

团体标准
《果品流通品牌评选规范》

编制说明

（征求意见稿）

湖南省果品协会

2025 年 8 月

团体标准

《果品流通品牌评选规范》

编制说明

一、项目背景

农业品牌是农业农村现代化的重要标志。近年来，各级农业农村部门深入贯彻党中央、国务院决策部署，加快实施品牌强农战略，品牌意识明显增强，品牌数量快速增长，品牌效益显著提升，但我国农业品牌多而不精、大而不强问题依然存在，品牌竞争力影响力带动力仍有待提升。中国是全球最大的水果生产和消费国，但长期以来存在“重产量、轻品牌”的问题，优质果品难以通过品牌溢价获得市场认可。随着消费升级，消费者对水果的品质、安全、溯源等要求提高，亟需通过品牌化建设提升产品附加值和市场竞争力。流通环节（如批发、电商、连锁超市等）缺乏统一的品牌评选标准，导致市场鱼龙混杂，优质品牌难以脱颖而出。国家层面多次出台政策支持农业品牌建设，如农业农村部的《农业品牌精品培育计划（2022—2025 年）》强调通过标准化推动品牌高质量发展。优先培育具有产业领先优势、市场空间大、文化底蕴深厚的农业品牌，建立健全品牌建设促进机制、标准规范和服务体系，加大正向激励，引领带动全国农业品牌创新发展。团体标准作为市场化标准形式，能够快速响应行业需求，填补国家标准或行业标准的空白，果品流通涉及生产、加工、仓储、物流、销售等多环节，需综合评估品牌的全链条能力（如供应链管理、品控、售后服务等），但现有标准多聚焦单一环节（如种植或产品品质）。其影响因素较多，评选指标也多种多样，因此要

加快农业品牌标准化建设，引领品牌主体运用先进理念和科学方法开展品牌创建，需要确实需要建立一套完整的、具有代表性的评选指标体系。

二、目的意义

标准是经济活动和社会发展的技术支撑，《果品流通品牌评选规范》团体标准的制定，旨在充分运用标准化方法和原理，进一步规范果品流通品牌评选机构、原则、流程、管理、指标内容，通过量化指标（如品牌影响力、产品质量与安全、供应链与流通效率、消费者评选、社会责任和品牌建设等）为果品品牌提供第三方认证依据，将在果品流通品牌评选工作中前期探索取得的有益经验和研究成果运用标准化形式予以固化。该标准的发布和实施，有助于规范市场与引导行业，为当地果品流通管理和政策制定提供科学依据，为果品流通宏观调控和高质量发展提供有效支撑，不断提升果品流通品牌评选工作的科学性、自愿性、公平性。

三、工作简况

（一）任务来源

2025年6月，湖南省果品协会向湖南省标准化协会提出团体标准《流通领域果品品牌评选规范》制定项目立项申请，湖南省标准化协会随即组织专家开展立项评审，对项目的可行性、科学性、适用性等方面进行了全面评估，经专家评审后，该标准确认更名为《果品流通品牌评选规范》符合立项要求，成功获批立项。该标准承担单位为湖南省果品协会，由湖南省标准化协会归口管理，参与标准起草的单位有：长沙润派农业有限公司、湖南玉果源商贸有限责任公司(云辉果业)。

（二）标准参编人员及分工

标准参编人员分工见表 1。

表 1 参编人员分工表

序号	姓 名	单 位	职 称	工作分工
1.	唐国伟	湖南省标准化协会	秘书长	项目负责
2.	邓 玲	湖南省果品协会	副秘书长	项目指导
3.	黄微微	湖南省标准化协会	技术人员	标准编写
4.	张志华	长沙润派农业有限公司	董事长	标准编写
5.	罗云辉	湖南玉果源商贸有限责任公司 (云辉果业)	董事长	标准编写
6.	谭 良	湖南玉果源商贸有限责任公司 (云辉果业)	总经理	资料收集与整理

(四) 主要工作过程

1.成立标准起草工作组

自标准制定工作任务下达以来，项目承担单位湖南省果品协会高度重视标准编制工作，严格按照《湖南省标准化协会团体标准制（修）定程序》的要求，迅速部署落实工作任务，2025 年 7 月，组建《果品流通品牌评选规范》团体标准编制工作组，制定标准编制工作方案和推进计划，明确任务要求和职责分工。

2. 资料收集与整理

2025 年 8 月，标准编制工作组充分收集和整理了有关果品流通品牌评选工作相关的法律法规、政策文件、标准规范和资料文献，并对收集到的资料进行了全面研读，全面了解和掌握目前果品流通品牌评选工作现状，存在的问题和困难以及对于标准化工作的需求和建议，标准编制工作组通过资料研读，进一步厘清了标准编制思路，明确了标准编制的方向。

