**陕西省地方标准**

**《农产品区域公用品牌培育建设指南》**

**编制说明**

《农产品区域公用品牌培育建设指南》标准编制组

2024年11月

目录

[一、工作简况 1](#_Toc5418)

[（一）任务来源 1](#_Toc27607)

[（二）标准制定的意义 1](#_Toc5188)

[（三）主要工作过程 3](#_Toc5323)

[（四）编写人员与分工 4](#_Toc26685)

[二、标准编制原则和确定标准主要内容依据 6](#_Toc26500)

[（一）编制原则 6](#_Toc21193)

[（二）标准主要技术内容及其确定依据 7](#_Toc5085)

[三、主要试验（或者验证）的分析、综述报告，技术经济论证，预期效果 11](#_Toc19816)

[（一）主要试验(或者验证)情况说明 11](#_Toc23071)

[（二）本标准应用后的预期效果 11](#_Toc14565)

[四、采用国际标准和国外先进标准的程度，以及与国际、国外同类标准水平的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况 12](#_Toc15108)

[五、与有关的现行法律、法规和强制性标准的关系 14](#_Toc4542)

[六、重大分歧意见的处理经过和依据 14](#_Toc3326)

[七、作为强制性标准或者推荐性标准的建议 14](#_Toc6372)

[八、涉及专利的有关说明 14](#_Toc18546)

[九、贯彻标准的要求、措施和建议，包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容 15](#_Toc7033)

[十、废止现行有关标准的建议 15](#_Toc11012)

[十一、其他应当予说明的事项 15](#_Toc6512)

# 

# 一、工作简况

## （一）任务来源

本标准的制定任务来源于《陕西省农业农村厅关于征集 2024 年农业农村领域省级地方标准制修订项目的通知》（陕农函[2024]129号），项目名称为制定《陕西省农产品区域公用品牌培育规范》标准。本标准由陕西省农业农村厅牵头会同西安理工大学、西北农林科技大学等单位共同起草。本标准由陕西省农业农村厅提出，由陕西省标准化技术委员会归口，标准起草首席专家为西安理工大学、品牌和高质量发展研究中心研究员蒋楠副教授。

## （二）标准制定的必要性及意义

党中央、国务院高度重视农业品牌建设。党的二十大报告提出加快建设农业强国。中央一号文件强调，推进品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产。2022 年底中央农村工作会议强调，强龙头、补链条、兴业态、树品牌。农业品牌是农业强国的重要标志，是全面推进乡村振兴、加快建设农业强国的重要抓手，是激活内需潜力、畅通城乡经济循环的重要引擎。

建立农业品牌标准是全面提升我国农业品牌化发展水平的重要举措。《“十四五”推动高质量发展的国家标准体系建设规划》强调，开展农业品牌建设和评价标准研制，为“十四五”农业品牌标准体系的建立提出明确要求和方向。农业农村部印发的《农业品牌打造实施方案（2022—2025 年）》提出，加快农业品牌标准建设，为制定农产品区域公用品牌评价指南提供政策依据。

农产品区域公用品牌是农业品牌的基础与核心，制定农产品区域公用品牌培育建设指南，有助于引导品牌主体树立科学的品牌建设理念，扎实强优势补短板，规范品牌发展，树立品牌形象，依托品牌发展，推动我省农产品区域公用品牌的市场占有率，提升地区经济高质量发展具有重要意义。

近年来，我省农业品牌建设加速发展。但总体来看，我省农业品牌建设仍处于起步阶段，标准体系尚不全面，仅仅参与制定国家标准、行业标准，没有独立的品牌建设培育规范，**可操作性强的生产标准、产品标准偏少，实践指导作用不强，**导致产品品质参差不齐，部分主体品牌意识也不强。因此，迫切需要发挥标准引领作用，推动农业品牌高质量发展。

**建立农业品牌标准，是全面提升我省农业品牌化发展水平的战略举措。**因此，通过国内外对比研究国际标准体系，并在实践的基础上提出地方标准提案，形成切实可行的农产品区域公用品牌培育与评价方案，对于推动我省在农产品区域公用品牌评价标准研制工作中的突破，提高我省在农产品区域公用品牌评价领域的话语权是很有必要的。

