

上海市市场监督管理局文件

沪市监规范〔2023〕5号

上海市市场监督管理局关于印发 《上海市“上品”标志管理办法》的通知

各区市场监管局，临港新片区市场监管局，市局机关各处室、执法总队、机场分局，各事业单位，各有关认证机构：

《上海市“上品”标志管理办法》已经市市场监管局局长办公会审议通过，现印发给你们，该办法自2023年5月1日起施行，请认真遵照执行。

特此通知。

上海市市场监督管理局

2023年3月31日

（此件公开发布）

上海市“上品”标志管理办法

第一条（目的与依据）

为规范“上品”标志使用，促进质量提升，培育高品质产品和服务品牌，助力打响上海“四大品牌”，构筑高质量发展策源地，根据《中华人民共和国产品质量法》等法律法规的规定，结合本市实际，制定本办法。

第二条（适用范围）

“上品”标志的使用及其相关监督管理活动适用本办法。

“上品”标志包括但不限于“上品”标志（基本图案）、“上海品牌”认证专用标志、“上海品牌”培育专用标志、“上海标准”专用标志等。

第三条（工作职责）

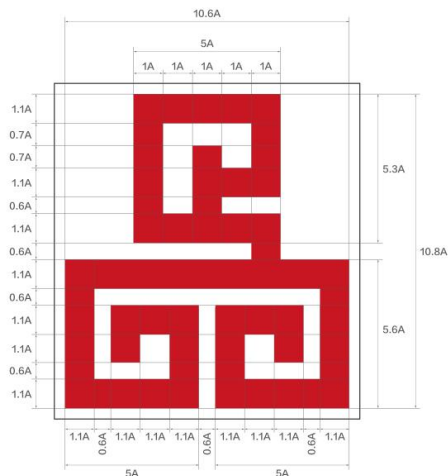
市市场监督管理部门负责“上品”标志相关监督管理和综合协调工作。区市场监督管理部门按照职责分工，负责本行政区域内“上品”标志使用的监督检查工作。

“上海品牌”认证、“上海品牌”培育评价、“上海标准”评价等认证或者评价的组织方（以下简称认证或者评价组织方）按照市市场监督管理部门要求，负责“上品”标志的宣传推广、指引标志使用等操作层面的工作。

第四条（基本图案）

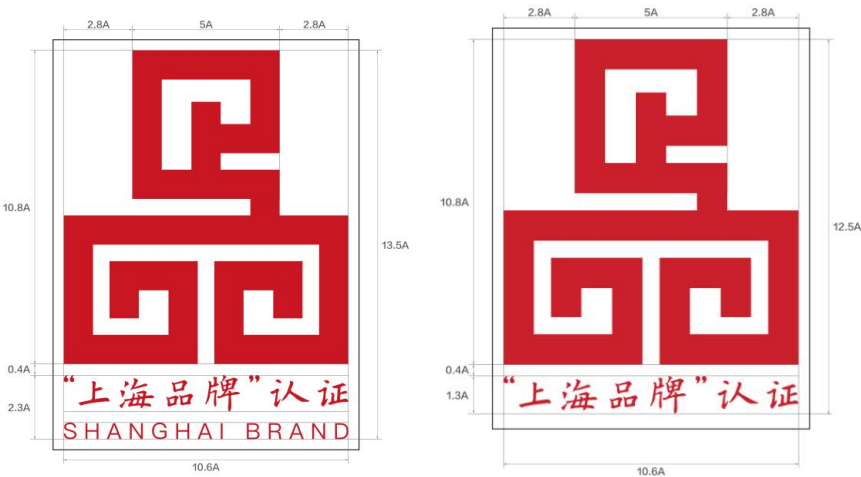
“上品”标志的基本图案由“品”字型青铜器回纹构成，色

调为红色。基本图案的标准色为 CMYK：（16,100,100,6）或 RGB：（195,13,35），尺寸要求如下：



第五条（“上海品牌”认证专用标志样式）

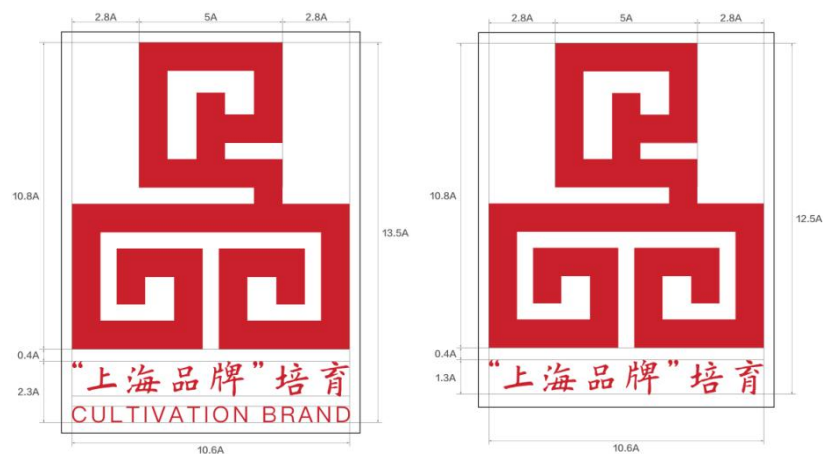
用于“上海品牌”认证等活动的标志样式应为基本图案与“上海品牌”认证、SHANGHAI BRAND 等词语的组合使用。中英文同时使用的，中英文应当对应并色调一致。标志尺寸要求如下：



