

T/OTOP

团 体 标 准

T/OTOP 1001—2026
代替 T/OTOP 1001-2021

中国一乡一品 产品评价通则

General evaluation principles of China One Town One Product (OTOP)

(征求意见稿)

2026 - XX - XX 发布

2026 - XX - XX 实施

中国民族贸易促进会 发布

目 次

前言.....	I
1 范围.....	1
2 规范性引用文件.....	1
3 术语和定义.....	1
4 合规性要求.....	2
5 产品类别的确定.....	2
6 基本原则.....	2
7 评价指标.....	2
7.1 评价指标体系框架.....	错误！未定义书签。
7.2 评价指标选取和评价.....	3
7.3 指标基准值确定原则.....	4
7.4 指标的确定方法.....	4
8 “中国一乡一品”产品评价标准内容框架.....	错误！未定义书签。

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。

本文件是中国一乡一品标准体系中的一项基础性标准。

本文件由中国民族贸易促进会标准化工作委员会提出。

本文件由中国民族贸易促进会归口。

本文件起草单位：XXXXX。

本文件主要起草人：XXX。

中国一乡一品 产品评价通则

1 范围

本文件规定了“中国一乡一品”产品评价的基本原则、合规性要求、评价指标、管理体系、产品可追溯体系和评价方法。

本文件适用于“中国一乡一品”产品评价工作，并可作为“中国一乡一品”产品评价技术细则的制修订的指导。

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，标注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不标注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 7635.1 全国主要产品分类与代码 第1部分：可运输产品

GB/T 39654 品牌评价 原则与基础

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

“中国一乡一品”产品 One Town One Product China ; OTOP China

产自境内特定地域、经过评价的，具有良好的产地特征和产品特性的生态产品。

3.2

产地 place of origin

“中国一乡一品”产品的产地特征和产品特性的形成地。

3.3

产地特征 regional characteristics

与产品形成相关的自然、地理、人文、历史等特殊属性，包括产地的地形地貌、土壤状况、水文水质、气候气象、历史渊源、人文背景、工艺农艺、配方、创新技术、种质资源等。

3.4

产品特性 product features

产品拥有的、与产品产地特征有内在关联的品质和特点。

3.5

生态产品 ecosystem products

生态系统为经济活动和其他人类活动提供且被使用的物质与服务。

注：生态产品包括物质产品、调节服务和文化服务三类。

3.6

生命周期 life cycle

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

4 合规性要求

“中国一乡一品”申请方及其申请产品至少应满足以下要求：

- a) 申请方持有乡镇以上人民政府、地方协会出具的申请产品产地范围证明文件或有法律效力的确权产品产地范围的证明文件；
- b) 申请产品有法定生产、行政许可要求的，申请方需取得产品生产经营许可资质；
- c) 已按本文件的要求，针对产品形成过程建立和实施了适宜的管理体系或管理制度；
- d) 在质量、安全和环保等方面满足适用强制标准；无强制标准的，需符合对应的国家标准、行业标准、地方标准、团体标准或备案有效的企业标准。
- e) 近三年未发生质量、安全和环保等事故。

5 产品类别的确定

5.1 依据 GB/T 7635.1，以终端消费品为主，选取产地特征和产品特性优势明显的产品，结合产品的产地，合理确定申请产品的类别。

5.2 按照国际标准化组织（ISO）分类，申请产品也可从硬件、软件、流程性材料和服务区分。

6 基本原则

6.1 围绕产品相关的自然、地理、人文、历史等特殊属性，从产品形成的全生命周期各阶段出发，结合技术工艺先进性、生态环境友好性、企业社会责任可持续性 etc 等维度，选取能够表征该类产品主要产地特征和产品特性、能量化并可检测验证的定量指标和可准确描述的定性指标，构成“中国一乡一品”产品的评价指标体系。

