**附件二： “心翼当鲜”品牌使用管理规范**

**一、品牌管理指导思想**

基于“心翼当鲜”各项商标保护资源，结合“心翼当鲜”统一的品牌管理标准和品牌形象体系，作为加强“心翼当鲜”品牌建设和管理的主线，把产前、产中、产后管理贯通起来，打造“心翼当鲜”科学的品牌管理体系。

将品牌形象统一的产品包装和具有质量追溯信息的二维码作为品牌管理重要抓手，将“心翼当鲜”产品与其它地区的农产品区别开来、与假冒伪劣产品区别开来、与“三无”产品区别开来，广泛深入开拓“心翼当鲜”品牌产品的市场空间；运用质量追溯信息，维护广大从业者和消费者的合法权益，保护“心翼当鲜”品牌，促进产业可持续发展。

**二、品牌管理总则**

第一条：为推进我县农产业品牌与乡村e镇建设，规范区域公用品牌的使用与管理，增强市场竞争力，提升农业整体效益，促进现代农业快速发展，制定本办法。

第二条：本办法所指的区域公用品牌专指我县注册“心翼当鲜”公用品牌。公用品牌的使用，实行申报授权制度。

第三条：申报使用区域公用品牌的生产、加工、经营性企业必须符合以下条件：

（1）必须是依法登记，且注册地、农产品及主要原料产地均在本区境内；

（2）农产品必须严格按照法定的正规技术操作规程执行，进行标准化生产，严禁使用禁限用违禁化学品、添加剂，并通过工信局农产品质量安全检测站检测合格；

（3）农产品必须获得无公害农业产品、地理标志产品认证中的一项或多项证书，并在有效期内；

（4）农产品近1年来没有发生质量安全事故，没有因消费者投诉或被媒体曝光；

（5）使用主体申报人应当向区域公用品牌持有单位签订品牌使用合同，在合同中明确使用期限、双方权利、法律责任等内容；

第四条：使用主体农产品进入前必须按区域公用品牌持有单位的要求，原则上统一进入区域公用品牌持有单位指定的生产车间，或经区域公用品牌持有单位认可的车间，应当统一品质、统一包装、统一商标、统一规格、统一价格进行销售；

使用主体要积极履行社会责任，注重生态环境保护，传承区域人文历史和农业文化，使经济效益、生态效益、社会效益同步提高。

第五条：需要使用区域公用品牌的使用主体向区域公用品牌持有单位提出申请，持有单位进行审核，符合条件并授权使用，颁发授权书。

第六条：县商务部门会同工信部门，负责公用品牌和商标使用的日常监督管理。

第七条：经区域公用品牌持有单位授权，使用公用品牌的使用主体，实行对应的乡村e镇奖补政策，具体标准以县政府确定为准。

第八条：对符合使用区域公用品牌的主体不收取任何费用。

第九条：对符合使用区域公用品牌的主体的授权实行1年审核制度，审核日期为授权期到期前30个工作日内，被审核主体应积极配合审核，经审核符合《“心翼当鲜”公用品牌管理办法》第三条条例的主体方可继续使用“心翼当鲜”公用品牌，未通过审核的主体将被撤销品牌使用权并由我县商务局收回其品牌授权书。

第十条：被撤销该公用品牌使用权的主体可根据本公用品牌管理办法在15日内进行合规整改，并申请复审，复审通过的主体方可继续使用该公用品牌。原则上复审机会不超过2次/主体。

**三、品牌管理基本内容**

凡在翼城县范围内，依法取得工商登记注册的下列经营单位或组织，均可申请获取“心翼当鲜”品牌使用授权：心翼当鲜原料生产基地，心翼当鲜产品生产/加工企业，心翼当鲜产品销售企业、销售型专业合作社等。

