

北京农业产业化龙头企业协会
北京农产品流通协会
北京农学会
北京畜牧业协会
北京果树学会
北京农业电商协会
北京农村专业技术协会
北京观光休闲农业行业协会

文件

关于开展 2022 年度“北京优农”品牌认定工作的通知

各有关单位：

2021 年，我市认定了 130 个优质农业品牌，建立了《“北京优农”品牌目录》；2022 年，为持续推进“北京优农”品牌建设，打造北京农业新名片，助力乡村全面振兴，经北京市农业农村局同意，北京市数字农业农村促进中心指导北京农业产业化龙头企业协会等 8 家行业协（学）会继续开展“北京优农”品牌认定工作，

并修订了《“北京优农”品牌认定管理办法（试行）》，现印发给你们，请结合实际积极组织落实。申报日期截至 2022 年 7 月 15 日，纸质胶装材料 1 套（加盖公章，图片彩打）送至北京市数字农业农村促进中心 304 室，电子版材料提交至邮箱 bjynjsk@163.com。

联系人：马 越 64866125 15652793608



2022 年 6 月 9 日

“北京优农”品牌认定管理办法（试行）

第一章 总 则

第一条 为深入贯彻落实《关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的实施方案》（京发〔2021〕9号）有关要求，持续推进品牌强农战略，加强北京农业品牌建设，助力乡村全面振兴，规范“北京优农”（“北京优质农业品牌”简称）品牌的认定与管理，特制定本办法。

第二条 “北京优农”品牌认定以本地种植业、畜牧业和渔业类的初级农产品及其初加工产品的品牌为主，适度开展精深加工产品、非遗产品、休闲农业等品牌的认定。

第三条 “北京优农”品牌认定管理坚持自愿、科学、公平、公正、公开的原则，以政府积极推动、引导、监督为保障，为品牌背书。

第四条 本市各级农业农村主管部门应加强对“北京优农”品牌的政策引导、技术应用、宣传推广、品牌保护等方面的支持。

第二章 组织管理

第五条 “北京优农”品牌的认定与管理工作中由北京市数字农业农村促进中心指导，8家协（学）会共同开展，下设品牌建设办公室，组建品牌专家组。

- (一) 组织制定“北京优农”品牌相关标准及规范性文件；
- (二) 组织各区农业品牌主体的申报工作；
- (三) 组织对申报品牌进行资格审查和社会评价调查；
- (四) 组织“北京优农”品牌认定的评审工作；
- (五) 落实“北京优农”品牌的公示、发布及动态管理工作。

第三章 申报条件

第六条 “北京优农”品牌分为区域公用品牌、企业品牌和产品品牌三类，申报范围包括：

(一) **区域公用品牌**是指特定区域内相关机构、企业、用户等所共用，在生产地域范围、品种品质管理、品牌使用许可、品牌行销与传播等方面具有共同诉求与行动，以联合提高区域内外消费者评价，使区域产品与形象共同发展的农产品品牌。

(二) **企业品牌**是指品牌以企业（合作社）名称命名，以农产品生产、加工、流通或休闲观光等为主，注重企业品牌形象和文化传播，达到一定规模和影响力，在产业基础、体系建设、品牌效益、创新研发等方面比同类企业更具优势的企业品牌。

(三) **产品品牌**是指产品具有一定的营养特质或文化属性，体现产品的独特性和差异化，在产业基础、体系建设、品牌效益、创新研发等方面比同类产品更具优势的某一类产品品牌。

第七条 申报主体须符合“北京优农”品牌的公共条件标准，具备优先条件标准的优先认定。

（一）公共条件标准

1. 主体条件：北京市各级农业农村主管部门，依法设立的法人或组织，以及在北京市依法注册登记且具有独立法人资格的农业企业、农民专业合作社等。

2. 品牌条件：品牌没有权属纠纷，商标注册 3 年以上，或商标注册不足 3 年但相应标准优于同类品牌的。品牌产品接受各级主管部门检查或检测机构质量抽查等无不合格或其他不良记录。区域公用品牌，原则上是以“产地名+产品名”构成，具有显著地域特征，由若干农业生产经营者共同使用的农产品品牌，须制定并严格实施品牌授权管理办法；注重生态环境保护，传承区域人文历史和农耕文化。

