

江苏农业品牌目录制度

(征求意见稿)

第一章 总则

第一条 为深入实施“品牌强农 营销富民”工程，充分发挥品牌引领作用，完善品牌培育管理机制，巩固提升品牌发展实力，聚焦优势品牌发展，加快推进农业品牌精品培育，突出区域资源特色，深入挖掘扩大优新品牌，全面提升农业品牌竞争力，逐步构建上下联动、梯次推进的品牌体系，打造大而优、小而美的江苏农业品牌，为推动高水平建设农业品牌强省和农业农村现代化走在前奠定坚实基础，根据《江苏省乡村振兴促进条例》、《省委办公厅、省政府办公厅印发高水平建设农业强省行动方案的通知》（苏办发〔2023〕14号）等精神，结合江苏实际，修订本目录制度。

第二条 江苏农业品牌目录制度，参考地方标准《农产品区域公用品牌管理规范》、团体标准《江苏农业企业知名品牌评价规范（试行）》，细化完善农业品牌评价标准体系，并对目录品牌进行培育、管理和保护，包括目录制度申报管理的组织与职责、标准与程序、扶持、推介与保护等内容。

第三条 本目录制度所称江苏农业品牌，是指在省域范围内农业生产者或经营者在其农产品上使用的用以区别其它相同和类似农产品或企业的名称及其标志。主要包括农产品区域公用品牌、

产品品牌以及优新农产品区域公用品牌。

第四条 江苏农业品牌目录制度遵循市场主导、政府引导，重点培育、示范引领，创新推动、消费促进原则，实行动态管理，分类别分阶段稳步实施。

第二章 组织与职责

第五条 江苏省农业农村厅农业品牌工作领导小组负责贯彻落实中央和省委省政府关于品牌强农的决策部署，推进全省农业品牌政策创设、培育发展、宣传推介以及省级农业品牌目录的申报、建立和管理等工作，加强与省有关部门的沟通协调，指导各地农业农村部门开展工作。领导小组办公室设在厅市场与信息化处。

第六条 依托江苏省农业农村厅综合专家库中农业品牌领域专家，为农业品牌基础研究、营销推广、人才培养、监管服务等提供智力支撑和决策参考，协助开展江苏农业品牌宣传与推介。

第七条 各级农业农村部门应重视农业品牌建设，培育塑强知名农业品牌，组织发动品牌主体积极申报入选省级农业品牌目录，切实做好资料审核、监管保护、宣传推介等工作。各地应根据实际建立健全地方品牌目录，将发展潜力大、产业实力强、竞争优势明显的品牌纳入目录管理。

第三章 标准与程序

第八条 此次省级品牌目录在农产品产品品牌、区域公用品

牌和优新农产品区域公用品牌上申报建立，目录范围包括粮油、畜禽、水产、果蔬、食用菌、茶叶、中药材、蚕桑、蜂蜜等类别的农产品及其初加工产品。

第九条 本目录制度的农产品产品品牌，是指在农产品及其初加工产品上使用的，用于区分其他相同和类似产品的名称、术语、象征、符号及其组合等标志。基本条件包括：

（一）**主体条件**。申报主体应在江苏省内依法登记，具备独立法人资格，须为商标注册人，信用记录良好，至少获得设区市级及以上农业产业化重点龙头企业、农民合作社示范社、示范家庭农场等称号之一；具有一定生产经营规模并对周边地区发挥较强辐射带动作用，推动产业发展、农民增收作用明显。

（二）**品牌条件**。申报品牌在相关商品类别上取得合法有效的注册商标，连续使用三年以上；拥有鲜明的品牌标志、标识语等。建立品牌管理运营团队，具有明确的品牌发展规划和完整的品牌管理制度，注重品牌形象的塑造、推广和保护，具有鲜明的品牌辨识度和良好的市场声誉，无商标权属纠纷。同一主体仅限申报一个主导产品品牌。

（三）**产品条件**。建立全程质量控制体系，强化质量追溯管理，使用产品质量追溯码，近三年产品质量抽检合格；申报产品拥有自主知识产权或具有合法授权，须获得至少一项绿色食品、有机农产品、良好农业规范（GAP）等认证，或者畜禽养殖授权主体获得兽用抗菌药使用减量化达标养殖场（户）称号，且在有效期内。产品效益好，具有近三年及以上市场交易行为，原则上

年销售额达 2000 万元以上。

（四）符合法律法规规定的其他情形。

第十条 本目录制度所称农产品区域公用品牌，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，由相关组织所有，由若干农业生产经营者共同使用的农产品品牌。品牌名称一般由“产地名+产品名（类别名）”构成，产地为乡镇及以上行政区域。基本条件包括：

