《临沧坚果区域公用品牌培育指南》编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

临沧市是世界上种植澳洲坚果最大的地区，分别占全省、全国、全世界的61.83%、53.19%、36.80%，是临沧重点发展的乡村振兴主要产业之一。2018年，临沧坚果获得农产品地理标志登记保护。2024年6月，临沧市委提出加快临沧坚果地方标准制定的要求。2024年8月，由临沧市检验检测认证院为项目申请单位，云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所、滇西科技师范学院、孟定海关综合技术中心为项目参与单位申报了2024年度临沧市科技赋能经济高质量发展专项项目《临沧坚果全产业链标准体系研究》。根据项目任务书要求，由临沧市检验检测认证院牵头临沧市林业科学院、临沧市科学技术局、临沧市乡村振兴产业集团等共同完成《临沧坚果区域公用品牌培育指南》地方标准。

（二）起草单位

由临沧市检验检测认证院、临沧市林业科学院、临沧市科学技术局、临沧市乡村振兴产业集团等共同承担了《临沧坚果区域公用品牌培育指南》标准的制定。

（三）主要起草人

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓 名 | 性别 | 职务/职称 | 工作单位 | 任务分工 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

二、制定标准的必要性和意义

临沧市委、市政府高度重视澳洲坚果产业发展，将其作为助农增收、助力乡村振兴的特色产业来抓，成立了高规格的产业发展领导机构，并从2004年以来相继出台了《临沧地区澳洲坚果产业发展意见》《中共临沧市委 临沧市人民政府关于加快推进高原特色农业发展的决定》《中共临沧市委 临沧市人民政府关于建设森林临沧的决定》《中共临沧市委 临沧市人民政府关于加快推进澳洲坚果产业发展的实施意见》《临沧市临沧坚果产业高质量发展三年行动计划实施方案（2023-2025）》《临沧市人民政府办公室关于印发临沧坚果提质增效可持续发展专家团队构建与科技示范推广行动方案（2023—2025年）的通知》《关于印发〈金融支持临沧坚果产业高质量发展的18条措施〉的通知》《临沧坚果提质增效可持续高质量发展科技推广行动工作领导小组办公室关于印发临沧坚果产业发展联合会建设方案的通知》等重要文件，为临沧坚果产业持续健康发展提供了有力保障，也为产业生态化和生态产业化注入新的活力。目前临沧已经成为全球最大的澳洲坚果种植基地，种植面积分别占全省、全国、全世界的61.83%、53.19%、36.80%，是临沧乡村振兴的主要产业之一。2018年，国家正式批准对临沧坚果实施农产品地理标志登记保护，澳洲坚果也被冠以临沧之名。2020年，临沧坚果被农业农村部等九部委认定为中国特色农产品优势区，入选第二批中欧地理标志协定保护名录，并荣获“2020年度最受欢迎的果品区域公共品牌100强”称号。2023年临沧澳洲坚果干壳果产量9.65万吨，综合产值59.39亿元，其中农业产值24.91亿元，农产品加工业产值25.38亿元，批发零售销售额9.05亿元。目前，临沧全市组建坚果合作社205个，带动农户7.2万户。临沧坚果加工企业48户，建成壳果加工生产线55条，其中，精深加工生产线16条。主要有“开口笑壳果”“调味果仁”“坚果护肤品”“坚果花蜜”等系列产品，销售网络遍布北京、上海、杭州、广州、深圳等全国主要城市，深受消费者青睐。

随着临沧坚果种植面积的快速扩张，临沧坚果产业发展也暴露出很多问题，如产量低品质不佳，全产业链发展滞后，特色资源转化能力弱，地标产品品牌价值不高等问题，严重制约了临沧坚果产业的发展。针对产量低的问题，临沧市依托省内外院士专家工作团队，紧盯种植链、加工链、销售链开展提质增效。针对临沧坚果存在品质不佳、地标品牌经济价值和效益不高，临沧坚果种植、生产、销售各个环节无标可循，仅凭传统经验粗放式管理，诸多不可控因素叠加导致临沧坚果优质商品率低下等问题，由临沧市检验检测认证院为项目申请单位，云南省农业科学院热带亚热带经济作物研究所、滇西科技师范学院、孟定海关综合技术中心为项目参与单位申报的“临沧坚果全产业链标准体系研究”获批2024年度临沧市科技赋能经济高质量发展专项项目，项目资金70万元。在2024年11月8日临沧市人民政府召开的临沧坚果提质增效工作推进会上，提出当前重点工作之一是要加快地方标准制定，并明确由市检验检测认证院牵头，市科技局、市林业和草原局、市林科院以及市乡村产业发展集团配合，按照“成熟一个审定一个发布一个”原则，加快推进临沧坚果地方标准和技术规范的修改制定发布工作，努力实现各环节都有标准可依、有规范可循。

