ICS 03.080.30
M 74

CAICC

团　体　标　准

T/CAICC 006-2022

中华地标美食品牌认定管理规范

Identification and management Specification of

The Brand of Geographical Indicative Food

（征求意见稿）

2022-XX-XX 发布　　2022-XX-XX 实施

全联农业产业商会
全国工商联餐饮业委员会
联 合 发 布

目 次

前　　言 II
引　言 III
1.　范围 1
2.　规范性引用文件 1
3.　术语和定义 1
5.　认定机构和依据 4
6.　认定程序 4
7.　标识使用 5
8.　评价方法 7
附录 A 中华地标美食品牌申报表 7
附录 B 中华地标美食品牌评定表 9

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。

本文件由全国工商联餐饮业委员会、北京千喜鹤餐饮管理有限公司、北京云创智讯信息技术有限公司、中食汇（北京）供应链管理有限公司联合提出。

本文件由全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会共同归口管理和联合发布。

本文件起草单位：全国工商联餐饮业委员会、全联农业产业商会、北京千喜鹤餐饮管理有限公司、北京云创智讯信息技术有限公司、中食汇（北京）供应链管理有限公司、标管准家（北京）标准化服务中心、北京中水卓越认证有限公司。

本文件主要起草人：刘延云、乐粉鹏、高学成、郭淑丽、方立成、顾宁、王倩、郭淼鑫、陈洪征。

引　言

为深入贯彻党中央“万企兴万村”助力乡村振兴和“十四五”规划提升国家文化软实力要求，更好地弘扬中华美食文化，更好地服务“一县一品”“一乡一品”建设，增强地标美食品牌公信力、知名度，促进地标美食品牌的传承、创新和发展，提出制定中华地标美食品牌认定管理规范团体标准，在制订相关标准的基础上，助力品牌所属企业做大做强，助推地标美食产业高质量发展。

中华地标美食品牌认定管理规范

1. 范围

本文件规定了地标美食品牌（地标美食经典品牌、地标美食新锐品牌）的基本要求、管理要求和使用规范。

本文件适用于中华人民共和国领域内以地标美食产品和服务为主要业务的企业单位，包括地标食品品牌所属企业单位、地标食材品牌所属企业单位。

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 17924　　地理标志产品标准通用要求

GB/T 19001　　质量管理体系要求（ISO9001:2000IDT）

GB/T 22000　　食品安全管理体系食品链中各类组织的要求（ISO22000:2005IDT）

GB/T 24001　　环境管理体系要求及运用指南（ISO14001:2004IDT）

GB/T 29185　　品牌价值术语

3. 术语和定义

以下术语和定义适用于本标准。

3.1

地标美食产品 Product Of Geographical Indication

地标美食产品是指产自特定地域的地理标志性美食产品，涵盖地标食品及地标食材，在本地区按照特定工艺生产和加工，可代表地方风味特色和文化习俗内涵，产品命名一般带有地名或人名以及其他本地域特有文化元素标识等，并有着广泛地域美誉度、社会知名度和综合影响力。

3.2

地标食品 Cuisine of Geographical Indication

在国家地名规范制度和国家地名文化保护的前提下，利用当地食材、当地独特的技艺制作而成的，具有地域特色、文化内涵、独特风味、风土民情的特色食品，包括名菜、名点、名宴、名小吃、名饮品等。

3.3

地标食材 Edible material of Geographical Indication

在国家地名规范制度和国家地名文化保护的前提下，具有鲜明的地域特色，优良的产品品质，在当地特定区域、特有自然环境下自然生长的可用于生产加工的特色产品，包括特色种植产品、特色养殖产品及可用于食品制作的粗加工产品（例如：食用油、面粉、糖）等。

3.4

经典品牌 Classic Brand

品牌是人们对于企业及其产品服务的评价和认知，表现为一种名称、术语、标记、符号或设计，或是它们的组合运用。经典品牌是指该品牌具有较长的经营年限以及较为深厚的文化价值内涵，其代表性产品或服务质量达到先进水平，有良好的经济及社会效益，在特定区域或行业内具有典范性。

3.5

地标美食经典品牌 Classic Brand of Geographical Indicative Food

是指该品牌以经营地标美食产品和服务为核心，具有较长的使用时间和较为深厚的美食文化价值内涵，其代表性产品或服务在特定区域或行业内具有典范性，在当地乃至全国有良好的品牌知名度和美誉度。

3.6

新锐品牌 Up-and-Coming Brand

品牌是人们对于企业及其产品服务的评价和认知，表现为一种名称、术语、标记、符号或设计，或是它们的组合运用。新锐品牌是指该品牌使用时间较短但市场表现突出，认可度高，发展呈上升趋势。