（一）**主体条件**。申报主体应为农产品区域公用品牌持有者或被授权实际运营者，在江苏省内依法登记设立，具有独立法人（社团、事业）资格，依法依规生产经营，信用记录良好；品牌授权主体至少拥有 1 个省级及以上农业产业化重点龙头企业、农民合作社示范社、示范家庭农场等称号之一。

（二）**品牌条件**。须在相关商品类别上取得至少一项合法有效的商标注册，连续使用三年以上；相关产品须获得地理标志产品认定（农业农村部的农产品地理标志登记或国家知识产权局的地理标志保护产品认定、地理标志商标注册）或全国名特优新农产品登录、森林生态标志产品；建立品牌管理机构和运营团队，制定品牌发展规划，完善品牌管理制度，建立完善的商标（品牌）授权管理办法，并规范授权使用；品牌定位清晰，目标市场明确，拥有鲜明的品牌标志、标识语等，具有较强的发展优势和市场推广潜力。

（三）**产品条件**。建立全程质量控制体系，强化质量追溯管理，使用产品质量追溯码，近三年产品质量抽检合格；申报产品

拥有自主知识产权或具有合法授权，须获得至少一项绿色食品、有机农产品、良好农业规范（GAP）等认证，或者或者畜禽产品养殖授权主体获得兽用抗菌药使用减量化达标养殖场（户）称号，且在有效期内；依据标准化生产技术规范，实行标准化生产；产品效益好，具有近三年及以上市场交易行为，原则上年最高销售额达 5000 万元以上。

（四）产业条件。主导产业优势突出，为省级以上特色农产品优势区、现代农业产业园、优势特色产业集群等产业园区或农产品质量安全县、现代农业全产业链标准化基地、地理标志产品示范区。产业辐射带动能力强，具有一定产业规模且为地方发展主导产业，与一般农户建立利益联结关系，促进农民增收效应明显。

（五）符合法律法规规定的其他情形。

第十一条 本目录制度所称优新农产品区域公用品牌，是指在特定区域内生产，具有显著地域特征和品质特色和公众认知度、美誉度高，具备一定生产规模商品量、供应量和消费市场的扶持型、潜力型、成长型农产品区域公用品牌。品牌名称由“产地名+ 产品名（类别名）”构成，产地为乡镇及以上行政区域。

具备以下特征之一可以通过优新品牌申报：

- 1.获得中华老字号等国家荣誉称号的；
- 2.当地特色品种，列入省级及以上种质资源保护库的；
- 3.使用独特传统生产加工工艺的，列入设区市级及以上非物质文化遗产的；

4.具有悠久历史文化遗产和重要推广价值，列入省级及以上重要农业文化遗产的；

5.符合相关突出特征的其他情形。

基本条件包括：

申报主体应在江苏省内依法登记，具备独立法人资格，须为商标注册人，信用记录良好；建立了完善的商标（品牌）授权管理办法，并规范授权使用；授权主体至少一家获得设区市级农民专业合作社示范社、示范家庭农场称号之一；近三年产品质量抽检合格，年销售额达 1000 万元以上且低于 2000 万元；至少获得一项绿色食品、有机农产品、良好农业规范（GAP）认证，且绿色、有机、GAP 认证比例达到授权主体的 50%以上。