品牌是一种社会群体对特定事物或产品的识别认知，是建立在受众群体认知与认可基础之上的集体意识体现，指的是组织及其所提供的商品或服务的综合标识，包含商标、属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告，公关－公共关系方式等多种因素，蕴含组织及其商品或服务的品质和声誉。品牌价值取决于消费者对它的感性认识（印象及经验）。‌根据品牌的属性，分为企业品牌、产品品牌和区域品牌三类。

‌区域公共品牌‌是指在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，由相关组织（如政府、行业协会等）注册和管理，经相关组织授权若干农业生产经营者共同使用的农产品品牌，通常涵盖了该区域内某一特色或优势产业集群，具有区域特征、自然人文和产业特色的集群属性，以“地域名称+品类”命名世界。如“镇康马鞍山茶”临沧坚果“凤庆滇红茶”等。区域品牌通常具有地域性、公共性、外部性和持久性等特征，它不仅仅是一个商标或标志，更是一种综合体现区域优势、文化内涵和产业实力的无形资产。区域公用品牌在缔造价值、整合资源和引领产业发展方面具有明显优势，是推进农业品牌化的一个重要模式。2022年农业农村部印发的《农业品牌精品培育计划（2022—2025年）》，提出“加快农业品牌标准化建设，引领品牌主体运用先进理念和科学方法开展品牌创建。推动农业品牌国家标准和行业标准研究制定，建立完善农产品区域公用品牌建设评价标准和管理规范。”基于区域品牌具有公共物品的非竞争性、非排他性、外部性等特征易导致“公地悲剧”“柠檬市场”“羊群效应”“品牌株连”等影响区域品牌长效发展的风险与危机。区域品牌要想成为百年品牌，实现可持续发展，必须得到有效管理。为区域品牌有效管理提供技术支撑，亟须制定区域品牌管理指南标准，为产业集群和产业园区区域品牌长效管理提供指导和参考。

制定本标准旨在为临沧坚果区域公共品牌管理提供有效途径，包括：区域产业质量不断提升，区域产业技术不断创新，相关服务不断改善，区域内产业发展基础设施、质量技术公共服务平台等有形要素不断完善，区域文化、知识等无形要素价值不断提高，并有效预防由于区域品牌公共物品特征而导致影响区域品牌长远发展的危机。

本标准的制定具有显著的意义。一是能充分发挥临沧坚果区域公共品牌的引领作用，推动供给结构和需求结构升级，有利于激发临沧坚果区域公共品牌使用主体企业的创新创造活力，促进生产要素合理配置，提高全要素生产率，提升产品品质，实现价值链升级，增加有效供给，提高供给体系的质量和效率。二是有利于引领消费，创造新需求，树立临沧坚果区域公共品牌消费信心，挖掘消费潜力，更好发挥需求对经济增长的拉动作用，满足人们更高层次的物质文化需求。三是有利于临沧坚果区域公共品牌的可持续发展，品牌的发展必须得到有效管理，为品牌有效提升提供技术支撑，亟须制定品牌培育管理标准，为临沧坚果区域公共品牌使用主体企业或组织在品牌提升方面提供指导和参考。

三、主要起草过程

（一）成立标准编制专题组

2024年10月，项目牵头单位临沧市检验检测认证院与临沧市林业和科学院、临沧市科学技术局、临沧市乡村振兴产业集团成立了“临沧坚果地方标准和团体标准研究”项目工作领导小组，领导小组负责统一领导项目建设工作。相关单位对工作任务进行了分工，本标准由临沧市检验检测认证院牵头标准的起草和编制说明的撰写和修改。

（二）收集资料、试验及标准初稿编制过程

2024年11月，编写组成员主要进行了国内外相关理论及标准的研究、理论分析、企业调研、国内外区域品牌案例研究工作，在此基础上，结合临沧坚果产业发展现状，编写人员按拟定的提纲并开始标准初稿编写，期间反复多次的修改，于2024年12月完成了本标准的征求意见稿。

（三）征求意见

年 月 日，《临沧坚果区域公用品牌培育指南（征求意见稿）》通过“临沧市政府公共信息网”对外发布广泛征求意见，并征求了云南省林业和草原科学院、云南省热带作物科学研究所和标准化研究机构、行业协会等 位单位（专家、部门）的意见建议。截止 月 日共收到省、其他州市、本市林业技术科研、教学、推广相关领域 位专家反馈书面意见 条，经标准编制小组会议讨论，最终采纳意见建议 条，部分采纳 条，未采纳 条，并对不采纳的意见进行了详细说明，详见《临沧市地方标准征求意见汇总处理表》。