3.7

地标美食新锐品牌 Up-and-Coming Brand of Geographical Indicative Food

是指该品牌以经营地标美食产品和服务为核心，在较短时间内打造出具有专属调性的产品、服务及品牌风格，其代表性产品或服务获得业内或市场认可，呈现上升发展的趋势，在特定区域或行业内有一

定的知名度和美誉度。

4 基本要求

4.1 地标美食经典品牌所属企业基本要求

地标美食经典品牌所属企业基本要求设置参考GB/T 17924、GB/T 19001、GB/T 22000、GB/T 24001。

4.1.1 在中华人民共和国领域内登记注册，并在中华人民共和国领域内进行种植、养殖、生产、加工地标美食的企业。

4.1.2 品牌所属餐饮企业单店平均年营业额不少于90万元或人均年产值不少于15万元；品牌所属食品、食材企业该品牌产品平均年销售额不少于100万元（自申报当年向前追溯3个自然年）。

4.1.3 业诚信经营、依法纳税。

4.1.4 企业具有完善的管理运行机制和成熟的生产加工工艺技术。

4.1.5 企业所经营的产品和服务，符合《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《商标法》等有关法律法规的规定。

4.1.6 企业经营时长超过10年且经营运转正常，业务呈不断增长趋势。

4.1.7 企业建有完善的员工培训体系，并有效实施。

4.1.8 企业服务程序严谨、规范，对顾客承诺的服务及时有效兑现，有完善的顾客投诉处理程序。

4.1.9 企业注重品牌文化传播，有良好的社会形象。

4.2 地标美食新锐品牌所属企业基本要求

地标美食新锐品牌所属企业基本要求设置参考GB/T 17924、GB/T 19001、GB/T 22000、GB/T 24001。

4.2.1 在中华人民共和国领域内登记注册，并在中华人民共和国领域内进行种植、养殖、生产、加工地标美食的企业。

4.2.2 品牌所属餐饮企业单店平均年营业额不少于90万元或人均年产值不少于15万元；品牌所属食品、食材企业该品牌产品平均年销售额不少于100万元（自申报当年向前追溯3个自然年）。

4.2.3 企业诚信经营、依法纳税。

4.2.4 企业具有完善的管理运行机制和成熟的生产加工工艺技术。

4.2.5 企业所经营的产品和服务，符合《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《商标法》等有关法律法规的规定。

4.2.6 企业经营运转正常，近3年内（自申报当年向前追溯3个自然年）经营规模或营业额有较明显

增长。

4.2.7　企业建有完善的员工培训体系，并有效实施。

4.2.8　企业服务程序严谨、规范，对顾客承诺的服务及时有效兑现，有完善的顾客投诉处理程序。

4.2.9　企业致力于品牌形象的塑造，积极举办品牌活动，有品牌营销策划案例，拥用良好的成长潜力及市场发展前景。

5　认定机构和依据

5.1 由全联农业产业商会或者全国工商联餐饮业委员会组建地标美食品牌专家评审委员会和评审专家库，负责中华地标美食品牌评审的实施,或委托第三方认证机构实施评审。

5.2 中华地标美食品牌认定包括地标美食经典品牌认定、地标美食新锐品牌认定。

5.3 地标美食经典品牌认定依据包括：地标美食经典品牌所属企业基本要求和中华地标美食经典品牌评定表中要求，其中基本要求必须具备项。

5.4 地标美食新锐品牌认定依据包括：地标美食新锐品牌所属企业基本要求和中华地标美食新锐品牌评定表中要求，其中基本要求必须具备项。

6　认定程序

6.1 申请

6.1.1　申请主体：地标美食品牌所属企业（包含餐饮、食品、食材相关企业）。

6.1.2　如企业拥有两个及以上的品牌，且均符合申报条件，需以品牌为基础单独、逐个申报。

6.1.3　地标美食经典品牌申请有效文件包括：申请表、企业资质证明、产品典型特色描述和相应产品品质鉴定报告、商标注册文件、地标美食样品图片、其他必要的证明性材料。

6.1.4　地标美食新锐品牌申请有效文件包括：申请表、企业资质证明、产品典型特色描述和相应产品品质鉴定报告、商标注册文件、及延展相关设计说明、地标美食样品图片、其他必要的证明性材料。

