ICS

团　　体　　标　　准

T/OTOP XXXX—2022

生态产品 评定通则

General Rules for assessment of ecological products

（征求意见稿）

XXXX－XX－XX发布　　XXXX－XX－XX实施

中国民族贸易促进会　　发 布

目 次

前言 II
1 范围 1
2 规范性引用文件 1
3 术语和定义 1
4 评定要素 3
5 原产地评定 7
6 综合要素 8
7 生态产品溯源信息系统 10
8 评定管理 11
9 标志使用 13
10 监督管理 13

前　言

本文件按照GB/T1.1-2020《标准化工作导则》第1部分：标准化文件的结构和起草规定起草。
本文件由XXXXXX提出。
本文件由XXXXXX归口
请注意本标准的某些内容可能涉及专利。本标准的发布机构不承担识别专利的责任。
本文件起草单位：XX
本文件主要起草人：XX

生态产品评定通则

1 范围

本文件规定了生态产品评定应遵循的原则。
本文件适应于生态产品的评定。

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，不注目期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。
GB 3095 环境空气质量标准
GB 3838 地表水环境质量标准
GB 5084 农田灌溉水质标准
GB/T 14848 地下水质量标准
GB 15618 土壤环境质量标准
GB 16153-1996 饭馆（餐厅）卫生标准
GB/T 16766-2010 旅游业基础术语
GB/T19004.2 建立服务质量保证体系
GB/T19425-2003 《防伪技术产品通用技术条件》
GB/T 22258-2008 《防伪标识通用技术条件》
GB/T 24001 环境管理体系认证
GB/T24040-2008 环境管理 生命周期评价原则与框架
GB/T 27000-2006 合格评定 词汇和通用要求
GBT 19000-2016 质量管理体系 基础和术语
ISO14064-1:2018 温室气体----第1部：组织层面上温室气体排放与清除量化及报告规范
ISO14067：2018 温室气体-产品碳足迹-量化要求及指南
RB/T 006-2019 商品流通过程电子溯源与信息服务系统建设规范
LB/T 007 绿色旅游饭店
LB/T 014 旅游景区讲解服务规范
《中华人民共和国合同法》
《中华人民共和国进出口货物原产地条例》（2019修订）
《原产地标记管理规定》
《原产地标记管理规定实施办法》
生态文明建设有关法律法规等
生态环境部发布《企业温室气体排放报告核查指南(试行)》
《中华人民共和国进出口货物原产地条例》（2019 修订）。
生态产品应符合《原产地标记管理规定》《原产地标记管理规定实施办法》的规定

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

生态产品 ecological product
产品生命周期中符合绿色环保、低碳节能、资源节约、循环、可再生要求的生态型产品，生态产品具有原产地产品特征、特性。包括：生态农业产品、生态工业产品和生态文化旅游产品等。

3.2

生态农业产品 ecological agricultural products

在保护、改善农业生态环境的前提下，遵循生态学、生态经济学规律，生产出来的符合农产品质量安全要求的，具有原产地特征和特性的农产品。包括粮油作物、瓜果蔬菜、鸡鸭鱼肉等各类农产品。

3.3

生态工业产品 eco-industrial products

遵循生态学、生态经济学规律生产的符合工业产品质量安全要求的，以生产过程无浪费、无污染为目标，将资源生产部门提供的初级资源加工转换成满足人类生产生活需要的工业品;还原生产部门将各副产品再资源化，或无害化处理，或转化为新的工业品。

3.4

生态文化产品 eco-cultural products

是指人类创造的一切提供给社会的含有文化特征和特性的物质产品，包括批量生产的民族、民俗文化产品；物质和非物质文化遗产中传统文化产品和工艺品（诸如笔墨纸砚、陶瓷、刺绣、雕刻、珠宝玉石等各类材料的工艺品等）；个人创作的文化作品（书法、绘画、篆刻、剪纸等）；具有文化特色的服务业产品，如旅游服务产品、中国传统技艺服务产品等。

3.5

生态旅游 eco-tourism

以可持续发展和循环经济为经营和管理理念,以生态化设计为基础,实施清洁生产,倡导生态化服务和消费,在有效保护旅游资源和旅游环境的基础上，向旅游者提供实现一次旅游活动所需要的各种产品与服务的组合。

