

# 涡阳县农产品区域公用品牌建设实施方案

为加快推进我县农业品牌化、产业化、标准化融合发展，提升我县农产品市场竞争力和影响力，增创现代农业发展新优势，推动农业转型升级，助推乡村振兴战略实施，结合我县实际，现就“涡臻鲜”区域公用品牌建设制定如下实施方案。

## 一、基本原则

坚持政府主导、企业主体、市场导向、品质为先原则，充分发挥政府在推进区域公用品牌建设中的主导作用，强化政策扶持，发挥企业在区域公用品牌建设中的主体作用，推动本土中高端品牌产品研发和整合，完善质量安全追溯体系，扩大“涡臻鲜”公用品牌与企业自有品牌深度融合，提升公用品牌的知名度和影响力。

## 二、任务目标

通过区域公共品牌体系建设，实现资源的合理化配置，将我县本土农产品推向全国市场，形成品牌知名度。整合农业产业资源，深入挖掘我县农产品的独特价值，培育提升区域公共品牌的独特形象，系统构建区域公共品牌的战略体系，全力打造区域公共品牌，形成标准化生产、产业化经营、品牌化营销的现代农业发展新格局。

## 三、工作内容

（一）搭建农产品区域公用品牌运营平台。县委、县政府授权涡阳县电子商务公共服务中心管理、运营公用品牌。成立专业运营团队，搭建品牌运营平台。协助制定《涡阳县农产品公共品牌授权经营管理办法》（见附件1），采取签订许可使用合同、统一宣传标识、不定期监督检查等方式，对“涡臻鲜”区域公用品牌许可使用进行全过程规范，保护“涡臻鲜”区域公用品牌专用权。（县商务局、县市场监管局、县农业农村和水利局、县电子商务公共服务中心）

（二）推进母子品牌培育工程。实施“涡臻鲜”品牌培育工程。推进“涡臻鲜”农产品区域公用品牌与产业基地建设有机结合，建设一批规范标准的农产品种养基地，发挥龙头企业组织化、产业化优势，与村级供销社、农民专业合作社、家庭农场（种养大户）等相联结，打造具有较强竞争力的产业化联合体和企业品牌；加强“母子品牌”推广应用，培育龙头企业成为“涡臻鲜”农产品区域公用品牌建设的主力军。（县商务局、县农业农村和水利局、县市场监管局）

（三）完善质量标准监测体系。积极构建覆盖全类别、全产业链的产品标准体系和覆盖生产经营全过程的管理标准体系。规范生长环境、种（养）殖环节、生产加工、贮运操作、包装运输等方面要求，形成适合农业产业现代化发展需要的农业标准体系。将使用区域公用品牌的企业纳入质量追溯体系管理，实现农产品从生产到进入市场的全程可追溯。推动使用区域公用品牌的企业开展绿色食品、有机食品、地理标志农产品认证和原产地产品认证、质量安全认证，鼓

励龙头企业开展 HACCP、ISO22000 等管理体系认证。探索品牌认证模式，通过认证的权威性提高品牌认可度。扩大使用“涡臻鲜”公用品牌的农产品质量和品牌影响力。鼓励企业、行业协会等组织积极参与研究制定具有涡阳特色可量化特征指标的“涡臻鲜”产品标准。（县市场监督管理局、县商务局、县农业农村和水利局等）

（四）构建营销推广体系。举办“涡臻鲜”农产品区域公用品牌发布会，加强全媒体宣传推广，重点聚焦中央及省级媒体以及新兴媒体；入驻第三方电商平台开设“涡臻鲜”农产品旗舰店，开发微信小程序，在微博、抖音、今日头条等新媒体平台开通账号，打造全媒体矩阵，拓宽公用品牌产品的销售渠道；举办“涡臻鲜”农产品为主题的线下展销、丰收节，线上 6•18、双 11 等电商节活动，参加国家、省市等各类农产品展示展销会，加大品牌营销力度；通过整合铜陵市全域旅游资源和示范场地，建设“涡臻鲜”农产品展销中心，结合示范基地、农家乐开展生活体验和田园旅游活动，融入乡村旅游发展；开展农产品进驻超市、学校餐厅、企事业单位食堂、餐饮企业等产销对接活动，拓宽区域公用品牌特色农产品营销渠道。推进黟农产品供应链服务体系建设，完善产、供、销全链条服务，提高“母子品牌”商品化率，加强在美团、饿了么、口碑、58 等平台的营销工作，顺应新零售发展趋势，推进线上线下与现代供应链深度融合。