6.2 资料提交及受理

申请主体全年均可申报，提交申请表及真实有效文件。地标美食品牌专家评审委员会或第三方认证机构将在30天内予以受理并展开评审工作。

6.3 评审

6.3.1　由专家评审委员会或第三方认证机构组织专项会议进行审核，形成评审结论。

6.3.2　中华地标美食品牌评审采取分类积分制，中华地标美食经典品牌总分 120 分，得分在 84 分以上通过评审。

6.3.3　中华地标美食品牌评定采取分类积分制，中华地标美食新锐品牌总分 120 分，得分在 84 分以上通过评审。

6.3.4　中华地标美食品牌申报表见附录 A；中华地标美食品牌评审包含必备项、打分项、加分项，各类品牌具体分值和要求见附录 B。

6.4 公示

评审通过后，由全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会对社会公示。或由全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会授权的第三方认证机构对社会公示。

6.5 公告

对公示无异议的，由全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会做出登记并公告，颁发相应证书及牌匾。或由全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会授权的第三方认证机构对社会公告。

6.6 登记注册

6.6.1　登记注册有效期三年。

6.6.2　每三年进行一次复评，不参加复评的视为自动放弃，将公告取消其资格。

6.7 中华地标美食品牌命名标准

6.7.1　中华地标美食经典品牌命名标准：最终授予申请单位的名称为“中华地标美食经典品牌+品牌名”（例如：中华地标美食经典品牌 复记老友粉）。

6.7.2　中华地标美食新锐品牌命名标准：最终授予申请单位的名称为“中华地标美食新锐品牌+品牌名”（例如：中华地标美食新锐品牌 轩妈蛋黄酥）。

6.8 资格取消

6.8.1　称号使用期间如发生重大质量安全责任事故或有重大质量投诉，将公告取消其资格。

6.8.2　称号使用期间专家评审委员会或第三方认证机构将不定期抽查对应品牌所属企业，如发现其所提交的资料及生产经营存在弄虚作假或其他重大问题的，将公告取消其资格。

6.8.3　对于被取消资格的申请主体，三年内不得再次申请评审。

7　标识使用

7.1 中华地标美食品牌采用公共标识与地标美食品牌名称相结合的方式。

7.2 中华地标美食经典品牌公共标识图案见下图， logo 长宽比：8:7.4。

7.3 中华地标美食经典品牌公共标识使用可结合对应中英文字应用，标识图案见下图。

中华地标美食经典品牌

Classic Brand of Chinese Geographical Indicative Food

7.4 中华地标美食新锐品牌公共标识图案见下图，红色背景 logo 长宽比：8:7.4。

7.5 中华地标美食新锐品牌公共标识使用可结合对应中英文字应用，标识图案见下图。

中华地标美食新锐品牌

Up-and-Coming Brand of Chinese Geographical Indicative Food

7.6 获得中华地标美食品牌的单位经全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会授权后可以使用对应标识。

7.7 本标识可采取直接贴附、刻印、烙印或者编织等方式附着在产品本身、产品包装、容器、标签等上。

7.8 本标识可用于广告宣传。

7.9 对于未经授权擅自使用或伪造本标识的，或者使用与本标识相近、易产生误解的名称或标识及可能误导消费者的文字或图案标志，使消费者将该产品误认为本标识的行为，全联农业产业商会和全国工商联餐饮业委员会将依据法律法规追究责任。

8 评价方法

中华地标美食经典品牌合计得分由声誉要求、历史厚重感要求、文化传承与创新要求和特殊事项四个一级指标的得分累加而得。满分共计120分。

中华地标美食新锐品牌合计得分由品牌势能要求、文化传承与创新经营要求和特殊事项三个一级指标的得分累加而得。满分共计120分。

附件A

（资料性附录）

中华地标美食品牌申报表

申报主体信息			
申报主体名称		法定代表人	
申报主体性质	☐国有企业 ☐国有控股企业 ☐外资企业 ☐合资企业 ☐私营企业 ☐其它_____（在对应☐处填“√”）		
统一社会信用代码			
联系地址			
注册资金(人民币/万元)		近3年企业年平均营收（人民币/万元）	
申报负责人及职务		联系电话	
申报品牌信息			
申报名牌名称		申报品牌类别	☐中华地标美食经典品牌 ☐中华地标美食新锐品牌
申报主体简介			
品牌声誉说明			

品牌历史 厚重感说明	
品牌文化传承 与创新说明	
特殊事项	

申报单位（盖章）

年　月　日

备注：对于申报主体简介、品牌声誉说明、品牌历史厚重感说明、品牌文化传承与创新说明、特殊事项，申报主体请按照“中华地标美食品牌认定管理规范”中所描述的细项进行文字说明，对应证明材料以图片等多媒体方式打包一并提交。