（四）标准送审

 年 月，标准编制小组根据专家反馈的意见，经过反复讨论、再次修改，形成《临沧坚果区域公用品牌培育指南（送审稿）》，并提交技术审查。

（五）技术审查会议及形成标准报批稿

（本章节审查会结束后补充完善）

四、制定标准的原则和依据，与现行法律法规、标准的关系

（一）制定标准原则

本标准的编制严格遵循“合规性、必要性、先进性、经济性、可操作性”的原则，充分考虑到临沧坚果区域公共品牌管理的特点，体现标准的可操作性、可认证性。此外，本标准严格按照《标准化工作导则第 1部分：标准的结构和编写》（GB/T 1.1—2020）的规范和要求撰写。

1.合规性方面，本标准严格按照《标准化工作导则第 1 部分：标准的 结构和编写》（GB/T 1.1—2020）的规范和要求撰写，符合相关法律法规、产业政策以及强制性标准要求，不与国家有关产业政策相抵触。对于术语、量值、符号等基础通用方面的内容遵守国家标准、行业标准、地方标准的有关规定。技术要求不低于强制性标准的有关技术要求。标准研制过程符合标准化相关法律法规和管理办法要求。

2.必要性方面，《临沧坚果区域公用品牌培育指南》的制定和实施将促进临沧坚果区域公用品牌管理的规范化，推进临沧坚果产业提质增效，提升临沧坚果在全国的影响力、知名度和竞争力；维护和提高临沧坚果品牌质量、信誉和特色，保护品牌使用者和消费者的合法权益。

3.先进性方面，本标准以临沧坚果为标准实施对象，具有鲜明的地域特色，将引导临沧坚果品牌管理向规范化、标准化、国际化方向发展。

4.经济性方面，本标准的实施有助于打造临沧坚果产业优质品牌，可以调动企业积极性，弘扬临沧坚果产业特色，促进临沧坚果产业发展，扩大品牌影响带动临沧市乃至云南省临沧坚果产销“两旺”，助力临沧市经济发展。

5.可操作性方面，临沧市委、市政府高度重视临沧坚果产业发展，鼓励临沧坚果产业区域公用品牌的建设与推广，标准发布后将覆盖临沧市所有临沧坚果企业和相关组织。

（二）编制依据

本标准的编制遵循“科学、适度、可行”原则，既考虑标准前瞻性又顾及企业、果农的生产实际，注重标准的可操作性，在促进临沧坚果生产、加工、销售、流通全产业链可持续发展的同时，充分听取各方的意见，确保标准可以作为政府部门监督、指导行业发展的依据，保障临沧坚果产业高质量可持续发展。

（三）与现行法律法规、标准的关系

1.本标准与现行法律法规、标准没有冲突，能与现行有关国家标准、行业标准有机衔接。

2.本标准相关的法律法规有：

（1）《农业品牌精品培育计划（2022—2025年）》；

（2）《农业农村部、国家标准化管理委员会、住房和城乡建设部关于印发〈乡村振兴标准化行动方案〉的通知》（农质发〔2023〕5 号 ）；

（3）《农业农村部关于落实党中央、国务院 2023 年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》（农发〔2023〕1 号 ）；

（4）《农业农村部关于拓展农业多种功能促进乡村产业高质量发展的指导意见》（农产发〔2021〕7 号 ）；

（5）《云南省“十四五”林草产业发展规划》；

（6）《云南省澳洲坚果产业发展规划》。

3.与本标准相关的国家标准、行业标准如下：

（1）国家标准 GB/T 39904-2021《区域品牌培育与建设指南》该标准提供了区域品牌培育与建设工作的框架、一般方法与途径，包括区域品牌管理机构、区域品牌战略规划、区域品牌维护与风险防范、区域品牌竞争力提升、区域品牌培育与建设绩效评价与改进等方面的指导和建议。本标准借鉴此标准规定了品牌管理的机构和品牌战略，对临沧坚果区域公共品牌的管理机构、品牌定位和规划进行了规定，并参照品牌提升五要素（有形、质量、创新、服务、无形）对临沧坚果品牌培育进行细化规定。

（2）国家标准 GB/T 39906—2021《品牌管理要求》确立了品牌管理的原则，并规定了品牌管理的组织和资源、品牌战略、品牌管理策划和实施品牌管理评价和改进的通用性要求。本标准中的品牌战略与国标中的品牌战略相一致，同时标准中增添临沧坚果区域公用标准的特色内容，包括新增品牌的准入、退出规定和品牌管理制度，对品牌使用者权利与义务的规定等。

