

《朝歌印象区域公共品牌建设指南》

团体标准编制说明

（征求意见稿）

标准起草工作组

二〇二六年二月

《朝歌印象区域公共品牌建设指南》团体标准

编制说明

一、制定标准的目的和意义

朝歌，作为历史悠久、文化底蕴深厚的地区，孕育了众多独具特色的地方特产。为了进一步提升“朝歌印象”等区域公用品牌的知名度和美誉度，规范品牌使用行为，保护消费者和商家的合法权益，特制定本使用标准和规范。本标准的制修订旨在保护品牌荣誉、提升产品质量、促进区域经济发展。确保“朝歌印象”品牌健康、有序发展。

破解区域品牌发展瓶颈：针对淇县特色产业“散、小、弱”的现状——农副产品以初级加工为主、手工艺品缺乏标准化生产、品牌认知度局限于本地市场等问题，通过标准明确品牌建设的核心逻辑、技术规范与操作路径，实现“分散资源整合、无序发展有序、低端竞争高端”的转型，填补区域公共品牌建设标准化空白。

构建全链条质量管控体系：聚焦消费者对产品安全、品质稳定性的核心诉求，建立从生产、加工、流通到售后的全流程质量标准，强制要求追溯体系建设与质量诚信管理，倒逼企业提升品质管控能力，解决“优质不优价、好货卖难”的市场痛

点。

强化品牌文化赋能能力：深度挖掘朝歌古都 3000 余年历史文化、淇河生态文化等独特资源，将文化元素转化为品牌核心竞争力，通过标准规范文化传播、体验场景建设等环节，避免文化赋能表面化、同质化，让品牌兼具“产品价值”与“文化价值”。

建立多方协同发展机制：明确政府、行业协会、企业、科研机构的职责边界与协同模式，解决品牌建设中“各自为战、政策碎片化、资源浪费”等问题，形成“政府引导、市场主导、社会参与”的良性生态，推动区域产业集群化发展。

标准起草工作组依据朝歌印象区域公共品牌建设指南的特点，结合当地品牌使用和推广的实际情况，参照相关标准，编制了本标准。本标准制订，为规范品牌的使用和管理，奠定了基础。

该标准属于指南标准，本标准的制定实施将通过科学合理的技术要求对朝歌印象区域公共品牌建设指南进行严格的管理，为其品牌的推广及标准的应用提供规范性指导，引导行业和市场健康有序地发展。

二、任务来源及编制原则和依据

（一）任务来源

《朝歌印象区域公共品牌建设指南》团体标准编制任务来自于 2026 年 1 月，由河南省鹤壁市淇县农业农村局向河南省食

品科学技术学会提出申请，经审查准予立项。根据河南省食品科学技术学会立项要求，制定本标准。

（二）编制原则和依据

在编制过程中，本着以下原则和依据对标准进行了起草：

1、以市场需求为导向，与产业政策、行业实际相互协调，规范朝歌印象区域公共品牌建设指南。在结构编写和内容编排等方面依据 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，贯彻我国相关的法律法规和强制性国家标准，参照国家标准和行业标准等相关标准进行编制。

2、本标准聚焦核心痛点设计条款：针对品牌定位模糊、质量管控缺失、营销传播分散、品牌保护薄弱等实际问题，每个章节均明确“具体要求+实施路径+考核指标”，如“品牌管理”章节明确“建立监测指标体系，每季度开展一次数据采集”，避免“空泛表述”；综合运用品牌管理学、产业经济学、标准化理论、文化传播学等多学科知识，确保标准在定位规划、营销传播、质量管控等环节的科学性。

三、编制过程

（一）成立编制工作组

2026年1月，在接到批准立项通知后，淇县农业农村局、河南省科学院、河南省商业科学研究所有限责任公司、淇县农

业农村发展服务中心等淇县各企业等共同成立标准编写工作组，多方协作，开展标准编制的需求调研、资料收集、工作方案确定，明确了标准编制的指导思想、目标任务与进度要求，开始标准草案的编写。

