

ICS 65.020.99

CCS B 04

# T/GZSNYCYXH

团 体 标 准

T/GZSNYCYXH 001—2023

## 贵州黄牛 区域公用品牌运营管理规范

“Guizhou cattle” —Operation and management specification for regional public brand

2023 - 10 - 30 发布

2024 - 01 - 01 实施

贵州牛羊产业协会 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
4 主体与原则 .....	1
5 准入与退出 .....	2
6 使用者权利和义务 .....	3
7 运营与增值 .....	3
8 管理与要求 .....	4
9 评价与改进 .....	4
附录 A（规范性） 《“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书》模板 .....	6
附录 B（规范性） “贵州黄牛”区域公用品牌标识 .....	7

## 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。

本文件由贵州省牛羊产业协会提出并归口。

本文件起草单位：贵州黄牛产业集团有限责任公司、贵州大学高原山地动物遗传育种与繁殖教育部重点实验室、贵州省种畜禽种质测定中心。

本文件主要起草人：杨力、黄大杰、王业婷、张勇、李红宏、倪萌萌、陆国雄、王茜、阙云飞、谢玲玲、赵佳福、李世军、王府、李俊、冯文武、杨蓉、翁吉梅。

## 引 言

本文件的主要目的是通过建立“贵州黄牛”区域公用品牌标准化运营和管理体系，夯实区域公用品牌建设技术基础，提高市场主体对区域公用品牌的运营管理水平；规范市场主体经营行为，保障区域公用品牌建设健康有序发展；推动标准化、规范化、体系化、价值化建设，提升区域公用品牌影响力和附加值；同时发挥区域公用品牌对产业的带动作用，支撑服务现代乡村产业体系构建，实现品牌强农。

全国团体标准信息平台

# 贵州黄牛 区域公用品牌运营管理规范

## 1 范围

本文件规定了“贵州黄牛”区域公用品牌运营管理的术语和定义、主体与原则、准入与退出、运营与增值、管理与要求、评价与改进的相关内容和准则。

本文件适用于“贵州黄牛”区域公用品牌运营管理工作。

## 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 39654-2020 品牌评价原则与基础

GB/T 39904-2021 区域品牌培育与建设指南

NY/T 4169-2022 农产品区域公用品牌建设指南

## 3 术语和定义

GB/T 39654-2020、GB/T 39904-2021界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 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（价值）。

### 3.2

#### 农产品区域公用品牌 regional public brand of agriculture products

在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，由能够代表区域公共利益的组织所持有、由若干农业生产经营主体按照相关规定和要求共同使用的品牌。

### 3.3

#### 贵州黄牛 Guizhou cattle

在贵州省境内养殖六个月以上的肉牛及其肉制品，其品种来源包括本地黄牛（关岭牛、思南牛、威宁牛、黎平牛、务川黑牛）、引入肉牛品种（安格斯牛、西门塔尔牛、利木赞牛、澳洲和牛等）及其与本地黄牛的杂交后代，并标注“贵州黄牛”标识的商品品牌。规定授权图形商标包括：图形29类（第48280140号）、图形31类（第48267116号）、图形39类（第48254446号）、图形44类（第48249303号、第48279765号）。

## 4 主体与原则

### 4.1 持有和运营管理主体

“贵州黄牛”区域公用品牌由贵州省种畜禽种质测定中心持有，贵州牛羊产业协会运营管理。

### 4.2 管理职责

4.2.1 应建立健全品牌监督管理制度，开展品牌日常管理。

4.2.2 应组织企业进行品牌认定工作。

4.2.3 应对品牌保护和品牌培育、宣传、推广等。

4.2.4 对可能影响品牌形象的行为及时采取相应措施，对产品出现的品牌危机突发事件应及时处理。

4.2.5 对授权产品质量及广告和有关宣传材料进行监督检查，发现问题应及时通知企业进行整改，并

采取适当的措施进行处理。

- 4.2.6 应定时组织开展授权企业和产品的市场满意度调查。
- 4.2.7 应对授权企业和产品进行定期评价，对评价不合格的企业要求定期整改，评价合格的企业和产品可续签使用合同。
- 4.2.8 对品牌标志使用情况进行监督和管理；
- 4.2.9 对品牌授权使用企业有关行为进行监督管理；
- 4.2.10 品牌管理机构应持续或定期对品牌标志的应用情况进行检查，发现问题及时整改。
- 4.2.11 品牌管理机构应通过著作权登记、商标注册等多种途径保护区域品牌的知识产权。
- 4.2.12 未经授权使用品牌标志或使用相近标志等侵犯商标专用权的违法行为，品牌管理机构依法维权。

### 4.3 运营管理原则

- 4.3.1 公平、公开、公正、高效。
- 4.3.2 区域公用品牌与使用者自有商标共同发展。
- 4.3.3 统一规范管理与使用者自主经营相协调。
- 4.3.4 公用品牌管理保护与市场拓展并举。

