

备案号：

T/SZX

陕西质量技术监督协会团体标准

T/SZX 000—2025

潼关肉夹馍 品牌标识管理规范

（征求意见稿）

XXXX — XX — XX 发布

XXXX — XX — XX 实施

陕西质量技术监督协会 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 基本要求 1

5 标识的设计与分类 2

6 标识的申请 2

7 标识的使用 2

8 标识的保护 3

9 评价与改进 3

附录 A 品牌标识设计样例 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》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由 提出。

本文件由陕西质量技术协会归口。

本文件主要起草单位：。

本文件主要起草人：。

本文件首次发布。

本文件由 解释。

潼关肉夹馍 品牌标识管理规范

1 范围

本文件规定了潼关肉夹馍品牌标识管理的基本要求以及标识的设计与分类、标识的申请、标识的使用、标识的保护以及评价与改进的要求。

本文件适用于潼关肉夹馍品牌标识管理工作。

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 15565.2—2008 图形符号 术语 第2部分：标志及导向系统

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

品牌

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，从而产生经济利益（价值）。

[来源：GB/T 29185—2021，3.1]

3.2

标志

由符号、文字、颜色和几何形状（或边框）等组合形成的传递特定信息的视觉形象。

[来源：GB/T 15565.2—2008，2.1.1]

3.3

标识

用于标示信息、表明某种特征、做出标志、便于识别的视觉形象。

4 基本要求

4.1 应完善品牌标识管理工作领导小组、职能管理部门、产业协会三位一体的管理架构。

4.2 应建立合理的管理机制：

- a) 由产业协会负责品牌标识的战略管理、协调、服务；
 - b) 由专业管理服务公司进行品牌标识的具体管理；
 - c) 设立驻外管理服务机构，负责当地“潼关肉夹馍”品牌标识的服务与监督管理。
- 4.3 应建立综合信息化平台，并由管理服务公司负责管理平台运营。
- 4.4 品牌标识的管理机构与管理措施应符合县域经济发展的要求。

5 标识的设计与分类

5.1 设计

- 5.1.1 “潼关肉夹馍”品牌标识设计工作应遵循以下原则：
- a) 基于消费需求；
 - b) 基于产品特色；
 - c) 基于地域特色。
- 5.1.2 品牌标识设计应经过“潼关肉夹馍”品牌管理机构内部审核和相关部门审批，确保设计合理、合法、符合标准。
- 5.1.3 “潼关肉夹馍”品牌标识的设计稿件、原始文件等资料应保存在专门的资料库中加强保密、防止泄露。
- 5.1.4 “潼关肉夹馍”各类标识设计样例见附录 A。

5.2 分类

“潼关肉夹馍”品牌标识包括以下几类：

- a) 品牌名称标志；
- b) 传播口号；
- c) 价值支撑；
- d) 辅助图形。
- e) 应用产品标志。

6 标识的申请

- 6.1 品牌标识包含商标部分的使用应取得“潼关肉夹馍”商标使用许可。
- 6.2 品牌标识申请使用应满足以下要求：
- a) 具有能够独立承担民事责任的能力；
 - b) 生产销售的产品质量符合国家有关标准和技术规范的要求；
 - c) 生产销售的产品符合“潼关肉夹馍”的质量要求。

7 标识的使用

- 7.1 品牌标识经授权后，可自行印制或加贴使用；使用过程中不应更改图案、色相，但图形大小可按比例缩放。
- 7.2 品牌标识的使用范围包括且不限于：
- a) 店面形象装饰：
 - 1) 门头外观；

- 2) 户外招牌;
 - 3) 店面整体效果;
 - 4) 收银台;
 - 5) 水牌;
 - 6) 接待台背景板;
 - 7) 店面灯箱;
 - 8) 墙体招牌;
 - 9) 导视牌;
 - b) 用餐设施工具:
 - 1) 菜单;
 - 2) 台座卡;
 - 3) 餐具套装;
 - 4) 筷子袋;
 - 5) 肉夹馍纸袋;
 - 6) 打包袋;
 - 7) 热饮杯;
 - 8) 冷饮杯;
 - c) 员工服装服饰:
 - 1) 技师服装;
 - 2) 员工服装;
 - d) 宣传推广活动。
- 7.3 品牌标识使用时, 应做到:
- a) 严格执行有关产品生产标准, 确保使用“潼关肉夹馍”品牌标识的产品不低于申请时的质量水平;
 - b) 遵守标识授权使用约定及相关规定, 规范使用“潼关肉夹馍”品牌标识, 不应向他人转让、出售、转借;
 - c) 严格管理“潼关肉夹馍”品牌标识包装物, 不应出售或许可他人使用;
 - d) 接受“潼关肉夹馍”品牌标识使用监督检查及跟踪检查。

