

《“贵水黔鱼”区域公用品牌 通用要求》 团体标准编制说明

一、标准名称：《“贵水黔鱼”区域公用品牌 通用要求》

二、必要性和意义及背景

贵州省地处长江和珠江上游,是典型的喀斯特山区,境内河流众多、水质优良、生态环境良好,水资源十分丰富,发展渔业具有得天独厚的生态优势。2024 年,全省水产品养殖面积 102.07 万亩,产量 29.52 万吨,渔业产值超 92 亿元。渔业一产规模持续扩大,鲟鱼产量全国第一。

近年来,在省委省政府"大生态"战略行动和农村产业革命的推动下,贵州渔业实现了从传统养殖向生态绿色养殖的转变,冷水鱼、稻田养鱼、大水面生态养殖等特色渔业蓬勃发展,已成为山区群众增收致富的重要产业。然而,当前全省水产养殖仍然存在品牌分散、标准不一、市场认知度不高等问题,优质渔业产品"养在深山人未识",难以形成规模效应和品牌溢价,制约了产业的高质量发展和渔民收益的持续增长。

打造"贵水黔鱼"区域公用品牌,是贵州省整合全省优质水产资源、提升贵州渔业整体形象、推动渔业产业转型升级的重要战略举措。通过建立统一的区域公用品牌,可以有效整合省内分散的渔业品牌资源,形成"拳头"效应,提高贵州水产品在国内外的知名度和竞争力。同时,区域公用品牌的建立有助于规范全

省水产养殖行为,推动养殖标准化、规模化、生态化发展,保障水产品质量安全,促进贵州渔业走出一条生态优先、绿色发展的高质量发展道路。

然而,区域公用品牌的建设和管理是一项系统工程,需要明确的标准体系作为支撑。目前贵州省尚缺乏针对"贵水黔鱼"区域公用品牌的统一技术标准和管理规范,导致品牌使用主体的准入条件、产品质量要求、标识使用规则等方面缺乏明确依据,不利于品牌的规范管理和健康发展。因此,制定《"贵水黔鱼"区域公用品牌 通用要求》团体标准,明确品牌使用的基本条件、产品质量要求、标识标志管理、品牌授权与监督等内容,对于规范品牌使用行为、保护品牌形象、维护消费者权益、促进贵州渔业产业高质量发展具有重要的现实意义。该标准的制定实施,将为"贵水黔鱼"品牌建设提供技术支撑和制度保障,推动贵州从渔业大省向渔业强省转变,助力乡村振兴战略实施和农民增收致富。

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,为深入推进贵州省渔业产业高质量发展,加快“贵水黔鱼”区域公用品牌建设步伐,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。

第3章 术语和定义：规定了品牌、农产品区域公用品牌、“贵水黔鱼”及产品原产地等术语的定义。

第4章 基本原则：规定了品牌建设、品牌管理及品牌使用等方面的基本原则。

第5章 品牌主体与管理职责：规定了“贵水黔鱼”品牌所有人、贵水黔鱼”运营管理主体及其各自的管理职责。

第6章 品牌使用人与要求：规定了品牌使用人及对品牌使用的基本要求。

第7章 生产管理：规定了养殖管理、加工生产管理、收获与运输及产品追溯体系与产品召回等生产销售过程的实施要求。

第8章 包装、标识和标签：规定了包装及标识和标签的具体要求。

第9章 品牌宣传与推广：规定了品牌宣传目标、宣传渠道、宣传内容及对品牌监测与效果评估等方面的要求。

第10章 品牌保护：规定了品牌保护目标、知识产权保护、品牌使用规范、打击侵权行为、品牌质量监管、品牌形象维护、品牌保护的可持续性等内容。

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通用要求有关的国家标准、行业标准。其中台州市发布了《“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的实施，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