

团 体 标 准

T/OTOP ××××—2021

中国一乡一品 区域品牌管理细则

General Management Rules for Regional public brand of China One Town One
Product (OTOP)

(征求意见稿)

2021 - ×× - ××发布

2018 - ×× - ××1 实施

中国民族贸易促进会 发布

目 次

前言	II
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
3.1	1
3.2	1
3.3	1
3.4	1
3.5	2
3.6	2
3.7	2
4 合规性要求	2
5 申请资料	2
6 评价程序	3
6.1 申请	3
6.2 审核和批准	3
6.3 标识使用	3
6.4 保护和监督	4
7 评价方法	错误!未定义书签。

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。

本文件是“中国一乡一品”标准体系中的一项标准。

本文件由中国民贸一乡一品产业促进中心提出。

本文件由中国民族贸易促进会标准化工作委员会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

中国一乡一品 区域品牌管理细则

1 范围

本文件规定了“中国一乡一品”区域品牌评价管理的合规性要求、申请资料、管理机构职能、评价程序。

本文件适用于指导“中国一乡一品”区域品牌的申请和评价工作。

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 29185 品牌价值 术语

GB/T 29186 品牌价值 要素

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T 29187 品牌评价 品牌价值评价要求

GB/T 39904 区域品牌培育与建设指南

3 术语和定义

GB/T 29186、GB/T 29187、GB/T 29187、GB/T 39904界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

中国一乡一品产品 China One Town One Product (OTOP)

产自中国境内特定地域，经过评价的，具有良好的产地特征和产品特性的生态型产品。

3.2

品牌 brand

无形资产，包括但不限于：名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，用于区分产品、服务和（或）实体，或兼而有之，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济利益（价值）。

[GB/T 29186.1-2021，定义3.1]

3.3

区域品牌 regional brand

与区域历史、文化、经济等相关的无形资产，用名称、用语、符号、形象、标识、设计或其组合，区分区域产品、服务和（或）实体，能够在利益相关方意识中形成独特印象和联想，从而产生经济和（或）社会价值。

[GB/T 33904-2021，定义3.1]

3.4

产地特征 the character of producing area

指与种养殖、生长、生产、加工、制造等产品形成相关的自然、地理、人文、历史等特殊属性，包括产地的地形地貌、土壤状况、水文水质、气象气候、历史渊源、人文背景、生产工艺、配方、技术创新等维度。

3.5

产品特性 the property of product

指产品固有的、与产品产地特征有内在关联的品质和特点。

3.6

评价 assessment

由授权评价机构或评价组依据本标准要求，对申请人及其申请区域品牌进行符合性评价的过程。

3.7

申请方 applicant

县级以上地方人民政府或其授权的行业协会、专业经济合作组织、龙头企业等实体。

4 合规性要求

“中国一乡一品”区域品牌申请方及其覆盖产品应满足以下要求：

- a) 区域品牌名称宜由地理区域名称和产品通用名称构成；
- b) 产地特征和产品特性明显，具有市场竞争力；
- c) 产业为当地重要收入来源之一；
- d) 产品生产具有特定的区域范围；
- e) 产地环境、产品质量符合国家强制性技术规范要求；
- f) 生产过程的污染排放、能源消耗水平应满足适用标准的证据；
- g) 近三年未发生一般及以上质量、安全、环保和卫生等事故。

5 申请资料

根据 GB/T 39904 区域品牌培育与建设指南的相关要求，“中国一乡一品”区域品牌申请方应提供包括但不限于以下申请资料：

- a) 中国一乡一品区域品牌申请书；
- b) 申请方的证明材料，包括但不限于：
 - i. 具有监督和管理区域品牌标识及其覆盖产品的能力；
 - ii. 具有为区域品牌覆盖产品的生产、加工、营销提供指导服务的能力
- c) 县级及以上地方政府关于划定区域品牌产品的产地范围公函；
- d) 区域品牌产品现行有效的标准或技术规范；
- e) 区域品牌的管理要求文件，应确保其产品的品质和监督管理能持续满足其标准要求；
- f) 区域品牌的基本申请资料，包括：
 - i. 品牌名称
 - ii. 产地范围、生产地域分布图、产品实物样品或者样品图片；
 - iii. 产地环境条件或地理特征的说明和环境本底检测和调研报告；
 - iv. 产品生产、销售情况及历史渊源的说明，如地方志等。
 - v. 产品的理化、感官指标等检测报告及与产地的自然因素和人文因素之间关联性的说明；
 - vi. 产品生产技术规范和产品质量安全技术规范，包括生产或形成时所用原材料、生产工艺、流程、安全卫生要求、主要质量特性、加工设备的技术要求等；