第六条（“上海品牌”培育专用标志样式）

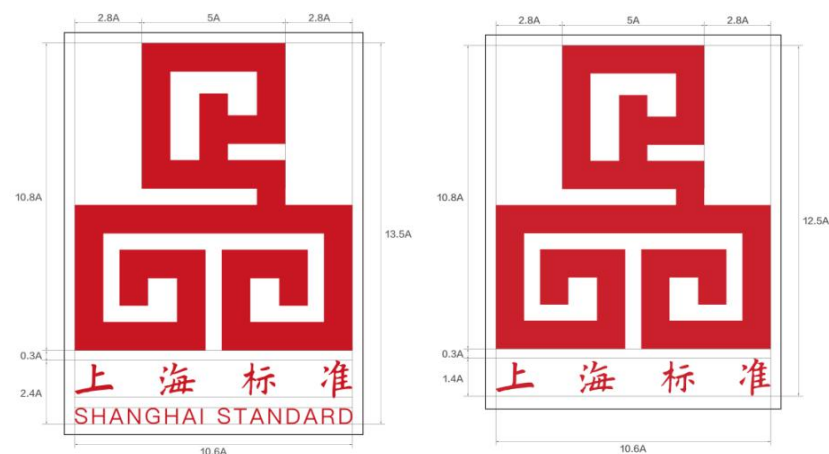
用于“上海品牌”培育评价活动的标志样式应为基本图案与

“上海品牌”培育、CULTIVATION BRAND 等词语的组合使用。中英文同时使用的，中英文应当对应并色调一致。标志尺寸要求如下：



第七条（“上海标准”专用标志样式）

用于“上海标准”等评价活动的标志样式应为基本图案与上海标准、SHANGHAI STANDARD 的组合使用。中英文同时使用的，中英文应当对应并色调一致。标志尺寸要求如下：



第八条（标志的适应性调整）

“上品”标志的使用人可以按照比例放大或者缩小标志图形。

放大或者缩小后标志图形应当清晰可识，不得更改图形的比例关系、图案形状和构成、文字和字体。

使用“上品”标志原则上不改变基本色调。确需调整的，使用人应当告知认证或者评价组织方。

第九条（标志的应用场景）

鼓励企（事）业单位或者其他组织在下列经营活动中依法使用“上品”标志：

- （一）提供通过“上海品牌”认证的产品或者服务的；
- （二）提供通过“上海品牌”培育评价的产品或者服务的；
- （三）使用通过“上海标准”评价的标准的。

第十条（标志的使用方法）

“上品”标志的使用人可以采取以下方式使用“上品”标志：

- （一）在产品本体、包装、容器、铭牌等上采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式使用“上品”标志；
- （二）在产品附加标牌、标签、产品说明书、介绍手册等中采用印制等方式使用“上品”标志；
- （三）在与获得认证或者评价范围有关的生产经营场所采取悬挂、张贴等方式使用“上品”标志；
- （四）在电视、公开发行的出版物等媒体上播放（刊载）载有“上品”标志的宣传片、动画、图画、印刷品等；
- （五）在展览会、博览会上提供载有“上品”标志的纸质或者电子资料；

（六）在生产经营操作系统、电子商务网站、微信、微信公众号、微博、二维码、手机应用程序等网络载体上使用“上品”标志；

（七）其他符合法律法规规定的使用方法。

在获得“上海品牌”培育评价有效期内通过“上海品牌”认证的，可以使用“上海品牌”认证专用标志。

“上海标准”专用标志应当印刷或黏贴于标准文本封面特定位置；执行“上海标准”的产品或者服务，可以在公开标准编号或名称时加注“上海标准”字样。

第十一条（标志使用人义务）

“上品”标志的使用人应当依法使用“上品”标志。

“上品”标志的使用人应当建立“上品”标志使用管理制度，积极配合市、区市场监督管理部门对“上品”标志使用情况开展的监督检查，以及实施“上海品牌”认证、“上海品牌”培育评价、“上海标准”评价等认证机构或者评价机构（以下简称认证或者评价机构）针对“上品”标志使用情况开展的跟踪调查。

第十二条（停止使用的情形）

“上海品牌”认证、“上海品牌”培育评价、“上海标准”评价等证书被暂停、期限届满、提前终止或者被撤销的，相关“上品”标志的使用人应当停止使用“上品”标志。

第十三条（禁止行为）

禁止伪造、冒用、转让“上品”标志，禁止利用“上品”标

志从事虚假宣传、欺骗或者误导公众等行为。

第十四条（信息公开）

认证或者评价组织方应当在其网站上设立“上海品牌”认证、“上海品牌”培育评价、“上海标准”评价等信息专栏，公布标志使用人名单及其认证或者评价内容。

第十五条（认证或者评价组织方职责）

认证或者评价组织方应当编制“上品”标志的使用守则并组织实施。

“上品”标志的使用守则包括以下内容：

- （一）“上品”标志使用要求；
- （二）“上品”标志使用相关责任；
- （三）其他应当规范的内容。

第十六条（认证或者评价机构职责）

认证或者评价机构应当根据相关规定要求，采取适当的方式和频次对“上品”标志的使用人开展跟踪调查，引导“上品”标志的使用人依法合规使用“上品”标志。

认证或者评价机构发现“上品”标志的使用人违反使用守则的，应当及时处理。

第十七条（监督）

“上品”标志的使用人未依法使用“上品”标志的，市、区市场监督管理部门应当依法予以处理。

认证或者评价组织方、认证或者评价机构未履行本办法第十

五条、第十六条等相关规定的，市市场监督管理部门应当约谈相关单位；情节严重的，应当依法追究法律责任。

第十八条（实施日期）

本办法自 2023 年 5 月 1 日起施行，有效期至 2028 年 4 月 30 日。