执照；

(三)辅助的附加材料(可提交复印件)

为了对申报表和必备材料未充分说明的内容做进一步阐述，帮助评估机构(咨询专家)了解情况，申报单位可视项目的具体情况酌情提交下列材料：

1.项目产业化前景分析(同时提交电子版数据)：简述所申报新产品的技术路线、技术水平、市场需求和风险、经济和社会效益分析等；

2.鉴定证书或其他相当的技术证明(说明)材料；

3.由有资质的检测机构出具的产品质量、性能检测(验)报告；

4.由省(部)级以上(含)查新单位出具的查新报告；

5.涉及环保的项目，需提交环保达标证明；

6.用户使用意见(报告)；

7.产品图片、照片；

8.其它相关材料(如列入其它国家科技计划的批准证明、省级以上获奖证书、ISO 质量体系认证书、银行信用评价证明、

国家核准的企业从事申报产品相关的专业资质证明等)。

六、申报方式

地方、部门向科技部申报项目采用电子数据和书面材料并行申报方式。

七、申报日期

每年 12 月 31 日前申报。各地方、部门的项目申报、审查、评估(评审)及推荐上报工作应在此日期之前完成。过期一律不予受理。

关于重复申报问题

1.同一项目不得重复申报同一年度火炬计划、星火计划、科技成果推广计划等科技产业化计划项目和中小企业创新基金的项目；

2.同一项目不得从地方和部门同时申报科技部《国家重点新产品计划》的项目。

凡发生以上情况者取消立项资格。

创新产品之二

国家级新产品计划项目申报指南

国家级新产品是指在全国范围内第一次研制生产或在同类产品中性能突出，经专家评审确认符合国家产业政策的新产品。

一、申报条件

(1) 在国内首次(或首批)试制成功的新产品；

(2) 已进行生产定型鉴定或样机(样品)鉴定，并已有一定批量生产及销售量的产品；

(3) 符合国家产业政策、技术装备政策和相关的行业政策；

(4) 技术水平和产品性能高，一般应具备国际领先、国际先进、国内领先或国内先进水平；

(5) 具有显著经济、社会效益，有较好的市场发展前景；

(6) 没有与所申报产品相关的知识

产权纠纷；

(7) 申报项目必须材料齐全，对特殊行业管理要求的新产品项目必须附加特殊许可证或主管部门正式批文。

二、申报程序

(1) 申报单位向区科技局提出申请并提供申报材料，申报材料由《国家重点新产品项目申报表》和附加材料组成，一般必须附有下列附加材料：营业执照、鉴定证书、查新结论报告、检测报告、用户证明、环保部门证明等。申报材料一式七份，送区科技局计划科。

(2) 区科技局对材料进行初审，签署审查意见加盖公章后上报市科技局。

三、申报时间

按科技部的通知进行申报。一般一年一次，在3月底前申报。

省级新产品计划项目申报

省级新产品是指在省内第一次试制，采用新技术、新原理、新设计构思的产品，或在结构、材质、工艺等任一方面比老产品有明显改进的产品。

一、申报条件

(1) 在省内首次(或首批)试制成功的新产品；

(2) 区科技局初审、盖章后，一式四份上报市科技局计划处；

(3) 计划处对申报表进行汇总和审查，

签署意见加盖公章后上报省科技厅。

省级新产品一般一年申报两次，按科技

二、申报时间 创新产品之三

厅通知进行申报。

国家重点新产品计划管理办法

第一章 总则

第一条 为发挥国家科技计划在社会主义市场经济条件下的宏观调控指导作用，加快科技成果转化和技术创新，促进经济增长方式的转变和培育新的经济增长点，国家科委联合有关部门组织实施《国家重点新产品计划》（以下简称新产品计划），并制定本办法。

第二条 新产品计划是一项政策性扶持计划，旨在引导、推动企业和科研机构的科技进步和提高技术创新能力，实现产业结构的优化和产品结构的调整，通过国内自主开发与引进国外先进技术的消化吸收等方式，加速经济竞争力强、市场份额大的高新技术产品的开发和产业化。

第二章 范围

第三条 本办法所称的新产品是指采用新技术原理、新设计构思，研制生产的全新型产品或应用新技术原理、新设计构思，在结构、材质、工艺等任一方面比

老产品有重大改进、显著提高了产品性能或扩大了使用功能的改进型产品。

第四条 新产品计划优先支持下列范围的新产品

（一）高新技术产品，包括：微电子科学和电子信息技术；空间科学和航空航天技术；光电科学和光机电一体化技术；生命科学和生物工程技术；材料科学和新材料技术；能源科学和新能源、高效节能技术；生态科学和环境保护技术；地球科学和海洋工程技术；基本物质科学和辐射技术；医药科学和生物医学工程技术；其他高新技术产品；

（二）利用国家及省部有科技计划成果转化的新产品，特别是对国民经济基础产业、支柱产业能起重大促进作用的新产品；

（三）具有自主知识产权的新产品；

（四）外贸出口创汇新产品，替代进口及引进技术消化吸收并实现国产化率

在 80% 以上的新产品；

(五) 采用国际标准或国外先进标准的新产品。

第五条 下列产品原则上不在新产品计划中列项

(一) 常规食品、饮料、烟、酒类产品；

(二) 化妆品、服装、家具、小家电等日用产品；

(三) 用进口零部件(包括散件)组装的产品；

(四) 引进技术和设备的消化吸收国产化率低于 60% 的产品；

(五) 单纯为军工配套的产品；

(六) 传统手工艺品；

(七) 单纯改变花色、外观与包装的产品；

(八) 动、植物品种资源；

(九) 高能耗、污染环境的产品。

第三章 申报

第六条 国家科委根据国家产业政策、科技政策与科技计划管理的有关规定，定期发布《国家重点新产品计划申报指南》。

第七条 申报新产品计划的项目，应当具备下列条件：

(一) 在国内首次(或首批)开发成功，并已有市场销售的产品；

(二) 符合国家产业政策、技术政策和相关的行业政策；

(三) 技术水平和产品性能较高，具备国内先进水平的产品；

(四) 具有显著经济、社会效益，有很好的市场发展前景；

(五) 没有与所申报产品相关的知识产权纠纷。

第八条 已列入过新产品计划的项目不得重复申报。

第九条 凡开发或生产符合本办法第四条新产品的企业、科研单位(包括私营及中方控股中外合资经营企事业单位)均可申报，联合研制开发或生产的可单独或联合申报。

通过技术转让获得的新产品可由新产品生产单位单独申报或由生产单位与原技术开发单位联合申报。

第十条 在各省、自治区、直辖市、计划单列市(以下简称地方)的地方企业、科研单位，由项目开发单位通过所在地、

市科委向本地方科委申报；国家高新技术开发区的企业、科研单位，由项目开发单位向所在地方科委申报。

国务院有关部门直属企业、科研单位的项目，由开发单位向主管部门科技司（局）申报，或向申报单位所在地方科委申报。

中国人民解放军所属企业、科研单位的民品项目，可向中国人民解放军总后勤部或所在地方科委申报。

凡通过国务院有关部门或中国人民解放军总后勤部申报的项目，须同时将申报表格送申报单位所在地方科委备案。

申报项目只能选择一个渠道申报，否则取消资格。

第十一条 申报项目材料须一式三份报送国家科委。申报所需材料一般包括：

- (一)《国家重点新产品计划申报表》；
- (二)鉴定证书或评估报告或相当的技术证明材料；
- (三)国家一级查新单位或相应查新单位出具的查新检测报告；
- (四)指定检测单位或相关的检测机构提供的产品质量、性能测试报告；

(五)用户使用意见或相关材料；

(六)证明其取得知识产权和获奖情况的相关材料；

(七)环保等部门提供的与申报项目密切相关的证明材料(如环保许可证、采用国际或国家标准证明等)；

(八)已申请银行贷款的项目，需提供银行贷款相关证明材料；

(九)其它根据需要所确定的辅助材料。如对于医药、农药、计量器具、压力容器、邮电通信等有特殊行业管理要求的新产品，申报时必须附加特殊许可证或主管部门的正式批准文件。

第四章 计划管理

第十二条 申报新产品计划的项目，分别由各省(市、区)科委和国务院各部门科技司(局)负责组织评审。新产品评审以评估方式进行，由具有资格的评估机构具体执行，评审过程中应聘请熟悉有关技术、了解市场营销和管理方面的专家。