（二）编制标准征求意见稿

标准编写工作组在广泛调研和收集资料的基础上，结合朝歌印象区域公共品牌建设的生产特点，并按照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》等相关标准，本着认真、负责的态度对《朝歌印象区域公共品牌建设指南》团体标准进行了编制。

标准起草工作组多次向有关企业质量、技术和标准化工作人员，广泛征求意见，并针对一些重点难点问题进行了研讨。于2026年2月，标准起草组完成本标准的编制说明。

四、主要技术内容的说明

（一）主要内容确定

确定本标准的主要内容：术语和定义、品牌定位与战略规划、品牌核心竞争力提升、品牌营销传播、品牌保护、品牌管理。

（二）主要内容说明

朝歌印象区域公共品牌建设给出了朝歌印象区域公用品牌定位与战略规划、品牌核心竞争力提升、品牌营销传播、品牌保护、品牌管理、品牌保护方面的建议。

1、范围

本章明确了本标准的核心规定内容和适用范围。规定了“朝歌印象”区域公共品牌建设中术语和定义、品牌定位与战略规划、品牌核心竞争力提升、品牌营销传播、品牌保护、品牌管理等关键环节的要求，覆盖品牌建设全流程；明确本标准适用于淇县行政辖区内“朝歌印象”区域公共品牌的各项建设活动，包括品牌培育、运营、营销、保护、管理等相关工作，为所有参与品牌建设的主体提供统一遵循，契合淇县“朝歌印象”品牌全域建设、协同发展的需求。

本文件适用于朝歌印象区域公共品牌建设。

2、术语和定义

GB/T 29185 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

2.1 朝歌印象

在河南省鹤壁市淇县行政辖区范围内，具有显著地域特色、优良品质和独特文化内涵的农副产品、手工艺品等商品品牌的总称，由代表淇县行政辖区范围内公共利益的组织所持有且统一管理品牌。

2.2 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)。

2.3 朝歌印象区域公用品牌

在河南省鹤壁市淇县行政辖区范围内，由能够代表区域公共利益的组织所持有、由若干产品生产经营主体按照相关规定和要求共同使用的品牌。

2.4 品牌定位与规划

本章分为品牌定位和品牌战略规划两部分，结合淇县资源禀赋和产业基础，明确了品牌建设的顶层设计要求。品牌定位部分，明确市场定位需基于市场细分和目标市场选择，从产品属性、价格质量、使用者、竞争、优势五个维度制定，其中优势定位重点突出淇县区域资源、历史人文、产业特色三大核心，契合淇县深厚的朝歌文化和丰富的农特产品资源特点；品牌战略规划部分，明确战略目标需结合品牌定位制定，战略架构需厘清公共品牌与企业品牌、产品品牌的关系，战略实施需强化多方协同、绩效监测和持续改进，贴合淇县品牌建设协同发力、持续提升的发展需求，为品牌建设提供系统性的规划指引，避免品牌同质化竞争。

2.5 品牌核心竞争力提升

本章是品牌建设的核心内容，从质量水平、核心技术、品牌文化、服务水平四个维度，明确了品牌核心竞争力提升的具体要求，针对性解决淇县品牌建设中品质管控、技术创新、文化挖掘等方面的不足。质量水平提升部分，明确要求建立全流程质量标准、推进认证工作、申报地理标志、建立追溯体系和

质量诚信体系，契合淇县提升农特产品品质、筑牢品牌根基的需求，也呼应了国内区域公用品牌“标准+认证”的建设模式；核心技术发展部分，强调关键技术研发推广和现代信息技术应用，贴合淇县电商高质量发展、数智赋能品牌建设的实践；品牌文化丰富部分，要求深入挖掘地域特色资源、搭建文化推广平台、打造文化产品，彰显朝歌历史文化内涵，契合淇县依托文化资源打造品牌特色的思路；服务水平优化部分，明确优化营商环境、培育社会服务组织、完善售后服务，参考淇县“政府监管、社会监督、行业自律、主体自治”的品牌发展环境建设方向，同时对接 GB/T 19012 的相关要求，提升品牌综合服务能力。