3. 产品条件：品牌主体产地环境符合国家相关技术标准规范要求，生产采用国际、国家、行业或地方等技术标准。初级产品须取得绿色认证、有机认证、GAP 认证或地理标志登记之一，精深加工类产品要通过 SC 认证，近三年来未出现过违法违规生产、经营或重大农产品质量安全问题。产品属于老北京特色品种、非遗工艺等“小而特”情形的，具有较独特的营养品质特色或文化属性，具备一定的生产规模和商品量。

（二）优先条件标准

1. 产业基础有优势：入选农业农村部等特色农产品优势区名单、中国农产品品牌目录及全国名特优新农产品名录的主体；区级及以上龙头企业、示范区、产业园、示范社、标准化基地、休闲农业园区等主体。

2. 体系建设有优势：品牌主体有较健全的质量管理体系、溯源体系或服务评价体系等并有效运行。品牌主体通过 HACCP、ISO9001 等体系认证。

3. 品牌效益有优势：品牌主体获得区级以上品牌荣誉或称号等，年营业额连续三年达到 1000 万元以上并实现盈收，带动就业促增收；生产、经营过程有较强生态理念体现的；参与公益扶贫、脱低事业并有突出贡献的。

4. 创新研发有优势：具有先进可靠的生产技术条件和装备，技术创新能力、产品研发能力在行业内领先的；在产品生产技术或服务水平等方面有重大创新成果，形成专利并具有有效的自主知识产权。

第四章 认定程序

第八条 “北京优农”品牌认定程序：

（一）主体申报。品牌主体对照标准自愿申报，并在规定日期内自愿向所属区农业农村主管部门或相关协（学）会等行业组织提交申请，受理单位对符合申报条件的主体出具书面审核意见，签章后统一提交北京市数字农业农村促进中心。

（二）材料初审。品牌建设办公室对申报材料进行初审并提出初选品牌名单，结合实际对初选品牌名单进行品牌知名度、消费者满意度等社会评价调查。

（三）专家审议。品牌专家组依据品牌认定标准和相关意见对初选品牌名单进行专业复审，形成评审报告及推选名单，报北京市农业农村局审议。

（四）公示复核。审定后的推选名单面向社会公示 5 个工作日，公示期如有异议，组织复核并提出复核意见，最终结果向北京市农业农村局备案。

（五）发布颁证。发布《“北京优农”品牌目录》并由 8 家协（学）会颁发证书，统一并向社会推介，引导消费。

第五章 支持保护

第九条 加强市、区农业农村品牌建设相关部门协同联动，在政策制定、项目建设、规划指导等方面对目录品牌给予支持。

第十条 深入挖掘农耕文化价值与地域风情，充分利用中国农民丰收节、中国国际农产品交易会等重要平台，采用现代数字化技术手段，推动“文化+技术+平台”与品牌营销的深度融合。

第十一条 依托国家或区域重点展会、产销对接活动等对目录品牌进行专题推介，加强与批发市场、商超、电商、媒体平台以及行业组织等的对接与合作，开设销售专区，促进目录品牌产品优质优价。

第十二条 鼓励目录品牌参加国际知名展会，充分利用农业对外交流项目，对目录品牌进行重点推介。

第十三条 设立“北京农业品牌日”主场活动，推进各区线下体验馆建设和巡展活动开展，展示成果、引导消费，促进品牌产品

与市场精准对接。

第十四条 加强与金融机构合作，加大对品牌主体知识产权金融质押的信贷、保险等支持力度，提供更为便捷的融资渠道和服务。

第十五条 联合有关单位或部门加强对目录品牌的监管保护，严厉打击假冒伪劣和侵犯知识产权等行为，积极营造公平竞争的市场环境。支持、鼓励品牌主体在包装标识上的规范与创新，体现“北京优农”元素，适时开展专用标识授权使用。