## 5 准入与退出

### 5.1 准入

#### 5.1.1 申请主体

凡在贵州省区域范围内，生产、经营、销售绿色、安全、优质牛肉及相关产品的市场主体。其提供的产品符合区域公用品牌质量要求的，均可提出申请。申请主体条件如下：

- a) 依法注册登记满三年（含）以上；
- b) 具有连续三年（含）以上相关牛肉及相关产品的市场交易行为，且近三年未发生质量安全事故，未发生侵害知识产权等违法行为；
- c) 生产、加工、销售的牛肉及相关产品纳入产品质量追溯系统。其中，生产、加工、销售的牛肉及相关产品获得绿色食品、有机产品和良好农业规范（GAP）认证之一，可优先取得区域公用品牌使用权；
- d) 生产加工主体至少通过质量管理体系（如 GB/T19001）、危害分析与关键控制点体系（HACCP）和食品安全管理体系（GB/T22000）等认证之一。

#### 5.1.2 申请程序

- 5.1.2.1 向区域公用品牌运营管理主体递交相关申请材料。
- 5.1.2.2 区域公用品牌运营管理主体受理并组织初审。申请材料内容完整并符合相关要求的，在 7 个工作日内，签署受理或不受理的初审意见。
- 5.1.2.3 通过初审后，由区域公用品牌运营管理主体或委托第三方权威机构进行审核，在 15 个工作日内签署是否授权使用的审核意见。
- 5.1.2.4 对符合申请条件的主体和产品由运营管理主体进行公示，期限 10 天。公示无异议后，由区域公用品牌运营管理者根据核定的使用数量和范围，对授权使用的主体和产品发放《“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书》（见附录 A），品牌标识（见附录 B），使用授权有效期为 3 年。
- 5.1.2.5 需延续授权的，需届满前 30 天内提出申请，经审核通过，获得延续授权。运营管理主体报品牌持有主体备案。

### 5.2 退出

- 5.2.1 《“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书》有效期届满，并未提出延续授权申请的，使用者不得继续使用该区域公用品牌。
- 5.2.2 使用者在授权有效期内，主动放弃品牌标志使用权的，应向区域公用品牌运营管理者提出申请注销，经批准后方可退出。退出后不得继续使用该区域公用品牌，退出使用者两年内不可再次申请。
- 5.2.3 运营管理主体应将注销授权的情况及时向社会公告，注销授权的使用者，自注销之日起，停止

使用“贵州黄牛”区域公用品牌，两年内不可再次申请。

5.2.4 授权使用者在品牌标志使用期间，发生以下情况之一时，将被取消品牌标志使用权：

- a) 有损区域公用品牌声誉和形象的；
- b) 拒不接受监督检查的；
- c) 超核定范围、数量使用区域公用品牌的；
- d) 发生产品质量问题或抽检不合格，且经整改仍不达标的；
- e) 违反区域公用品牌使用授权书相关规定，侵犯授权方合法权益的；
- f) 转让、出售、馈赠区域公用品牌使用权和包装物给他人使用的；
- g) 受到行政处罚或严重违法失信行为的；
- h) 发生其他违法违规行为的。

## 6 使用者权利和义务

### 6.1 使用者权利

享有使用“贵州黄牛”系列产品的延伸和开发权；享有在产品或包装上使用“贵州黄牛”系列标识并进行产品广告宣传；优先享有“贵州黄牛”区域品牌在项目申报、贴息补助、融资服务、技术培训、产品展销、宣传推介等相应扶持政策权利；有权提出“贵州黄牛”区域公用品牌在管理、运作模式、品牌宣传、品牌培育等方面提出意见、建议。

### 6.2 使用者义务

应配备专人负责“贵州黄牛”系列标识的运营和使用，并严格遵守品牌标识包装和宣传推介规定；应严格执行生产技术标准，保证产品质量，对产品质量问题负完全责任；应自觉维护区域公用品牌的良好形象和市场声誉；应每半年定期报送“贵州黄牛”区域公用品牌产品销售情况；应自觉接受区域品牌运营管理者、相关部门、社会各界的工作监督和质量监督。

## 7 运营与增值

### 7.1 品牌标识和包装

#### 7.1.1 使用范围

品牌标识和包装的使用范围包括：

- a) 品牌产品标识使用范围：可在产品的标签、包装、说明书及其他附着物上使用区域公用品牌标识；
- b) 品牌宣传标识使用范围：可在产品展示、推介等活动中使用区域公用品牌标识；
- c) 品牌服务标识使用范围：可在宣传产品和服务的各类广告中使用区域公用品牌标识；
- d) 其他：可在不违反品牌运营管理规定的其他情形下使用区域公用品牌标识。