（涡阳县电子商务进农村综合示范项目工作领导小组及领导小组办公室、县电商公共服务中心）

（五）建立准入退出体系。建立企业自我保护、政府依法监管、社会监督和司法维权保障“四位一体”的品牌保护体系。根据“涡臻鲜”农产品区域公用品牌管理办法和质量标准体系，规范商标、包装和宣传物料等使用，建立《涡阳县“涡臻鲜”区域公共品牌农特产品准入机制》（见附件2），对授权使用主体进行动态管理，健全完善主体自检和质量承诺、执法机关监督抽检、委托第三方机构检验检测相结合的“涡臻鲜”农产品全覆盖抽检制度。对连续2次抽检不合格和违反“涡臻鲜”品牌许可使用规则的，除按有关法律法规处理外，并终止其“涡臻鲜”商标许可使用资格。进一步强化对“涡臻鲜”子品牌的指导、培育和维权，子品牌企业优先享受信息咨询、服务培训、维权指导。（县商务局、县农业农村和水利局、县市场监督管理局、县电商公共服务中心）

（六）建立产业链延伸和人才培养体系。探索构建基地、加工企业、技术研发团队为一体的“产学研”体系，延伸“涡臻鲜”产业链，依托高校、科研机构，开展产品研发，推进科研成果转化。积极培育或引进电商运营服务团队、资深农业职业经理人、品牌营销管理人才。培养造就一批农业科技创新领军人才、农业农村实用人才和现代职业农民。积极对接高等院校资源，有针对性地组织新型农业经营管理人员接受专题培训。（县农业农村和水利局、县人力资源和社会保障局、县商务局、县经开区、县市场监督管理局）

## 四、保障措施

（一）强化组织保障。成立涡阳县农产品区域公用品牌

建设领导小组，指导和协调推进“涡臻鲜”农产品区域公用品牌建设工作。领导小组办公室设在县商务局，具体承担日常工作。县电子商务公共服务中心运营方负责“涡臻鲜”区域公用品牌运营和管理工作。领导小组各成员单位明确一名工作人员具体负责，相互协调配合，形成工作合力。

（二）强化宣传引导。以“涡阳特产大众喜爱”区域品牌宣传语，强化宣传舆论引导，营造良好氛围，引导全社会共同关注和参与“涡臻鲜”农产品区域公用品牌建设。通过主流媒体、自媒体、农交会、品牌推介会等渠道，开展形式多样、丰富多彩的品牌宣传活动，讲好“涡臻鲜”农产品区域公用品牌和农产品故事，介绍典型经验，提高农产品认知度、美誉度和市场竞争力，逐步实现将“涡臻鲜”打造成国内农产品知名区域品牌。

（三）强化督查考核。建立涡阳县农产品区域公用品牌建设绩效评估制度，切实加强对品牌建设的监督和指导，及时研究和解决遇到的问题。将“涡臻鲜”农产品区域公用品牌建设工作，纳入各地发展农村电商年终考核，推动相关工作落实。

附件 1. 涡阳县农产品区域公共品牌授权经营管理办法

附件 2. 涡阳县“涡臻鲜”区域公共品牌农特产品准入机制

涡阳县电子商务工作领导小组办公室

2022 年 5 月 20 日

附件 1:

## **涡阳县农产品区域公共品牌授权经营 管理办法**

## 第一章 总 则

第一条 为推进“涡臻鲜”区域公共品牌建设推广工作，明确“涡臻鲜”区域公共商标的使用和管理，扩大“涡臻鲜”区域公共品牌的引领效果，形成统一的区域品牌形象，增强区域产业的辨识性和竞争性，同时保证和维护其质量、信誉和特色，保护消费者、生产者、经营者合法权益，特制定本办法。