第六章 动态管理

第十六条 《“北京优农”品牌目录》每年发布一次并实行动态管理，优胜劣汰，促进企业间良性竞争、资源整合、转型升级。

第十七条 “北京优农”品牌证书有效期三年，品牌主体应在证书载明的范围内使用，不得私自扩大使用范围，并在年度有效期满 30 日前提交《“北京优农”品牌动态管理评价表》进行年审。

第十八条 品牌主体有如下情形，将暂停或取消其目录品牌资格，并且三年内不再受理其申请。

（一）有违反法律法规行为的。

（二）弄虚作假，拒不配合监督检查的。

（三）发生重大产品质量问题、重大安全事故的。

（四）丧失主体申报资格或生产经营出现问题，不能正常履行主体责任的。

(五) 每年未按时上报《“北京优农”品牌动态管理评价表》的。

(六) 材料真实性及实际生产情况抽查不达标的。

(七) 逾期未重新申报或者申报未通过的,以及主动退出的。

(八) 全年未参与“北京优农”各项活动,转让、出租活动参与权的。

(九) 未积极反馈、上报相关数据,不配合北京市农业农村局相关工作的。

(十) 其他需要暂停或取消资格的情形。

第十九条 参与“北京优农”品牌认定工作的有关单位和人员,要严格依法依规办事,不得泄露企业的商业秘密和知识产权,工作中造成目录品牌权益受损的,按照有关规定给予处理;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

第二十条 除按本办法规定的“北京优农”品牌认定主体外,其他组织和个人不得进行“北京优农”品牌的认定活动,否则依法追究责任。

第二十一条 “北京优农”品牌认定工作接受社会监督,对举报的相关违规违法等问题,相关责任部门将进行认真核查反馈,并加以改正。

第七章 附 则

第二十二条 “北京优农”品牌认定每年一次,过程不收取任何费用。

第二十三条 本办法由品牌建设办公室负责解释。

第二十四条 本办法自公布之日起施行。

附件 1

“北京优农”区域公用品牌 申 报 表

申报品牌：_____

申报单位：_____（盖章）

推荐单位：_____（盖章）

申报日期：_____年 月 日

北京市数字农业农村促进中心制

申报表			
(本表无空项,申报主体在符合条件的□内打✓,填写并提供相应证明材料附后。)			
基本信息			
申报主体名称		法人代表	
联系人		联系电话	
传真		电子邮箱	
通讯地址			
公共条件			
申报品牌		产品品种	
行业类别	☐ 种植业 ☐ 畜牧业 ☐ 渔业 ☐ 其他 营业执照 (附件)		
申报主体近三年无不良信用记录(须提交国家市场监督管理总局《国家企业信用信息公示系统》出具的近三年的信用报告) (附件)			
品牌标识及释义 (附件)			
申报主体拥有商标所有权,并使用三年及以上,商标国际分类_____ (附件)			
区域性特征	☐ 农产品地理标志产品 (附件) 登记日期:		
	☐ 中国特色农产品优势区 (附件) 入选年份:		
	☐ 中国农业品牌目录 (附件) 入选年份:		
	☐ 全国名特优新农产品名录 (附件) 入选年份:		
	☐ 其它: _____ (附件)		
	☐ 具有明确的生产区域(填至村一级): _____		
主要生产经营单位	省级以上龙头企业/示范社称号等	品牌名称	负责人及电话
1、			
2、			
3、			
4、			
5、			

