

T/SDFIA

团 体 标 准

T/SDFIA 41—2023

文化创意品牌食品认定规范

Specification for identification of cultural and creative brand food

点击此处添加与国际标准一致性程度的标识

（征求意见稿）

2023 - 08 - 30 发布

2023 - 08 - 30 实施

山东省食品工业协会 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 基本条件 2

5 认定原则 2

6 认定专家 2

7 评价体系 3

8 认定管理 4

附录 A（资料性附录） 文化创意品牌食品认定评价专家评分表 5

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》给出的规则起草。

本文件某些内容可能涉及专利，本文件发布机构不承担识别这些专利的责任。

本文件由山东省食品工业协会提出并归口。

本文件起草单位：山东扳倒井股份有限公司、山东金彩山酒业有限公司、山东梁山徐坊大曲有限公司、山东孟尝君酒业有限公司（按依法注册的企业冠名第一个字的拼音首字母顺序进行排序）。

本文件主要起草人：张辉、孟宪军、徐媛媛、韩同才。

本文件由山东省食品工业协会、山东省产学研合作促进会、山东省包装技术协会联合发起，由山东省食品工业协会发布组织实施。

引 言

食品是文化传承的重要载体，是文化沉淀最深厚、文化内涵最丰富的、具有典型的文化属性与物质属性的传统产品。在文化强国的时代背景下，以食载文，以文兴业，推动食品文化品牌创新发展，弘扬“中华文化”，建设“中国食品新文化”，讲好“中国食品品牌故事”，已成为新时代中国食品产业人义不容辞的责任与使命。因此，研究制定《文化创意品牌食品认定规范》团体标准，对加强行业自律，落实企业主体责任，挖掘食品文化，丰富品牌文化内涵，创新发展现代食品工业文化，推动品牌文化向文化品牌转变，传播讲好品牌故事，满足新时代人们享受物质文化美好生活的新需求、新期待，实现食品产业高质量发展具有重要意义。

《文化创意品牌食品认定规范》创新点：创新研究制定了标准术语定义和评价指标体系。

文化创意品牌食品认定规范

1 范围

本文件规定了文化创意品牌食品认定的基本条件，认定原则、认定专家、评价体系 and 认定管理。
本文件适用于山东省境内，自主申报并具有合法生产经营的食品企业。

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 7718 预包装食品标签通则
GB 13432 预包装特殊膳食用食品标签通则
GB 28050 预包装食品营养标签通则

3 术语和定义

GB/T 15109标准中术语和定义和下列术语和定义适用于本文件。

3.1

食品（产品）设计 product design of food

指以食品产品为对象，综合运用科技成果和工学、美学、心理学、经济学等知识，对食品的功能、结构、形态及包装等进行整合优化的创新活动。

3.2

食品文化创意 cultural creative of food

指以文化为元素、以食品产品为载体、综合运用人智慧、知识、技能和方法及手段进行创造性转化、创新性发展，赋予传统食品文化新的时代内涵和现代表达方式，对传统食品文化的内涵加以补充、拓展、完善，激发其生命力，增强市场传播力、影响力和感召力，提高食品文化价值，达到推动食品科技和食品文化融合升级发展之目的的创新活动。

3.3

品牌文化创意 the brand cultural creative

指以文化为元素、以品牌为载体、综合运用数字化、智能化、新媒体等新一代科学技术将传统历史文化、企业文化、产品文化、工艺文化进行创造性转化和创新性发展，创新品牌宣传方式，丰富品牌文化内涵，逐步形成新的时代品牌故事、传播品牌文化、提高品牌价值等自主品牌文化体系的创新活动。

3.4

文化创意品牌食品 cultural creative brand of food

指以食载文、以文兴食为主题，综合运用科技成果和工学、美学、心理学、经济学等知识，对食品的物质属性和文化属性进行创造性融合发展，达到提高食品品牌价值之目的的创新活动。

4 基本条件

4.1 文化创意品牌食品认定的基本条件，包括：

- 企业应具有食品生产许可证5年以上（含5年）以及相应安全生产资质；
- 企业对申报认定材料的完整性、真实性和准确性负责并签订承诺书；
- 申报企业应具有与申报文化创意品牌食品生产总量相匹配的生产、包装、贮存、检测等设施设备和人力资源提供条件。申报产品包装设计应符合GB 7718、GB 13432和GB 28050标准要求；
- 申报产品的文化创意理念应具有先进性、科学性和正确的人生观、价值观，适应新时代中国特色社会主义思想新潮流；
- 近三年，申报企业没有发生质量安全重大事故、知识产权侵权事件、失信、行政处罚等违法违规行为。

5 认定原则

5.1 科学原则

应依法依规对标的原则。

5.2 客观原则

应以客观事实为依据的原则。

5.3 公正原则

应公平、公正、公开的原则。

6 认定专家

6.1 专家条件

- 从事食品生产技术20年以上（含10年），或具有食品工程专业的高级技术职称或食品省级评委资质。
- 遵守国家法律法规和社会公德，具有严谨的科学态度和良好的职业道德。
 - 在食品产业有较丰富的理论知识和实践经验，熟悉传统食品生产工艺、工业设计、食品文化历史等。
 - 对符合以上条件的，经个人申请、认定机构审核同意的建立专家库。