3.6

生态原产地目的地旅游服务 eco-origin Destination Tourism Services

由生态旅游资源（原产地特色资源）、生态旅游产品、生态旅游设施、生态旅游服务和生态旅游管理构成。

3.7

旅游目的地 tourist destination

能够吸引一定规模数量的旅游者,具有较大空间范围和较齐全接待设施的旅游地域综合体。

注：[引自 GB/T 16766-2010 旅游业基础术语]

3.8

目的地旅游服务 destination tourism services

在旅游目的地向旅游者提供实现一次旅游活动所需要的各种产品与服务的组合。具体参照GB/T 16766-2010。

3.9

绿色贸易 green Trade

在贸易中预防和制止由于贸易活动而威胁人民的生存环境以及对人民的身体健康的损害，从而实现可持续发展的贸易形式。

3.10

绿色供应链 Green supply chain

指将环境保护和资源节约的理念贯穿于企业从产品设计到原材料采购、运输、储存、销售、使用和报废处理的全过程，使企业的经济活动于环境保护相协调的上下游供应关系。

3.11

数字贸易 digital trading

是指信息通信技术发挥重要作用的贸易形式。数字贸易不仅包括基于信息通信技术开展的线上宣传、交易、结算等促成的实物商品贸易，还包括通过信息通信网络(语音和数据网络等)传输的数字服务贸易，如数据、数字产品、数字化服务等贸易。

3.12

碳达峰 carbon peak

在某一个时点，二氧化碳的排放不再增长达到峰值，之后逐步回落。碳达峰是二氧化碳排放量由增转降的历史拐点，标志着碳排放与经济发展实现脱钩，达峰目标包括达峰年份和峰值。

3.13

碳中和 carbon neutralization

指企业、团体或个人测算在一定时间内直接或间接产生的温室气体排放总量，通过植树造林、节能减排等形式，以抵消自身产生的二氧化碳排放量，实现二氧化碳"零排放"。

3.14

碳足迹 Carbon footprint

指沿着产品的整个生命周期，量化其直接及间接活动中的温室气体排放量。量化一个产品在生命周期各个阶段温室气体的排放和移除，有利于识别排放和移除的重点环节从而制定减少排放和增加移除的行动计划。

3.15

生命周期 iife cycle

产品系统中前后衔接的一系列阶段，从自然界或从自然资源中获取原材料，直至最终处置。

[来源: GB/T24040-2008 ， 定义 3.1]

3.16

产地特征 origin feature

产品出生、生长、生产、加工、制造以及产品来源地的自然、地理、人文、历史等属性，包括地形地貌、土壤状况、水文资料、气象条件、历史渊源、人文背景、生产工艺和工序、配方等。

3.17

产地特性 ridin identity

产品固有的、与原产地内在关联的品质和特点。

3.18

评定 rating

合格评定

与产品、过程、体系、人员或机构有关的规定要求得到满足的证实。

[来源: GB/T 27000-2006，术语 2.1]

3.19

产品 products

在组织和顾客之间未发生任何交易的情况下，组织能够产生的输出。

[来源: GB/T 19000-2016 ， 术语 3.7.6]

4 评定要素

4.1 分类

包括但不限于生态评定要素、原产地评定要素、综合评定要素三大类。对特殊生态原产地产品，本标准无法满足评定要素的，可另行制定相应标准或细则，但应关注本标准的基本要求并争取保持一致。

4.2 生态评定要素

包括但不限于：

生态农业产品
生态工业产品
生态文化产品。

4.3 生态农业产品评定要素

4.3.1 生态农业产品产地环境

生态农业产品的产地环境应符合当地原产地的特征，包括但不限于：

1) 生态原产地标志保护产品区的要求；
2) 海拔；
3) 经纬度；
4) 年平均气温；
5) 降雨量；
6) 土壤特性；
7) pH 值。

4.3.2 产地环境条件

生态产品的产地环境条件包括但不限于：

1）土壤：土壤质量应符合 GB15618 二级标准；
2）灌溉水：灌溉水质量应符**合** GB5084 标准；
3）地下水：地下水应符合 GB/T 14848 标准；
4）地表水：地表水应符合GB 3838标准；
5）空气：空气质量应符**合** GB3095 二级标准

