

中国农业品牌目录制度实施办法(试行)

第一章 总 则

第一条 为贯彻落实国家乡村振兴战略规划，按照《国务院关于促进乡村产业振兴的指导意见》《农业农村部关于加快推进品牌强农的意见》中关于建立中国农业品牌目录制度的有关要求，深入推进质量兴农、绿色兴农、品牌强农，发挥品牌对农业高质量发展的引领作用，建立中国农业品牌目录制度。为更好地实施该制度，制定本办法。

第二条 中国农业品牌目录制度，是研究制定农业品牌评价标准，依据标准建立国家级农业品牌目录，并对目录品牌进行管理、推介和保护的制度安排，包括标准制定、目录建立、推介扶持、监管保护等内容。

第三条 建立中国农业品牌目录制度，旨在引领农业品牌建设，塑造具有国际竞争力的中国农业品牌，提升我国农业竞争力，加快推动我国由农业大国向农业强国转变。

第四条 中国农业品牌目录制度，坚持市场引领、协同推进、动态管理等原则，分类别分阶段实施。

第五条 目录制度建设由农业农村部市场与信息化司指导，中国农产品市场协会牵头，会同中国农村杂志社、农业农村部农产品质量安全中心、中国绿色食品发展中心、农业农村部信息中心、中国农业科学院农业质量标准与检测技术研究所、中国农业电影电视中心、农民日报社、中国农业大学品牌研究中心等有关单位共同开展，下设农业品

牌建设办公室。组建中国农业品牌目录制度专家委员会，提供战略咨询和智库支持。

第二章 标准制定

第六条 中国农业品牌评价标准，应与农业相关领域标准协调配套，并针对农产品区域公用品牌、企业品牌和农产品品牌分类实施。

第七条 中国农业品牌评价标准包括“基本条件”标准和“发展水平”标准。其中，“基本条件”标准包括基础条件、优先条件以及否决情形。“发展水平”标准，按照品牌发展要素制定。

第八条 基础条件

（一）主体条件：农业品牌所有者应为在中国境内依法登记设立的法人或其他组织，依法依规生产经营。中国农产品区域公用品牌，须制定并严格实施品牌授权管理办法，注重生态环境保护，传承区域人文历史和农耕文化。中国农业企业品牌，须获得农业产业化国家重点龙头企业、国家高新技术企业、国家知识产权示范企业、国家农民专业合作社示范社等称号之一。

（二）品牌条件：农产品区域公用品牌，是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。该类品牌由“产地名+产品名”构成，原则上产地应为县级或地市级，并有明确生产区域范围，注重区域公用品牌形象的塑造、推广和保护。中国农业企业品牌和农产品品牌，须取得合法有效的商标注册（在有效期内），且商标注册人为品牌所有者，建立品牌培育管理体系或制度，拥有品牌标志、标识语等，注重

品牌形象与品牌传播。

(三) 产品条件：品牌产品须获得绿色食品、有机产品或良好农业规范（GAP）认证之一（在有效期内），具有连续三年（含）以上的市场交易行为。可通过二维码等包装信息进行质量安全追溯。

第九条 优先条件

(一) 产业基础扎实。依托中国特色农产品优势区、粮食生产功能区、重要农产品生产保护区、现代农业产业园等国家级示范园区创建。

(二) 市场开拓有力。品牌产品在国内主要城市及海外市场具有较高的市场占有率，在全国乃至世界范围内具有较高知名度。

(三) 品牌美誉度强。拥有完善的售后服务体系，品牌或品牌产品获得省部级及以上农业品牌称号或其他示范称号，以及国际相关奖项或认证等。品牌来自全球和中国重要农业文化遗产所在地。

(四) 创新能力突出。拥有重大技术创新成果，拥有一定数量的专利权，并实现创造新的需求和新的市场。

第十条 否决情形

目录品牌申报出现以下任何一种情况则取消申报资格。包括隐瞒真实情况、提供虚假申报材料；近五年内出现品牌产品抽检不合格，发生食品安全事故，发生重大生产安全、环境污染事件、知识产权侵权行为及品牌使用主体不良信用记录或严重违法法律法规等行为。

第十一条 中国农业品牌“发展水平”标准由中国农业品牌目录制度专家委员会，根据产品质量、创新能力、品牌影响力、品牌效益、

文化建设等要素研究制定，作为目录品牌推选评价标准。

第三章 目录建立

第十二条 中国农业品牌目录包括农产品区域公用品牌目录、企业品牌目录和农产品品牌目录，遵循自愿、公开、公正、公益原则。

第十三条 农产品区域公用品牌和农产品品牌征集范围为初级农产品及其初加工产品。企业品牌征集范围为初级农产品的生产及初加工企业（含农民专业合作社、农业专业合作社联合社）。

第十四条 中国农业品牌目录建立程序，主要包括：

（一）**主体申报**。品牌主体对照基本条件标准自愿申报，并须经当地县级农业农村行政主管部门审核推荐，跨县联合申报由地市级农业农村行政主管部门审核推荐。

（二）**材料审核**。中国农产品市场协会农业品牌建设办公室组织对目录申报材料进行汇总初审，形成目录初审名单。

（三）**意见征求**。将目录初审名单发送申报单位所在区域的省级农业农村部门征求意见。

（四）**专家审议**。中国农业品牌目录制度专家委员会依据品牌评价标准和省级农业农村部门的推荐意见，对符合条件的申报材料进行评审，形成目录推选名单。

（五）**公示核定**。面向社会公示目录推选名单，公示期为5个工作日。公示期内如有异议，组织复核，并提出复核意见。

（六）**确认发布**。发布经公示最终确定的目录名单。

第四章 推介扶持

第十五条 加强与农业农村部门沟通，在政策制定、项目建设、规划指导等方面对目录品牌主体给予支持。

第十六条 对目录品牌进行公益宣传，适时开展专用标识授权使用。依托国家或区域重点展会、产销对接等活动进行专题推介。加强与批发市场、大型商超、电商等流通渠道合作，开设目录品牌销售专区，促进目录品牌优质优价。

第十七条 加大目录品牌海外营销，支持目录品牌参加国际知名展会，充分利用农业对外合作交流项目，对目录品牌进行重点推介。

第十八条 向社会公众权威发布目录品牌消费索引，发挥市场引导作用，促进品牌产品与市场精准对接。

第十九条 加强与银行业金融机构合作，加大对品牌主体的信贷、保险等支持力度，提供更为便捷的融资渠道和服务。

第五章 监管保护

第二十条 中国农业品牌目录每年发布一次，实行动态管理，对违反相关规定或经营管理不善的品牌等予以清退，同时对符合条件的品牌进行适当增补。

第二十一条 目录品牌应自觉接受监督，入选品牌有下列情形之一的，取消目录资格。包括发生不良信用记录；存在弄虚作假行为，提交资料不实；发生产品质量、安全生产、环境保护等事故；发生侵犯知识产权行为；品牌产品停产一年（含）以上；超范围使用目录专用

标识；拒不接受监督检查；其它暂停或停止情形等行为。发生上述行为的品牌主体，须立刻停止使用目录专用标识。

第二十二条 对因违反本办法有关规定被清退出目录的品牌，将以公告形式向社会发布。被清退品牌三年内不得再次申报。

第二十三条 会同有关监管部门，加强对目录品牌和产品的监管保护、责任追溯，严厉打击假冒伪劣和侵犯知识产权等行为，维护品牌目录公信力，积极营造公平竞争的市场环境。

第六章 附 则

第二十四条 本实施办法由中国农产品市场协会负责解释。

第二十五条 本实施办法自发布之日起实施。