3. 形成工作讨论稿

2025 年 8 月，标准编制工作组根据前期收集到的资料，并结合我省果品流通品牌评选工作实际，初步明确了标准整体框架结构和主要技术内容，编制形成了工作组讨论稿。

4. 形成征求意见稿

2025 年 8 月，标准工作组讨论稿编制完成后，标准编制工作组组织召开了内部研讨工作会议，标准编制组成员就标准工作组讨论稿的整体框架结构和主要技术内容进行了充分探讨，针对相关问题开展专项研究并咨询行业内专家，结合有关专家的意见和建议，标准编制组对标准内容做了多次修改完善，形成了标准征求意见稿。

四、标准编制依据

《农业品牌精品培育计划（2022—2025 年）》

五、标准编制原则与主要内容

（一）编制原则

本标准是依据《中华人民共和国标准化法》《团体标准管理规定》的等要求，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》等法律法规、标准的规定制定。本标准制定遵循了以下原则：

1. 合规性原则

本标准制定流程、确定的内容和文本格式遵循了国家有关法律、法规和标准要求，符合的团体标准管理相关规定。

2. 适用性原则

本标准所确定的内容及各项要求，符合标准适用范围内的实际情况，实际操作性强。

3.协调性原则

本标准所确定的内容及各项要求，与国家、行业其他相关法律法规及标准不矛盾、无冲突、相协调，彼此之间协调性强。标准编制过程中充分听取各相关部门的意见，协商一致、公开透明。

4.可操作性原则

本标准所确定的内容及各项要求，统筹考虑了我省果品流通品牌评选工作实际需求，追求技术要素设定科学合理，能为果品流通品牌评选工作提供有效支撑。

（二）主要内容的确定

1.标准整体架构

本标准由 8 个章节和 1 个附录（规范性）组成。标准主要内容包括标准的范围、规范性引用文件、术语和定义、评选机构、评选原则、指标体系、评选流程、评选管理等要求。1 个规范性附录是：果品流通品牌评分表。

2.主要技术内容

第4章“评选机构”，本章明确了开展果品流通品牌评选机构为湖南省果品协会。

第5章“评选原则”，本章明确了开展果品流通品牌评选工作应遵循的工作原则，包括科学性、自愿性、公平性三大原则。

第 6 章“指标体系”，本章是本标准的核心章节，一是明确了评选指标体系的构成，果品流通品牌评选指标体系按六层设计，包括品牌影响力、产品质量与安全、供应链与流通效率、消费者评选、社会责任和品牌建设。一是明确了评选指标的赋分值，考虑各指标的合理性及评选的可操作性，果品流通品牌评选采用的是将各指标进行具体分值量化。

第7章“评选流程”，本章将果品流通品牌评选流程划分为形式审查、专家评审和结果公示三个环节。评选机构成立评审专家组对参评单位递交的评选资料进行形式审查，通过形式审查的进入专家评审，评审专家采取现场评审和消费者调研方式独立开展工作，评审专家根据评分表进行打分，并将结果递交评选机构。评选机构根据专家评审结果，按照评分从高至低选取获评单位，并向社会公示不少于7个工作日。如有异议，应及时处理并再次公示。未通过形式审查的评选企业以书面形式告知并退回相关资料。

第8章“评选管理”，果品流通品牌评选每年评选一次，评选上一年度果品流通品牌，有效期一年。评选过程中发现弄虚作假及时取消评选资格。在有效期发生重大质量事故或负面新闻，评选机构应及时公示撤销获评荣誉。

六、国内外现行相关法律、法规和标准情况

本标准的制定严格遵循等有关的法律法规、部门规章和文件的规定及要求。本标准确定的内容，与现行相关的法律法规和标准不矛盾、无冲突。在技术内容的选取上，结合参考了众多的文件，追求规范性技术要素和技术指标选取科学合理、有据可依。同时，本标准的编写格式、文字表达方式等严格遵循 GB/T 1.1-2020 的要求进行编写，确保了标准的规范性、严谨性和可操作性。

七、重大意见分歧及处理结果

本标准确定的内容，与现行相关的法律法规和标准不矛盾、无冲突，编制过程中无重大意见分歧。

八、与有关的现行法律、法规和强制性标准的关系

本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致，
没有冲突。

九、其他需要说明的内容

无。

标准编制工作组

2025 年 8 月 15 日