

《中国起源地品牌通用评定要求》团体标准编制说明

一、工作简况

（一）任务来源

本项目来源于《关于发布中国民族贸易促进会 2022 年度团体标准项目计划(第一批)的通知》(中民贸〔2022〕49 号),《中国起源地品牌通用评定要求》团体标准为此次制定的计划项目之一。

（二）承担单位

本标准主要起草单位是起源地文化传播中心,起源地特色产品服务(北京)有限公司、中国民族贸易促进会、中国民协、中国起源地文化研究中心等机构。计划完成时间为 2022 年,项目由起源地文化传播中心提出,中国民族贸易促进会归口。

二、制(修)订标准的必要性、目的和意义

为积极响应中国一乡一品产业促进计划高质量发展三年行动方案(2022-2024)计划和弘扬中华优秀传统文化战略,特制定《中国起源地品牌通用评定要求》,建立中国起源地品牌数据库,为企业事业单位服务,为消费者服务,为国家品牌强国服务,打造中国百年品牌,增强文化自信,让中国起源地品牌走向世界,守护中国起源地品牌的根脉和灵魂,更好的传承中华优秀传统文化。

让消费者更直观的了解产品、文化、品牌的起源地,更好的讲述品牌故事,传播品牌文化。

让企事业单位知道自己的品牌是从哪里来的,要到哪里去,守根铸魂,构建百年品牌,传承品牌文化。

讲好中国品牌故事，助力品牌强国，增强文化自信。

三、主要工作过程

（一）调研阶段

按照团体标准编写要求，邀请了本领域内的相关专家学者参与了本标准的制定工作，成立了标准起草核心执笔工作组、咨询专家组、起草单位组等多个工作保障组确保标准起草制定工作。标准的撰写人员广泛查阅了各地区起源地特色产品相关标准以及相关法律、法规、历史文献和特色产品形成规律，多次组织小组或者内部小范围研讨，共同商讨确定了本标准的初稿。

（二）立项阶段

2022年4月28日，中国民族贸易促进会发布《2022年度团体标准项目计划(第一批)的通知》（中民贸〔2022〕49号）的通知，《中国起源地品牌通用评定要求》标准项目顺利通过团体标准立项评审。

（三）起草阶段

9月18日，《中国起源地品牌通用评定要求》团体标准研讨会顺利举行，通过线上线下相融合形式，线下在中国民族贸易促进会召开；来自标准归口管理单位、起草单位和邀约单位专家等近60人参加了会议。会上，起草组咨询专家和邀约专家等，对标准初稿进行了技术审查，提出了宝贵的意见和建议，并在原有的基础上调整了标准的术语和定义、文本结构；对标准中的指标和框架进行了初步讨论，商讨确定了标准总体架构、评价指标和质量管理等要求的合理性和适用性。随后，标准起草工作组根据与会专家意见及其他来源意见对标准进行

修订和完善。

2022 年 10 月下旬，标准起草工作组根据前期的工作情况，共同研究确定了标准征求意见稿，并形成标准编制说明。

四、标准编写原则和主要内容

（一）标准编写原则

1、适用性原则

标准中规定的术语与定义、基本原则、合规性要求、评定指标、管理体系、申报和评定程序，所规定的技术内容既符合国家政策及规范性文件要求，又满足实际，发挥标准能效。

2、统一性原则

一方面符合国家政策导向及行业出台的法律法规、政策文件和地方特色产业发展要求，另一方面充分借鉴现有相关工作经验，在此基础上对原有工作不断改进提升，使标准更加规范。

3、规范性原则

召开标准编写研讨会，专家及相关人员就标准的框架、结构、内容广泛讨论，发表意见。标准的格式和语言表述符合 GB/T 1.1-2020 的要求，确保标准内容的规范。

（二）制定依据

1、《中华人民共和国标准化法》

2、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》

（三）主要内容的说明

1、范围

规定了合规性要求、基本原则、评定指标、管理体系、来源体系、工作程序、评价方法、产品可追溯体系和中华源字号标识。

本文件适用于企事业单位、起源创始人、品牌创始人等生产者、发明创造者，用于生产好产品和源头产品并进行记录和标识。消费者能直观的通过中国起源地大数据库和起源云平台使用到源头产品，并了解到品牌和产品的起源地。更好的讲述品牌故事，传播品牌文化，为国家品牌强国服务，打造中国百年品牌。