#### 7.1.2 领用

使用者凭《“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书》向运营管理主体领取标识。

#### 7.1.3 使用要求

使用者应国家相关法律法规使用标识。

### 7.2 品牌竞争力提升

7.2.1 应实施科技创新和质量品牌双轮驱动战略，创新“政产学研”协同机制，共同开展区域公用品牌创新、技术进步、产品研发等。

7.2.2 应加大新产品与新技术研发和推广应用，提高产品自主知识产权含量，参与各级标准制修订工作及产品质量认证活动，提升品牌价值。

7.2.3 应运用先进的质量管理方法，开展区域公用品牌产品质量管理体系建设和产品质量监督、评价工作。

7.2.4 应推进区域公用品牌产品转化，促进区域品牌主体元素融入乡村旅游发展，开发农文旅融合的系列产品。

7.2.5 应持续改善提升区域公用品牌的公共服务水平。

### 7.3 品牌推广

7.3.1 宜采取“龙头企业+合作社+农户+标准化”模式推动区域公用品牌建设。

7.3.2 应融入文化元素与地域元素，深入挖掘品牌文化内涵，系统性地塑造和传播品牌文化内涵，提升品牌形象，培育品牌忠诚。

7.3.3 应利用多元化媒体平台多维度多形式开展品牌推广，构建品牌宣传矩阵。

## 8 管理与要求

### 8.1 管理机制

8.1.1 应制定区域公用品牌战略规划，明晰品牌定位与品牌形象、品牌维护、传播与推广策略、保障措施与实施项目等重点。

8.1.2 应建立完善的运营管理制度，明确各环节流程及要求，结合实际情况出台管理办法，主要包括质量管理、信息管理、品牌培育、品牌运营及奖惩规定等内容。

8.1.3 充分发挥互联网优势，打造实时在线、公开透明的线上评价监督体系。

### 8.2 品牌维护

应组织策划和实施品牌保护、品牌更新、品牌延伸、信誉和风险管理、品牌文化建设等品牌价值维护活动，有助于防止品牌价值受到损害，持续保持并提升品牌价值。

### 8.3 风险管理

#### 8.3.1 预警机制

应建立灵敏、完善的区域公用品牌危机预警机制。具体措施应包括构建打击质量违法行为长效协作机制，建立以信用为核心的监管机构，实施动态监管，搭建消费者投诉举报平台，建立品牌自律制度、企业相互监督制度，建立企业对产品和服务质量保障措施承诺公示制度等。

#### 8.3.2 应急处理机制

应建立高效及时的区域公用品牌危机应急处理机制，包括建立缺陷产品召回机制，建立质量违法与知识产权纠纷处理和赔偿机制，建立高度敏感、准确的信息监测系统和风险分担的社会保险制度等。

## 9 评价与改进

### 9.1 绩效评价

#### 9.1.1 建立追踪监督机制

应根据区域公用品牌运营管理情况，建立追踪监督机制，为评价使用者运营管理效率和绩效水平提供信息和数据参考。

#### 9.1.2 关键绩效指标

应围绕影响区域公用品牌竞争力提升的质量、创新等有形要素、无形要素确定关键绩效指标，评价区域公用品牌运营与管理的绩效。

#### 9.1.3 监测与评价关键绩效指标

9.1.3.1 围绕区域公用品牌关键绩效指标，应建立区域公用品牌管理指标信息采集系统，定期监测关键绩效波动水平。

9.1.3.2 定期分析和评价区域公用品牌竞争力的水平与发展趋势，为区域公用品牌健康发展调整和日常决策改进提供支持。

## 9.2 持续改进

9.2.1 应定期将区域公用品牌运营管理情况向行业主管部门及地方政府进行汇报，以获得行业及地方政府的信赖和支持。

9.2.2 应根据区域公用品牌运营管理状况，确定持续改进的目标，包括区域公用品牌战略规划调整、对标学习其他区域的最佳实践等。

9.2.3 应在制定战略目标时，确定区域公用品牌在运营与管理方面的改进要求，制定关键绩效指标并分解到相关部门，使改进活动与整体目标保持一致。

9.2.4 应根据绩效监测与评价结果，分析并确定改进的优先次序，制定措施并实施改进。

全国团体标准信息平台

附 录 A  
(规范性)

《“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书》模板

**“贵州黄牛”区域公用品牌使用授权书**

兹授权\_\_\_\_\_（被授权单位），法定代表人\_\_\_\_\_, 在\_\_\_\_\_（区域内）享有“贵州黄牛”区域公用品牌使用权，负责该品牌的运营管理与产品销售推广等工作，并严格遵守《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国商标法实施条例》《集体商标、证明商标注册和管理办法》等有关规定，被授权企业在商标使用过程中出现的商标法律纠纷及商标产品质量问题，由被授权企业自行承担相关法律责任。

授权期限：

授权编号：

授权人（签章）

被授权人（签章）

附录 B  
(规范性)  
“贵州黄牛”区域公用品牌标识



图 B.1 图形 29 类(第 48280140 号)



图 B.2 图形 31 类(第 48267116 号)



图 B.3 图形 39 类(第 48254446 号)



图 B.4 图形 44 类(第 48249303 号)



图 B.5 图形 44 类(第 48279765 号)