评审的主要内容包括：

- (一)是否符合国家产业政策；
- (二)产品技术水平；
- (三)产品的经济和社会效益；
- (四)产品市场前景；

(五)是否符合新产品计划所要求的申报条件和程序。

对评审通过的项目,由地方科委或部门科技司(局)提出审查意见。

第十三条 各地区和部门评审合格的项目,经择优排序后,汇总上报国家科委。国家科委组织有关专家进行认定。

项目认定的主要内容包括:

- (一)申报、评审的程序和标准是否符合要求;
- (二)项目技术是否达到国内先进水平;
- (三)市场营销和市场潜力是否真实;
- (四)相同或同类产品是否有重复;

第十四条 在评审和认定的基础上,国家科委组织编制《国家重点新产品计划》年度本子,并下达到各地方科委及各部门科技司(局)。

第十五条 列入新产品计划的项目,将由国家科委等部门联合颁发《国家重点新产品》证书。

第十六条 国家对列入新产品计划的项目,根据国家政策从中选择重点,予以一定数额的财政拨款补助。确定重点项目的原则为:

(一)属于国家优先扶值的重点产业或高技术产业的重大新产品;

(二)技术含量高、附加值高、有自主知识产权的新产品;

(三)竞争力强、市场潜力大、能在短时间内形成上亿元销售额的新产品;

(四)研究开发实力强、能持续不断开拓创新的企、事业单位所开发的新产品;

(五)已有一定的生产规模,且经济、社会效益显著,对国家贡献大的新产品;

(六)地方政府予以配套重点支持的新产品。

第十七条 国家对列入新产品计划的部分项目择优予以一定数额的贷款利息补贴支持。确定贷款利息补贴项目的条件为:

(一)企业和科研单位在开发重点新产品中已获得金融机构贷款支持,产品产业化、规模化生产有较大发展前景且效益显著;

(二)贷款年限一般为1至3年的中长期贷款,并与银行已签订中长期借款合同;

(三)贷款额度一般应在500万元以

上；

(四)经地方科委或部门科技司(局)推荐。

第十八条 拨款补助项目和贷款利息补贴项目的经费由国家科委和财政部联合下达。经费严格按照《国家级重点新产品补贴经费管理办法(试行)》规定管理,专款专用。

第十九条 新产品计划下达后,各地方科委和各部门科技司(局)应加强跟踪和管理,掌握本地区和本部门新产品工作全面情况,包括相关政策的落实情况,特别是对获得国家财政补助支持的重大项目要加强引导和监督。每年6月30日前将上一年度新产品工作情况及重大项目的实施情况报送国家科委。

第五章 附则

第二十条 各级政府和有关部门应结合本地方、本部门的特点,组织实施本地

方、本部门的新产品计划,并制定促进企业、科研单位开发新产品和实施新产品计划的财政支持与税收优惠政策和配套措施。

第二十一条 各地方、各部门应加强新产品计划的宣传,并根据本地方、本部门具体情况,参照本办法的原则,制订实施细则及本地方、本部门的管理办法。

第二十二条 本规定自发布之日起施行。

发布部门:对外贸易与经济合作部(含原对外经济贸易部)(已变更)/国家科学技术委员会(已变更)/国家税务总局/国家工商行政管理总局/国家(质量)技术监督局

发布日期:1997年11月29日

实施日期:1997年11月29日(中央法规)

创新产品之四

国家自主创新产品认定管理办法(试行)

(科学技术部、国家发展和改革委员会和财政部 2006 年 12 月 31 日

以国科发计字[2006]539 号发布)

为实施《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020年)》(国发[2005]44号),营造激励自主创新的环境,努力建设创新型国家,根据《国务院关于印发实施〈国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020年)〉若干配套政策的通知》(国发[2006]6号),建立国家自主创新产品认定制度,规范自主创新产品认定工作,特制定本办法。

第一条 科学技术部(以下简称科技部)会同国家发展和改革委员会(以下简称国家发展改革委)和财政部对国家自主创新产品进行认定,负责国家自主创新产品认定工作的管理和监督、制定相关制度

与标准、编制《国家自主创新产品申报说明》、组织开展产品认定工作并公布《国家自主创新产品目录》(以下简称《产品目录》)。

第二条 国家自主创新产品认定工作遵循公开、公正、公平、科学的原则。经认定的国家自主创新产品将在政府采购、国家重大工程采购等财政性资金采购中优先购买,并在高新技术企业认定、促进科技成果转化和相关产业化政策中给予重点支持,以引导全社会支持自主创新产品的发展。

第三条 自主创新产品认定工作遵循自愿申请的原则。凡在中国境内具有中

国法人资格的企业、事业单位均可申请认定。

第四条 申请认定的国家自主创新产品，应符合以下条件：

(一) 产品符合国家法律法规，符合国家产业技术政策和其他相关产业政策。

(二) 产品具有自主知识产权，且权益状况明确。产品具有自主知识产权是指，申请单位经过其主导的技术创新活动，在我国依法拥有知识产权的所有权，或依法通过受让取得的中国企业、事业单位或公民在我国依法拥有知识产权的所有权或使用权。

(三) 产品具有自主品牌，即申请单位拥有该产品注册商标的所有权。

(四) 产品创新程度高。掌握产品生产的核心技术和关键工艺；或应用新技术原理、新设计构思，在结构、材质、工艺等方面对原有产品有根本性改进，显著提高了产品性能；或在国内外率先提出技术标准。

(五) 产品技术先进，在同类产品中处于国际领先水平。

(六) 产品质量可靠，通过国家认证认可监督管理委员会或各省、自治区、直

辖市质量技术监督部门资质认定的实验室和检查机构的检测。属于国家有特殊行业管理要求的产品(如：医药、医疗器械、农药、计量器具、压力容器、邮电通信等产品)，必须具有国务院相关行业主管部门批准颁发的产品生产许可；属于国家实施强制性产品认证的产品，必须通过强制性产品认证。

(七) 产品具有潜在的经济效益和较大的市场前景或能替代进口。

第五条 申请单位须根据《国家自主创新产品申报说明》向省、自治区、直辖市、计划单列市科技厅(委、局)提出申请，并提交以下申报材料：

(一) 统一的申报表格。

(二) 单位的法人营业执照副本或复印件，若属中外合资，应提供在工商管理部门注册登记的股权结构。

(三) 关于产品知识产权权益状况和品牌状况的有效证明文件。涉及多个单位的，应提交与产品技术归属及权限有关的技术转让、许可、授权、合作生产、合作开发的合同或协议。

(四) 产品检测报告，或特殊行业产品生产许可证、强制性产品认证证书。

(五) 产品采用标准证明。

(六) 其他需提供的材料,包括环保达标证明及产品创新程度与生产规模等方面的有效证明。

第六条 各省、自治区、直辖市、计划单列市科技厅(委、局)会同本级经(贸)委(发展改革委)、财政厅(局)等根据《国家自主创新产品申报说明》规定的条件和要求,对本地区的申报产品进行汇总和初步审查,并组织专家评审。对符合条件的产品择优向科技部推荐,提交推荐产品的推荐意见及产品申报材料。《国家自主创新产品申报说明》及产品认定标准和具体认定程序将另行制定。

第七条 科技部会同国家发展改革委、财政部委托相关机构,按照统一的认定条件具体承担自主创新产品认定评价工作。

(一) 承担自主创新产品认定工作的机构和人员(以下简称认定机构)必须符合《科技评估管理暂行办法》对相关机构和人员的要求,具备承担自主创新产品认定工作的能力和条件。

(二) 认定机构应组织产品相关领域的研究开发、生产、知识产权、管理、认

定评价等方面的专业人员对产品申报材料进行审查与评价,必要时可进行实地考察或要求申请单位进行陈述和答辩。

(三) 认定机构出具产品认定报告对其报告负责,必须依法保守认定产品的技术秘密,不得非法占有申请单位的科技成果,不得从事认定工作范围内的产品研究开发或生产工作。

第八条 科技部对认定评价结果进行审定,形成《产品目录》初步意见,并向社会公示。公示无异议的,科技部会同国家发展改革委、财政部形成正式《产品目录》,颁发国家自主创新产品认定证书。

第九条 科技部在其官方网站和《科技日报》上向社会公布《产品目录》。《产品目录》主要包括产品名称、型号、主要性能与配置、有效期、单位名称等内容。

第十条 认定证书有效期根据产品的不同特点分为两年、三年或四年。有效期满,被授予单位可再次申请认定,但应在有效期截止前三个月提出。

有效期内,若产品状况发生变化,被授予单位应及时向科技部报告。对不再符合认定条件的产品,将取消其国家自主创新产品资格,并收回认定证书。

第十一条 产品认定结果及参与产品认定工作的相关部门和机构接受全社会监督。对于有异议的产品，任何单位和个人可向科技部申述，科技部根据情况进行调查或组织复议，并反馈调查结果。

第十二条 科技部对申请单位和认定机构进行信用记录和监督管理。

(一) 申请单位提交的各种材料应真实可靠。对于弄虚作假或采取不正当手段骗取认定证书的单位，将取消国家自主创新产品资格和认定证书、取消一定时期内申报自主创新产品的资格。

(二) 认定机构如泄漏认定产品的技术秘密、非法占有申请单位的科技成果、从事认定工作范围内的产品研发或生产、

认定工作中弄虚作假、出现重大错误且造成严重影响，将取消其认定资格；造成损失的，责令其赔偿损失；构成犯罪的，依法移送司法机关追究法律责任。

(三) 管理部门如泄漏认定产品的技术秘密、认定工作出现重大错误或以权谋私，将对有关人员进行处罚；构成犯罪的，依法移送司法机关追究法律责任。

第十三条 军事装备自主创新产品认定办法由有关部门另行制定。

第十四条 本办法由科技部、国家发展改革委、财政部负责解释。

本办法自发布之日起施行。

发布日期：2006年12月31日 实施日期：2006年12月31日 (中央法规)

广东省自主创新产品认定管理办法（试行）

第一章 总则

第一条 为贯彻落实《国务院关于印发实施〈国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020年）〉若干配套政策的通知》（国发〔2006〕6号）和《印发广东省促进自主创新若干政策的通知》（粤府〔2006〕123号）的精神，建立广东省自主创新产品（以下简称自主创新产品）认定制度，参照《国家自主创新产品认定管理办法（试行）》（国科发计字〔2006〕539号），特制定本办法。

第二条 本办法所称自主创新产品是指符合国民经济发展要求和先进技术的发展方向，技术或工艺路线国际原创、产品性能国际先进、核心部件和整机产品省内自主开发生产，产品已在国内率先提出技术标准或其核心技术拥有发明专利，并能够替代进口、引领国内市场和带动广东产业发展的产品。

第三条 自主创新产品认定工作遵循自愿申请的原则，按照公开、公平、公正、科学的程序进行认定，并向社会公布。

第二章 申请条件

第四条 申请单位及申请认定的自主创新产品，应具备以下条件：

（一）申请单位的条件：

- 1.凡在广东省境内具有中国法人资格的企业、事业单位均可申请认定；
- 2.拥有专门的研究开发机构或部门；
- 3.企业上年度销售收入在500万元以上。

（二）申请认定的自主创新产品的条件：

- 1.产品符合国家法律法规，符合国家产业政策和其他相关产业政策；
- 2.产品必须在广东省境内生产；
- 3.产品具有自主知识产权，且权益状况明确。产品具有自主知识产权是指，申请单位经过其主导的技术创新活动，在我国依法拥有知识产权的所有权，或依法通过受让或许可取得的广东省企业、事业单位或公民在我国依法拥有知识产权的所有权或使用权。
- 4.产品具有自主品牌，即申请单位拥有该产品注册商标的所有权。
- 5.产品创新程度高。掌握产品生产的核心技术和关键工艺；或应用新技术原理、新设计构思，在结构、材质、工艺等方面对原有产品有根本性改进，显著提高了产品性能；或在国内外率先提出技术标

准。

6.产品技术先进,在同类产品中处于国内领先水平。

7.产品质量可靠,通过国家认证认可监督管理委员会或省级质量技术监督部门资质认定的实验室和检查机构的检测。属于国家有特殊行业管理要求的产品(如:医药、医疗器械、农药、计量器具、压力容器、邮电通信等产品),必须具有国家或省相关行业主管部门批准颁发的产品生产许可;属于国家实施强制性产品认证的产品,必须通过强制性产品认证。

8.产品具有潜在的经济效益和较大的市场前景或能替代进口。

第五条 自主创新产品申请所需材料:

(一) 广东省自主创新产品认定申请书。

(二) 工商管理部门核发的营业执照副本或营业执照复印件;若属中外合资,应提供在工商管理部门注册登记的股权结构。

(三) 关于产品知识产权权益状况和品牌状况的有效证明文件。涉及多个单位的,应提交与产品技术归属及权限有关的技术转让、许可、授权、合作生产、合作开发的合同或协议。

(四) 省级以上法定检测单位提供的产品质量性能测试报告,或特殊行业产品生产许可证、强制性产品认证证书。

(五) 产品采用标准证明。

(六) 经会计师事务所审核的企业上年度财务报表。

(七) 辅助材料(申报单位可根据产品

的具体情况选择提交):

1.鉴定证书或其他相当的技术证明材料。

2.由省部级以上查新单位出具的查新报告;若有环境污染的项目,需提交产品投产后实测的环保达标证明;若属中外合资,应附股比说明、用户使用意见;属专利技术的产品需附专利证书、获奖产品、名牌产品、驰名商标产品、著名商标产品等需相关证明。

3.产品进入市场的证明和销售情况证明。

4.出口产品须提交出口证明。

5.其他需提供的材料,如产品生产规模等方面的有效证明。

第三章 认定和管理

第六条 省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局进行自主创新产品认定,负责自主创新产品认定工作的组织和管理,制定相关要求和标准,编制《广东省自主创新产品目录》。

第七条 省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局委托相关机构,具体承担自主创新产品认定评价工作。

(一) 承担自主创新产品认定工作的机构和人员(以下简称认定机构)必须符合《科技评估管理暂行办法》对相关机构和人员的要求,具备承担自主创新产品认定工作的能力和条件。

(二) 认定机构应组织产品相关领域的研究开发、生产、知识产权、管理、认定评价等方面的专业人员对产品申报材料

进行审查与评价，必要时可进行现场考察或要求申请单位进行陈述和答辩。

(三) 认定机构出具产品认定报告对其报告负责，必须依法保守认定产品的技术秘密，不得非法占有申请单位的科技成果，不得从事认定工作范围内的产品研究开发或生产工作。

第八条 自主创新产品认定工作每年进行一次，由省科技厅发布当年申报产品的受理截止时间。

第九条 申请认定自主创新产品，必须填写《广东省自主创新产品认定申请书》并附所需材料，并经县（市、区）及地级以上市科技行政管理部门审核，签署意见后上报省科技厅；省直、中央驻粤单位应报其上级主管部门审核并签署意见后再报省科技厅。

第十条 委托组织评审的相关机构对各地上报的自主创新产品申请材料组织专家进行评审，必要时可对申请企业进行实地考察。省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局对通过专家评审的产品进行审定，经认定的自主创新产品形成初步意见，由省科技厅在其官方网站向社会公告。公告期为十五个工作日，公告期无异议的，上述组织部门联合颁发“广东省自主创新产品证书”，编入《广东省自主创新产品目录》，并优先列入《广东省政府集中采购目录》。

第十一条 《广东省自主创新产品目录》主要包括产品名称、型号、主要性能与配置、有效期、单位名称等内容。

第十二条 广东省各级政府机关、事

业单位和团体组织用财政性资金进行政府采购时，应优先购买《广东省自主创新产品目录》中列入《广东省政府集中采购目录》的产品。其中，对具有较大市场潜力并需要重点扶持的试制品和首次投向市场的产品，可以由政府进行首购或订购。

经认定的自主创新产品，各部门、各地市政府要在促进科技成果转化有关计划和相关产业化政策中给予重点支持，其企业在省级工程技术研究开发中心、企业技术中心、高新技术企业认定和推荐申报国家级资格中给予优先。

第十三条 认定证书有效期根据产品的不同特点分为两年、三年或四年。有效期满，被授予单位可再次申请认定，但应在有效期截止前三个月提出。有效期内，若产品状况发生变化，被授予单位应及时向省科技厅报告。对不再符合认定条件的产品，将取消其广东省自主创新产品资格，并收回认定证书。

