

团 体 标 准

T/GZCBD XXX-2025

“贵水黔鱼” 区域公用品牌 通用要求

General requirements of the regional public brand "Guishuiqianyu"

(征求意见稿)

2025-XX-XX 发布

2025-XX-XX 实施

发 布

目 录

前 言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 基本原则	2
5 品牌主体与管理职责	3
6 品牌使用人与要求	3
7 生产管理	4
8 包装、标识和标签	6
9 品牌宣传与推广	6
10 品牌保护	7

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》给出的规定起草。

本文件由贵州省品牌建设促进会提出并归口。

本文件起草单位：贵州省水利厅、贵州省水投集团生态渔业公司、贵州省渔业协会、贵州省水产研究所、贵州农业职业学院。。。。。。

本文件主要起草人：刘剑、郑云龙、陈学艳、王立强、商宝娣、姚沁池、李小义、王金乐、张效平

“贵水黔鱼”区域公用品牌 通用要求

1 范围

本文件规定了“贵水黔鱼”区域公用品牌的基本原则、品牌主体与管理职责、品牌使用人与要求、生产管理、包装、标识和标签、品牌宣传与推广、品牌保护等内容。

本文件适用于“贵水黔鱼”区域公用品牌授权主体的管理活动和第三方评价活动。

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 18654.1 鱼类种质检验 第1部分：检验规则
GB/T 5749 生活饮用水卫生标准
GB/T 27304 食品安全管理体系 水产品加工企业要求
GB/T 27638 活鱼运输技术规范
GB/T 31080 水产品冷链物流服务规范
GB/T 40956 食品冷链物流交接规范
GB/T 32950 鲜活农产品标签标识
GB 11607 渔业水质标准
NY/T 1056 绿色食品 贮藏运输准则
NY/T 3616 水产养殖场建设规范
NY/T 755 渔药使用规范
NY/T 3204 农产品质量安全追溯操作规程 水产品
SC/T 1132 渔药使用规范
SC/T 7015 病死水生动物及病害水生动物产品无害化处理规范

3 术语和定义

3.1 品牌 brand

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)。

3.2 农产品区域公用品牌 regional public brand of agricultural products

在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的区域内，由能够代表区域公共利益的组织所持有、由若干农业生产经营主体按照相关规定和要求共同使用的品牌。

3.3 “贵水黔鱼” “Guishuiqianyu”

依托贵州优质水域资源，以保护生态为根本，在贵州省区域范围生产的优质、安全、绿色、健康、放心的水产品及其衍生品。

3.4 产品原产地 the Origin of goods

产品的来源地，即货物的开采地、提取地、收获地、出产地、生产地、制造地或加工地。本文件所述产品原产地应限定在贵州省行政区域内。

4 基本原则

4.1 品牌建设原则

4.1.1 统一性原则

"贵水黔鱼"区域公用品牌应保持统一的品牌形象、统一的品质标准、统一的市场推广策略。

4.1.2 公益性原则

"贵水黔鱼"区域公用品牌建设应坚持公益性，服务贵州省水产行业发展，推动水产品质量提升。

4.1.3 创新发展原则

应注重科技创新、模式创新和营销创新，促进贵州水产行业转型升级。

4.2 品牌管理原则

4.2.1 政府引导、市场运作原则

品牌管理应坚持政府引导、行业自律、企业主体、市场化运作的原则。

4.2.2 公开公正原则

品牌授权、使用、监管等过程应公开透明，程序公正。

4.2.3 动态管理原则

对品牌使用主体实行动态管理，建立准入、评价和退出机制。

4.3 品牌使用原则

4.3.1 真实性原则

品牌使用主体应履行主体责任和社会责任，按规生产销售，守法经营管理；实现共建共享；产品标识应如实说明产品特性、生产方式、质量标准等信息，不得虚假宣传。

4.3.2 规范性原则

品牌使用应遵守本文件规定的使用规范，保持品牌形象一致性，围绕品牌的有形要素、质量要素、创新要素、服务要素和无形要素建设，从品牌的品相、品质、品誉等方面提升品牌价值，提高其竞争力。

