

《“贵水黔鱼”区域公用品牌 准入和管理规范》团体标准编制说明

一、标准名称：《“贵水黔鱼”区域公用品牌 准入和管理规范》

二、必要性和意义及背景

标准决定质量、质量铸就品牌、品牌成就市场，区域公用品牌团体标准通过建立统一的技术规范和运营体系，帮助区域公用品牌形成差异化优势，通过资源整合和技术协同推动产业发展，是推动乡村振兴和产业升级的关键工具。以品牌化提高贵州生态鱼影响力、市场竞争力、产品附加值是贵州生态渔业发展的既定策略之一。

贵州依托“两江上游生态屏障”，有着发展生态渔业的天然优势——4697 条河流遍布全境，年均降水量 1179mm，年均气温不超过 19℃。2018 年，贵州全域取缔网箱养鱼，主要河流出境断面水质达标率 99.9%。2019 年，生态渔业纳入贵州农村产业革命十二个重点发展产业之一。按照生态优先、绿色发展理念，贵州成立生态渔业专班，湖库鱼、稻田鱼、冷水鱼、设施鱼“应养尽养、宜养则养”。2019 年 4 月，贵州省农业农村厅主导打造的生态鱼公用品牌“贵水黔鱼”正式推出。

“贵水黔鱼”依托贵州优质水域资源，始终以保护生态为根本，采用生态养殖模式，培育出肉质紧实鲜嫩、无腥味的特色水产品。通过完善产业链，建立品牌标识体系，“贵水黔鱼”初步

形成了以产定销、订单生产的产品销售格局。产业发展已覆盖 9 个市州的产销网络，生产端建成锦屏万亩大水面养殖基地等 15 个示范基地；加工端开发鱼子酱、即食鱼干等产品，年加工能力超万吨；销售端通过“一码贵州”电商平台覆盖全国，2021 年广州渔博会签单 6.25 亿元。截至 2023 年，已有万峰湖生态鱼和月亮湖有机鱼等产品通过中国有机认证，23 家企业纳入省级质量追溯体系，年产值突破 61 亿元，成为贵州生态渔业转型和乡村振兴的重要载体。

据查询，现已发布与生态鱼相关的团体标准有四项，分别是《沂蒙山区水库大水面鲢、鳙生态渔业技术规程》（山东）《江西绿色生态 湿地鱼》（江西）《江西绿色生态 彭泽鲫》（江西）《生态大黄鱼品质等级评价技术规范》（温州）。贵州“贵水黔鱼”至今尚未制定相关标准。因此，制定本团体标准对加快定贵州生态渔业产业规模化、专业化、特色化、品牌化和标准化建设，持续增强全省生态渔业综合生产能力、科技支撑能力、市场竞争能力和可持续发展能力，对促进定贵州地方经济发展具有重大意义。

三、依据与任务来源

为深入学习贯彻习近平总书记视察贵州重要讲话精神，全面贯彻落实省委、省政府关于农业品牌建设的部署要求，依据《贵州省人民政府办公厅关于突出贵州民族文化特色大力打造“贵系列”品牌的实施意见》（黔府办函〔2023〕55 号）文件要求，对标国

内外先进水平，研究制定“贵系列”品牌在战略、培育、推广、维护等方面的通用标准，并着重围绕“贵系列”品牌精品，研究制定一批契合地方产业特色、具备技术先进性和操作适用性的产品及服务标准，引导企业规范质量管理与品牌培育，提升产品品质。建立“贵州老字号”“贵州精品”“贵州农产品区域公用品牌”“地理标志保护产品”等与“贵系列”品牌的互认机制，协同打造贵州全系列区域公用品牌。同时，为深入推动贵州省渔业产业高质量发展，加快“贵水黔鱼”区域公用品牌建设进程，规范品牌使用管理，提升贵州水产品市场竞争力和品牌价值。由贵州省水利厅提出立项申请，贵州省品牌建设促进会发布归口单位。

四、编制过程简介

（1）2025年5月-6月，成立标准起草工作组，对编写标准的进度计划、人员分工、参加起草单位进行了落实。按计划进行团体标准的编制工作，收集标准编制的背景材料和有关参考、引用资料，进行归纳整理。

（2）2025年7月-8月，实地走访考察省内相关企业及查阅相关资料等方式，了解我省生态渔业发展现状、品牌建设等情况，挖掘产业发展中存在的问题。撰写编制《“贵水黔鱼”区域公用品牌 通用要求》团体标准征求意见稿。

（3）2025年9月，向贵州省品牌建设促进会递交立项申请。

（4）2025年9月，贵州省品牌建设促进会组织专家对团标进行项目审核，并成功立项。

五、主要内容说明

本文件规定了“贵水黔鱼”区域公用品牌的准入和管理的术语和定义、品牌主体和管理原则、准入、申请授权、管理、退出等内容。

本文件适用于“贵水黔鱼”区域公用品牌贵州省“贵水黔鱼”区域公用品牌的准入和管理。

第3章 术语和定义：“贵水黔鱼”、农产品区域公用品牌、“贵水黔鱼”区域公用品牌商标、所有方、运营方、使用方等术语的定义。

第4章 品牌主体和管理原则：规定了品牌主体、管理原则等方面的基本原则。

第5章 品牌标识和核心价值：规定了品牌标识、核心价值。

第6章 准入：规定了准入原则、认定模式、准入条件。

第7章 申请使用：规定了申请、形式审查、专家评审、公示、授权、使用。

第8章 管理：规定了日常管理、标识管理和监督管理。

第9章 退出：规定了退出申请、退出办理、退出公告等方面的要求。

六、制定标准的原则和依据，与现行法律法规、标准的关系

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则第1部分：标准的结构和编写规则》的要求进行编写的。目前，我国没有发布区域公用品牌准入和管理规范的有关的国家标准、行业标准。其

中，衢州市发布了《“三衢味”区域公用品牌准入和管理规范》（DB3308/T 067-2020）地方标准、江西省发布了《“饶享食刻”区域公用品牌准入和管理规范》（T/JXXCCY 040-2025）团体标准、广东省发布了《“东源仙湖茶”区域公用品牌准入和管理规范》（T/GDNB 236-2024）团体标准、安徽省发布了《“歙采缤纷”区域公用品牌（农产品）准入和管理规范》（T/SCBF 001-2024）、天长市《“天长大米”区域公用品牌准入和管理规范》（T/TCDM 001-2021）、台州市发布了《“台九鲜”区域公用品牌 通用要求》（DB3310/T 98-2023）地方标准。本标准与相关法律、法规、规章及相关标准协调一致，没有冲突，符合系统性、科学性、统一性、协调性和适用性原则。本标准在制定过程中未查到同类强制性标准。

七、重大分歧意见的处理经过和依据；

无。

八、贯彻标准的要求和措施建议

标准发布实施后，为保证标准得到更好更有效地实施，应加大宣传力度，通过有关媒体发布、公告标准信息，扩大影响。同时，加强执行本文件的业务培训和技术指导，确保品牌推广使用标准化、规范化、健康有序进行。标准编写组后续也需及时收集各单位在标准实施中的意见及建议，并对实施标准过程中发现的问题及时反馈，及时修订。

九、废止现行有关标准的建议

无。

十、其他应予以说明的事项。

无