

江苏省地方标准

DB32/T 4098—2021

农产品区域公用品牌管理规范

Management specification of regional collective brand of famous agricultural products

2021-09-03 发布

2021-10-03 实施

江苏省市场监督管理局 发布

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件由江苏省农业农村厅提出并归口。

本文件起草单位：南京农业大学。

本文件主要起草人：耿献辉、樊宝洪、彭世广。

农产品区域公用品牌管理规范

1 范围

本文件规定了农产品区域公用品牌术语和定义、管理原则、基本条件、申报程序、使用要求、维护与发展等内容。

本文件适用于农产品区域公用品牌管理工作。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 38372—2020 企业品牌培育指南

GB/T 39904—2021 区域品牌培育与建设指南

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

农产品区域公用品牌 regional collective brand of agricultural products

在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内,由企业、合作社、农户等经营主体所共有并共同使用的农产品品牌。特定区域内,农产品经营主体在生产地域范围、品种品质管理、品牌使用许可、品牌营销与传播等方面具有共同诉求与行动,联合提供区域内外消费者的评价,使区域产品与区域形象共同发展。本文件所指农产品区域公用品牌特指具有集体商标的农产品区域公用品牌。

3.2

农产品区域公用品牌商标 regional collective brand trademark of agricultural products

“商标”是一个专门的法律术语,是品牌的法律表现形式。农产品区域公用品牌在政府有关部门依法注册后,称为农产品区域公用品牌商标。农产品区域公用品牌商标受法律的保护,注册者有专用权。农产品区域公用品牌商标的使用,实行申报授权制度。

3.3

运营方 operator

农产品区域公用品牌管理和培育的责任主体。

3.4

使用方 user

通过授权,使用农产品区域公用品牌商标的责任主体。

4 管理原则

农产品区域公用品牌管理坚持以下原则: