

T/AHFIA

安徽省食品行业协会团体标准

T/AHFIA 0XX—2022

名优特色食品认定规范

Standard for identification of famous and high-quality specialty foods

(征求意见稿)

2022 - XX - XX 发布

2022 - XX - XX 实施

安徽省食品行业协会 发布

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》给出的规则起草。

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。

本文件由安徽省食品行业协会提出。

本文件由安徽省食品行业协会归口。

本文件起草单位：XXX、XXX、XXX。

本文件主要起草人：XXX、XXX、XXX。

名优特色食品认定规范

1 范围

本文件规定了名优特色食品认定的认定原则、认定指标、认定方式和方法。
本文件适用于对安徽省内名优特色食品进行的认定。

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 19011 质量和(或)环境管理体系审核指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件

3.1

名优特色食品 famous and high-quality specialty foods

具有浓郁的地方特色，享有较高声誉，市场占有率和知名度居行业前列，用户满意度高，具备文化内涵或传承工艺，实物质量达到国内先进水平，在区域内特有或特别著名的食品。

3.2

认定 identification

由第三方对事物在性质、数量、优劣、方向等方面做出的承认和确定。

4 认定原则

4.1 公平性

认定应公平、公正，应按照工作程序和有关要求执行，不受来自第三方的干扰和影响，认定实施主体应独立做出判定。

4.2 全面性

认定实施过全要素选取，做到完整全面，体现该食品的主要特征。

4.3 规范性

认定的开展应基于已有的客观数据、规范性材料或其他已被普遍接受的协议或惯例，认定依据的信息内容应真实准确，与客观实际情况相一致，符合食品实际特性。

4.4 持续性

认定应是持续性的，得出认定结果后，应至少按年度进行监督评价（包括组织内外部及第三方机构的监督），至少每三年重新认定一次，达到保持和改进的目的，改进动态平衡过程中的良性发展。

5 认定指标

5.1 地域特色

5.1.1 原材料产地

原材料应当产自特定地域。

5.1.2 生产地域

食品应当在特定地域进行生产；食品生产的技术规程应当以文件化形式可获取；

5.1.3 经营特征

食品经营在特定的区域内，同类产品中市场占有率名列前茅；能够带动区域周边相关产业规模和效益的提升；

5.2 文化要素

5.2.1 历史文化特征

食品具有一定的历史渊源和文化积淀或有独特的经营理念和品牌故事。

5.2.2 食品形象

食品的历史文化内容应当具有真实原型为依据，能够在顾客认知空间形成清晰的印象，对该产品质量具有“担保”效应；满足顾客的“怀旧”情结并增加购买可能性。

5.2.3 管理创新

食品的管理创新包括：食品质量特色保护管理机制和监管模式创新；营销渠道、售后服务、宣传方式等创新；

5.3 质量要求

5.3.1 工艺特色

食品应当具有独特的原料、配方或参数等；在特定区域内具有唯一性或者代表性；

5.3.2 工艺质量

食品的质量应当符合国家相关法律法规的要求，有健全和有效运行的产品质量控制体系；

5.3.3 食物质量

食品具有浓郁的地方特色，并保持稳定的质量；在过去3年内未发生任何质量安全等事故。

5.4 市场表现

5.4.1 品牌影响力

食品的品牌在特定的区域内有较高的知名度和美誉度，消费者对食品的销售和服务有较高的满意度。

5.4.2 社会认可度

食品应当符合相关产品标准和相应技术要求，取得并按照规定规范使用与认证证书内容一致的认证标志；3年内无质量监督检查不合格记录，无质量违法、违规记录，无生产经营假冒伪劣产品行为记录，无质量虚假宣传行为记录，无违背质量承诺的行为记录；能够通过质量信用的有效管理实现质量信用水平的持续改进；在金融、税务、商务、环保和安全生产等方面无不良记录。