第十四条 凡已认定的自主创新产品，在有效期内每年复核一次。对审查不合格的，将取消其自主创新产品资格，从《广东省自主创新产品目录》中删除并予以公告。

第十五条 产品认定结果及参与产品认定工作的相关部门和机构接受全社会监督。对于有异议的产品，任何单位和个人可向省科技厅申述，省科技厅根据情况会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局进行调查或组织复议，并反馈调查结果。

第十六条 省科技厅对申请单位和

认定机构进行信用记录和监督管理。

(一) 在申报自主创新产品认定过程中，申请单位隐瞒真实情况、提供虚假材料或采取其它欺诈手段骗取自主创新产品资格的，组织认定部门将撤销该产品认定资格，从《广东省自主创新产品目录》中删除并予以公告，三年内不再受理该企业的认定申请，并取消其自主创新产品认定而获取的各种待遇。

(二) 认定机构如泄漏认定产品的技术秘密、非法占有申请单位的科技成果、从事认定工作范围内的产品研发或生产、认定工作中弄虚作假、出现重大错误且造成严重影响，将取消其认定资格；造成损失

的，责令其赔偿损失；构成犯罪的，依法移送司法机关追究法律责任。

(三) 管理部门如泄漏认定产品的技术秘密、认定工作出现重大错误或以权谋私，将对有关人员进行处罚；构成犯罪的，依法移送司法机关追究法律责任。

第十七条 军事装备自主创新产品认定办法由有关部门另行制定。

第四章 附则

第十八条 本办法由省科技厅、省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局负责解释。

本办法自发布之日起执行。

创新产品之六

广东省自主创新产品认定与管理流程

一、政策依据

《关于印发〈广东省科学技术厅 广东省发展和改革委员会 广东省经济贸易委员会 广东省财政厅 广东省知识产权局 广东省质量技术监督局关于自主创新产品认定的管理办法(试行)〉的通知》(粤科高字〔2008〕45号)

二、办理要求

(一) 申请单位的条件：

1. 凡在广东省境内具有中国法人资格的企业、事业单位均可申请认定；
2. 拥有专门的研究开发机构或部门；
3. 企业上年度销售收入在500万元以上。

(二) 申请认定的自主创新产品的条件：

1. 产品符合国家法律法规，符合国家

产业技术政策和其他相关产业政策；

2. 产品必须在广东省境内生产；

3. 产品具有自主知识产权，且权益状况明确，不存在知识产权权属纠纷。产品具有自主知识产权是指：申请单位经过其主导的技术创新活动，在我国依法拥有该申请认定产品的关键技术知识产权所有权，或依法通过受让或许可取得的广东省企业、事业单位或中国公民在我国依法拥有该申请认定产品的关键技术知识产权所有权或使用权(包括发明专利、实用新型专利、外观设计专利、软件著作权、集成电路布图设计、参与制订已颁布的国际、国家、行业技术标准等)。

4. 产品具有自主品牌，即申请单位拥有该产品注册商标的所有权。

5. 产品创新程度高。掌握产品生产的

核心技术和关键工艺；或应用新技术原理、新设计构思，在结构、材质、工艺等方面对原有产品有根本性改进，显著提高了产品性能；或在国内外率先提出技术标准。

6. 产品技术先进，在同类产品中处于国内领先水平。

7. 产品质量可靠，通过国家认证认可监督管理委员会或省级质量技术监督部门资质认定的法定实验室和检查机构的检测。属于国家有特殊行业管理要求的产品（如：医药、医疗器械、农药、计量器具、压力容器、邮电通信等产品），必须具有国家或省相关行业主管部门批准颁发的产品生产许可；属于国家实施强制性产品认证的产品，必须通过强制性产品认证。

8. 产品具有潜在的经济效益和较大的市场前景或能替代进口产品。

9. 属节能/节水认证范围的产品，应通过节能/节水产品认证，并在《节能产品政府采购清单》中公示。

三、提交材料

(一) 广东省自主创新产品认定申请书。

(二) 工商管理部门核发的营业执照副本复印件或营业执照复印件；若属中外合资，应提供在工商管理部门注册登记的股权结构。

(三) 关于产品知识产权权益状况和品牌状况的有效证明文件。涉及多个单位的，应提交与产品技术归属及权限有关的技术转让、许可、授权、合作生产、合作开发的合同或协议。

(四) 国家认证认可监督管理委员会或省级质量技术监督部门资质认定的实验室和检查机构提供的产品质量性能测试报告，或特殊行业产品生产许可证、强制性产品认证证书。

(五) 产品采用标准证明。

(六) 经会计师事务所审核的企业上年度财务报表。

(七) 辅助材料（申报单位可根据产品的具体情况选择提交）：

1. 鉴定证书或其他相当的技术证明材料。

2. 由省部级以上查新单位出具的查新报告；若有环境污染的项目，需提交产品投产后实测的环保达标证明；若属中外合资，应附股比说明、用户使用意见；属

专利技术的产品需附专利证书和国家知识产权局或其专利代办处出具的专利登记簿副本、获奖产品、名牌产品、驰名商标产品、著名商标产品等需相关证明。

3. 产品进入市场的证明和销售情况证明。

4. 出口产品须提交出口证明。

5. 其他需提供的材料,如产品生产规模、申请单位拥有专门的研究开发机构或部门等方面的有效证明。

四、申请受理机关

省科技厅

五、决定机关

省科技厅、省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局

六、办理程序

1. 申请单位填写《广东省自主创新产品认定申请书》并附所需材料,经地级以上市科技行政管理部门进行形式审查,签署意见后上报省科技厅;省直、中央驻粤单位应报其上级主管部门进行形式审查并签署意见后再报省科技厅。

2. 省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局委托广东省科技评估中心等省级以上

科技评估机构组织科技、知识产权、财务等领域的专家对各地上报的自主创新产品申请材料进行评审,必要时可对申请单位进行实地考察。每批候选专家由受委托机构推荐 10-20 名,经省科技厅监察部门从中随机抽取 5-7 名产生。

3. 省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局对通过专家评审的产品进行复审。

4. 经复审合格的自主创新产品,由省科技厅在其官方网站向社会公告,公告期为 15 个工作日。

5. 对于公告期无异议的产品,省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局颁发“广东省自主创新产品证书”,编入《广东省自主创新产品目录》,并优先列入《广东省政府集中采购目录》。对于有异议的产品,任何单位和个人可向省科技厅申述,省科技厅根据情况会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局进行调查或组织复议,并反馈调查结果。

七、办理时限

自主创新产品认定每年集中受理申报一次,由省科技厅发布当年申报产品的

受理截止时间。受理截止日起 180 个工作日内完成自主创新产品认定工作。每年集中受理复核一次，由省科技厅发布当年的产品复核受理截止时间。受理截止日起 90 个工作日内完成自主创新产品复核工作。

八、证照及有效期限

广东省自主创新产品证书有效期根据产品的不同特点分为两年、三年或四年。有效期满，被授予单位可再次申请认定，但应在有效期截止前三个月提出。有效期内，若产品状况发生变化，被授予单位应及时向省科技厅报告。对不再符合认定条件的产品，将取消其广东省自主创新产品资格，收回认定证书并予以公告。

九、优惠政策

申请人可以持“广东省自主创新产品证书”享受政府采购等有关优惠政策。

十、年审或年检

凡已认定的自主创新产品，在有效期内每年复核一次。被授予单位应在复核受理截止日前提出申请。

申请复核广东省自主创新产品需提供以下材料：

1. 广东省自主创新产品复核申请书。
2. 反映产品市场销量的用户订单、销售合同复印件。
3. 产品在上次认定之后取得的反映创新成效的相关证明复印件，如科技计划立项合同、产品鉴定（验收）证书、知识产权证书、产品获奖证书等。

省科技厅会同省发展改革委、省经贸委、省财政厅、省知识产权局、省质监局委托广东省科技评估中心等省级以上科技评估机构组织科技、知识产权、财务等领域的专家对申请单位递交的材料进行书面审查，必要时进行现场审查。复核合格的，由省科技厅在其官方网站向社会公告，公告期为 15 个工作日。对逾期未申请复核或者复核不合格的，将取消其自主创新产品资格，收回认定证书，从《广东省自主创新产品目录》中删除并予以公告。

企业产品标准管理规定

一、为进一步加强企业产品标准管理，提高企业产品标准水平，保障产品质量安全，根据《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国标准化法实施条例》等法律法规，制定本规定。