凡申请使用“心翼当鲜”品牌的经营单位或组织，均须向心翼当鲜产业协会领取《“心翼当鲜”品牌使用申请表》，据实填写有关内容并准备有关材料。心翼当鲜产业协会对申请使用“心翼当鲜”品牌的各类单位进行比较并审核，并交市场监督管理局备案。审核完成后，由心翼当鲜产业协会与申请单位签订品牌授权使用合同，办理许可手续，获得“心翼当鲜”证明商标准用证编号，使用有效期为二年，同时由心翼当鲜产业协会将获得相应授权的各个单位汇总后交市场监督管理所备案。凡获得许可使用“心翼当鲜”品牌的各类单位，将通过政府官方网站统一向社会公布，以接受广大群众的监督。

获得品牌授权的单位须导入“心翼当鲜”质量溯源管理体系，严格执行物流及贮运标准、产品检测标准，按照销售渠道匹配相应产品包装标准，使用“心翼当鲜”品牌统一设计的包装，加贴对应的二维码，并获得运营主体提供的宣传物料设计和政策扶持。

“心翼当鲜”使用统一的品牌包装形象体系，由运营主体提供设计稿，各使用单位须严格按要求印制，在指定位置添加自有品牌及企业信息，不得擅自随意更改其它设计内容。在印制后，使用单位须将修改后的设计稿及包装实物照片电子稿交运营主体备案。

“心翼当鲜”的产品二维码具有查询、追溯、防伪、广告、产地证明等功能，由心翼当鲜产业协会负责设计、管理，使用单位通过“心翼当鲜”质量溯源管理体系获取，其他任何单位和个人不得擅自制作使用。心翼当鲜产业协会问题为品牌运营主体需尽可能地降低使用成本，为使用者提供服务。

**四、品牌使用申请资格**

第一条：品牌申报主体为商务局，由农产品生产企业，销售主体向县商务局申请品牌授权。

第二条：申请使用主体须具有良好的维护公用品牌的能力，有为区域品牌内使用进行服务的制度和物质保障，能有效监管公用品牌相关产品的质量。

第三条：申请授权的农产品必须具备以下条件：

（1）为农产品加工业农产品，一般为单一品种或某一类产品。

（2）在特定的生产区域内有一定规模化的生产基地，并拥有企业注册商标。

（3）1年内无质量安全事故，具有良好的品质和美誉度，较大的区域份额和发展空间，在当地农业和农村经济中占有重要地位。

1. 产品应取得‘农产品地理标志’，需加上权威认证相关证书中的一项或几项。

**五、品牌评价指标**

第一条：建立以知名评价，质量评价以市场评价为主，经营评价为辅，兼顾发展评价和效益评价的评价指标体系。

第二条：知名评价主要考核被评分区域品牌的产品实物质量和持续保持这种质量水平管理的能力。实物质量水平主要通过质量标准，质量检测和质量认证得以体现，质量管理能力主要通过质量管理体系建设和员工培训体现。

第三条：市场评价主要考核被评价区域品牌产品的市场稳定性和市场领先度。市场稳定性主要反映消费者对被评价区域品牌产品的认可和忠诚程度，主要体现为被评价区域品牌产品的市场占有率，销售增长率，生产品牌产品的企业数量与结构以及进入行业的时间；市场领先度主要反映被评价区域品牌的市场竞争能力，主要体现为品牌溢价能力，市场覆盖面（销售范围），市场化程度，产值，网络销售额，产业化水平和对行业发展的影响力。

第四条：经营评价主要考核被评价区域品牌产品的经营状况与经营手段，反映被评价区域品牌的经营能力，经营状况主要体现为被评价区域品牌产品的经营秩序，产品包装，产品防伪和产品满意度，经营手段主要体现为产品宣传，渠道开发和售后服务。

第五条：发展评价主要考核被评价区域品牌的发展潜力，主要通过被评价区域品牌的技术研发，规模水平，品牌支持和技术装备水平等指标进行衡量。

第六条：效益评价主要考核被评价区域品牌产品的经济效益和社会效益。经济效益以销售利润和资产利润两个指标来衡量，社会效益以年利税，富民效应，地方形象和区域发展四个指标来衡量。