4.3.3 生态农业产品基础要素

包括但不限于：

a) 产地范围及特征：符合 4.3.1、4.3.2 的要求；
b) 品牌包括：注册商标、专利权、自主知识产权等；
c) 技术指标、相关的技术标准及质量要求；
d) 区域生态环境质量、污染治理措施，并提供相关证明材料,包括环境质量报告书、碳达峰数据等(适用时)。

4.3.4 生态农业产品核心要素

应提供相关要求的证明材料，包括但不限于：

1) 绿色环保；产品形成过程中符合国家或地方生态建设和绿色环保的相关规定。
2) 低碳节能；(低碳意指较低(更低)的温室气体(二氧化碳为主)排放。节能主要指尽可能地减少能源消耗量,）应符合生态环境部发布《企业温室气体排放报告核查指南(试行)》ISO14064-1:2018 温室气体----第 1 部：组织层面上温室气体排放与清除量化及报告规范及 ISO14067：2018 温室气体-产品碳足迹-量化要求及指南。
3) 资源节约；
4) 循环、可再生。

4.4 生态工业产品评定要素

4.4.1 产地环境

4.4.1.1 应提供评定产品所在区域的生态建设、污染治理设施相关的信息，识别是否属于生态敏感区、脆弱区，环境质量（包括大气、水质、土壤、噪声等），并提供相关证明材料,包括环境质量报告书等(适用时)。

4.4.1.2 与生态文明建设有关法律法规有关的信息。定期对产品所在区域进行环境影响评价，提供相关材料,包括检测报告等(适用时)。

4.4.2 产品设计

产品设计过程中应考虑生命周期中符合绿色环保、低碳节能、资源节约、循环、再生特性的环节及因素，应根据实际情况采取相应措施，致力于持续改进可再生能源的使用和材料的循环利用。申请的产

品在生产过程中应有碳达峰、碳中和实施措施、目标（适用时）及产品的整个生命周期应量化其直接及间接活动中的温室气体排放量指标。温室气体排放量指标应符合 ISO14067：2018 《温室气体-产品碳足迹-量化要求及指南》的要求。

4.4.3 输入评定

4.4.3.1 材料

1）提供投入材料的详细清单，包括但不限于：供应商信息、资质，产地信息、数量等；
2）识别原材料的提取符合国家相关资源利用、环保有关规定。应识别评定产品使用包装物的循环利用率。

4.4.3.2 特别对输入的禁限用投入品使用提出控制要求。

4.4.4 能源与资源

1）生产过程中所消耗的能源、自然资源的种类及数量，给出能源消耗中清洁能源和循环、可再生能源所占比例。
2）申请产品的碳达峰碳中和和措施及目标（适用时）。
3）申请产品的碳足迹指标。
4）识别单位产品的能源、资源消耗量优于同类产品的特征：
申请生态产品产地范围内的土地产出率（单位土地上的平均年产值）；
申请产品包装物循环利用率；
申请产品再生水利用率；
申请产品固体废物综合利用率；
申请人再生能源、资源使用情况；
申请受保护产品是否考虑产品报废后的减量化、资源化和无害化，若有考虑，需说明具体做法和取得效果；
其它。
5）申请方的综合能耗达到或优于本行业清洁生产标准并持有有效证书的，可作为采信证据。

4.4.5 过程评定

对产品的生命周期整个过程进行有效的管理，识别对生态产品特性有显著影响的关键单元过程并加以控制。

4.4.6 输出评定

识别产生的所有废弃物及污染物的种类及数量，应进行有效的管理，满足相关法律法规和政策要求 ，并致力于降低废弃物、污染物的单位产品排放水平，提高各类废弃物 的无害化处置率和综合利用率。提高资源和能源利用效率，废弃物排放量与同类产品相比处于较低水平。有效控制污染物排放，获得 GB/T 24001 环境管理体系认证或通过清洁生产审核并持续有效的，可作为采信证据。