二、本规定适用于在中华人民共和国境内企业用于生产、加工或销售的产品标准的制定、修订、复审、备案等活动；药品及农业种植、养殖产品等除外。

三、企业生产的产品没有国家标准、行业标准或者地方标准的，应当制定企业产品标准，作为生产和贸易的依据。对已有国家标准、行业标准或者地方标准的，鼓励企业制定严于国家标准、行业标准或者地方标准的企业产品标准。

四、企业是企业产品标准的制定和实施主体，应当对其产品标准的内容及实施后果承担责任。

五、制定企业产品标准应当遵循下列原则：

(一)符合国家有关法律、法规和规章的规定；

(二)符合国家产业发展方针、政策；

(三)符合强制性的国家标准、行业标准和地方标准要求；

(四)满足保障人体健康、人身财产安全的要求，保护动植物生命健康和全；

(五)保护消费者合法权益，保护环境，合理利用资源和节约能源；

(六)保证产品质量和产品质量安全；

(七)完整反映产品的质量特征和功能特性；

(八)食品企业产品标准应当明确所使用的原辅料和添加剂。

六、鼓励企业积极采用国际标准和国外先进标准，制定具有自主知识产权的产品标准。

七、制定企业产品标准的一般程序包括编制计划、调查研究、起草标准草

案、征求意见、对标准草案进行必要的验证、审查、批准、编号、发布。

八、企业在批准、发布企业产品标准前应当组织专家进行审查。审查内容包括：

(一) 企业产品标准与国家法律法规和强制性标准规定的符合性；

(二) 技术内容的先进性、合理性和完整性；

(三) 试验方法的科学性；

(四) 检验规则的可操作性；

(五) 标准编写与《标准化工作导则》GB/T1 系列国家标准的符合性。

九、企业产品标准审查由企业负责组织，也可以委托专业标准化技术委员会、行业协会或者其他技术组织负责组织。

十、专家组负责标准的审查，实行组长负责制。专家组应当由研发、生产、检验、销售等方面人员组成，原则上不少于5人。直接参与企业产品标准起草的人员不得作为专家组成员参加审查。

十一、参与企业产品标准审查工作的专家应当具有中级以上专业技术职称任职资格或者大专以上学历和3年以上

从事相关行业工作经历，熟悉有关法律、法规、规章和有关强制性标准，了解相关产品生产的工艺、技术要求和国内外该领域技术、标准发展的状况。

十二、标准起草单位提交专家组的审查材料不得少于下列内容：

(一) 标准文本(送审稿)；

(二) 标准编制说明；

(三) 规范性引用文件和参考资料；

(四) 标准征求意见汇总处理表；

(五) 试验验证报告；

(六) 企业实施该标准在设备、检验、管理等方面能力的说明。

十三、标准审查必须经专家组全体人员三分之二以上同意方可通过，专家组应当根据审查意见填写审查单(会议纪要)。

审查情况应当包括：审查日期、地点、起草单位、组织审查机构、参加审查人员名单。审查结论主要涉及：评价意见、主要修改意见和采纳情况；所审查的企业产品标准送审稿是否符合法律、法规和强制性标准的规定；低于推荐性国家标准、行业标准和地方标准的，应当具有相

应的理由和相关影响的说明；是否予以通过审查等内容。

审查结论可以作为企业批准发布企业产品标准的技术依据。

十四、参加标准审查的专家在审查工作中应当坚持实事求是的原则和严肃认真的态度，保证审查结果的正确性、合理性和科学性，并对审查意见负责。参加审查工作的专家应当保守标准审查活动中涉及的技术秘密和商业秘密。

十五、企业产品标准审查通过后，由企业法定代表人或者其授权人批准、发布。

十六、企业产品标准应当定期复审，复审周期不超过3年。复审后应当提出继续有效、修订或者废止的明确结论。

十七、有下列情形之一的，企业产品标准应当进行复审：

(一) 国家有关法律、法规、规章以及产业发展方针、政策作出调整或者重新规定的；

(二) 新发布了相关国家标准、行业标准、地方标准的；

(三) 规范性引用文件中相应的国家标准、行业标准、地方标准作了修订的；

(四) 企业生产工艺或者原材料配方发生重大改变的；

(五) 标准备案有效期届满的；

(六) 其他应当进行复审的。

十八、企业产品标准备案是企业依法将批准发布的企业产品标准告知标准化行政主管部门，并由标准化行政主管部门存档备查的行为。备案后的企业产品标准可以依法作为监督检查的依据。

企业产品标准发布后30日内，应当报当地政府标准化行政主管部门和有关行政主管部门备案，具体受理备案的部门由省级标准化行政主管部门确定。

十九、企业产品标准备案应当提交下列材料：

(一) 企业产品标准备案/复审备案申请表；

(二) 标准批准发布文件；

(三) 企业产品标准纸质和电子文本；

(四) 企业产品标准编制说明；

(五) 企业产品标准审查单；

(六) 企业产品标准与相关法律法规、强制性标准等符合性承诺，与相应的推荐性标准是否一致的声明；企业产品标准采用国际标准、国外先进标准的，应当提供采标的相关说明和材料；

(七) 省级标准化行政主管部门规定的其他材料。

二十、企业应当对所提交备案材料的真实性、合法性负责，并对其实施后果依法承担责任。

二十一、负责受理企业产品标准备案部门对企业提交的材料是否齐全进行审查。企业提交的备案材料齐全，在5至7个工作日内应予办理；符合本规定第十九条要求的，准予备案；不符合本规定要求的，不予备案并书面告知企业。

二十二、企业产品标准备案的有效期为3年。省级标准化行政主管部门应当定期公告已备案企业产品标准名录。企业产品标准备案不得收取费用。

二十三、企业产品标准经复审为继续有效且备案有效期即将届满的，企业应当在该标准备案有效期届满前30日内，重新办理备案手续。逾期未办理的，前次备案注销。

企业产品标准经复审为修订的，修订后应当重新办理备案。

企业产品标准经复审为废止的，应当报当地标准化行政主管部门。

二十四、企业名称发生变更的，应当持有效证件办理企业产品标准备案。

二十五、经备案的企业产品标准，企业应当严格执行。

二十六、受理备案部门不得泄露、扩散标准的内容或者文本。备案的标准一般不对外提供，但法律法规另有规定的除外。

二十七、标准备案人员应当认真负责、恪尽职守，不向备案企业提出与备案工作无关的要求。对违反工作纪律、滥用职权、徇私舞弊、玩忽职守的，依法依规追究相应责任。

二十八、发现应当备案的企业产品标准未办理备案手续的，或者超过备案有效期限而未重新办理备案手续的，标准化行政主管部门应当责令其限期改正，并向社会公告。

二十九、各级标准化行政主管部门应对已备案的企业产品标准开展监督

检查，对不符合本规定的，应当责令企业限期改正，并取消备案。

三十、省、自治区、直辖市标准化行政主管部门应当做好备案企业产品标准监督检查的规划，有组织、有计划、有重点地开展备案企业产品标准的监督检查工作。

产品标准之二

广东省企业产品标准备案管理办法

第一条 为做好我省企业产品标准备案管理工作，根据《中华人民共和国标准化法》、《中华人民共和国标准化法实施条例》、《企业标准化管理办法》及《广东省标准化监督管理办法》的规定，制定本办法。