4.3.3 保护性原则

品牌使用主体应积极维护品牌声誉，防止品牌形象受损。品牌产品应体现贵州省特色优质水产品加工品“源于绿色生态环境，严于过程标准生产，确保品质新鲜可口，体现贵州特色风味”的特征。

5 品牌主体与管理职责

5.1 “贵水黔鱼”品牌所有人

拥有“贵水黔鱼”区域公共品牌的所有权人。

5.2 “贵水黔鱼”运营管理主体

拥有“贵水黔鱼”区域公共品牌管理、监督、培育和发展的责任单位。

5.3 管理职责

5.3.1 应建立健全品牌监督管理制度，开展品牌日常管理。

5.3.2 应组织企业进行品牌认定工作，建立并完善品牌使用授权、撤销等程序和制度。

5.3.3 应对开展品牌保护及品牌培育、宣传、推广等工作。

5.3.4 对可能影响品牌形象的行为及时采取相应措施，对产品出现的品牌危机突发事件应及时处理。

5.3.5 对授权产品质量及广告和有关宣传材料进行监督检查，发现问题应及时通知企业进行整改，并采取适当的措施进行处理。

5.3.6 应定时组织开展授权企业和产品的市场满意度调查，建立品牌使用投诉举报机制，及时处理消费者和社会各界对品牌使用不规范行为的投诉举报。

5.3.7 应对授权企业和产品进行定期评价，对评价不合格的企业要求定期整改，评价合格的企业和产品可续签使用合同。

5.3.8 对品牌标志使用情况进行监督和管理，发现问题及时整改。

5.3.9 对品牌授权使用企业有关行为进行监督管理。

5.3.10 未经授权使用品牌标志或使用相近标志等侵犯商标专用权的违法行为，品牌管理机构依法维权。

6 品牌使用人与要求

6.1 品牌使用人

6.1.1 申请并获得授权，能够合法使用“贵水黔鱼”区域公用品牌的生产经营主体，包括生产、加工、销售经营的组织或个人。

6.2 基本要求

6.2.1 具备主管部门签发的有效资质证明文件，如水域滩涂养殖证、营业执照、生产许可证、食品经营许可证等。

6.2.2 具有合法生产场所（如土地、区域、水域等）的所有权或经营权。

6.2.3 产品生产、加工、经营地应在贵州省辖区内。

6.2.4 具有健全的产品质量控制体系。

- 6.2.5 建立产品质量追溯体系。
- 6.2.6 有独立的商标注册证和明确的包装标识。
- 6.2.7 大水面养殖需获得无公害农产品、绿色食品、有机食品认证之一或相关质量管理体系认证。其他养殖模式养殖产品近3年内药残检测合格率达100%。
- 6.2.8 近3年，无重大质量、安全、环保等事故，无相关违法、违规、违纪行为；在国家企业信用信息公示系统中无行政处罚信息，未列入“经营异常企业名录”和“严重违法失信企业名单”；法定代表人或股东未被列入“失信被执行人”。

7 生产管理

7.1 养殖管理

7.1.1 原产地要求

- a) 养殖场地应交通便利，配套设施完善，无污染源，注排水方便且分开，养殖场地环境应符合 NY/T 3616 的规定。
- b) 水产养殖区域应水源充足，水质良好，水质符合 GB 11607 的规定。
- c) 养殖场对周围环境应无不良影响，不对环境和周边其他生物造成污染。
- d) 应维持养殖水域生态环境和周围水生、陆生生态系统平衡，保持所在水域的生物多样性。
- e) 应定期开展养殖区域与周边环境污染风险评估，做好基地防护。

7.1.2 养殖模式包括大水面养殖、池塘养殖、稻渔综合种养、流水养殖、工厂化养殖等。

7.1.3 苗种要求

- a) 苗种质量应符合 GB/T 18654.1 的要求；规格整齐，活力强，无病害，无畸形；提供苗种来源证明和检疫合格证明。
- b) 苗种应采购自行政主管部门批准并持有《水产苗种生产许可证》的种苗场，并提供检疫证书。