第十二条 除具备上述基本条件外，有下列情形之一的优先入选：

（一）品牌市场开拓有力，在国内外市场有较高占有率的；

（二）品牌美誉度高，拥有完善的售后服务体系，品牌产品获得省级及以上政府部门奖项或认证的；

（三）创新能力突出，拥有重大技术创新成果、承担过省级高价值专利培育项目的，或获得省高新技术企业、知识产权示范企业称号之一；

（四）主要承担制定同类产品国家标准或国内行业标准规范的；

（五）农产品品牌年销售额达 5000 万元以上、区域公用品牌年销售额达 1 亿元以上的；

(六) 已经入选中国农业品牌目录的；

(七) 其他符合的情形。

第十三条 有下列情形之一的不予入选：

(一) 隐瞒真实情况、提供虚假申报材料；

(二) 三年内品牌产品出现产品抽检不合格，发生质量安全、重大生产安全、重大环境污染等情况；

(三) 发生知识产权侵权行为、品牌主体不良信用记录；

(四) 其它严重违法违反法律法规的行为。

第十四条 省级农业品牌目录建立遵循自愿、公开、公正、公益原则，按照以下程序评选建立：

(一) 品牌主体对照基本条件自愿申报，提供相关资料，报送至当地县级农业农村部门。

(二) 县级农业农村部门对申报主体资格、申报资料等进行汇总审核，研究确定推荐名单，连同申报材料，报送至设区市农业农村部门。

(三) 设区市农业农村部门对申报材料进行复核，研究确定推荐名单，连同申报材料，报送省农业农村厅。

(四) 厅农业品牌工作领导小组办公室依据设区市农业农村部门的推荐名单，对符合条件的申报资料组织业务部门和相关专家共同推选，形成建议名单。

(五) 对建议名单中的品牌主体进行信用查询，形成拟公示名单。

(六) 省农业农村厅面向社会进行公示，对公示无异议的，

入选省级农业品牌目录并正式发布。

第十五条 省级品牌目录实行动态管理，入选品牌应自觉接受监督，出现下列情形之一的予以退出目录：

（一）出现第十三条所列情形；

（二）品牌产品停产一年（含）以上；

（三）拒不配合监督检查；

（四）消费者投诉较多，满意度明显下降，媒体曝光问题较多等重大负面舆情；

（五）主体条件、品牌条件、产品条件发生重大变化达不到推选基本条件等其他需要退出目录的情形。

退出目录的品牌定期向社会公开，且三年内不得再次申报。

第十六条 省级品牌目录第二轮申报从2024年—2026年开始，定期组织申报。首轮入选省级目录品牌超出原定有效期的，将根据工作实际和发展需要重新申报确定，再次申报前目录库保持相对稳定，目录品牌继续有效。

第四章 支持与保护

第十七条 为稳步推进省级财政支持农业品牌发展力度，各级农业农村部门要加大农业品牌建设，强化政策扶持，提升公共服务，优化市场环境，积极协调有关部门在政策制定、项目建设、规划指导、资金安排等方面，对入选省级目录的品牌及相关主体给予扶持。

支持鼓励金融机构开展以品牌为基础的商标权和专利权等质

押贷款，提升金融服务，扩大信贷规模，优化信贷条件，深化拓展“苏农担·品牌贷”等金融服务，以优惠的金融措施支持目录品牌发展。

第十八条 建立完善省级目录品牌和保护产品的保护协作机制，开展跨部门跨区域知识产权保护合作，严厉打击假冒伪劣和侵犯知识产权等行为，积极营造公平竞争的市场环境。加强区域公用品牌授权、管理和监督机制建设，推动区域公用品牌规范有序发展。推行“江苏农业品牌目录”标识（JSABC）专用标识使用，鼓励入选品牌按规范使用标识，发挥标识影响力，维护标识公信力。

第十九条 支持目录品牌参展省级及以上农业展会节庆活动，依托各级各类农业展会、展示展销、产销对接、贸易洽谈、国际商务合作等活动，开展省级目录品牌开展专场（专题）推介。鼓励品牌主体参与农业国际展销和贸易合作，促进国际品牌合作，提升品牌发展成效。

第二十条 探索建立重点突出、分级负责、机制健全的品牌宣传推广体系，发布品牌产品消费指南，培育消费热点，引导社会消费，推动线上线下营销促销，对接中高端市场渠道，加强与大型电商平台、批发市场、大型商超等流通销售渠道合作，促进品牌产品与市场紧密对接，实现品牌产品优质优价。

第二十一条 健全农业品牌支撑服务体系，指导行业协会等开展品牌评价、品牌推选、价值评估、宣传推介等活动。开展农业品牌市场消费研究，建立科学规范、具有公信力的农业品牌跟踪评价机制。搭建农业品牌公共服务平台，做好信息服务、业务

交流、品牌展示等，打造农业品牌综合服务窗口。

第二十二条 引导品牌主体运用数字和新媒体技术，优化管理服务，完善业务流程，推进品牌管理、市场监测、展销推广全流程数字化。探索农业品牌与知识产权、质量认定、安全追溯、诚信管理等信息对接，推动信息互联共享，促进协同监管和信用约束，为品牌健康发展提供支撑。

第五章 附则

第二十三条 本目录制度由江苏省农业农村厅负责解释。

第二十四条 修订后的目录制度自 2024 年 月 日起施行，有效期 5 年。省农业农村厅出台的《江苏农业品牌目录制度》（苏农规〔2020〕6 号）予以废止，原品牌目录在更新前继续有效，新制度实施后将分阶段组织重新申报和动态调整。