第二条 “涡臻鲜”区域公共品牌是涡阳县电子商务公共服务中心建立的农产品公共品牌，涡阳县人民政府拥有本品牌的所有权和最终解释权，任何企业与个人未经授权不得使用。

第三条 使用“涡臻鲜”商标的农产品质量受农业部门和质量技术监督部门的指导和监督。

第四条 本办法中的“授权企业”指按照本办法取得“涡臻鲜”区域公共品牌授权的企业、农业专业合作社，包括生产商、销售商、渠道、品牌服务商等。

第五条 本办法中的“生产商”指涡阳县县域内从事种植、养殖的企业、农业专业合作社，或以涡阳县县域内出产的农副产品为原料进行生产加工的企业、农业专业合作社等法人实体；本办法中的“销售商”是指从事产品销售的企业、农业专业合作社等法人实体；本办法中的“渠道”是指由零售商负责承建的，以电商平台、社区店、卖场等方式向消费者提供当涂品牌授权商品的销售通道及宣传和展示当涂品

牌特色形象的窗口；本办法中的“服务商”是指提供品牌增值服务而不参与品牌产品目录内所指产品的生产、加工、销售的企业，包括品牌防伪标签印制企业、品牌咨询服务企业、原材料供应企业、包装生产企业等。

第六条 本办法中的“验厂”是指对拟授权企业按照本办法对申请企业提交的有关文案材料和企业实际经营场所、设备实施，进行整理与核查、实地考察、资质查验等工作。

第七条 品牌产品目录当前限定为：农村产品、预加工食品、餐饮服务等。

## 第二章 品牌管理机构

### 第八条 品牌管理机构

涡阳县人民政府是“涡臻鲜”品牌管理的最高决策机构，负责品牌发展与规划等重大事项决策。为强力推进我县区域公共品牌发展，涡阳县科技商务经济信息化局负责品牌建设与发展的规范、监管，督促承办单位开展品牌建设工作，牵头完成品牌建设发展规划实施。

### 第九条 品牌建设工作

涡阳县电商公共服务中心受领导小组办公室委托，负责“涡臻鲜”品牌的日常经营管理与市场化运作。包括企业征集、拟授权企业验厂、考核报备、产品准入与渠道审核、品牌售后响应、品牌营销活动组织等。

## 第三章 品牌授权使用条件及程序

### 第十一条 品牌授权使用应遵循以下原则：



1. 促进涡阳县农特产业发展的原则；
2. 公益使用备案许可的原则；
3. 商业使用有偿许可的原则；
4. 禁止歪曲、贬损、篡改和歧视性使用的原则；

#### 第十二条 品牌授权使用对象：

相关单位、企业、社会组织等法人实体可以申请使用“涡臻鲜”品牌授权许可。

#### 第十三条 品牌授权申请人应符合以下条件：

（一）必须是依法登记，且注册地、农产品及原料产地均在涡阳县境内。

（二）经工商登记注册，具有法定市场主体资格。

（三）农产品符合无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证条件；有农产品地理标志、地理标志证明商标、地理标志保护产品等证书，且证书在有效期内的农产品，可优先使用“涡臻鲜”品牌。

（四）认同“涡臻鲜”品牌运营各项机制；诚信经营，近三年内没有抽检不合格、未发生产品质量事故和商标侵权等违法行为。

（五）农产品质量达到“涡臻鲜”农产品生产技术规范要求。

（六）要积极履行社会责任，注重生态环境保护，传承涡阳县人文历史和农耕文化，充分推动涡阳县社会经济发展。

#### 第十四条 品牌授权许可程序

1. 由运营中心按照招募需求制定计划，包括产品类型、企业/农专社要求、数量，报“领导小组办公室”审批后，在品牌官方渠道公布；
2. 意向企业按照招募计划，递交品牌授权许可使用申请书（附带相关证明材料，材料清单另行制定）；
3. 招募截止后，运营中心应在6个工作日内完成对申报企业及产品信息资料初审及企业实地验厂，审查通过的报“领导小组办公室”审批确认；
4. 运营中心应在征集工作结束后10个工作日内将品牌授权协议报备“领导小组办公室”留档备查，领导小组办公室应在10个工作日内完成复审工作，发放品牌授权证明。