第二条 在本省行政区域内从事产品生产的企业，必须遵守本办法。本办法所称企业产品标准是指由企业制定的，作为企业组织生产、经营活动的依据。

第三条 省技术监督管理部门统一管理全省企业产品标准备案管理工作。

市、县技术监督管理部门负责本行政区域内的企业产品标准备案管理工作。

第四条 各级行政管理部门依据有关法律、法规的规定，在各自职责范围内，

三十一、本规定施行后，法律法规、规章对企业产品标准管理未作规定的事项，以本规定为准。

三十二、本规定自发布之日起施行。

发布部门：国家质量监督检验检疫总局/国家标准化管理委员会。

发布日期：2009年3月8日

做好企业产品标准的备案工作。

第五条 企业生产的产品，没有国家标准、行业标准和地方标准的，应当制定企业标准。

第六条 制定企业产品标准的原则：

(一) 符合 GB 1《标准化工作导则》的要求；

(二) 贯彻国家和地方有关的法律、法规，方针、政策，严格执行强制性国家标准、行业标准和地方标准；

(三) 保证安全、卫生，充分考虑使用要求，保护消费者利益，保护环境；

(四) 有利于企业技术进步，保证和提高产品质量，改善经营管理和增加社会效益；

(五) 积极采用国际标准和国外先进标准；

(六) 有利于合理利用国家资源、能源，推广科学技术成果，有利于产品的通用互换，符合使用要求，技术先进，经济合理；

(七) 有利于对外经济技术合作和对外贸易；

(八) 在本企业内的企业标准之间应协调一致。

第七条 企业产品标准由企业制定，组织有关专家参加标准草案的审查，由企业法人代表或法人代表授权的主管领导批准、发布。

第八条 企业制定、修订产品标准，应在发布后三十日内报技术监督管理部门和有关行政主管部门备案。

(一) 中央在粤企业、省属企业、跨地区企业集团的产品标准报省技术监督管理部门和有关行政主管部门备案；

(二) 市属及市政府所在城区的市属以下企业的产品标准报市技术监督管理部门和有关行政主管部门备案；

(三) 县属及县属以下企业的产品标准报县技术监督管理部门和有关行政主管

部门备案；

(四) 设在地方的中央在粤企业、省属企业、市属企业，其产品标准按规定到省或市备案的，省或市技术监督管理部门备案后应抄送当地技术监督管理部门。

(五) 无行政主管部门的企业，可直接报当地技术监督管理部门备案。

(六) 有关法律、法规和规章对企业产品标准备案另有规定的，依照法律、法规和规章的规定执行。

第九条 企业产品标准备案时，应报送下列资料：

(一) 企业产品标准备案登记表 2 份；

(二) 企业产品标准正式文本 4 份；

(三) 企业产品标准编制说明书。该说明书应重点说明确定标准中主要内容如技术指标性能要求、试验方法、检验规则等的目的和依据，试验方法的可行性、准确性等 2 份；

(四) 必要的验证报告 2 份；

(五) 标准审查合成函审意见 2 份；

(六) 采用国际标准或国外先进标准制定的企业标准，须附标准原文及译文各 1 份。

第十条 受理备案部门在收到企业产

品标准备案申请后，应在 15 天内办完备案手续，经备案的标准，必须在标准封面上标上备案号并盖上企业产品标准备案专用章。

第十一条 企业产品标准的代号、编号方法如下：

企业代号可用汉语拼音字母或阿拉伯数字或两者兼用组成。

如：企业代号为 AB 的某厂，于 1999 年发布的芒果汁饮料为该厂历年来的第三个标准，则该企业产品标准号为：Q/AB 3-1999。

第十二条 企业产品备案号的编号登记方法如下：

如：上例的某厂为广州市技术监督管理部门受理备案为第 801 个(从 1998 年 1 月 1 日开始计)，该产品的分类号按《国际标准分类法》(ICS 法)为 67，则该企业产品标准备案号为：QB/440100 67 801-1999。

第十三条 各级技术监督管理部门应做好产品标准的备案管理工作，县级技术监督管理部门应在每季度第一个月的 15 号前将备案标准目录报省技术监督管理部门，市技术监督管理部门应在每季度第一

产品标准之三

个月的 25 号前将备案标准目录报省技术监督管理部门。

第十四条 受理备案的部门，当发现备案的企业产品标准违反有关法律，法规和强制性标准规定时，责令申报备案的企业限期改正或停止实施。

第十五条 企业备案的产品标准要严格执行经备案的企业产品标准是监督检查产品质量的依据，企业必须按备案的产品标准组织生产和检验。

第十六条 企业产品标准应定期复审，复审周期一般不超过三年，当有相应国家标准，行业标准和地方标准发布实施后，应及时复审，并确定其是否继续有效、修订或废止。

第十七条 县级以上技术监督管理部门统一负责行政区域内对标准的实施进行监督。对违反本管理办法的，按国家有关法律法规处理。

第十八条 本办法由省技术监督局负责解释。

第十九条 本办法自颁布之日起实施，原《广东省企业产品标准备案暂行管理办法》作废。

《中华人民共和国产品质量法》

(1993年2月22日第七届全国人民代表大会常务委员会第30次会议通过,根据2000年7月8日第九届全国人民代表大会常务委员会第16次会议《关于修改〈中华人民共和国产品质量法〉的决定》修正)

第一章 总则

第一条 为了加强对产品质量的监督管理,提高产品质量水平,明确产品质量责任,保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序,制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内从事产品生产、销售活动,必须遵守本法。

本法所称产品是指经过加工、制作,用于销售的产品。

建设工程不适用本法规定;但是,建设工程使用的建筑材料、建筑构配件和设备,属于前款规定的产品范围的,适用本法规定。

第三条 生产者、销售者应当建立健全内部产品质量管理制度,严格实施岗位质量规范、质量责任以及相应的考核办法。

第四条 生产者、销售者依照本法规定承担产品质量责任。

第五条 禁止伪造或者冒用认证标志等质量标志;禁止伪造产品的产地,伪造或者冒用他人的厂名、厂址;禁止在生

产、销售的产品中掺杂、掺假,以假充真,以次充好。

第六条 国家鼓励推行科学的质量管理方法,采用先进的科学技术,鼓励企业产品质量达到并且超过行业标准、国家标准和国际标准。

对产品质量管理先进和产品质量达到国际先进水平、成绩显著的单位和个人,给予奖励。

第七条 各级人民政府应当把提高产品质量纳入国民经济和社会发展规划,加强对产品质量工作的统筹规划和组织领导,引导、督促生产者、销售者加强产品质量管理,提高产品质量,组织各有关部门依法采取措施,制止产品生产、销售中违反本法规定的行为,保障本法的施行。

第八条 国务院产品质量监督部门主管全国产品质量监督工作。国务院有关部门在各自的职责范围内负责产品质量监督工作。

县级以上地方产品质量监督部门主管本行政区域内的产品质量监督工作。县级以上地方人民政府有关部门在各自的职责范围内负责产品质量监督工作。

法律对产品质量的监督部门另有规定的，依照有关法律的规定执行。

第九条 各级人民政府工作人员和其他国家机关工作人员不得滥用职权、玩忽职守或者徇私舞弊，包庇、放纵本地区、本系统发生的产品生产、销售中违反本法规定的行为，或者阻挠、干预依法对产品生产、销售中违反本法规定的行为进行查处。

各级地方人民政府和其他国家机关有包庇、放纵产品生产、销售中违反本法规定的行为的，依法追究其主要负责人的法律责任。

第十条 任何单位和个人有权对违反本法规定的行为，向产品质量监督部门或者其他有关部门检举。

产品质量监督部门和有关部门应当为检举人保密，并按照省、自治区、直辖市人民政府的规定给予奖励。

第十一条 任何单位和个人不得排斥非本地区或者非本系统企业生产的质量合格产品进入本地区、本系统。

第二章 产品质量的监督

第十二条 产品质量应当检验合格，不得以不合格产品冒充合格产品。

第十三条 可能危及人体健康和人身、财产安全的工业产品，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准；未制定国家标准、行业标准的，必须符合保障人体健康和人身、财产安全的要求。

禁止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的标准和要求的工业产品。具体管理办法由国务院规定。

第十四条 国家根据国际通用的质量管理标准，推行企业质量体系认证制度。企业根据自愿原则可以向国务院产品质量监督部门认可的或者国务院产品质量监督部门授权的部门认可的认证机构申请企业质量体系认证。经认证合格的，由认证机构颁发企业质量体系认证证书。

国家参照国际先进的产品标准和技术要求，推行产品质量认证制度。企业根据自愿原则可以向国务院产品质量监督

部门认可的或者国务院产品质量监督部门授权的部门认可的认证机构申请产品质量认证。经认证合格的，由认证机构颁发产品质量认证证书，准许企业在产品或者其包装上使用产品质量认证标志。

第十五条 国家对产品质量实行以抽查为主要方式的监督检查制度，对可能危及人体健康和人身、财产安全的产品，影响国计民生的重要工业产品以及消费者、有关组织反映有质量问题的产品进行抽查。抽查的样品应当在市场上或者企业成品仓库内的待销产品中随机抽取。监督抽查工作由国务院产品质量监督部门规划和组织。县级以上地方产品质量监督部门在本行政区域内也可以组织监督抽查。法律对产品质量的监督检查另有规定的，依照有关法律的规定执行。