省农业农村厅印发《陕西省农产品区域公用品牌管理办法》，但受众有限，无法很好推动全省区域公用品牌培育建设。**制定陕西省农产品区域公用品牌培育规范，属于陕西省农业农村厅部署的重点工作及重点支持方向。**有利于提升品牌主体业的品牌意识，推动产业标准化、规范化发展，占领产业竞争制高点。通过技术创新和标准化生产，产业可以在国内外市场中占据有利地位，保证产品品质，形成竞争优势，为地区经济发展注入新的活力。

## （三）主要工作过程

1、2024年3月：成立标准组

成立《农产品区域公用品牌培育建设指南》标准修订起草小组，开展标准起草工作。起草组确定了标准的主要编写单位，并就标准编制的流程和各阶段时间进度安排、主要工作任务进行了明确。

2、2024年4-5月：标准预研

起草组在深圳召开了该项标准起草工作会议，会议讨论了标准的定位和适用范围，确定了标准的框架、主要内容等。邀请行业协会、检验检测机构、高校专家以及多家农业企业召开线下座谈会，对相关企业、机构开展农产品区域公用品牌的成效、问题、需求等进行充分了解和沟通，并对标准框架进行了调整与完善。

3、2024年6-8月：

起草组系统梳理国内外相关理论研究成果及相关标准，结合调研实际，对各农产品区域公用品牌发展现状、培育规范、建设要求进行了研究分析，在此基础上，形成了标准草案稿。

4、2024年9-10月：

由标准主要起草单位农业农村厅牵头，邀请行业协会、企业、品牌研究机构、高校等单位的农业及品牌领域专家召开首次标准草案研讨会：对本标准的意见征集稿草案进行了研讨。本次讨论会上，起草组以及相关单位专家针对标准草案稿的具体内容进行深入讨论，对农产品品牌培育体系进行了深入研讨，编写组根据专家意见进行修改，形成标准意见征求稿。

5、2024年11月：意见征求

编写组积极通过函件、电话和座谈等形式广泛征求各相关方意见建议，各类意见，认真讨论修改完善标准文本和编制说明，形成标准送审稿。

## （四）编写人员与分工

文件制定主要起草人为蒋楠、楚杰、白清俊、伍明祥、杨典文、刘世博、李芳娥、范芝丽、鲁玉俊、韩东辉、刘军勤、冯伟、蒙群、王宝印、刘英杰、苏一然、薛云峰、齐峰、李元春、纪晓明。