2.6 品牌营销传播

本章围绕品牌传播识别体系、传播对象、传播内容、传播方式四个方面，明确了品牌营销传播的具体要求，结合淇县电商发展优势，打造立体化营销体系。品牌传播识别体系部分，明确品牌名称采用“朝歌印象+产品名”的形式，契合国内区域公用品牌“产地名+产品名”的常见命名模式，同时要求品牌标识和标语贴合品牌文化和核心价值；传播对象明确涵盖顾客、渠道销售组织及其他利益相关方，实现全方位覆盖；传播内容重点突出品牌核心价值、产品特色、文化内涵和品牌故事，贴合淇县挖掘朝歌文化、打造品牌 IP 的需求；传播方式整合了传统媒介、线下渠道、电商平台、多元场景等多种形式，契合淇

县电商发展优势，参考淇县利用抖音、快手等新媒体培育村播达人、开展专场直播、参与产销对接活动的成功实践，助力“朝歌印象”品牌提升知名度和影响力，推动农特产品出村进城。

2.7 品牌保护

本章明确了品牌保护的核心目标和具体措施，为“朝歌印象”品牌健康发展提供保障，针对性防范品牌侵权风险。核心目标是确保品牌识别、使用和处置处于受控状态；保护措施涵盖法律保护、政策保护、自我保护、经营保护四个层面，其中法律保护强调商标注册、专利申请，政策保护依托国家和地方政策支持，自我保护聚焦产品配方、生产工艺等核心资源，经营保护注重品牌授权、延伸和联合，形成全方位、多层次的 brand 保护体系，贴合淇县品牌规范化管理、防范侵权风险的需求，也借鉴了国内同类品牌保护的先进经验。

2.8 品牌管理

本章明确了品牌管理的组织保障和具体要求，确保品牌建设各项工作有序推进、落地见效。明确品牌管理机构由淇县地方政府和代表区域公共利益的组织持有并统一管理，契合淇县品牌建设的现状；明确了管理机构的五大核心职能，涵盖战略规划、机制建设、资源整合、授权保护、日常管理等方面，确保管理机构权责清晰；建立品牌建设监测、评价与改进机制，明确监测指标、评价方法和改进要求，其中评价方法涵盖纵向比对和横向比对，能够及时跟踪品牌发展趋势、发现优势与差

距，实现品牌建设的持续优化，贴合淇县品牌长效发展、动态提升的需求，助力“朝歌印象”品牌持续迭代升级。

五、标准中涉及到任何专利情况

本标准未涉及到任何专利。

六、预期达到的社会效益

1、产业结构优化升级：通过标准引导，预计3年内培育3-5家省级龙头企业，推动农副产品加工从“初级加工”向“精深加工”转型，手工艺品从“家庭作坊式生产”向“规模化、标准化生产”转型；

2、就业与增收带动：品牌化发展将带动加工、物流、营销、文旅等配套产业发展；

3、农村集体经济壮大：通过品牌授权、集体资源入股等方式，实现县域集体经济增长，为农村基础设施建设、公共服务提升提供资金支持。

七、标准与国际标准（国外先进标准）的对比分析及采用情况

本标准没有采用国际标准。

本标准制定过程中未查到同类国际、国外标准。

本标准水平为国内领先水平。

八、标准在体系中的位置，与现行相关法律、法规、规章及相关标准，特别是强制性标准的协调性

本标准适用于鹤壁淇县地区朝歌印象品牌的使用与管理。

本标准与现行相关法律、法规、规章及相关标准协调一致，

符合国家强制性标准的要求。

九、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在制定过程中无重大分歧。

十、标准性质的建议说明

建议本标准的性质为推荐性团体标准。

十一、标准的贯彻与实施意见与建议

建议本标准自发布后实施。

十二、废止现行相关标准的建议

无。

十三、其他应予说明的事项

无。

标准起草工作组

2026年2月