#### 第十五条 品牌授权管理使用费

为保障品牌实现长效服务机制，运营中心前三年内免费使用，五年期满后按照品牌产品种类向品牌授权企业收取品牌授权管理使用费，收费实行专款专用，主要用于品牌续展和扩展、日常管理、宣传推广、维权保障等工作。收费标准由运营中心讨论通过后，报领导小组办公室审核后执行。凡挤占挪用管理使用费者，追究其行政责任，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十六条 品牌授权企业发生下列情况，将强制撤销品牌授权许可：

1. 企业主体无法存续或生产经营不可持续；
2. 企业或企业主要管理人员被纳入失信黑名单；
3. 企业生产经营出现重大责任事故或群体性事件；

4. 企业产品出现严重质量问题，产生不良社会影响。

#### 第十七条 品牌授权许可清退程序

1. 由运营中心与企业签订品牌授权解除协议，无法签订的由运营中心致品牌授权清退告知函；

2. 运营中心应就授权许可清退企业的上下游企业致该企业品牌授权清退告知函；

3. 运营中心需将相关企业解除协议（或告知函）及品牌授权凭证、品牌宣传册等涉及品牌形象宣传物料回收；

4. 运营中心应就企业授权清退事宜在5个工作日内报备领导小组办公室，领导小组办公室应在5个工作日在品牌渠道进行公开。

#### 第四章 品牌使用要求及权责

第十八条 品牌使用总体要求。授权企业需严格执行品牌授权许可协议中有关品牌保护、隐性侵权行为、产品开发与产品质量、产品上市销售与产品定量销售等各项规定。

第十九条 品牌宣传使用。授权企业需使用品牌形象进行宣传推广的，应就宣传方案报运营中心审批，运营中心审批通过后方可执行，未经批准禁止改动、变更。

第二十条 先行赔付。先行赔付适用于由消费者发起的因授权商品质量问题产生交易纠纷诉求，授权企业未在规定时间内响应，或领导小组办公室已确定责任归属，要求授权企业在规定时间内处理的，而授权企业未能响应或处理，由运营中心启动先行赔付机制，赔偿自行承担。同时对授权企

业问责、罚款或清退。

#### 第二十一条 品牌授权企业权利：

1. 在其生产销售服务场所、产品包装、说明书等载体上规范使用注册商标标识；

2. 在其产品推广、广告宣传的相关载体上规范使用注册商标标识；

3. 在双方合同约定的其他场合和载体上规范使用注册商标标识；

4. 优先组织参加相关经贸洽谈、商品推介、经验交流和信息服务等活动；

5. 注册商标使用管理规范、取得明显品牌效应、产生良好效益的，适当给予荣誉或物质方面的奖励；

6. 依法依规维护自身许可使用的合法权益。

#### 第二十二条 品牌授权企业义务：

1. 加强产品、技术和服务的质量管控和提升，自觉维护注册商标所定位和标识的产品、技术和服务的质量、标准、品质的良好声誉；

2. 自觉接受注册商标所有权人、社会公众及市场监管等相关执法部门对品牌授权许可使用的监督管理；

3. 规范使用注册商标标识，标识的标准图形、标准字体、图形与字体的规范组合、标准色等必须严格按照使用规范执行，不得自行改变核准注册的文字、图形及其组合，不得自行改变注册人名义、地址，不得擅自扩大使用范围；