5.4.3 奖励情况

食品在国家行政部门所认可的评奖主体组织的相关评奖活动中所获奖项；在相关行业协会所认可的评奖主体组织的相关评奖活动中所获奖项。

6 认定的方式与方法

6.1 总体要求

6.1.1 依据本标准开展认定时，需组织专门的评价小组以评价的方式进行。

6.1.2 评价应有计划，计划中应包括对名优特色食品不同层面要素的调查，得出综合性的评价结果。

6.1.3 评价时应当并重考虑企业与社会的短期利益与长期利益，对企业所制定的计划进行合理性考察。

6.1.4 评价时采用文件调查和现场调查的方式，包括查阅文件和记录、询问工作人员、观察现场、走访社区居民等，宜按 GB/T 19011 中 6.4 规定的方法进行。

6.2 评价

6.2.1 依据本标准进行评价时，采用综合评价法，带“*”号的要求为否决项，其他为改进项，见表 1。

6.2.2 本标准给出评价的基本要求，见附录 A。在实际评价中，应根据本标准规定的要求制定有关细则。

6.2.3 评分时应包含以下原则性要求：

- a) 以评价过程中发现的不符合评价指标的情况确定为不合格项。
- b) 遇到需要抽取多个同类型样本验证评分的指标时（例如：处理突发事件的速度、态度、结果等），可按其不符合的比例按权重确定。
- c) 发现以下情况：不符合国家法律、法规的要求；不符合行业专业性的特殊要求等，不予以评价。
- d) 在评价过程中发现企业在名优特色产品提供过程中有特别优势时（高于国家法律、法规的有关要求，处于行业领先的情况），可确定为奖励项。

6.3 评价结果的认定

6.3.1 经营特征、历史文化特征、食物质量、社会认可度中带“*”号项有一项经评价不合格的，结果认定为不通过。

- 6.3.2 其他改进项经评价有三项不合格的，结果认定为不通过。
- 6.3.3 奖励项最多可冲抵一项不合格的改进项。

附 录 A
(规范性附录)
名优特色食品评价指标

名优特色食品评价指标见表 A.1。

表 A.1 名优特色食品评价指标及要求

一级指标	二级指标	要求
地域特色	原材料产地	原材料应当产自特定地域；
	生产地域	食品应当在特定地域进行生产；食品生产的技术规程应当以文件化形式可获取；
	经营特征*	食品经营在特定的区域内，同类产品中市场占有率名列前茅；能够带动区域周边相关产业规模和效益的提升；
文化要素	历史文化特征*	食品具有一定的历史渊源和文化积淀或有独特的经营理念和品牌故事。
	食品形象	食品的历史文化内容应当具有真实原型为依据，能够在顾客认知空间形成清晰的印象，对该产品质量具有“担保”效应；满足顾客的“怀旧”情结并增加购买可能性。
	管理创新	食品的管理创新包括：食品质量特色保护管理机制和监管模式创新；营销渠道、售后服务、宣传方式等创新；
质量要求	工艺特色	食品应当具有独特的原料、配方或参数等；在特定区域内具有唯一性或者代表性；
	工艺质量	食品的质量应当符合国家相关法律法规的要求，有健全和有效运行的产品质量控制体系；
	食物质量*	食品具有浓郁的地方特色，并保持稳定的质量；在过去3年内未发生任何质量安全等事故；
市场表现	品牌影响力	食品的品牌在特定的区域内有较高的知名度和美誉度，消费者对食品的销售和服务有较高的满意度。
	社会认可度*	食品应当符合相关产品标准和相应技术要求，取得并按照相关规定规范使用与认证证书内容一致的认证标志；3年内无质量监督检查不合格记录，无质量违法、违规记录，无生产经营假冒伪劣产品行为记录，无质量虚假宣传行为记录，无违背质量承诺的行为记录；能够通过质量信用的有效管理实现质量信用水平的持续改进；在金融、税务、商务、环保和安全生产等方面无不良记录。
	奖励情况	食品在国家行政部门所认可的评奖主体组织的相关评奖活动中所获奖项；在相关行业协会所认可的评奖主体组织的相关评奖活动中所获奖项。

参 考 文 献

- [1] ISO 10668:2010 品牌评估—品牌货币价值评估要求 一般性要求
 - [2] ISO 10668:2010 品牌评估—品牌货币价值评估要求 具体要求
 - [3] ISO 10668:2010 品牌评估—品牌货币价值评估要求 评价方法
 - [4] ISO 26000:2010 社会责任指南 术语和定义
-