第七条：综合评价中评分标准，评价指标权数等，由农产品区域公用品牌领导小组确定。

第八条：公用品牌领导小组每年负责与专业评估机构对公用品牌进行价值评估。并按相关规定申请省级、国家级驰名商标的申请。

**六、品牌使用者义务及行为规范**

1、获准许可使用品牌的各类单位或组织，只能将“心翼当鲜”品牌形象及其二维码用于来自认证基地的产品及其宣传，不得另作它用，同时履行如下义务：

（1）确保“心翼当鲜”的市场信誉和“心翼当鲜”的特有品质；

（2）确保“心翼当鲜”包装与二维码不失控、不挪用、不流失，不向他人转让、出售、馈赠。

（3）举报侵权“心翼当鲜”品牌的行为。

2、获准许可使用“心翼当鲜”的各类单位或组织，违反使用合同条款和行业规范，有下列情况之一者，由执法部门依据有关法规给予处罚，取消其使用“心翼当鲜”品牌的资格，并给予通报和媒体曝光：

（1）收购、销售不合格产品的；

（2）用外地产品冒充“心翼当鲜”产品销售的；

（3）接受他人委托用外地产品冒充“心翼当鲜”产品的；

（4）以次充好，用不合格品冒充“心翼当鲜”品牌产品欺骗消费者的；

（5）使用有毒原料的；

（6）收购、出售的产品被检出有重金属超标的；

（7）低价卖出，损害“心翼当鲜”品牌信誉的；

（8）不正当竞争，低价倾销抢夺市场的；

（9）转让、出售、转借、馈赠“心翼当鲜”品牌包装或二维码给他人使用的；

（10）“心翼当鲜”包装或二维码被盗、遗失，不报告、不声明，任其产生不良后果的；

（11）未经授权许可，私自定制印刷“心翼当鲜”包装和二维码的；

（12）其它违反许可使用合同，侵犯品牌持有人合法权益行为的。

**七、品牌管理机构**

第一条：品牌建设管理由翼城县商务局主持，成立品牌管理领导小组。

第二条：组长职责:

（1）决定各企业关于“心翼当鲜”品牌名称，商标，徽记的使用；

（2）审批公用品牌发展规划；

（3）审批公用品牌年度建设计划；

（4）决定相关公用品牌的各项重大决定。

第三条：领导小组职责：

（1）制订和修订“心翼当鲜”名称，商标，徽记管理制度，并监督执行；

（2）组织制定品牌发展规划，组织制订公用品牌与企业品牌“母子标”建设年度规划；

（3）组织制订品牌宣传推广规范，并对各授权使用单位进行审核；

（4）组织对品牌建设等相关重要问题的研究；

（5）管理品牌名称，省标的注册、变更、保护、续展、使用和转让等事务；

（6）组织对涉及品牌商标侵权的维权活动。

第四条：品牌战略规划

品牌战略规划应结合发展战略规划每2年制定一次，品牌规划可以由领导小组自行制定，也可以委托山西乐村淘网络科技有限公司制定专项的品牌战略规划。对于既定的品牌战略规划，应根据政策，县场和授权单位的变化及时进行相应调整制定。

品牌管理领导小组应根据公用品牌战略规划，编制宣传营销设计系列指导意见，以及设计标准及制定。

品牌规划主要内容包括：

（1）确定公用品牌的核心价值，品牌建设目标定位，理念和品牌组合管理架构。

（2）对品牌建设情况的优劣势进行评价。

（3）为实现公用品牌建设目标提出实施方案，并使其符合发展战略，价值观和县域文化。

（4）对不同的品牌实施方案进行比较、分析，为决策提供依据。

第五条：品牌年度计划

品牌管理领导小组负责每年年初制订品牌建设年度计划，年底对计划的实施进行总结，评估。

品牌年度计划主要内容包括：

（1）确定品牌年度建设应实现的目标和定位。

（2）确定为实现本年度品牌建设目标计划的实施策略。

（3）确定本年度推广方式：计划在平面媒体，广播电视和网络媒体上发表软文及短视频（包括接受媒体专访）或投放广告的数量，频率。

（4）确定本年度品牌建设预算。

（5）确定相关管理制度和规定的调整与修订。

（6）落实以上各项的相关责任人。

第六条：品牌保护和维护工作

（1）公用品牌领导小组对品牌实施监测，由专人员负责品牌危机预警、监测工作及舆情处理工作，制订危机预警，品牌危机管理制度规定。

（2）设专人负责商标权注册，保护及维护工作。品牌危机管理的信息报送，公司针对各自企业，产品和服务品牌出现的品牌危机突发事件及处理情况进行及时上报说明，并备案于品牌管理部。

