

ICS 点击此处添加 ICS 号

CCS 点击此处添加 CCS 号

# T/QAQ

## 青岛市质量协会团体标准

T/QAQ XXXX—2026

### “蓼兰优品”区域公用品牌运营规范

Operation Specification for "LiaoLan Excellent Products" Regional Public Brand

(征求意见稿)

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上。

2026 - XX - XX 发布

2026 - XX - XX 实施

青岛市质量协会 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
4 品牌运营机构职责 .....	1
5 品牌授权管理规范 .....	2
6 产品质量管控规范 .....	2
7 品牌标识与包装使用规范 .....	2
8 品牌宣传与推广规范 .....	2
9 品牌保护与退出机制 .....	2
10 监督与评价 .....	3

## 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。

本文件由蓼兰镇人民政府提出。

本文件由青岛市质量协会归口。

本文件起草单位：蓼兰镇人民政府、山东省青丰种子有限公司、青岛吉兴食品有限公司、青岛金坨生态农业有限公司、青岛星火蓼原现代农业科技有限公司。

本文件主要起草人：曲常迅、赵小龙、于琳、代小雁、侯文静、陈玲玲、马磊、陈锡佐、王金宇、邢珍英。

# “蓼兰优品”区域公用品牌运营规范

## 1 范围

本文件规定了“蓼兰优品”区域公用品牌运营管理的术语和定义、品牌运营机构职责、品牌授权管理规范、产品质量管控规范、品牌标识与拔桩使用规范、品牌宣传与推广规范、品牌保护与退出机制、监督与评价等内容。

本文件适用于“蓼兰优品”区域公用品牌运营相关工作。

## 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 39906-2021 品牌管理要求  
NY/T 4169-2022 农产品区域公用品牌建设指南  
T/XXX XXX “蓼兰优品”区域公用品牌管理规范

## 3 术语和定义

GB/T 39906-2021界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

#### 蓼兰优品 Liaolan Excellent Products

立足蓼兰镇自然优势以“国内一流、蓼兰特色”为定位，推动蓼兰镇特色农产品高质量发展为目标，聚焦农业、农产品加工业等重点领域，打造的高品质、高认可度、高竞争力的区域级公共品牌。

### 3.2

#### 区域公用品牌 regional public brand

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。

[来源：NY/T 4169-2022，3.2，有修改]

### 3.3

#### 品牌主体 brand entity

农产品区域公用品牌管理的相关部门、行业协会组织等法定主体。

### 3.4

#### 品牌运营机构 brand operation agency

由蓼兰镇政府授权，具体负责“蓼兰优品”区域公用品牌的日常运营管理、授权审核、宣传推广、监督协调等工作的法人实体或内设机构。

### 3.5

#### 授权使用主体 authorized user

经品牌运营机构审核批准，获得“蓼兰优品”区域公用品牌使用授权的农业企业、农民专业合作社、家庭农场等农业经营主体。

## 4 品牌运营机构职责

品牌运营机构是“蓼兰优品”品牌运营的第一责任主体，主要履行以下职责：

——制度建设：制定和完善品牌授权管理、产品准入标准、质量抽检、标识使用、退出机制等配套制度。

- 授权管理：受理授权申请，组织专家评审，签订授权合同，发放授权证书，建立授权使用主体档案。
- 质量管控：组织对申请主体及产品进行符合性核查；定期或不定期开展产品质量抽检；建立质量追溯信息平台。
- 品牌推广：制定年度品牌推广计划；策划并执行线上线下营销活动；组织参展、产销对接会；运营品牌官方媒体矩阵（公众号、短视频、电商平台等）。
- 渠道建设：对接大型商超、电商平台、社区团购、直播带货等渠道，搭建统一销售网络；协助授权产品进入中高端市场。
- 标识管理：统一设计和发放品牌标识、包装模板；审核授权使用主体的包装设计；打击假冒伪劣和违规使用标识行为。
- 服务支持：为授权使用主体提供标准培训、质量检测咨询、包装设计、品牌故事提炼、电商运营指导等公共服务。
- 报告与沟通：定期向品牌主体提交运营报告；建立与授权使用主体的日常沟通机制；处理投诉与纠纷。

## 5 品牌授权管理规范

应按照T/XXX XXX “蓼兰优品”区域公用品牌管理规范的规定开展品牌授权工作。

## 6 产品质量管控规范

- 6.1 品牌运营机构宜制定并公开发布涵盖外观、理化指标、农残限量、包装储运等要求的标准。
- 6.2 产品质量管控措施包括：
- 准入检测：首次申请授权的产品，须提供近6个月内由第三方检测机构出具的合格报告。
  - 飞行抽检：每年对授权产品开展不少于2次随机抽检，抽检费用由运营机构承担。
  - 问题处置：抽检不合格的，立即暂停授权并限期整改；同一产品连续两次不合格或发生重大质量安全事故的，取消授权并公告。
  - 追溯管理：运营机构可建立品牌追溯制度，记录授权使用主体的生产、加工、检测、销售等信息。

## 7 品牌标识与包装使用规范

- 7.1 “蓼兰优品”品牌标识（含中英文名称、图形商标）由品牌主体统一注册，品牌运营机构负责标识的使用管理和标准化推广。
- 7.2 授权使用主体须严格《品牌使用承诺书》使用标识，不得变形、分割、更改颜色或增加额外文字。
- 7.3 “蓼兰优品”授权使用主体包装设计采用品牌标识时，应将包装设计稿提交运营机构审核，审核通过后方可印制。运营机构宜鼓励各授权使用主体统一包装风格，但允许在产品信息区保留自有品牌。

## 8 品牌宣传与推广规范

- 8.1 品牌运营机构应制定年度品牌宣传推广方案，报品牌主体备案后实施。
- 8.2 宣传推广活动包括但不限于：
- 线上：官方公众号、抖音/快手账号、电商节直播、KOL合作等；
  - 线下：举办“蓼兰优品”推介会、参加全国性农产品博览会、设立品牌形象店或专柜；
  - 内容：挖掘产品文化故事，制作宣传视频、产品图册，统一品牌口号。
- 8.3 授权使用主体自行开展的宣传活动如需使用品牌标识，应提前向运营机构报备；不得进行虚假宣传或夸大产品功效。

## 9 品牌保护与退出机制

- 9.1 品牌运营机构应建立品牌保护巡查制度，定期监测市场、电商平台，发现假冒或违规使用标识行为，及时取证并向市场监管部门举报。
- 9.2 授权使用主体有下列情形之一的，运营机构可单方面终止授权：
- 产品质量抽检严重不合格或发生重大质量安全事件；
  - 擅自转让、转借、出租品牌标识；
  - 拒不配合抽检或阻挠监督检查；
  - 利用品牌从事违法活动；
  - 其他违反合同约定且拒不改正的行为。
- 9.3 终止授权的，运营机构应在官方平台公告，收回授权证书，并通报相关销售渠道。

## 10 监督与评价

- 10.1 品牌运营机构应建立内部运营台账，记录授权审批、抽检结果、投诉处理、宣传投入等关键数据。
- 10.2 品牌运营机构每年向品牌主体提交运营报告，内容包括：
- 授权使用主体数量及变化情况；
  - 产品抽检结果分析；
  - 品牌推广活动及效果评估；
  - 渠道建设与销售数据；
  - 存在问题及改进计划。
- 10.3 品牌主体可委托第三方机构对品牌运营绩效进行年度评估，评估结果作为是否续签运营委托协议的依据。
-