

《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》编制说明

(征求意见稿)

一、工作简况

1、任务来源

根据中国民族贸易促进会《关于发布中国民族贸易促进会 2024 年度团体标准项目计划（第九批共 4 项）的通知》（中民贸〔2024〕131 号）的要求，《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》团体标准为制定计划项目之一，由吐鲁番质量与计量检测所、希而思（长沙）科技研究院有限公司等单位组成标准起草工作组，负责《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》标准的制定工作，项目编号为 T/OTOP-202430。

2、目的、意义

2023 年 11 月 9 日，国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局正式将肉苁蓉（荒漠）纳入《按照传统既是食品又是中药材的物质目录》，荒漠肉苁蓉正式拥有了食品和中药材“双重身份”，可合法用于食品生产、销售和使用。新疆作为我国肉苁蓉最大种植产地，吐鲁番作为主要产区之一，以荒漠肉苁蓉为主，目前主要以制干、切片等初级加工，以药材原料销售为主。目前吐鲁番荒漠肉苁蓉产业存在种植技术不规范，产业链条短，高附加值产品少，标准化程度低，品牌建设缺失等问题，这严重阻碍了荒漠肉苁蓉产业的整体和快速发展。

鉴于当前市场形势，吐鲁番荒漠肉苁蓉要想突出重围，实现高质量发展站位，标准化生产、品牌化经营是首要任务也是必经之路，地理标志申请、区域品牌建立、企业品牌打造，都离不开前期的定位和策划。通过研制荒漠肉苁蓉品牌培育标准，为吐鲁番荒漠肉苁蓉产业品牌打造指引方向，助力吐鲁番荒漠肉苁蓉产业向特色化、标准化、品牌化发展是非常必要的。具体如下：

推动技术创新和质量提升。品牌的培育需要依托高质量的产品作支撑，高质量的产品也是产业发展和抵御市场风险的基石。品牌的形成代表着口碑，代表着产品质量可靠、顾客认可度高。通过品牌培育，打造吐鲁番荒漠肉苁蓉特色品牌，为高质量产品打造及推出去提供基础。

增加产业附加值。品牌不仅是商品的标志，也是企业信誉和产品质量的体现。通过荒漠肉苁蓉品牌培育，形成品牌效应，不断挖掘和提升吐鲁番荒漠肉苁蓉产业和产品的附加值，为产品溢价、市场拓宽、产业发展提供保障。

提升市场竞争力。品牌代表着企业、产业或一个地区的硬实力，是企业核心竞争力的体

中国民族贸易促进会	文件编号 CCPNT-OTOP-P03-RD02
版本号: 1	修订次数: 1

现，通过品牌培育有助于提升吐鲁番荒漠肉苁蓉整个产业的市场竞争力，也为满足高端市场需求提供支撑。

3、主要工作过程

起草阶段：

2024年8月，项目小组对国内荒漠肉苁蓉品牌现状进行了解，同时收集相关的标准及资料进行整理分析，拟定团体标准制定方向，确定以荒漠肉苁蓉品牌培育为重点，并完成项目申报表，并形成标准框架。

2024年9月，召开《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》团体标准立项评审会，并对标准框架进行初步讨论。

2024年10月—2025年1月，项目小组查询学习相关标准及资料，形成了《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》团体标准草案。

4、编制单位和工作组成员及其所做的工作等

本标准由吐鲁番质量与计量检测所、希而思（长沙）科技研究院有限公司、长沙市质量和标准化协会、新疆颂春维药生态农业有限公司等单位负责起草。

本标准主要起草人及分工如下：

起草人	分工	所在单位
马利伟	统筹指导	吐鲁番市质量与计量检测所
熊灿莉	组织协调	希而思（长沙）科技研究院有限公司
杨艳霞	技术指导	吐鲁番市质量与计量检测所
陈志强	标准技术内容编制	
张勇		
曹志诚		
宋钰		
阿依古丽		
李娟娟	标准策划、规范	希而思（长沙）科技研究院有限公司
乔娟娟		希而思（长沙）科技研究院有限公司
田亚	技术指导	长沙市质量和标准化协会
郭甜甜	项目协助	希而思（长沙）科技研究院有限公司
杨帆	技术支持	新疆颂春维药生态农业有限公司

