

中国品牌建设促进会标准

《品牌评价 区域农业公用品牌》

（征求意见稿）

编制说明

《品牌评价 区域农业公用品牌》团体标准起草工作组

2023 年 10 月

一、工作简况

（一）任务来源

新时代，我国农业进入转变发展方式、优化产业结构、转换增长动力的攻关期，站在了转向高质量发展的历史关口。2016 年农业品牌化成为重要发展战略；2017 年中央一号文件提出推进区域农产品公用品牌建设，农业农村部将 2017 年确定为“农业品牌推进年”；2018 年《农业农村部关于加快推进品牌强农的意见》发布；2019 年中央 1 号文件指出：培育国产优质品牌、推进区域农产品公用品牌建设、支持地方以优势企业和行业协会为依托打造区域特色品牌、引入现代要素改造提升传统名优品牌、强化品牌保护；2020 年中央 1 号文件提出：继续调整优化农业结构，加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理，打造地方知名农产品品牌，增加优质绿色农产品供给；2021 年习近平总书记指出：坚持把解决好“三农”问题作为全党工作重中之重，举全党全社会之力推动乡村振兴，促进农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。李克强总理在政府工作报告中提出，全面实施乡村振兴战略，促进农业稳定发展和农民增收。

作为农业大国，我国农业农村农民问题是关系国计民生的根本性问题。农业强不强、农村美不美、农民富不富，决定着数亿万农民的福祉。近几年来，国家出台一系列农业品

牌发展的政策、战略，虽然取得了前所未有的成绩，但是还有很多优势、特色农产品因无品牌无溢价从而只能流入低端市场，还缺少在国际市场上叫得响的知名国际品牌，在农业产业化、规模化、现代化、品牌化方面仍面临很多挑战。为解决这些问题，构建区域农业品牌是一种有效尝试，为此特设立本项目。本项目于 2023 年 3 月正式立项，由中国品牌建设促进会提出并归口

（二）主要起草单位和工作组成员

中国品牌建设促进会、中国品牌杂志社等。

（三）编制的目的及意义

为了进一步推动我国区域农业品牌的创新发展、稳健发展、持续发展、健康发展，扶持各地区域农业品牌做大做强，打造更多享誉时间的中国农业品牌，为实现乡村振兴和富民强农发挥更多更大的作用，拟研制《品牌评价 区域农业品牌》团体标准，该标准旨在进一步科学、系统、专业的分析区域农业品牌发展的投入、管理、治理、传播、成效、成果、成绩和经验、教训等，评价区域农业品牌的品牌价值，通过评价并进行综合分析，梳理促进区域农业品牌培育与建设，并提炼总结经验模式，以便为其品牌的未来发展提供更加可行的方式或路径。

本标准以区域农业品牌建设为核心，用于规范区域农业品牌管理，以推动区域农业品牌行业探索实践与科学发展，

解决区域农业品牌行业发展困境，保障消费者合法权益。

（四）主要编制过程

1 成立标准起草工作组

起草单位领导高度重视，成立标准起草工作组，并召开相关工作会议，明确成员及任务分工，制定了详细的工作计划。

2 资料收集整理

通过各种渠道收集区域农业公用品牌发展现状，国家、地方、行业相关的标准或规定，对所收集的资料内容深入研究和分析。

3 编制标准草案稿

基于收集的资料整理，组织召开专题研讨，拟定标准框架与主要内容，并编制标准初稿，经工作组内部讨论，修改完善，形成《品牌评价 区域农业公用品牌》（草案），并提交中国品牌建设促进会团体标准立项申请。

4 组织立项评审会

中国品牌建设促进会按照有关程序要求，组织标准化、品牌、行业等领域专家召开了立项评审会。评审专家组就《品牌评价 区域农业公用品牌》（草案）相关内容进行评审和指导，一致同意标准立项，并建议加快编制、发布与应用。

5 组织召开标准研讨会

2023 年 9 月，组织《品牌评价 区域农业公用品牌》标

准研讨会，邀请各方面专家和企业代表就标准草案及相关内容进行进一步的讨论和修改。

6 形成征求意见稿

标准起草工作组针对专家意见，对《品牌评价 区域农业公用品牌》（草案）进行了全面处理和完善，形成标准征求意见稿。

二、标准编制原则

（一）规范性原则

该标准的编写符合《标准化工作导则第1部分：标准化文件的结构和起草规则》（GB/T 1.1—2020）的相关要求，以保证标准的编写质量。

（二）系统性原则

区域农业公用品牌是一项系统工程，涉及多个层面、多个领域，应突出全面性、系统性，全方位体现区域农业公用品牌的特点和使用范围等。

（三）科学性原则

标准基于区域农业公用品牌特征，结合国内外管理实践，标准内容具有科学的理论和丰富的实践基础。

（四）应用性原则

标准的编制充分考虑区域农业公用品牌建设实际状况，结合其他领域成熟的品牌管理实践经验，充分考虑标准的可操作性和适用性。

（五）协调性原则

标准充分考虑到与国家品牌评价标准化技术委员会（SAC/TC 532）品牌评价标准体系框架内相关标准的协调性。

三、标准主要内容

一、区域农业品牌概述

区域农业品牌是农业品牌的一种重要类型，以一个政府行政区域或多个相近相似的行政区域为特定范围，以区域内的文化、民俗、传承、地理、生态、优势等特色内涵形象为核心，以当地政府或政府主管部门提出的、管理的或为其背书的代表了当地行政区域内涵形象的标识、商标、名字、图案等，并配套发展战略或规划，授权本行政区域内农业领域的优势产业、特色产业的优秀经营主体（企业、农业合作社等）对外营销、传播、销售、生产、服务等全流程中使用该政府推出的公用品牌，并按照公用品牌的各项认定管理标准等指导全面发展，促进当地农业与农业产业化高质量发展、增强核心竞争力、提升农业产业价值链、提高品牌溢价，实现富民增收与乡村振兴。

二、适用范围

本标准规定了区域农业品牌评价的评价模型、评价指标、评价过程等内容的相关要求。适用于区域农业品牌（不包括地理标志）开展品牌评价活动。

三、主要技术内容

本标准的主要技术内容包括品牌价值评价模型，包括有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素等在内的品牌强度指标，品牌评价的一般流程和要求等。

四、标准中有无涉及专利情况

本标准在制定过程中没有涉及到专利。

五、预期的社会效益

本标准预期为区域农业品牌的品牌评价提供指导和技术支撑，引导企业加强品牌建设，提升品牌价值和效应，增强市场竞争优势，同时为相关部门开展品牌建设提供工作依据。

六、采用国际标准和国外先进标准情况

无。

七、与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制性标准的协调性

本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致。

八、重大分歧意见的处理经过和依据

无。

标准起草组

2023 年 10 月