附件B

（资料性附录）

中华地标美食品牌评定表

表B.1 中华地标美食经典品牌评定表

类别	分值	评定内容	评定说明
声誉要求（40分）	20	拥有注册商标	已获得注册商标证书的，得20分；已申请注册商标，取得受理通知书的，得10分；未申请注册商标的，不得分
	10	品牌所属企业受到当地政府或行业协会表彰或认可	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-10分，满分10分
	10	品牌在特定区域或行业内有较好的的口碑与知名度；在互联网上有一定的知名度/信任度/美誉度/关注度，并在互联网服务平台、论坛、博客等有较高的品牌传播度；在科研文章/研究报告中作为正面案例提及或相关行业专家给予正面肯定的认可	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-10分，满分10分
历史厚重感要求(30分)	20	其品牌使用年限10年以上	10-15年，得5分；15-20年，得10分；20-25年，得15分；25年以上，得20分
	5	品牌具有鲜明的当地文化特色	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-5分，满分5分
	5	品牌具有悠久的历史传承，在文献记载或传统行业信息的传递中有据可考	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-5分，满分5分
文化传承与创新要求（30分）	10	品牌代表性产品或服务具有鲜明地域文化特色，并能以各种宣传方式向大众展示	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-10分，满分10分
	10	品牌代表性产品或服务，有相关生产技术/制作工艺/服务流程/文化内涵/产品营销等方面的创新，取得良好的消费者评价	评审委员会可根据提交资料的实际情况打0-10分，满分10分

	10	品牌所属企业重视品牌建设，重视维护品牌形象和品牌价值，致力于品牌文化价值的开发和利用，不断增强品牌新活力和影响力，使得品牌长盛不衰	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分
特殊事项（20 分）	5	品牌代表性产品或服务所涉及的食材/种植繁育技术/加工技术/制作技艺以及衍生出来的相关内容获得省级以上的奖项和认证（如：非物质文化遗产及传承人/中华老字号/老字号传承人/菜系传承人等）	省级加 3 分；国家级及以上加 5 分，满分 5 分
	5	品牌代表性产品获得国家地理标志认证，品牌使用年限超过 30 年	提供相应证明资料，加 5 分
	5	品牌商标获得地级市以上商标荣誉	市级加 2 分 省级加 3 分 国家级及以上加 5 分，满分 5 分
	5	品牌使用年限超过 30 年	提供相应证明资料，加 5 分
合计	120	专家评审委员会为得分在 84 分及以上的申报主体进行审核，将结合申报主体所在地的实际情况以及相关标准进行最终审核认定。	

表 B.2 中华地标美食新锐品牌评定表

类别	分值	评定内容	评定说明
品牌势能要求（50 分）	20	已获得注册商标证书，或已申请注册商标并取得受理通知书	已获得注册商标证书的，得 20 分；已申请注册商标，取得受理通知书的，得 10 分；未申请注册商标的，不得分
	20	品牌 LOGO 设计、产品外观设计及其它文化衍生品设计，具有一定的文化内涵和美观性	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-20 分，满分 20 分
	10	品牌在特定区域或行业内有较好的的口碑与知名度：在媒体平台上有正向的舆论报道，重要媒体/报纸/杂志/行业期刊上有专题宣传报道或著名门户网络平台上有专题报道；在互联网上有一定的知名度/信任度/美誉度/关注度，并在互联网服务平台、论坛、博客等有较高的品牌传播度；在科研文章/研究报告中作为正面案例提及或相关行业专家给予正面肯定的认可	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分
文化传承与创新经营要求（50 分）	10	品牌代表性产品或服务具有鲜明地域文化特色，并能以各种宣传方式向大众展示	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分
	10	品牌代表性产品或服务能在弘扬中华美食文化的基础上推陈出新，并受到大众的认可	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分
	10	品牌所属企业拥有新颖、独特的服务流程及方式，为消费者提供良好的消费体验	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分
	20	品牌所属企业重视品牌建设，重视维护品牌形象和品牌价值，致力于品牌文化价值的开发和利用，不断增强品牌新活力和影响力	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-10 分，满分 10 分

特殊事项（20 分）	5	品牌代表性产品或服务所涉及的食材、制作技艺以及衍生出来的相关内容获得省级以上的荣誉和认证（如：非物质文化遗产及传承人、老字号传承人、菜系传承人等）	提供相应证明资料，加 5 分
	5	品牌代表性产品获得国家地理标志认证	提供相应证明资料，加 5 分
	5	品牌代表性产品或服务获得政府或行业机构颁发的荣誉和奖项	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-5 分，满分 5 分
	5	品牌所属企业重视公益事业，积极通过各种方式参与社会公益活动	评审委员会可根据提交资料的实际情况打 0-5 分，满分 5 分
合计	120	专家评审委员会为得分在 84 分及以上的申报主体进行审核，将结合申报主体所在地的实际情况以及相关标准进行最终审核认定。	