6.2 “中国一乡一品”产品评价指标的选取不应该限制市场竞争行为，也不应牺牲产品的质量性能，质量、安全或其他一些强制性标准应作为评价的前置基础。

7 评价指标

7.1 评价指标体系分类

7.1.1 定性指标

主要侧重于应满足的产品产地、法律法规、生态环保、工艺农艺、相关标准、特征特性等方面可客观判定、可验证的要求。

7.1.2 定量指标

主要侧重于能够反映的可量化的指标。

7.2 评价指标选取和评价

7.2.1 产地特征和产品特性指标

从自然特征和人文特征两大方向选择的定性指标：

- a) 自然特征的依据材料应包括但不限于地形、地貌、气候、土壤、植被、水文、生物等生态环境内容；也包括种质资源、工艺配方、物理生化、成分营养、功能功效等产品特性内容；
- b) 人文特征的依据材料应包括但不限于历史文化、民族文化、地域文化、风土人情、宗教文化、风俗习惯、地方历史传说、农耕传统、民俗符号、文化故事、史料典籍或民间典故等历史依据材料。

7.2.2 产地范围指标

以产地特征和产品特性的形成地为考量，从行政区划、地理坐标、产品分布等维度选取能准确表征产地范围的定性指标。应确定产品的产地覆盖范围并进行文件存档。

注：必要时，应提供明确区分产品产地覆盖的行政区划和经纬度范围的证据。

7.2.3 产品环境指标

7.2.3.1 与产品特征特性形成与环境要素有关的指标，应提供以下依据材料：

- a) 产品产地所在区域生态系统现状；
- b) 污染治理水平（设施）相关的信息；
- c) 宜对资源综合利用、循环经济、绿色和低碳生产等作出指标规定。

7.2.3.2 对材料作以下评价：

- a) 识别评价产品产地所在区域是否属于适宜区；
- b) 识别与产品相关的、适用的大气、水质、土壤、噪声等环境质量和现状水平；
- c) 从产品形成的设计、原料和能源、生产、使用、最终处置等生命周期阶段出发，评估产品生产过程对所在区域生态环境的影响。

注：如具有相关资质机构出具的检测报告和检测标准等应提供相关信息。

7.2.4 社会责任指标

根据不同类别产品的行业特征，选取影响道德价值、股东权益、员工权益、消费者权益、扶贫济困、诚信经营、和谐社区、社会公益等方面的指标。应对申请方在社会责任指标各方面的贡献进行评价，并提供相应材料。

7.2.5 品牌建设指标

参考GB/T 39654，与申请方及产品相关的有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素相关的指标，评估品牌建设指标时应有限要求申请方提供相关材料：

- a) 有形要素包括但不限于物质资源、财务资源、品牌投入等；
- b) 质量要素包括但不限于质量承诺、质量管理、质量感知等；

- c) 创新要素包括但不限于创新能力、持续性和有效性等；
- d) 服务要素包括但不限于服务供给、服务能力、服务有效性等；
- e) 无形要素包括但不限于品牌定位、品牌形象、品牌历史、文化传统、知识和智力管理等。

7.3 指标基准值确定原则

应根据产品和产业特点，以评价“中国一乡一品”产品为目的，采用资料收集、现场调查、检验检测、文献检索、专家咨询等方法，科学、合理确定指标基准值。在确定定量指标基准值时，合理考虑本文件要求的基础上，宜以符合生态产品评价要求为取值原则，体现“中国一乡一品”特色和管理优势。

7.4 指标的确定方法

7.4.1 定量指标应给出计算或检测方法，相关的计算或检测方法宜优先采用已有的国家标准、行业或地方标准、团体标准、企业标准等文件。

7.4.2 定性指标应给出符合性的定性说明。

8 “中国一乡一品”产品评价标准内容框架

具体产品评价标准按照附录 A 规定的框架编写。

附录 A
(规范性)

“中国一乡一品”产品评价标准内容框架

“中国一乡一品”产品评价标准内容框架包括：

- a) 标准名称为《“中国一乡一品”产品评价 ××》；
- b) 前言；
- c) 范围；
- d) 规范性引用文件；
- e) 术语和定义；
- f) 评价要求：
 - 1) 基本要求；
 - 2) 评价指标要求；

“中国一乡一品”产品××评价指标应符合表 A.1 的要求。

表 A.1 “中国一乡一品”产品××评价指标要求

一级指标	二级指标	单位	评价指标要求	判定依据
产地特征指标				
产品特性指标				
产地范围指标				
产品环境指标				
社会责任指标				
品牌建设指标				