4.5 生态文化旅游产品

4.5.1 评定基础要素

生态旅游服务评定基础要素包括：
a) 生态旅游服务的产地范围及特征；
b) 生态旅游服务的品牌（注册商标、专利权、自主知识产权）；
c) 生态旅游服务的技术指标和相关标准；
d) 生态旅游服务的清单及其相关质量；
e) 生态旅游服务的行业地位、市场效应；

4.5.2 评定核心要素

生态旅游服务评定核心要素包括但不限于：
a) 绿色环保：产品形成过程中符合国家或地方生态建设和绿色环保的相关规定；
b) 低碳节能：产品形成过程中符合国家或地方有关低碳节能的相关规定；

c) 资源节约：产品形成过程中符合国家或地方有关资源节约的相关规定；
d) 生态健康：产品形成过程中符合国家或地方有关安全卫生的相关规定。

4.5.3 旅游目的地开发要素

4.5.3.1 旅游目的地产品开发要素包括但不限于：
a) 传统生态旅游；
b) 时尚生态文化旅游；
c) 探险探奇旅游；
d) 特色交通休闲；
e) 特色观光景区；

4.5.3.2 旅游目的地产品开发设计要求应包括但不限于：
a) 安全保障；
b) 环境、资源保护；
c) 产品整体及各相关服务提供单位、营运环节、业务流程应符合国家法律法规，部门规章，国家、行业、地方标准的要求；
d) 保证质价相符，确保旅游产品符合质量要求；
e) 掌控产品供应商的安全、质量、诚信水平，确保全面履约，发生意外情况时有应急预案；
f) 产品运行过程实行全面监督和持续、有效的改进。

4.5.4 服务质量要求

4.5.4.1 总体要求

目的地旅游服务应为受控条件下提供的旅游服务，确保服务过程准确无误。应做到：
a) 下道工序与上道工序移交时进行检验审核，有审核记录，以确认无误。
b) 确保旅游工作人员符合资质要求，保障产品运行过程的服务质量。
c) 建立有效的服务监督方法并组织实施，有文件记录。
d) 为各项服务制定业务指导书。
e) 提供必要的培训和有关措施，以使工作人员符合规定的资质要求与履约能力。

4.5.4.2 提供生态原产地目的地旅游服务

服务网点服务环境应包括但不限于：
a) 整洁、明亮；
b) 配备必要的设施、设备和办公用品；
c) 准确、明显地介绍旅游产品的内容；
d) 饭店（餐厅）卫生标准应符合标准 GB 16153 的要求；
e) 旅行产品的责任单位应符合 GB/T19004.2 的要求；
f) 应向旅游者提供有效的品质产品资料，并为其选择旅游产品提供咨询，咨询内容真实、准确。

4.5.4.2.1 生态原产地目的地旅游景区服务

旅游景区服务中使用环保型的设施、设备、用具,提供安全、高效、节能的绿色能源,提供有利于旅游者身心健康的旅游活动项目的旅游服务。具体体现在旅游的食、住、行、游、购、娱等六环节中：

1) 食：提供安全、健康的食品，节约食品原料和成品，杜绝浪费行为，推广生态餐饮。
2) 住：住宿设施集中布局,结构合理,档次齐全,体量适宜,生态特色鲜明。具体要求应符合 LB/T007。景区内的住宿设施应减少和控制客房内各类消耗性物品的使用量,做到减量使用、多次使用和替代使用。
3) 行：合理设计旅游运输路线与旅游路线,建设适宜生态旅游活动的多级别道路系统,鼓励采用自行车和徒步等非机动交通方式，鼓励使用低能耗、低排放量和清洁能源的交通工具。
4) 游：游客服务中心应向游客宣传景区的生态环境特征,历史文化特征；各种引导标识布局合理,外观设计应同周围环境相协调,采用生态材料，突出当地特色,有艺术感和文化气息。导游讲解标准符合 LB/T014 的要求,并能积极引导游客进行生态旅游活动和绿色旅游消费。
5) 购:景区内的购物场所与娱乐设施布局合理,注重特色，环境整洁,秩序良好。外围土特产品生产规模化,工艺品和纪念品经营形成设计、生产、销售等产品链和产业链。旅游商品原料应采用可再生原料,且多来自本地区及本旅游区,特色鲜明。
6) 娱：娱乐活动场地选址不能破坏当地生态环境,项目内容可根据当地特点，尊重当地风俗。