7.1.4 投入品使用

- a) 渔药的使用严格执行《中华人民共和国渔业法》《中华人民共和国农产品质量安全法》《兽药管理条例》《饲料和饲料添加剂管理条例》《农药管理条例》《水产养殖质量安全管理规定》等法律法规和规章有关规定。
- b) 禁止使用国家明令禁止的兽药和其他化合物。
- c) 药物使用应遵守休药期规定。
- d) 应建立用药记录档案。

7.1.5 疾病防控

- a) 坚持“预防为主、防治结合”的原则，应按 SC/T 1132 的要求执行，建立疫病监测和预警制度。
- b) 发现疫病应及时报告当地渔业主管部门和动物疫病预防控制机构。
- c) 病死个体应按照 SC/T 7015 规定进行无害化处理。

7.1.6 养殖记录管理

- a) 应建立完整的养殖生产记录档案，包括苗种、饲料、用药、水质、收获等各环节记录；
- b) 记录应真实、准确、完整，不得随意涂改；
- c) 记录保存期限不应少于 2 年。

7.2 加工生产管理

7.2.1 基本要求

- a) 加工企业应依法取得食品生产许可资质，建立并实施 HACCP 或 ISO 22000 食品安全管理体系，依据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国农产品质量安全法》及相关法律法规从事水产品加工生产活动。
- b) 加工场所应符合 GB/T 27304 的要求，布局合理且与养殖区域有效隔离。
- c) 应按照“贵水黔鱼”区域公用品牌建设管理机构的要求开展品牌授权使用、监督管理及品牌标识应用。
- d) 应建立可追溯系统，记录原料来源、加工批次、成品去向等信息，保存期限不少于产品保质期满后 6 个月。

7.2.2 原材料管理

- a) 原料水产品应来自获得“贵水黔鱼”品牌认证的养殖基地或捕捞区域，并具备合法来源证明和质量合格证明。
- b) 原料应新鲜、无腐败变质、无异味、无寄生虫及其他感官缺陷，理化指标、药残和微生物指标应符合国家相关标准和品牌通用要求。

7.2.3 加工过程控制

- a) 加工环境应符合 GB/T 27304 的要求，具备防尘、防虫、防鼠、防腐蚀等设施，避免污染。
- b) 关键工序应有作业规程，合理控制清洗、去杂、分级、加工、冷却、包装等操作环节，防止交叉污染，确保产品质量稳定。
- c) 禁止使用国家禁止或限用的食品添加剂、化学品或影响产品安全与品牌声誉的工艺方法。
- d) 加工人员应经健康检查合格，持证上岗，着装整洁，严禁带病作业。

7.2.4 设施与设备管理

- a) 应配备与产品加工相适应的设备设施，包括水产品处理设备、冷链设施、检验设备、废弃物处理系统等。
- b) 加工用水应符合 GB 5749 的要求。
- c) 所有设备应定期清洁、消毒、维护并记录相关信息，防止交叉污染和设备故障影响产品质量。

7.3 收获与运输

- 7.3.1 收获前应进行药残检测，确保符合食品安全标准。

7.3.2 应制定贮藏和运输管理制度。根据水产品特性和卫生要求，选择合适的贮藏和运输条件，配置适宜的贮藏、冷链运输交通工具、容器和设备，符合 GB/T 27638、NY/T 1056、GB/T 31080、GB/T 40956 相关要求。