蒋 楠，西安理工大学，负责立项资料、征求意见、草稿编制、送审稿、编制说明。

楚 杰，西北农林科技大学，负责立项资料、征求意见、草稿编制、送审稿、编制说明。

白清俊，西安理工大学，负责征求意见、草稿编制、送审稿。

伍明祥，陕西省农业农村厅，负责立项资料、课题答辩、团队联络、报批稿、送审稿。

杨典文，陕西省农业农村厅，负责立项资料、课题答辩、团队联络、报批稿、送审稿。

刘世博，陕西省农业农村厅，负责立项资料、课题答辩、团队联络、报批稿、送审稿。

李芳娥，富平县畜牧发展中心，负责标准技术方案指导、课题论证。

范芝丽，韩城市农业农村局，负责标准技术方案指导、课题论证。

鲁玉俊，汉中市茶业发展中心，负责标准技术方案指导、课题论证。

韩东辉，洛川县苹果产业管理局，负责标准技术方案指导、课题论证。

刘军勤，眉县果业服务中心，负责标准技术方案指导、课题论证。

冯 伟，米脂县人民政府，负责标准技术方案指导、课题论证。

蒙 群，咸阳市茶叶协会，负责标准技术方案指导、课题论证。

王宝印，陕西红星美羚乳业股份有限公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

刘英杰，陕西为康食品科技股份有限公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

苏一然，陕西东裕生物科技股份有限公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

齐 峰，陕西齐峰果业有限责任公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

李元春，米脂县益康农产品开发有限公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

纪晓明，陕西苍山秦茶集团有限公司，负责标准技术方案指导、课题论证。

# 二、标准编制原则和确定标准主要内容依据

## （一）编制原则

1、合理衔接政策，注重标准的协调性

加快农产品区域公用品牌培育建设是全面推进乡村振兴、加快建设农业强国的重要内容。本标准的制定旨在引导品牌建设主体科学建设农产品区域公用品牌，高效提升农产品品牌价值，推动我省在农产品区域公用品牌培育规范标准研制工作中的突破，提高我省在农产品区域公用品牌培育规范领域的话语权。在内容上体现国家农产品精品培育的建设要求，在条款上与国家政策、法规、规划、国家标准以及行业现行标准保持协调和一致。

2、遵循品牌理论，注重标准的科学性

本标准充分借鉴国内外品牌培育建设的标准内容，在结合实地农业生产、加工、流通等关键领域标准要求的基础上，充分考虑农产品区域公用品牌成长与发展规律，设计相关指标体系和内容，以保证标准的科学性。

3、调研地方实践，注重标准的实用性

本标准在充分吸纳各地农产品品牌实践基础上，通过实地调研、文献收集和电话访谈等形式，深入摸清农产品区域公用品牌发展现状和实际需求，坚持问题导向，充分考虑可行性和可操作性来设计培育规范的标准内容，提升标准的实用性。

4、把握发展趋势，注重标准的前瞻性

本标准在借鉴国内外品牌建设的经典理论和方法的基础上，充分体现和应用农业生产“三品一标”发展内涵，兼顾未来农业农村发展方向和农业品牌趋势性展望，确定农产品区域公用品牌培育建设内容，以确保标准的前瞻性和预见性，科学引导农产品品牌发展工作。

## （二）标准主要技术内容及其确定依据

本标准的主要内容是根据我国农产品区域公用品牌培育与建设的有关国家和行业标准制订情况，结合近年来国内外高校、科研院所、企业实际操作过程关于农产品区域公用品牌培育的研究成果、学术论文和应用现状，并参照相关标准而提出。

1、标准内容

本标准内容包括前言以及正文的范围、规范性引用文件、术语和定义、区域品牌管理机构、品牌战略规划、品牌培育过程管理、持续改进7个部分。

2、关键内容的提出依据

（1）术语和定义

针对农产品区域公用品牌、农产品区域公用品牌培育等术语进行了定义：农产品区域公用品牌的定义参考了NY/T 4169-2022中 3.2 的术语定义。其他术语和定义参考了GB/T 29185-2021。

（2）区域品牌管理机构

本标准严格按照区域公用品牌的特性设立区域公用品牌管理机构。由于区域公用品牌培育具有多重性，区域公用品牌具有公共属性，易导致区域公用品牌危机发生或者有碍区域公用品牌竞争力提升，宜设立区域公用品牌管理机构，宜由区域所在地政府相关部门或者其委托的相关组织或者区域公用品牌多重主体认可的行业协会与产业联盟等组织承担。同时邀请专家共同确定区域公用品牌管理机构职能，包括制定区域公用品牌战略规划；协调整合政策、资金、人力等相关资源并协调推动技术创新、文化建设等；沟通协调区域公用品牌培育与建设各方主体履行各自职责；牵头制定区域公用品牌保护措施并协调各方实施；牵头制定区域公用品牌宣传、营销措施并协调实施；涉及品牌管理其他需要沟通协调的方面。

（3）品牌战略规划

品牌应在最高管理者的重视和支持下，以市场定位和产品定位为基础制定战略规划，明确品牌定位和核心价值、建立短期和长期品牌战略和具体实施策略，设计品牌架构和品牌元素，打造品牌文化，确保品牌培育目标与品牌战略方向保持一致。品牌战略规划通常包括：战略分析、战略定位、战略目标、战略体系、战略实施、保障措施六个内容，本标准严格按照这六项内容进行编写。