2、规范性引用文件

- 1) GB/T 7635.1 全国主要产品分类与代码
- 2) GB/T 19001 质量管理体系 要求
- 3) GB/T 33761—2017 绿色产品评价通则
- 4) GB/T 38372-2020 企业品牌培育指南
- 5) GB/T 39654-2020 品牌评价 原则与基础（ISO 20671:2019，IDT）
- 6) GB/T 39906-2021 品牌管理要求
- 7) T/OTOP 1001—2021 中国一乡一品产品评价通则；等。

3、术语和定义

为明确概念，便于对标准的理解，本标准对“品牌”、“起源地”、“起源地品牌”、“起源地标签”、“评定指标基准值”等概念给出了明确的定义。

4、合规性要求

明确评价申请主体和产品的合规性底线要求。

5、基本原则

确定了评价特色产品品牌的范围和类别以及评价指标的选择和分级管理等基本原则，为评价要求的展开进行宏观和铺垫性说明。

6、评定指标

确定了评价指标框架由一级指标和二级指标组成。一级指标包括特色产品起源地、特色产品特征、特色产品特性、特色产品环境等维度指标。二级指标在一级指标基础上依据特色产品的特色和特色产品的文化，从特色产品起源地范围、产地特征、产品特性、生态环境等维度，结合特色产品现有标准实施情况等侧重选取，并对二级指标进行解析说明。

7、起源地品牌的现代管理体系

中国起源地品牌评定要求的申请人宜按本文件的要求建立、实施、保持有效的文件化和现代化的管理体系并持续改进，以确保申请的品牌的真实性，能持续满足本文件及评价技术细则要求，不断实现更高的产品品质和管理绩效，推动中国起源地品牌品高质量发展。

8、来源体系

经营者和运营者宜建立完善的来源体系，保持产品的原料、来源、生产、运输、销售、品控管理等详细记录全过程各节点来源。

9、工作程序

介绍了起源地品牌申报的工作程序。

10、评价方法

结合订立的评价指标，以定性和定量评价相辅相成为手段，采用符合性评价的方法，以确保申请的特色产品品牌评价的有效性。

11、申报和认定程序

明确了起源地特色品牌申报在操作层面的要求已经评审认定工作开展的实施程序，确保相关评审工作规范和标准化落地。

12、标识及管理

设计和明确了起源地特色品牌的标识，并对申请方在生产、销售、宣传等过程中合理合法使用“中国起源地特色品牌”标识进行了要求。

五、标准中涉及专利的情况

本标准不涉及专利问题。

六、预期达到的社会效益、对产业发展的作用等情况

本标准的制定用于建立中国起源地品牌数据库，中华源字号标识的应用与传播，记录起源，为企事业单位服务，为消费者服务，为国家品牌强国服务，打造中国百年品牌，增强文化自信，让中国起源地品牌走向世界，守护中国起源地品牌的根脉和灵魂，更好的传承中华优秀传统文化；让消费者更直观的了解产品、文化、品牌的起源地，更好的讲述品牌故事，传播品牌文化；让企事业单位知道自己的品牌是从哪里来的，要到哪里去，守根铸魂，构建百年品牌、民族品牌、世界品牌，传承中国品牌文化；有益于讲好中国品牌故事，助力品牌强国，增强文化自信。

七、与国际、国内对比情况，与现行法律、法规、标准的关系

本标准没有采用国际标准和国外先进标准。本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致。

八、贯彻标准的要求和措施建议

建议本标准制定后尽快发布。在中国民族贸易促进会的指导下，标准起草组组织利益相关方、企业、事业单位、高校、科研院所进行宣贯工作。

九、其他应予说明的事项

无。

标准起草工作组

2022 年 10 月