8 标识的保护

- 8.1 应做好品牌标识的保护工作, 申请“潼关肉夹馍”相关设计版权登记, 注册商标。
- 8.2 应定期对市场上使用的品牌标识进行监测, 确保品牌标识未被滥用或侵权。
- 8.3 品牌标识的使用方应建立健全和实施全程质量控制体系, 对其产品的质量和信誉负责。存在以下情形的, 取消“潼关肉夹馍”品牌标识的授权使用。
- a) 出现食品质量安全事故的;
 - b) 营业执照或社会团体登记证书被依法注销的;
 - c) 产品在监督检查中被认定不合格, 或者拒不接受监督检查的;
 - d) 未按照合同约定执行的;
 - e) 其他严重影响“潼关肉夹馍”形象信誉的。

9 评价与改进

应对“潼关肉夹馍”品牌标识的管理情况进行市场调研、舆情分析等，对不符合项制定改进方案并及时改进。

附 录 A
(资料性)
品牌标识设计样例

A. 1 公用品牌标志

A. 1. 1 依据简单、直观、易识别的指导思想，潼关肉夹馍公用品牌标志设计如图A. 1至A. 5。

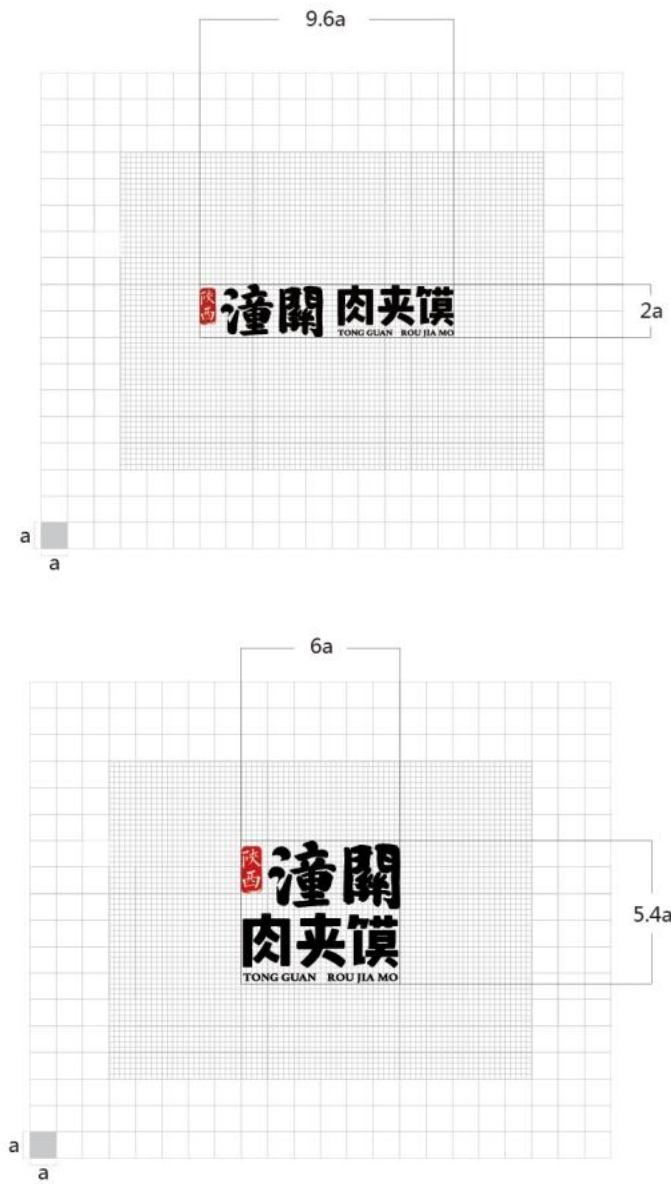


图 A. 1 标志标准组合方格坐标制图

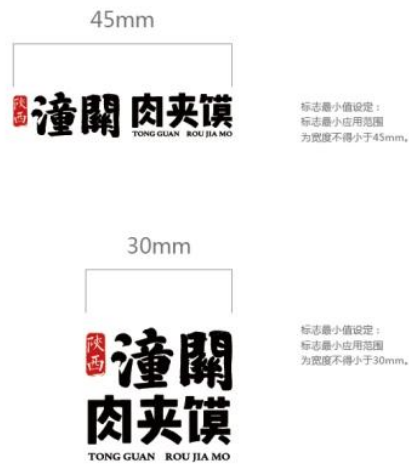


图 A. 2 标志使用尺寸

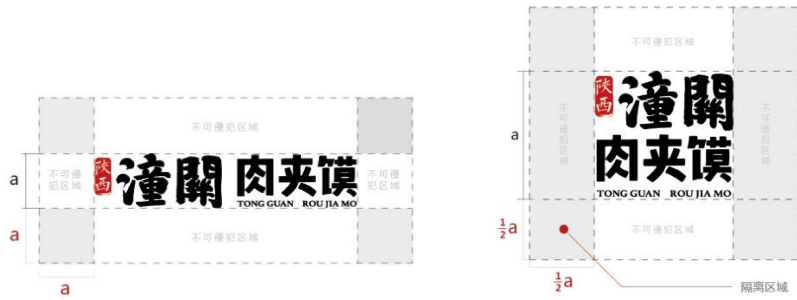


图 A. 3 标志预留空间



图 A. 4 标志黑白稿



图 A.5 品牌标准色

A.1.2 设计采用乾隆御笔的“潼关”二字突出潼关的地域印记，传达潼关肉夹馍厚重悠久的历史传承；“肉夹馍”字体和拼音突出潼关肉夹馍便捷时尚的特点；搭配印章形式的陕西二字，突出地域印记。