①战略分析

在制定区域品牌战略规划时，宜充分挖掘区域的自然资源、人文资源、技术工艺、入资金等社会经济因素、龙头企业品牌效应、区域企业集聚效应、区域政策效应以及市场需求效应等优势因素或优势因素的组合，并综合分析区域内产品、企业与产业在全国乃至全球价值链中的市场竞争优势。

②战略定位

在充分分析区域优势因素的基础上，区域公用品牌管理机构宜进行区域公用品牌定位策划，明确区域公用品牌发展的方向。

③战略目标

在区域公用品牌战略定位的基础上，区域公用品牌管理机构宜制定区域公用品牌中长期战略目标。

④战略体系

宜在符号体系、产品体系、渠道体系、传播体系制定。

⑤战略实施

区域公用品牌管理机构宜与区域公用品牌多重主体充分沟通区域品牌战略规划，并具体细化各主体的工作目标与措施。区域公用品牌管理机构宜建立区域公用品牌战略规划实施关键绩效指标，并定期进行监测与评价，作为区域公用品牌战略规划评审与改进的基础。

⑥保障措施

宜包括推进品牌战略制定与实施的相关措施。

（4）品牌培育过程管理

品牌培育过程存在于品牌生产经营全过程，识别、策划并高效率地管理品牌培育过程，以持续提升品牌基础力、品牌竞争力、品牌发展力、品牌影响力和品牌带动力。

①品牌基础力

品牌基础力是品牌自身实力的基础，选取区域优势；产业优势；品牌授权；区域特色认证；商标注册；培育基础；品牌主体来反映。

②品牌竞争力

品牌竞争力是品牌在市场上能够领先并获取持续优势的关键，因此选取品种竞争力、品质竞争力、科技创新、文化赋能4个指标。

③品牌发展力

品牌发展力通过政策支持、品牌管理、服务水平三个指标反应。

④品牌影响力

品牌影响力是品牌广度影响和深度影响的综合反应。品牌知名度是品牌的广度影响，它反映品牌在消费者心智中的占有率。品牌忠诚度是品牌的深度影响，测算品牌的粘性，代表消费者和品牌之间的依恋程度。因此品牌影响力选取了品牌认知度、品牌知名度、品牌美誉度和品牌忠诚度 4 个指标。

⑤品牌带动力

品牌带动力检验了品牌的辐射效应，关乎品牌责任。选取产业发展、生态保护、社会贡献3个指标。

# 三、主要试验（或者验证）的分析、综述报告，技术经济论证，预期效果

## （一）主要试验（或者验证）情况说明

本标准无试验情况。

## （二）本标准应用后的预期效果

本标准应用后将取得如下预期效果：

一是推动区域品牌发展。目前品牌授权主体对品牌概念理解不透，市县政府、行政主管部门和部分主体混淆农业品牌与区域公用品牌、企业品牌和产品品牌之间的关系，甚至将农产品区域公用品牌与地理标志登记保护、城市形象品牌、集体商标或证明商标、绿色或有机认证相互穿插，后期宣传、推介、营销效果不理想，实践指导作用不强。建立科学的农产品区域公用品牌培育规范，依据品牌客观的发展规律来建设区域公用品牌，引导品牌主体树立科学的品牌建设理念，扎实强优势补短板，最终推动农产品区域公用品牌高质量发展。

二是规范市场环境，带动经济增长。农产品区域公用品牌培育规范的制定，有利于规范品牌主体的品牌管理思路，打造良好的品牌发展环境，引领品牌培育与发展，促进协同监管和信用约束，为品牌农产品高质量发展提供基本保障，推进陕西省农产品由粗放式管理转为标准化、规范化生产，提升技术水平和产品质量，增强产品市场竞争力，促进农民增收致富，带动农产品产业和地方经济的发展。