（3）行业标准方面，本标准内容参考现行行业标准NY/T4169-2022《农产品区域公用品牌建设指南》起草，与行业标准无冲突和重复。

五、主要条款的说明，主要技术指标、参数、试验验证的论述

（一）标准主要内容及适用范围

本标准结合当前临沧坚果区域品牌培育发展实际，并广泛参考GB/T 19000－2016《质量管理体系 基础和术语》、GB/T 19001－2016《质量管理体系 要求》、GB/T 19580－2012《卓越绩效评价准则》、GB/T 29185－2012《品牌价值 术语》、GB/T 29186－2012《品牌价值 要素》、GB/T 29187－2012《品牌评价 品牌价值评价要求》、GB/T 27925－2011《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》GB/T 39064-2020 《品牌培育指南 产业集群》GB/T 39654-2020 《品牌评价 原则与基础》GB/T 39904-2020《区域品牌培育与建设指南》NY4196-2022《农产品区域公共品牌建设指南》等国家标准、行业标准要求，综合吸收国际国内对区域品牌研究理论成果及品牌工作实践认识，对临沧坚果区域品牌培育和品牌管理进行了系统全面的认定和描述，提供了一个初步的概念体系和工作构架，以引导临沧坚果区域品牌培育建设、管理等实践活动。

本文件确立了临沧坚果品牌培育的术语和定义、总则、管理机构、品牌定位与规划、品牌使用、品牌培育、品牌推广、品牌维护与风险防范、品牌培育绩效评价与改进等相关要求。

本文件适用于临沧坚果组织开展临沧坚果区域公共品牌培育与建设工作。

1. 主要内容及依据

1.术语和定义

本章对临沧坚果、“品牌”“品牌培育”和“区域公用品牌”进行了明确的定义。

2.总则

本章规定了临沧坚果区域公用品牌培育的基本要求。

3.管理机构

本章规定了临沧坚果区域公用品牌的管理机构和职能职责。

4.品牌定位与规划

本章参照GB/T 39904-2021制定了临沧坚果区域公用品牌的定位和战略规划。

1. 品牌使用

本章制定了临沧坚果区域公用品牌的使用主体和使用管理规定。

1. 品牌培育

本章依据品牌提升五要素（有形、质量、创新、服务、无形）对临沧坚果品牌培育进行细化规定。

1. 品牌推广

本章对临沧坚果品牌推广提出了可参考的措施。

1. 品牌维护与风险防范

本章对临沧坚果品牌维护、品牌风险管理进行规定。

1. 品牌培育绩效评价与改进

本章对临沧坚果品牌绩效与品牌改进进行规定。

1. 试验验证分析报告、相关技术和经济影响论证
2. 试验验证分析

无

2.相关技术和经济影响

制定本标准可以为临沧坚果区域公用品牌管理提供规范性管理方法，规范和引导临沧坚果市场健康发展，并为企业制定标准提供依据。标准研制的全程中，不仅有林业、农业科学研究院和标准化科研机构参加，还有标准运营和执行单位共同参加讨论研究，以确保研制出的市级地方标准具有权威性、科研性和适用性。标准的制定发布和实施，将为构建现代化的临沧坚果全产业链技术体系，实现临沧坚果产业综合效益逐年提升提供标准化引领作用。

六、重大意见分歧的处理依据和结果

标准文稿征求了 等 家单位，共提出 条意见。针对返回意见，标准起草小组进行了认真研究，共采纳了 条意见，具体处理见附表“《临沧坚果区域公用品牌培育指南》地方标准（征求意见稿）汇总处理表”。

征求意见单位覆盖生产、销售、使用、科研、行业主管、检测机构等，均无重大意见分歧。

七、作为推荐性标准或者强制性标准的建议及其理由

建议作为推荐性标准。

八、贯彻标准的措施建议

建议尽快批准发布该标准，为临沧坚果区域品牌管理机构和使用组织开展临沧坚果区域品牌提升工作提供指导与参考。

九、预期效益分析

通过标准的制定，为临沧坚果区域公共品牌管理机构和使用组织提供了一套区域公共品牌培育的方法，让组织能准确地掌握临沧坚果区域品牌培育的内容、过程和要求、解决在开展临沧坚果区域公共品牌时无标可依的问题，为系统科学开展临沧坚果区域公共品牌培育提供技术支撑，为促进临沧坚果产业的提质增效、转型升级，为林农增收致富，规范和促进临沧坚果产业健康发展提供技术支持。

十、其他应说明的事项

无。