7.3.3 在运输和装卸过程中，应对产品做好防护包装，并做好运输标识，外包装上的“贵水黔鱼”标识信息不应被玷污或损毁。

7.3.4 产品运输过程不应添加任何需要休药期的兽药和未经批准的化学品。

7.3.5 运输和装卸水产品的容器、工器具和设备应当安全 and 无害，保持清洁。

7.3.6 “贵水黔鱼”品牌产品应避免与非“贵水黔鱼”品牌产品混杂运输，应标记清楚，且易于识别。

7.3.7 不得将产品与有毒、有害或有异味的物品一同贮存运输。

7.4 产品追溯体系与产品召回

7.4.1 按 NY/T 3204 要求执行，建立完善的可追溯体系，保持养殖、加工、储存、运输、销售等生产全过程可追溯的详细记录，并每年定期对可追溯体系有效性进行验证。

7.4.2 应采用信息化手段建设追溯系统，推广使用二维码、RFID 等技术实现产品信息追溯。

7.4.3 追溯码应通过二维码方式呈现在产品包装上，消费者可通过扫描二维码获取产品完整追溯信息。

7.4.4 建立“贵水黔鱼”品牌产品统一追溯平台，实现追溯数据的集中管理和查询服务。

7.4.5 建立和保持有效的产品召回制度，并保留产品召回过程中的全部记录，包括召回、补救、原因、处理等内容。

8 包装、标识和标签

8.1 包装

8.1.1 产品包装应采用符合食品接触材料安全标准的包装物，具备良好的防潮、防异味、抗氧化性能。

8.2 标识和标签

8.2.1 产品标识应包括产品名称、原料来源、净含量、生产日期、保质期、储存条件、生产单位信息、检验合格标识及“贵水黔鱼”区域公用品牌标识。

8.2.2 标签内容应真实、完整、清晰，符合 GB/T 32950 要求及相关规定。

9 品牌宣传与推广

9.1 品牌宣传目标

9.1.1 “贵水黔鱼”区域公用品牌的宣传推广应致力于全面提升品牌的市场认知度、信誉度与忠诚度，塑造正面的品牌形象，增强品牌在国内外市场的竞争力和影响力。

9.1.2 宣传推广活动应聚焦品牌独特性、产品质量保障、安全性、绿色生态等方面，确保品牌价值传递清晰且一致，推动品牌持续发展。

9.2 宣传渠道

9.2.1 品牌宣传推广应多渠道、多维度地展开，采用线上线下相结合的方式，广泛覆盖受众群体。主要宣传渠道包括但不限于：

- a) 传统媒体：如电视、广播、报纸、杂志等，扩大品牌的受众基础；
- b) 新媒体：通过互联网平台，重点利用社交媒体（如微博、微信、抖音等）、短视频平台及电子商务平台开展精准营销；
- c) 线上活动：举办网络直播、品牌专题活动、线上互动等，增强品牌的网络曝光率；
- d) 线下活动：包括展会、品鉴会、品牌推介会、地方节庆活动等，直接接触消费者，增强品牌认同感；
- e) 合作推广：通过与行业协会、科研机构、政府部门等合作，联合开展品牌推广活动，借助各方资源优势提升品牌知名度。

9.3 宣传内容

9.3.1 品牌宣传应着重突出“贵水黔鱼”的独特优势和品牌内涵，主要宣传内容包括：

- a) 品牌背景：详细介绍“贵水黔鱼”的历史渊源、发展历程以及品牌所代表的地方文化特色，强化品牌的地域特色与文化认同感；
- b) 产品质量与特色：重点突出“贵水黔鱼”的绿色生态养殖过程，展示其无公害、绿色、营养丰富的特性；
- c) 区域优势与生态环保：强调产地的良好生态环境，展示其可持续发展、生态保护的优势，提升品牌环境友好形象；
- d) 品牌承诺与社会责任：从促进地方经济发展、扶贫助农、农渔民增收等方面宣传品牌的社会责任，进一步提升品牌的社会影响力和公共认可度。

9.4 品牌监测与效果评估

9.4.1 品牌宣传推广活动应定期进行效果评估与市场反馈的跟踪，具体包括：

- a) 宣传效果评估：通过定期进行品牌知名度、品牌偏好度、市场占有率等关键指标的调查和分析，评估品牌宣传的效果；
- b) 消费者反馈机制：建立完善的消费者意见反馈机制，了解消费者对品牌、产品、服务等方面的意见与建议，及时调整推广策略；
- c) 调整与优化：根据市场变化、消费需求的变化以及品牌宣传效果的反馈，不断优化推广策略与内容，确保品牌传播持续有效。