国家监督抽查的产品，地方不得另行重复抽查；上级监督抽查的产品，下级不得另行重复抽查。

根据监督抽查的需要，可以对产品进行检验。检验抽取样品的数量不得超过检验的合理需要，并不得向被检查人收取检验费用。监督抽查所需检验费用按照国务院规定列支。

生产者、销售者对抽查检验的结果有异议的，可以自收到检验结果之日起 15 日内向实施监督抽查的产品质量监督部门或者其上级产品质量监督部门申请复检，由受理复检的产品质量监督部门作出复检结论。

第十六条 对依法进行的产品质量监督抽查，生产者、销售者不得拒绝。

第十七条 依照本法规定进行监督抽查的产品质量不合格的，由实施监督抽查的产品质量监督部门责令其生产者、销售者限期改正。逾期不改正的，由省级以上人民政府产品质量监督部门予以公告；公告后经复查仍不合格的，责令停业，限期整顿；整顿期满后经复查产品质量仍不合格的，吊销营业执照。

监督抽查的产品有严重质量问题的，依照本法第五章的有关规定处罚。

第十八条 县级以上产品质量监督部门根据已经取得的违法嫌疑证据或者举报，对涉嫌违反本法规定的行为进行查处时，可以行使下列职权：

(一) 对当事人涉嫌从事违反本法的生产、销售活动的场所实施现场检查；

(二)向当事人的法定代表人、主要负责人和其他有关人员调查、了解与涉嫌从事违反本法的生产、销售活动有关的情况；

(三)查阅、复制当事人有关的合同、发票、账簿以及其他有关资料；

(四)对有根据认为不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品或者有其他严重质量问题的产品，以及直接用于生产、销售该项产品的原辅材料、包装物、生产工具，予以查封或者扣押。

县级以上工商行政管理部门按照国务院规定的职责范围，对涉嫌违反本法规定的行为进行查处时，可以行使前款规定的职权。

第十九条 产品质量检验机构必须具备相应的检测条件和能力，经省级以上人民政府产品质量监督部门或者其授权的部门考核合格后，方可承担产品质量检验工作。法律、行政法规对产品质量检验机构另有规定的，依照有关法律、行政法规的规定执行。

第二十条 从事产品质量检验、认证的社会中介机构必须依法设立，不得与

行政机关和其他国家机关存在隶属关系或者其他利益关系。

第二十一条 产品质量检验机构、认证机构必须依法按照有关标准，客观、公正地出具检验结果或者认证证明。

产品质量认证机构应当依照国家规定对准许使用认证标志的产品进行认证后的跟踪检查；对不符合认证标准而使用认证标志的，要求其改正；情节严重的，取消其使用认证标志的资格。

第二十二条 消费者有权就产品质量问题，向产品的生产者、销售者查询；向产品质量监督部门、工商行政管理部门及有关部门申诉，接受申诉的部门应当负责处理。

第二十三条 保护消费者权益的社会组织可以就消费者反映的产品质量问题建议有关部门负责处理，支持消费者对因产品质量造成的损害向人民法院起诉。

第二十四条 国务院和省、自治区、直辖市人民政府的产品质量监督部门应当定期发布其监督抽查的产品的质量状况公告。

第二十五条 产品质量监督部门或者其他国家机关以及产品质量检验机构不

得向社会推荐生产者的产品；不得以对产品进行监制、监销等方式参与产品经营活动。

第三章 生产者、销售者的产品质量 责任和义务

第一节 生产者的产品质量责任和 义务

第二十六条 生产者应当对其生产的产品质量负责。

产品质量应当符合下列要求：

(一) 不存在危及人身、财产安全的不合理的危险，有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的，应当符合该标准；

(二) 具备产品应当具备的使用性能，但是，对产品存在使用性能的瑕疵作出说明的除外；

(三) 符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准，符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。

第二十七条 产品或者其包装上的标识必须真实，并符合下列要求：

(一) 有产品质量检验合格证明；
(二) 有中文标明的产品名称、生产厂名和厂址；

(三) 根据产品的特点和使用要求，需要标明产品规格、等级、所含主要成分的名称和含量的，用中文相应予以标明；需要事先让消费者知晓的，应当在外包装上标明，或者预先向消费者提供有关资料；

(四) 限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；

(五) 使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明。

裸装的食品和其他根据产品的特点难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识。

第二十八条 易碎、易燃、易爆、有毒、有腐蚀性、有放射性等危险物品以及储运中不能倒置和其他有特殊要求的产品，其包装质量必须符合相应要求，依照国家有关规定作出警示标志或者中文警示说明，标明储运注意事项。

第二十九条 生产者不得生产国家明令淘汰的产品。

第三十条 生产者不得伪造产地，不得伪造或者冒用他人的厂名、厂址。

第三十一条 生产者不得伪造或者冒用认证标志等质量标志。

第三十二条 生产者生产产品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。

第二节 销售者的产品质量责任和义务

第三十三条 销售者应当建立并执行进货检查验收制度，验明产品合格证明和其他标识。

第三十四条 销售者应当采取措施，保持销售产品的质量。

第三十五条 销售者不得销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品。

第三十六条 销售者销售的产品的标识应当符合本法第二十七条的规定。

第三十七条 销售者不得伪造产地，不得伪造或者冒用他人的厂名、厂址。

第三十八条 销售者不得伪造或者冒用认证标志等质量标志。

第三十九条 销售者销售产品，不得掺杂、掺假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格产品冒充合格产品。

第四章 损害赔偿

第四十条 售出的产品有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：

(一) 不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；

(二) 不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；

(三) 不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的。

销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者(以下简称供货者)的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。

销售者未按照第一款规定给予修理、更换、退货或者赔偿损失的，由产品质量监督部门或者工商行政管理部门责令改正。

生产者之间，销售者之间，生产者与销售者之间订立的买卖合同、承揽合同有不同约定的，合同当事人按照合同约定执行。

第四十一条 因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产(以下简

称他人财产)损害的,生产者应当承担赔偿责任。

生产者能够证明有下列情形之一的,不承担赔偿责任:

(一)未将产品投入流通的;

(二)产品投入流通时,引起损害的缺陷尚不存在的;

(三)将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷的存在的。

第四十二条 由于销售者的过错使产品存在缺陷,造成人身、他人财产损害的,销售者应当承担赔偿责任。

销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的,销售者应当承担赔偿责任。

第四十三条 因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的,受害人可以向产品的生产者要求赔偿,也可以向产品的销售者要求赔偿。属于产品的生产者的责任,产品的销售者赔偿的,产品的销售者有权向产品的生产者追偿。属于产品的销售者的责任,产品的生产者赔偿的,产品的生产者有权向产品的销售者追偿。

第四十四条 因产品存在缺陷造成受害人人身伤害的,侵害人应当赔偿医疗

费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用;造成残疾的,还应当支付残疾人生活自助具费、生活补助费、残疾赔偿金以及由其扶养的人所必需的生活费等费用;造成受害人死亡的,并应当支付丧葬费、死亡赔偿金以及由死者生前扶养的人所必需的生活费等费用。

因产品存在缺陷造成受害人财产损失的,侵害人应当恢复原状或者折价赔偿。受害人因此遭受其他重大损失的,侵害人应当赔偿损失。

第四十五条 因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的诉讼时效期间为2年,自当事人知道或者应当知道其权益受到损害时起计算。

因产品存在缺陷造成损害要求赔偿的请求权,在造成损害的缺陷产品交付最初消费者满10年丧失;但是,尚未超过明示的安全使用期的除外。

第四十六条 本法所称缺陷,是指产品存在危及人身、他人财产安全的不合理的危险;产品有保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的,是指不符合该标准。

第四十七条 因产品质量发生民事纠纷时,当事人可以通过协商或者调解解决。当事人不愿通过协商、调解解决或者协商、调解不成的,可以根据当事人各方的协议向仲裁机构申请仲裁;当事人各方没有达成仲裁协议或者仲裁协议无效的,可以直接向人民法院起诉。

第四十八条 仲裁机构或者人民法院可以委托本法第十九条规定的产品质量检验机构,对有关产品质量进行检验。

第五章 罚则

第四十九条 生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准的产品的,责令停止生产、销售,没收违法生产、销售的产品,并处违法生产、销售产品(包括已售出和未售出的产品,下同)货值金额等值以上 3 倍以下的罚款;有违法所得的,并处没收违法所得;情节严重的,吊销营业执照;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第五十条 在产品中掺杂、掺假,以假充真,以次充好,或者以不合格产品冒充合格产品的,责令停止生产、销售,没收违法生产、销售的产品,并处违法生产、销售产品货值金额 50% 以上 3 倍