vii. 其它相关资料。

6 评价程序

6.1 申请

申请方准备好申请资料后，向中国民贸一乡一品产业促进中心提出区域品牌申请。以下情况不予受理：

- a) 申请对象不明确、不具体；
- b) 对环境、生态、资源、健康可能产生破坏或危害的；
- c) 属于资源枯竭型、资源消耗型、国家淘汰落后产能、濒危动植物、转基因等有争议的产品；
- d) 存在生态、环保、安全、诚信、产品质量、社会责任等方面的不良记录，伪造证明材料、虚报数据的；
- e) 产品地理名称已经在特定地域之外广泛使用的；
- f) 产品的产地范围与实际产地范围不符的；
- g) 其他经专家评审认为不适宜申报的。

6.2 审核和批准

6.2.1 中国民贸一乡一品产业促进中心对申请资料实施形式审查，对初次受理的产品或品牌地域范围较大的产品，可组织专家进行审议。形式审查合格的，在一乡一品官方信息发布平台上向社会发布受理公告；形式审查不合格的，向申请人发送形式审查意见反馈通知。

6.2.2 异议调解遵循属地原则。在发布受理公告后规定的异议期内如收到异议，采用：

6.2.2.1 责成申请人所在地方政府与异议提出方对异议进行处理，并将处理结果证明文件报送促进中心；

6.2.2.2 特殊情况由中国民贸一乡一品产业促进中心组织有关专家进行论证，借鉴专家论证意见进行调研；

6.2.2.3 跨省的异议由技术委员会负责协调。

6.2.3 对异议期满无异议或有异议但已调解完毕的申请，实施技术评审。

6.2.4 技术评审实行组长负责制，评审采用文件审核与现场评审相结合方式进行。评审组成员宜由法律、专业技术、企业管理等方面的人员组成。组成人数为奇数，一般5人以上，但不超过9人。

6.2.5 评定结论。评定组根据文件审核和现场审核结果进行综合评定，评定结论分为通过和未通过。符合本文件要求的，为通过评定，否则为未通过评定。通过评定的由中国民贸一乡一品产业促进中心批准后公告。

6.3 标识使用

6.3.1 产品获得批准后，申请方应按批准公告的要求，完善区域品牌的管理文件，并报中国民贸一乡一品产业促进中心审核备案。

6.3.2 获得批准的区域品牌所在地的生产者应向批准公告中确定的机构提出使用区域品牌标识的申请，并提交以下材料：

- a) 区域品牌标识使用申请书；
- b) 生产经营资质；
- c) 企业质量技术规范组织或标准；
- d) 开展生产经营活动证明资料；
- e) 区域品牌市场开发和经营能力；

f) 检验机构出具的产品质量检验报告等。

6.3.3 标识的使用及监督管理

- a) 直接加贴和吊挂在产品和（或）包装物上；
- b) 直接印刷在产品标签和（或）包装物上，应由中国民贸一乡一品产业促进中心授权印刷企业、派专人监印，并将印刷数量登记备案；
- c) 对特殊产品，应申请方的要求或根据实际情况，采用相应的标示方法；

6.4 保护和监督

6.4.1 当地政府应依法对中国一乡一品区域品牌实施保护。对于擅自使用、伪造和模仿区域品牌名称及标识的，将申请有关部门依法进行查处。鼓励消费者、社会团体、企业、个人进行监督、举报。

6.4.2 当地政府产品监管部门应对区域品牌的产地范围，产品名称，原材料，生产技术工艺，质量特色，质量等级、数量、包装、标识，产品标识的印刷、发放、数量、使用情况，产品生产环境、生产设备，产品的标准符合性等方面进行日常监督管理。

6.4.3 获得使用标识资格的生产者，应在产品包装标识上标明“中国一乡一品区域品牌产品”字样以及区域品牌名称、中国民贸一乡一品产业促进中心的批准公告号等。

6.4.4 中国民贸一乡一品产业促进中心技术委员会每年安排一定数量的区域品牌列入监督抽查的目录，进行监督管理抽查。