A.2 传播口号设计

传播口号设计见图A.6。



图 A.6 潼关肉夹馍传播口号设计

A.3 价值支撑设计

价值支撑设计见图A.7。

千层饼，像花花
烤馍酥脆掉渣渣
卤好肉，有秘法
不腻不柴香到家
热馍凉肉夹一搭
咬上一口嘹咋咧

图 A.7 潼关肉夹馍价值支撑设计

A.4 辅助图形设计

A.4.1 卡通代言形象

A.4.1.1 卡通代言形象如图A.8。



图 A.8 卡通代言形象

A.4.1.2 创意说明：潼关肉夹馍历史上曾作为军粮，结合本地军事文化，以秦腔将军脸谱形象为基础，创作出潼关肉夹馍品牌的卡通代言形象。

A.4.2 工艺流程图形

A.4.2.1 潼关肉夹馍的传统制作工艺流程：

- a) 配料：细选精量，按方配料；
- a) 卤肉：快煮慢炖，卤肉始成；
- b) 和面：关中好面，和水揉团；
- c) 擀片：适量取面，细擀制片；
- d) 卷花：半卷划线，再卷见花；
- e) 打饼：揪剂制坯，打案成饼；
- f) 烤馍：四翻四烤，慢火成馍；
- g) 夹馍：取肉夹馍，美味放香。

A. 4. 2. 2 结合辅助图形，将八道工序图形创意如图A. 9。

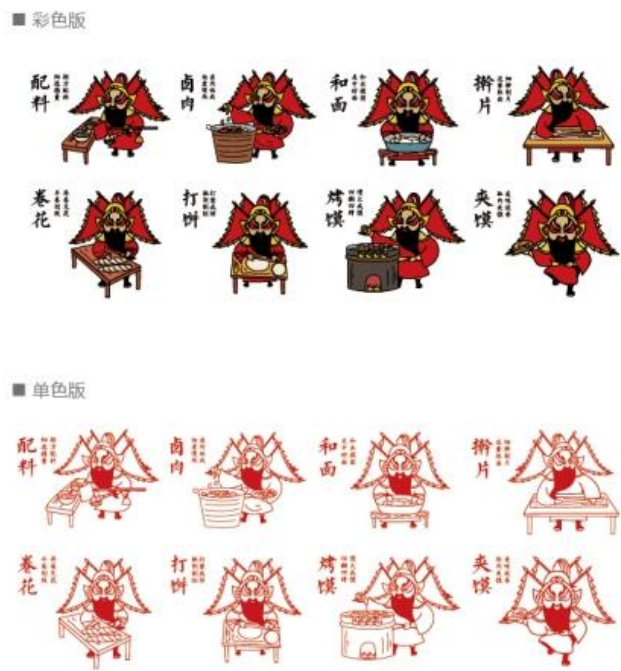


图 A. 9 卡通工艺流程图

A. 5 应用设计

应用产品设计示例见图A. 10。

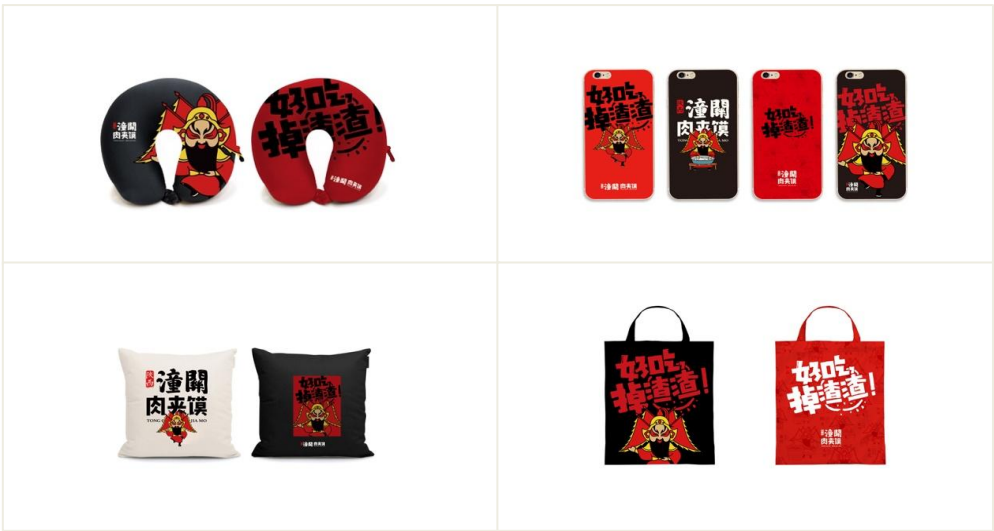


图 A. 10 应用产品设计示例

参考文献

- [1] GB/T 29185—2021 品牌 术语 第3.1条。
-