10 品牌保护

10.1 品牌保护目标

10.1.1 应确保品牌的独特性、市场竞争力和声誉不受侵害。

10.1.2 防止品牌商标、标识被不正当使用或盗用，防范产品质量问题对品牌形象的影响，加强市场秩序监管，确保品牌持久发展。

10.2 知识产权保护

10.2.1 涉及“贵水黔鱼”品牌的技术、工艺、包装设计等应申请专利保护，避免技术成果或创新工艺等知识产权流失。

10.2.2 与品牌相关的宣传材料、广告设计、包装、图案等内容应依法进行版权登记，确保原创作品的合法性，防止他人抄袭或侵犯。

10.3 品牌使用规范

10.3.1 所有涉及“贵水黔鱼”品牌的商标、标识、名称等的使用者必须取得品牌所有人的合法授权，未经授权者不得使用品牌相关资源。

10.3.2 授权使用人应严格按照授权合同规定的使用范围和目的进行品牌资源使用，未经许可不得擅自改变品牌标识、扩展使用范围或跨行业使用。

10.3.3 品牌所有人应建立品牌使用监督体系，定期对品牌使用情况进行审查，确保品牌形象的统一性与规范性。如发现违规使用行为，应及时进行整改。

10.4 打击侵权行为

10.4.1 品牌所有人应定期开展市场监测，对线上线下销售渠道进行检查，识别并跟踪假冒伪劣产品的生产、销售情况，确保品牌不被侵权。

10.4.2 建立便捷的侵权投诉与举报机制，消费者、使用人及行业相关方可通过热线、官网、社交平台等途径举报侵权行为。品牌所有人应积极回应，确保投诉得到及时处理。

10.4.3 品牌所有人应通过法律途径追究侵权者的责任，包括向相关行政部门举报、提起诉讼等。对于有恶意侵权行为的，应追究其法律责任，并要求赔偿品牌损失。对于消费者或合作伙伴提出的纠纷，应通过法律程序或调解机制及时解决。

10.5 品牌质量监管

10.5.1 品牌所有人应建立完善的质量管理体系，严格规范“贵水黔鱼”产品的生产、加工、流通等各个环节，确保每一环节的质量控制符合标准要求。

10.5.2 定期组织产品的质量检测，确保所有使用品牌的产品都符合国家及行业的质量标准。鼓励获得国内外第三方质量认证，以增强消费者对品牌的信任。

10.5.3 若发现“贵水黔鱼”品牌产品存在质量问题，应启动产品召回机制，确保问题产品及时退出市场，避免品牌声誉受损，并及时通知消费者。

10.6 品牌形象维护

10.6.1 与“贵水黔鱼”品牌相关的广告、包装、宣传材料、线上线下推广活动等应确保统一性，维护品牌形象的一致性。避免任何形式的品牌形象冲突或不当使用。

10.6.2 建立危机管理机制，及时识别品牌风险和负面信息来源。对于不实报道、恶意抹黑、网络谣言等，要通过专业团队和公关手段进行澄清与修复。必要时可寻求法律手段进行维权。

10.6.3 积极开展品牌公信力建设，通过合法合规的方式不断提升“贵水黔鱼”的社会信誉，包括但不限于社会责任项目、扶贫助农活动等，树立品牌的正面形象。

10.7 品牌保护的可持续性

10.7.1 品牌所有人应秉承可持续发展的理念，在品牌保护过程中加强环保、社会责任与道德规范，提升品牌的社会价值和公众形象。通过环保、绿色生产等措施，确保品牌在市场中的持续性和长期竞争力。

10.7.2 定期开展品牌保护相关的培训与宣传活动，增强品牌所有人、使用人、消费者和公众的品牌保护意识，推动品牌保护理念在整个行业中的传播。