# 四、采用国际标准和国外先进标准的程度，以及与国际、国外同类标准水平的对比情况，或者与测试的国外样品、样机的有关数据对比情况

经查，全国标准信息公共服务平台以“区域公用品牌”为关键字，检索出7个相关行业、地方标准，主要技术指标如下：

1. **NY/T 4169-2022 农产品区域公用品牌建设指南，农业农村部发布**

本文件提供了农产品区域公用品牌建设的指导，给出了农产品区域公用品牌定位与规划、品牌核心能力提升、品牌营销传播、品牌保护、品牌管理方面的建议。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **《农产品区域公用品牌建设指南》(NY/T4169-2022）** | **本标准** |
| 主要技术内容 | 品牌定位与规划、品牌核心能力提升、品牌营销传播、品牌保护和品牌管理 | 区域品牌管理机构、品牌战略规划、品牌培育过程管理、持续改进 |
| 标准制定视角 | 从品牌要素出发制定标准 | 结合品牌要素，联系品牌建设的具体过程制定标准 |
| 建设主体 | / | 明确区域公用品牌管理机构的职能 |
| 培育过程 | / | 凝练品牌培育过程中的基础力、竞争力、发展力、影响力和带动力，操作性更强 |

1. **DB32/T 4098-2021 农产品区域公用品牌管理规范，江苏省市场监督管理局发布**

本文件规定了农产品区域公用品牌术语和定义、管理原则、基本条件、申报程序、使用要求维护与发展等内容。

1. **DB15/T 3193—2023 农畜产品区域公用品牌建设要求，内蒙古自治区市场监督管理局发布**

本文件规定了农畜产品区域公用品牌建设的基础、主体、战略、过程管理、品牌价值传递、品牌维护、品牌建设评价和改进等要求。

1. **DB13/T 5401.1-2021 河北农业品牌评价规范 第1部分：农产品区域公用品牌，河北省市场监督管理局发布**

本文件规定了农产品企业品牌评价原则、基本条件、评价指标、评价方法、评价结果。

1. **DB3308/T 067-2020“三衢味”区域公用品牌准入和管理规范，衢州市市场监督管理局发布**

本标准规定了“三衢味”区域公用品牌的准入、管理等内容。

1. **DB3707/T 15-2018 农产品区域公用品牌建设规范，潍坊市市场监督管理局发布**

本标准规定了农产品区域公用品牌的建立、应用、监督、管理及发展等。

1. **DB37/T 3076-2017 知名农产品区域公用品牌评价，山东省市场监督管理局发布**

本标准规定了山东省知名农产品区域公用品牌术语和定义、评价原则、基本条件、评价内容、评价方法。

**对比以上7个标准，本文件的先进之处在于以下几个方面：**

在理论创新方面，本标准结合陕西省区域公用品牌建设和培育现有研究成果，引入区域公用品牌管理研究最新成果，确定陕西省区域公用品牌培育规范，实现生产统一、质量统一、包装统一，扩大品牌影响力，提高市场占有率，实现品牌溢价。

在方法创新方面，采用“理论与调研循环融合、不断完善优化标准内容”的方法。我们已通过查阅、搜集和整理区域公用品牌建设研究相关资料，结合陕西省区域公用品牌培育建设现状与数据资料，在充分考虑区域公用品牌特征的基础上，确定了陕西省农产品区域公用品牌培育规范的基本内容，填补了农产品区域公用品牌培育规范中建设主体和培育过程方面的空白。

# 五、与有关的现行法律、法规和强制性标准的关系

本标准主要引用了国家标准和农业行业标准。与现行法律、法规和强制性标准无相互矛盾和抵触的条款。

# 六、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

# 七、作为强制性标准或者推荐性标准的建议

建议本标准作为推荐性行业标准发布。

# 八、涉及专利的有关说明

无。

# 九、贯彻标准的要求、措施和建议，包括组织措施、技术措施、过渡办法等内容

在农业农村厅的组织协调下，以标准起草组成员为主，成立标准宣贯小组，组织撰写标准宣贯材料，组织标准宣贯培训，争取标准颁布实施后尽快推广。

# 十、废止现行有关标准的建议

无。

# 十一、其他应当予说明的事项

无。