中国民族贸易促进会	文件编号 CCPNT-OTOP-P03-RD02
版本号: 1	修订次数: 1

5、解决的主要问题

主要解决目前品牌效应弱，品牌建立无方向且滞后的问题。

6、标准主要内容

本文件给出了荒漠肉苁蓉品牌培育的模式选择、品牌战略规划、品牌竞争力提升、品牌推广、品牌保护与风险防范、品牌价值监测与评价。

本文件适用于新疆维吾尔自治区吐鲁番市区域内种植生产的荒漠肉苁蓉的品牌培育，主要针对区域品牌，企业品牌、产品品牌的培育可参考使用。

7、确定标准主要内容的依据

《荒漠肉苁蓉品牌培育指南》团体标准中重点依据GB/T 39904-2021《区域品牌培育与建设指南》的要求进行确定，同时参考了现行有效的法律法规及政策文件，以及深圳、重庆、柳州及云南发布的有关地方标准，同时结合吐鲁番当地的人文特色、文化及活动进行确定。具体如下：

序号	具体内容	法律法规、政策名称
1	推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，推动农业对外开放，提高农业质量、效益和竞争力。	中华人民共和国乡村振兴促进法
2	完善品牌培育发展机制，开展中国品牌创建行动 一、培育产业和区域品牌 二、支持企业实施品牌战略 三、加强品牌宣传推广	质量强国建设纲要
3	培育区域品牌。鼓励各地围绕区域优势特色产业，打造竞争力强、美誉度高的区域品牌 丰富品牌文化内涵。推进地域文化融入品牌建设，弘扬地域生态、自然地理、民族文化等特质。培育兼容产业特性、现代潮流和乡土特色、民族风情的优质品牌。	国家发展改革委等部门关于新时代推进品牌建设的指导意见 发改产业（2022）1183号
4	标准化种植、产品质量安全体系建设、地理标志认证、区域公共品牌建立、产业融合等	关于印发吐鲁番市肉苁蓉高质量发展实施方案的通知
5	实施品牌发展战略。依托肉苁蓉等特色品种，集中培育 打造农业品牌，形成竞争力强、影响广泛的区域公用品牌。结合各类农博会、展销会、推介会，宣传吐鲁番特色农业品牌，建立形成品牌效应，实现吐鲁番名优特农产品走出去。培育壮大品牌创建主体，强化农业龙头企业、农民专业合作社、家庭农场等新型经营主体品牌意识，加强农产品品牌创建。 推进肉苁蓉等特色中草药材标准化种植	吐鲁番市国民经济和社会发展规划第十四个五年规划和2035年远景目标纲要

三、主要试验（或验证）情况

中国民族贸易促进会	文件编号 CCPNT-OTOP-P03-RD02
版本号: 1	修订次数: 1

无。

四、标准中涉及专利的情况

本标准不涉及专利问题。

五、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

通过制定标准，指导吐鲁番荒漠肉苁蓉品牌培育和建立，为打造吐鲁番荒漠肉苁蓉特色品牌提供基础，形成品牌效应，提升吐鲁番荒漠肉苁蓉产业和产品的附加值，为产品溢价、市场拓宽、产业发展提供保障，助力吐鲁番荒漠肉苁蓉产业市场竞争力提升。

六、与国际、国外标准对比情况

目前暂无荒漠肉苁蓉品牌培育相关的国际、国外标准。

制定荒漠肉苁蓉品牌培育标准，对品牌培育过程给出建议，为吐鲁番荒漠肉苁蓉产品及产业品牌的培育及打造提供指导是非常必要的。

七、与现行相关法律、法规、规章及标准，特别是强制性标准的协调性

本标准与现行相关法律法规、规章和相关标准协调一致，符合国家标准化管理的有关规定。

八、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在起草过程中尚未出现重大分歧意见，有关单位、专家提出的意见已经得到妥善处理，合理的意见已被采纳，无法采纳的意见给予了相应解释和说明。

九、贯彻标准的要求和措施建议

标准发布后，将反馈至相关主管部门，由其对产业链有关单位、企业、合作社等进行宣传培训，使其了解培育要点和过程，提高相关方对品牌培育的认识度，共同为荒漠肉苁蓉品牌培育助力。

十、废止现行相关标准的建议

本标准为首次制定，无废止现行相关标准的建议。

十一、其它应予说明的事项

无。