4.5.5 倡导生态消费

旅游者在进行旅游消费过程中注重对生态环境、历史文化的保护,节约利用各种资源和能源,合理处置废弃物,不造成生态环境破坏和污染的消费行为和消费方式。

4.5.6 生态旅游服务质量的保证和监督

4.5.6.1 旅行产品的责任单位应按 GB/T19004.2 建立服务质量保证体系。
4.5.6.2 旅游服务质量的监督。
4.5.6.3 投诉处理。

5 原产地评定

5.1 基础要素

原产地标准的符合性包括但不限于：
1）原产地产品成分构成；
2）起始原材料的使用；
3）加工地；
4）加工工艺和工序；
5）加工的增值情况；
6）原材料的追溯性；（采购记录）
7）原产地标记使用情况；
8）核心工序的形成地;

5.2 核心要素

核心要素包括但不限于：
1）原产地特征；
2）原产地特性；
3）原产地真实性；
4）原产地标准的相符性；
5）产地名称于知识产权的相符性；
6）原产地范围：由地方政府或相关行政主管部门确定，并提供政府出具的界定图。

5.3 原产地旅游标准符合性

服务的原产地需要考虑服务主体、服务设施、服务内容和服务提供地等多种因素。服务主体包括服务所有者、管理者、直接服务提供者、废弃物的处理者等。服务主体应至少满足以下条件之一：

a) 服务所有者应由中国的个人或者法人所拥有或控制（75%以上的股权为中国境内的公民或者法。人拥有，拥有在中国已经依法交纳税收和社会保障资金 10 年以上的良好记录。
b) 管理者中中国公民和拥有中国永久居留权的人士应占管理人员总数的 75%以上。
c) 直接服务提供者或废弃物的处理者中当地居民应占其员工总数的 90%以上。
d) 在中国境内所生产服务的增值（包括其中的投入品）不得低于总值的 75%,服务设施的国产化率应在 30%以上。（参考我国原产地条例）。
e) 服务内容体现在旅游的食、住、行、游、购、娱等各环节中：
   1) 食：特色食材、特色产品的产地及可追溯性（采购记录等）；有历史传承的特色饮食形式。能深入挖掘传统饮食文化资源,培育展示当地饮食文化精华,提供深度体验性。
   2) 住：经营场地、特色景观（相关的证明性材料）；应普遍使用原生材料,采用传统工艺,沿袭传统居住方式,维修及时,形成一定规模,具有完整性。
   3) 行：应采用传统运输方式和工具,能充分展现当地特色,具有很强的趣味性。
   4) 游：有历史传承的公共建筑或公众活动场所。公共建筑或公共活动场所应布局集中,规模适宜,民族及地方特色突出,与周边环境协调,在一定范围内具有典型性。
   5) 购：充分利用当地资源,生产和制作能真实体现民族和地方文化的物产,包括农副土特产品、民间工艺品和旅游纪念品等,品种丰富多样。
   6) 娱：结合当地自然条件和风俗传统，形成具有当地特色的文化娱乐形式。
   7) 服务提供地应具备原生、原地、原创等旅游特色，其范围可以涵盖国家非物质文化保护区、地质公园、湿地公园等。