**八、品牌管理分工与职责**

在翼城县委、县政府牵头的品牌建设领导小组指导下，“心翼当鲜”品牌管理工作由心翼当鲜产业协会作为品牌运营主体具体负责，以注册商标为抓手，做好“心翼当鲜”品牌的主要管理工作，翼城县有关单位应通力协作，各司其职，全力做好协同工作。

1、心翼当鲜产业协会同农业农村局、市场监督管理局牵头负责做好“心翼当鲜”相关产品生产的监督管理和市场准入工作。负责产品的质量安全检测，禁止不符合国家规定的质量安全标准的产品流入销售环节；负责把好产品的市场准入关，对不符合国家标准的，质监部门检验不合格的，采取有效措施，禁止其流入市场。

心翼当鲜产业协会同相关部门同时负责做好以下工作：

（1）积极做好品牌推广使用的宣传、组织、培训和考核考评工作；

（2）组织和引导生产经营主体申请使用“心翼当鲜”品牌；

（3）负责落实品牌的使用申请、初审推荐、审核批准等工作。

2、在生产、包装等初加工环节，由农业农村局、市场监督管理局牵头做好监督管理工作。负责使用“心翼当鲜”品牌的产品进入生产、包装等初加工环节至进入流通环节之前的质量监督管理；负责落实监管专门队伍，实行任务、责任、奖惩三到人，对生产、包装等初加工厂进行具体指导和监督。

3、进入流通环节，由市场监督管理局、商务局负责牵头做好监督管理工作。

（1）负责将运营主体许可使用“心翼当鲜”品牌的经营主体上报国家商标局备案，并通报全国各省（市、区）、地级市和县级市场监督管理部门备案存查；

（2）负责联络和配合全国各地市场监督管理部门提请的“心翼当鲜”品牌的打假维权事宜；

（3）负责受理“心翼当鲜”品牌使用者和消费者向市场监督管理部门提请的投诉事宜；

（4）负责查处用外地产品使用“心翼当鲜”品牌形象，冒充“心翼当鲜”销售的行为；

（5）负责配合、支持政府部门在全国各地销售市场开展的“心翼当鲜”打假维权活动；

（6）翼城县市场监督管理部门需每年定期派出专人，配合翼城县政府在重点销售城市组织开展市场巡查活动。

（7）加强对包装印刷厂的监督与管理，依法对未经许可擅自印刷“心翼当鲜”品牌形象的行为进行查处。

4、国家出入境检验检疫部门负责依据有关法律法规的规定做好“心翼当鲜”产品出口的监督管理工作。

（1）负责出口产品基地和加工/包装的认证和管理；

（2）负责开具产品出口《供货证明》的数量和质量控制；

（3）负责出口经营主体使用“心翼当鲜”品牌标识标贴的监督管理；

（4）负责出口产品质量安全的监督管理。

5、心翼当鲜产业协会是“心翼当鲜”商标的申请注册单位和持有者，是“心翼当鲜”品牌推广的经营主体，需在翼城县品牌建设领导小组的指导下通过商标实现对“心翼当鲜”品牌的许可使用和管理。

（1）负责组织引导市内符合相关条件的生产经营主体使用“心翼当鲜”品牌及核准品牌使用许可工作。

（2）积极会同相关职能部门，共同做好品牌推广宣传、培训和考察学习工作。

（3）负责对使用主体的使用情况进行指导、监督。

（4）负责配合有关部门开展打击假冒“心翼当鲜”品牌的行为。

（5）负责受理品牌使用主体提请的侵权行为的法律诉讼事宜。

（6）向市场监督部门申请将产品包装等重要知识产权申请专利保护。