以下的罚款;有违法所得的,并处没收违法所得;情节严重的,吊销营业执照;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第五十一条 生产国家明令淘汰的产品的,销售国家明令淘汰并停止销售的产品,责令停止生产、销售,没收违法生产、销售的产品,并处违法生产、销售产品货值金额等值以下的罚款;有违法所得的,并处没收违法所得;情节严重的,吊销营业执照。

第五十二条 销售失效、变质的产品的,责令停止销售,没收违法销售的产品,并处违法销售产品货值金额 2 倍以下的罚款;有违法所得的,并处没收违法所得;情节严重的,吊销营业执照;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第五十三条 伪造产品产地的,伪造或者冒用他人厂名、厂址的,伪造或者冒用认证标志等质量标志的,责令改正,没收违法生产、销售的产品,并处违法生产、销售产品货值金额等值以下的罚款;有违法所得的,并处没收违法所得;情节严重的,吊销营业执照。

第五十四条 产品标识不符合本法第二十七条规定的,责令改正;有包装的

产品标识不符合本法第二十七条第（四）项、第（五）项规定，情节严重的，责令停止生产、销售，并处违法生产、销售产品货值金额 30% 以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得。

第五十五条 销售者销售本法第四十九条至第五十三条规定禁止销售的产品，有充分证据证明其不知道该产品为禁止销售的产品并如实说明其进货来源的，可以从轻或者减轻处罚。

第五十六条 拒绝接受依法进行的产品质量监督检查的，给予警告，责令改正；拒不改正的，责令停业整顿；情节特别严重的，吊销营业执照。

第五十七条 产品质量检验机构、认证机构伪造检验结果或者出具虚假证明的，责令改正，对单位处 5 万元以上 10 万元以下的罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员处 1 万元以上 5 万元以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，取消其检验资格、认证资格；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

产品质量检验机构、认证机构出具的检验结果或者证明不实，造成损失的，应

当承担相应的赔偿责任；造成重大损失的，撤销其检验资格、认证资格。

产品质量认证机构违反本法第二十一条第二款的规定，对不符合认证标准而使用认证标志的产品，未依法要求其改正或者取消其使用认证标志资格的，对因产品不符合认证标准给消费者造成的损失，与产品的生产者、销售者承担连带责任；情节严重的，撤销其认证资格。

第五十八条 社会团体、社会中介机构对产品质量作出承诺、保证，而该产品又不符合其承诺、保证的质量要求，给消费者造成损失的，与产品的生产者、销售者承担连带责任。

第五十九条 在广告中对产品质量作虚假宣传，欺骗和误导消费者的，依照《中华人民共和国广告法》的规定追究法律责任。

第六十条 对生产者专门用于生产本法第四十九条、第五十一条所列的产品或者以假充真的产品的原辅材料、包装物、生产工具，应当予以没收。

第六十一条 知道或者应当知道属于本法规定禁止生产、销售的产品而为其提供运输、保管、仓储等便利条件的，或

者为以假充真的产品提供制假生产技术的，没收全部运输、保管、仓储或者提供制假生产技术的收入，并处违法收入50%以上3倍以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第六十二条 服务业的经营者将本法第四十九条至第五十二条规定禁止销售的产品用于经营性服务的，责令停止使用；对知道或者应当知道所使用的产品属于本法规定禁止销售的产品的，按照违法使用的产品（包括已使用和尚未使用的产品）的货值金额，依照本法对销售者的处罚规定处罚。

第六十三条 隐匿、转移、变卖、损毁被产品质量监督部门或者工商行政管理部门查封、扣押的物品的；处被隐匿、转移、变卖、损毁物品货值金额等值以上3倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得。

第六十四条 违反本法规定，应当承担民事赔偿责任和缴纳罚款、罚金，其财产不足以同时支付时，先承担民事赔偿责任。

第六十五条 各级人民政府工作人员和其他国家机关工作人员有下列情形

之一的，依法给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任：

（一）包庇、放纵产品生产、销售中违反本法规定行为的；

（二）向从事违反本法规定的生产、销售活动的当事人通风报信，帮助其逃避查处的；

（三）阻挠、干预产品质量监督部门或者工商行政管理部门依法对产品生产、销售中违反本法规定的行为进行查处，造成严重后果的。

第六十六条 产品质量监督部门在产品质量监督抽查中超过规定的数量索取样品或者向被检查人收取检验费用的，由上级产品质量监督部门或者监察机关责令退还；情节严重的，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予行政处分。

第六十七条 产品质量监督部门或者其他国家机关违反本法第二十五条的规定，向社会推荐生产者的产品或者以监制、监销等方式参与产品经营活动的，由其上级机关或者监察机关责令改正，消除影响，有违法收入的予以没收；情节严重

的,对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予行政处分。

产品质量检验机构有前款所列违法行为的,由产品质量监督部门责令改正,消除影响,有违法收入的予以没收,可以并处违法收入 1 倍以下的罚款;情节严重的,撤销其质量检验资格。

第六十八条 产品质量监督部门或者工商行政管理部门的工作人员滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊,构成犯罪的,依法追究刑事责任;尚不构成犯罪的,依法给予行政处分。

第六十九条 以暴力、威胁方法阻碍产品质量监督部门或者工商行政管理部门的工作人员依法执行职务的,依法追究刑事责任;拒绝、阻碍未使用暴力、威胁方法的,由公安机关依照治安管理处罚条例的规定处罚。

第七十条 本法规定的吊销营业执照的行政处罚由工商行政管理部门决定,本法第四十九条至第五十七条、第六十条至第六十三条规定的行政处罚由产品质

量监督部门或者工商行政管理部门按照国务院规定的职权范围决定。法律、行政法规对行使行政处罚权的机关另有规定的,依照有关法律、行政法规的规定执行。

第七十一条 对依照本法规定没收的产品,依照国家有关规定进行销毁或者采取其他方式处理。

第七十二条 本法第四十九条至第五十四条、第六十二条、第六十三条所规定的货值金额以违法生产、销售产品的标价计算;没有标价的,按照同类产品的市场价格计算。

第六章 附则

第七十三条 军工产品质量监督管理办法,由国务院、中央军事委员会另行制定。

因核设施、核产品造成损害的赔偿责任,法律、行政法规另有规定的,依照其规定。

第七十四条 本法自 1993 年 9 月 1 日起施行。

征稿启事

《广东高企》是由广东省高新技术企业协会主办的专业性、经营管理类刊物，其宗旨是立足服务广东省高新技术企业，着眼行业发展，促进企业与政府、企业与企业之间的沟通与交流，展示我省高新技术企业发展成果，反映企业心声与需求。欢迎省内各高新技术园区、高新技术企业、高等院校、科研院所及对高新产业有研究的专家来稿。

1. 征稿范围

本刊设有综合、政策法规、企业动态、经验交流、技术与人才等栏目，主要报道国家及广东地方的有关高新技术产业法规政策及解读、高新技术与产品、经营与发展经验、高新技术企业发展动态、技术与人才供求信息等文章。择优报道国内外其他区域关于高新技术企业的上述内容。各高新技术企业、企业家、科研院所、科技工作者以及所有关心和支持高新技术企业发展的有识之士均可在上述内容方面投稿。

2. 稿件要求

只接收中文稿件，可附详细的中英文摘要。题目应简洁明快；语言洗练；名词术语使用规范；使用法定的计量单位；插图清晰，表格为三线表，图表随文排版；按顺序编码制正确引用参考文献，保留引文前三位作者姓名。

3. 投稿方式

本刊稿件作者文责自负，来稿一律不退，请作者自留底稿。网上投稿，请将稿件发至邮箱：gdhte.cn@163.com；或寄至：广州市天河区东莞庄一横路116号7楼708、710室。请勿一稿两投；学生投稿须经导师同意。如有署名争议及保密问题，请勿投稿。

投稿请写明作者详细通联方式（含电话、通信地址、邮编、E-mail等）；编辑部享有对来稿的编辑权。如有疑问请致电编辑部（020-38458021）。

4. 审稿流程

收到稿件后由编辑部严格初审。经责任编辑、外审专家、主编终审录用的稿件，需编辑加工和英文编辑润色后再退给作者修改定稿。关于重大政策、技术、成果的文章予以优先、及时发表。

5. 稿件费用

一经采用，稿费从优。

欢迎各界人士刊登您富有创意和吸引力的广告。

《广东高企》编辑部
二〇一〇年三月八日