6 综合要素

6.1 评定重点

同类产品的生产、加工、种植、养殖、能耗、生态、环境等要素的比较评定。

6.2 原材料

原材料评价的内容应包括：
1）原材料提取符合国家相关资源利用的规定；
2）原材料提取过程符合国家环保有关规定；
3）符合其他相关法律法规和标准要求。

6.3 社会公益性程度

1）诚信程度；
2）工作环境；
3）社会责任；
4）其它

6.4 包装与储运

1）包装材料节约、环保、可回收或循环利用；
2）标识控制；
3）储运过程安全环保。

6.5 使用危害评估

1）生态环境危害评估；
2）节能减排评估；
3）健康安全卫生评估；
4）废弃物处置评估。

7 生态产品溯源信息系统

7.1 通用要求

7.1.1 经检验、评定合格的生态产品应建立溯源信息管理体系。溯源信息管理体系应符合生态文明建设有关法律法规等。

7.1.2 溯源信息管理系统的设计应基于充分的需求分析。

7.1.3 溯源信息管理系统的设计应将生态产品全生命周期过程中各关键节点信息作为主要追溯内容。

7.1.4 溯源信息管理系统的设计应采用绿色供应链并配置自动识别设备、相关手持式移动设备，便于信息采集。

7.1.5 出口货物贸易交换时应为绿色贸易、数字贸易。即贸易方式数字化和贸易对象数字化，实现可持续发展的贸易形式。并符合《中华人民共和国进出口货物原产地条例》（2019 修订）。

7.1.6 生态产品应符合《原产地标记管理规定》《原产地标记管理规定实施办法》的规定

7.2 溯源信息系统功能

生态产品溯源信息系统应具备以下功能：
1）智能信息管理；
2）信息采集；
3）信息存储；
4）信息查询；
5）责任界定；
6）追溯节点定位；
7）与其他管理系统可对接。

7.3 溯源信息系统内容

7.3.1 溯源信息系统包括但不限于：

1）生态产品智能信息管理

2）溯源标识

3）统一使用操作系统

7.3.2 溯源信息系统的建设规范符合《RB/T 006-2019 商品流通过程电子溯源与信息服务系统建设规范》。

7.3.3 溯源信息内容包括：产品类别、物种名称、产品等级、规格(重量或容量)、产品产地、生长年限、生产日期、保质期、商品批次码、生态产品检测报告、产品标准、标识类型、包装类型组成。

7.3.4 溯源标识的组成应包括：溯源码、标识名称、防伪技术、专属材料等其它元素。

7.4 追溯信息管理

7.4.1 追溯信息采集

7.4.2 溯源信息管理

7.4.3 实施信息追溯

7.5 建立全国统一的生态原产地农产品溯源防伪体系

运用互联网、物联网、区块链等技术制定溯源防伪标准，做到一品一码，不可复制，可即时查询。

8 评定管理

8.1 评定机构

8.1.1 评定机构资质要求

评定机构资质要求如下：

1） 评定机构具有独立的法人资格，具备与评定工作相适应的资源条件和能力，保证其评定工作的独立、客观、公正。评定机构将基本情况（单位资质信息、固定场所和设施信息、评定要求的相关管理制度、评定人员情况）报生态产品工作委员会批准并备案；

2）评定机构应建立相应的档案管理制度，做到资料完备、方便查询.

3）评定机构应遵照法律法规和本标准的规定开展评定活动，对评定结果能够承担法律责任。

8.1.2 评定机构实施评定的要求

评定机构实施评定的要求如下：

1）严格遵守国家的有关法律、法规。

2）客观公正，认真履行工作程序，不附加评定程序以外的其他条件。

3）公办事，不弄虚作假，不得利用评定工作之便谋取不正当的利益。

4）评定机构、评定人员对在生态产品保护评定过程中获得的有关商业、技术等信息应予以保密。

8.1.3 评定机构资质管理要求

评定机构管理方法如下：

1) 评定机构资质有效期五年，到期后复评合格续延资质。资质管理单位为生态产品工作委员会。

2）生态产品工作委员会对评定机构的评定工作进行指导管理。评定机构需严格遵照相关规定开展工作。

3) 评定机构在评定工作中如有违规行为者，经核实后予以批评教育或暂停资质，直至取消其评定资质。

4）使用规定的教材，并取得资格证书对评定机构的工作建立评价机制，随机选取申请人发放调研问卷，对所存问题及时反馈评定机构，并促其整改。对整改未达标者，暂停或取缔其评定资质。