6.2 专家管理

专家应遵守以下行为管理规范：

- 维护申报产品所有者的知识产权，保守被认定产品的技术秘密。认定评价工作完成后，所有申请材料应当全部退还给认定机构，不得向其他组织或者个人传播扩散，不得非法占有、使用、提供、转让。

- 对认定评价过程和内容保密，不泄露认定评价结果、专家意见和相关的保密信息，不披露或擅自使用相关项目的技术秘密、申报资料，保证材料完整，不丢失。
- 严格掌握认定评价标准，实事求是地对每个申请产品作出客观公正与科学的认定评价。
- 自觉回避，不参加与认定评价的企业有利益关系或可能影响公正性的认定评价。
- 提供的书面认定评价意见应当清晰、准确地反映申报产品的实际情况，并对所出具的认定评价意见负责。
- 不得借认定评价活动违规收受有偿回报、假公济私、徇私舞弊。
- 违反以上条款的视同轻重情况追究个人责任或交本人单位或司法部门处理。

6.3 专家遴选

认定机构在专家库中遴选认定评价专家，专家选取不少于3名（单数），每批次同一单位的专家不得超过2人。根据企业生产经营实际情况和工作需要，可以遴选一定比例的文化历史专家、品牌营销专家及消费者用户代表参加。

6.4 专家职责

- 专家应遵循以下职责：
- 对申请企业进行材料审查，是否符合作出认定评价结论。
 - 对申请企业进行现场核查，是否符合作出认定评价结论。
 - 对申请产品进行现场鉴评，作出认定评价结论。
 - 向认定机构签订保密、廉洁承诺书。

6.5 专家权利

- 专家享有以下权利：
- 享有独立完成全过程认定评价活动，不受任何单位和个人的干涉。
 - 根据企业申报表和有关技术资料、管理制度等材料提出质疑并要求做出解释，可现场复核验证，对申报产品进行现场评价。
 - 对本标准提出修改意见。

7 评价体系

文化创意品牌食品认定评价指标体系应符合表 1。

表1 文化创意品牌食品认定评价指标体系

一级指标	二级指标	指标说明
创新引领性	产品文化创意	产品设计和传统工艺与产品文化创意融合度
	品牌文化创意	品牌故事和品牌传播与品牌文化创意融合度
创新能力	经济效益	近三年，申报产品创造效益占比（申报产品营收占企业营收）
	创新平台	企业技术中心、研发中心、工业设计中心等建设情况
	专业团队	专业团队建设情况
发展前景	社会和环境效益	产业生态、绿色低碳发展以及综合利用、节能减排、减粮增效等新技术推广成效情况

7.1 企业申请

7.1.1 由白酒生产企业或企业授权，具备相应资质的自然人填写申请书向认定机构提出申请。

7.1.2 对符合 4.1 认定基本条件的，认定机构与申请单位或申请者签订委托认定评价合同，按照程序组织专家开展认定评价工作。

7.2 申报材料

7.2.1 提供申请材料真实性承诺书。

7.2.2 企业申报书。

7.2.3 其他相关验证材料（证书或照片等）。

7.3 材料审查

认定机构收到认定申报材料5个工作日内，完成申报材料的符合性审查。对不符合条件的及时与申报企业沟通说明不符合项。对符合条件申报产品，评价机构择机组织专家进行评价。

7.4 专家评价

7.4.1 认定机构按照 6.3 要求组织专家组并指定一名为组长，由组长带领专家组对申报产品进行评价。

7.4.2 专家线上线下方式进行评价。

7.4.3 专家应按照附录 A 进行认定评价，综合评价结果由专家组一致通过，并由组长签字确认。

7.4.4 认定机构根据综合评价结果，对认定通过的产品进行通报公布并颁发认定证书。

8 认定管理

8.1 认定机构对新申报产品采取随报即审。认定周期为 5 年，证书有效期为 5 年。每 5 年对已认定的文化创意品牌食品进行一次复评。根据企业发展情况实行动态管理、随机核查。

8.2 认定机构对复评和随机核查合格的，进行重新认定并颁发认定证书。对复评和随机核查不合格的进行通报，自通报之日起证书立即失效。

8.3 若有以下情况发生，取消认定资格：

- 提供虚假资料骗取通过认定的；
- 发生特大责任安全事故；
- 有重大违法违规经营行为；
- 有重大产品与服务质量安全事件；
- 其他损害行业信誉的行为。

8.4 取消认定资格的，5 年内不得申报。

附 录 A
(资料性附录)
文化创意品牌食品认定评价专家评分表

企业名称:

产品名称:

一级指标	二级指标	评价标准		得分	备注
创新引领性（60分）	产品文化创意（30分）	优秀（25~30分）、良好（15~24分）、一般（0~14分）			
	品牌文化创意（30分）	优秀（25~30分）、良好（15~24分）、一般（0~14分）			
创新能力（30分）	经济效益（20分）	近三年平均占比50%以上优秀（15~20分）、占30~49%良好（10~14分）、占30%以下一般（0~9分）			
	创新平台（5分）	创新平台获得1项国家级的（5分）、省级（3分）、市级或行业（2分）、其他（1分）			
	专业团队（5分）	专业团队人数：每人加1分，5人以上（5分）			
创新能力（30分）	社会和环境效益（10分）	在产业生态、绿色低碳发展以及综合利用、节能减排、减粮增效等新技术推广成效：优秀（8~10分）、良好（5~7分）、一般（0~4分）。			
总分		推荐	☐ 是 ☐ 否		

专家签字:

组长签字:

年 月 日