4. 设立专人负责注册商标的管理、运用和维权工作，不

得向他人转让、出售、馈赠或者超范围使用、许可第三人使用品牌；

5. 认真收集反馈消费者和社会公众对品牌的认知和评价，积极配合品牌的宣传推广工作；

6. 对品牌侵权行为有举报、投诉的义务，并支持、协助和配合品牌所有权人开展相关维权工作。

第二十三条 注册商标依法受国家法律保护，有下列行为之一的，均属侵犯品牌权益：

1. 违反本规定和品牌授权使用协议有关约定条款的；

2. 伪造或擅自印制、使用注册商标标识的；

3. 在商品和服务上使用与注册商标相近似的商标和品牌名称、色彩、排序方式等，构成商标侵权的；

4. 商标和品牌名称混淆使用扰乱消费者辨识、认知和选择的；

5. 对商标专有使用权和品牌声誉造成其他损害的违法违规行为。

## 第五章 附则

第二十四条 本办法由涡阳县电子商务进农村工作领导小组办公室审批后发布。

第二十五条 本办法解释、修改权“涡臻鲜”归涡阳县电子商务进农村工作领导小组办公室所有。

第二十六条 本办法自发布之日起施行。

附件 2:

## 涡阳县“涡臻鲜”区域公共品牌农特产品 准入机制

为进一步完善涡阳县农产品品牌体系，树立涡阳县区域

公共品牌良好形象，持续提升涡阳县农产品的市场竞争力，现制定涡阳县区域公共品牌农特产品准入规则，凡符合准入规则的农特产品生产经营主体均可申请使用涡阳县“涡臻鲜”区域公共品牌。

第一条 本规则所指的涡阳县区域公共品牌包括设计形式的“涡臻鲜”品牌文字、设计图案及宣传标语等。涡阳县区域公共品牌的准入与使用，实行申报授权制度。

第二条 涡阳县区域公共品牌归涡阳县人民政府（以下简称“县政府”）所有，县政府授权涡阳县商务局代表县政府进行品牌使用授权与管理。

第三条 凡符合准入规则的农特产品生产经营主体均有权向涡阳县科技商务经济信息化局申请使用涡阳县“涡臻鲜”区域公共品牌。

第四条 申请使用涡阳县区域公共品牌的主体，应符合以下准入规则：

（一）必须是依法登记，且注册地、农产品及原料产地均在涡阳县境内。

（二）经工商登记注册，具有法定市场主体资格。

（三）农产品符合无公害农产品、绿色食品、有机农产品认证条件；有农产品地理标志、地理标志证明商标、地理标志保护产品等证书，且证书在有效期内的农产品，可优先使用“涡臻鲜”品牌。

（四）认同“涡臻鲜”品牌运营各项机制；诚信经营，近三年内没有抽检不合格、未发生产品质量事故和商标侵权

等违法行为。

（五）农产品质量达到“涡臻鲜”农产品生产技术规范要求。

（六）要积极履行社会责任，注重生态环境保护，传承涡阳县人文历史和农耕文化，充分推动涡阳县社会经济发展。

#### 第五条 申请材料

申请主体的基本资料，包括申请人身份证复印件、营业执照、产销能力说明、产品取得的各种质量认证或荣誉证书等。

#### 第六条 认定程序

（一）资质认定，县科技商务经济信息化局收到申请三个工作日内进行资质认定；

（二）实地核查，资质审核通过后三个工作日内，由涡阳县科技商务经济信息化局组织专人对申报企业进行实地核查并做出书面审核意见；

第七条 涡阳县区域公共品牌的使用实行动态管理，发现有下列情况之一的，立即取消其使用资格，情节严重的，按规定移交相关部门处理：

（一）有以次充好、不按要求管理等弄虚作假行为的；

（二）产品质量不达标，消费者反映强烈并造成不良影响和后果的；

（三）发生农产品质量安全事故或农产品质量安全抽检不合格的；



（四）有违反相关法律法规行为的。

第八条 任何组织或个人，未经授权不得使用涡阳县区域公共品牌。

第九条 本规则未尽事宜，参照国家《商标使用管理条例》执行。

第十条 本规则由涡阳县科技商务经济信息化局负责解释。

第十一条 本规则自发布之日起实施。