5）对连续12个月未开展评定业务的评定机构，予以暂停或取缔其评定资质。

8.2 评定人员

8.2.1 评定人员条件

评定人员应具备如下条件：

1） 掌握生态产品相关法律法规和专业基础知识，并通过生态产品评定人员资格考试。

2)具有本科以上或同等学历，具有原产地、生态或环保等专业两年以上的工作经历。

3）评定人员必须参加工作委员会统一安排的培训，使用规定的教材，并取得资格证书，并在生态产品工作委员备案。

4）评定人员应掌握评定所需方法和技巧，具备参加评定工作所需的计划、协调、沟通等能力。

8.2.2 评定人员管理

评定人员管理方法如下：

1)评定人员资质有效期三年，到期后复评合格续延资质。资质管理单位为生态产品工作委员会。

2）评定机构对评定人员的评定行为进行指导管理。评定人员需服从工作安排，认真完成评定任务。

3)评定人员在评定工作中如有违规行为者，经核实后予以批评教育或暂停资质，直至取消其评定资质。

8.3 评定程序

8.3.1 申请

8.3.1.1 申请人包括政府、境内外的社会组织、行业协会或生产者。

8.3.1.2 申请人应填写生态产品评定申请书，并提供如下资料：

a) 产地国土空间范围相关资料。
b) 产品种类介绍。
c) 符合绿色环保、低碳节能、资源节约、循环、再生要求的证明材料。
d) 产品技术指标、相关标准，生产或形成时所用的原材料、生产工艺、流程、主要质量特性。
e) 产品质量、科技创新相关材料。
f) 产品生态环境、人文因素等相关材料。
g) 产品品牌（注册商标、专利权、自主知识产权）。
h) 产品销售状况、消费者认可度、行业地位。
i) 其他相关资料。

8.3.2 受理

8.3.2.1 评定机构在 20 个工作日内对申请人进行初步核实，并将初审结果报主管部门。生态产品工作委员会在 20 个工作日内作出受理决定，将意见回复至初审结果的报送部门,境外申请初审由主管部门组织实施。

8.3.2.2 评定机构将生态产品工作委员会受理意见书面通知申请人，由申请人自主选择评定机构实施评定。

8.3.3 评定

8.3.3.1 评定机构对申请人提交的申请资料进行初步审核，确定是否实施施评定。 在组织实施评定前，评定机构应向生态产品工作委员会提供评定工作方案、评定小组名单等资料。生态产品工作委员会对评定方案进行监督，对存在的问题及时指导纠正。

8.3.3.2 对符合本标准要求的，评定机构派出评定小组开展文件评定和现场评定。评定小组实行组长负责制，成员主要由原产地、生态环境、环保专业知识、产品检验等方面并取得评定资格的人员组成。

8.3.3.3 评定小组根据文件审核和现场审核结果进行综合评定，将结果报评定机构核准。评定机构对评定小组的评定工作组织实施同行评定，对评定小组的资料、记录、意见进行核准，形成机构的评定报告。

8.3.3.4 主管部门对评定机构的工作建立评价机制，随机选取申请人发放调研问卷，对评定机构存在的问题及时反馈评定机构，并督促其整改。

8.3.4 颁布

1）生态产品工作委员会对符合本标准规定的申请人和生态产品进行公示，公示期为 30 个工作日。
2）公示期满无异议者，生态产品工作委员会颁发《生态产品评定证书》，证书有效期为 3 年。
3）有效期满前 3 个月，申请人可向评定机构提出续延申请。

9 标志使用

9.1 获得《生态产品评定证书》的生态农业产品、生态工业产品、生态旅游产品，应在产品上加贴生态产品评定标志。

9.2 评定产品的证明形式有：

a) 生态产品评定证书；
b) 生态产品评定书面证明。

9.3 生态产品评定标志可直接施加在产品、包装物或说明书上，在用于宣传时，可按同比例放大或缩小。

9.4 不得误用、槛用生态产品评定标志，不得误导宣传。

10 监督管理

10.1 检查

检查方式如下：

1) 年度审查。评定机构在证书有效期内对获证产品每年进行一次检查，评定工作当年不实施年度审查；
2) 监督检查。评定机构应根据生态产品评定的需要，合理确定监督检查的时间间隔或频次；
3) 专项抽查。 生态产品工作委员会定期或不定期认为有必要，可以对获证产品进行专项抽查。

10.2 整改

生态产品工作委员会对年度审查、监督检查或专项抽查不合格的获证产品，责令整改或停止其标志使用。

10.3 申诉

对生态产品的申请受理、评定、证书、标志使用等有异议的，可向生态产品工作委员会提出申诉。