	• 2019 年总产量_____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售额 _____（万元） • 2019 年产品出口额_____（万元），销往国家/地区_____	
	• 2020 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2020 年总产量_____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售额 _____（万元） • 2020 年产品出口额_____（万元），销往国家/地区_____	
	• 2021 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2021 年总产量_____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售额 _____（万元） • 2021 年产品出口额_____（万元），销往国家/地区_____	
营销拓展能力	2019 年	☐ 产地直销，销售量占比_____% ☐ 批发市场，销售量占比_____% ☐ 休闲采摘，销售量占比_____% ☐ 机关学校食堂，销售量占比_____% ☐ 商 超，销售量占比_____% ☐ 电 商，销售量占比_____% ☐ 其它渠道，销售量占比_____%
	2020 年	☐ 产地直销，销售量占比_____% ☐ 批发市场，销售量占比_____% ☐ 休闲采摘，销售量占比_____% ☐ 机关学校食堂，销售量占比_____% ☐ 商 超，销售量占比_____% ☐ 电 商，销售量占比_____% ☐ 其它渠道，销售量占比_____%
	2021 年	☐ 产地直销，销售量占比_____% ☐ 批发市场，销售量占比_____% ☐ 休闲采摘，销售量占比_____% ☐ 机关学校食堂，销售量占比_____% ☐ 商 超，销售量占比_____% ☐ 电 商，销售量占比_____% ☐ 其它渠道，销售量占比_____%

	☐ 自有电商平台（附件） ☐ 具备直播带货能力（附件） ☐ 产品包装具有条形码（附件） ☐ 具备电子商务结算能力（附件） 列出网络销售渠道名称及链接（最多3个）： 1. 2. 3.
市场推广表现	☐ 参加国家级或国际的博览会、展销会、产销对接等品牌营销活动（在横线处填写活动名称）_____（附件） ☐ 参加省级博览会、展销会、产销对接等活动（在横线处填写活动名称）_____（附件） 填写重点媒体的报道标题和相关链接（最多5条）： 1.
品牌授权主体 创新能力与成效	☐ 国家级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级以上技术/工程/研发中心（附件） ☐ 企业获得高新技术企业、知识产权示范企业荣誉称号（附件） ☐ 发明专利_____个（附件） ☐ 实用新型专利_____个（附件） ☐ 外观设计专利_____个（附件） ☐ 建立产学研一体化机制，与高校、科研院所等建立稳定的合作关系（附件） ☐ 产品品种/配方/设计/包装等独特性情况（附件）
其他材料	其他主体认为重要的证明材料（最多5项） 1. 2. 3. 4. 5.

承 诺 书

我方确保申报材料真实有效，不侵犯任何单位或个人权益。

(申报单位盖章)

年 月 日

推 荐 书

经我单位审核，_____（单位）提交的申报材料属实，同意推荐其申报“北京优农”区域公用品牌。

(推荐单位盖章)

年 月 日

附件 2

“北京优农”企业品牌 申 报 表

申报品牌：_____

申报单位：_____（盖章）

推荐单位：_____（盖章）

申报日期：_____年 月 日

北京市数字农业农村促进中心制

申报表

(本表无空项,申报主体在符合条件的□内打✓,填写并提供相应证明材料附后。)

公共 条件	基本信息			
	申报主体名称		法人代表	
	联系人		联系电话	
	传真		电子邮箱	
	通讯地址			
	主体条件			
	行业类别	☐ 种植业 ☐ 畜牧业 ☐ 渔业 ☐ 其他 营业执照 (附件)		
	申报主体近三年无不良信用记录(须提交国家市场监督管理总局《国家企业信用信息公示系统》出具的近三年的信用报告) (附件)			
	品牌条件			
	申报品牌			
	品牌标识及释义 (附件)			
	申报主体拥有商标所有权,并使用三年及以上,商标国际分类_____ (附件)			
	产品条件			
	产品特色	☐ 老北京特色品种 (附件) ☐ 非物质文化遗产 (附件)		
	主要产品 信息	产品名称	品种	供应期
		1、		
		2、		
		3、		
		4、		
		5、		
主要生产区域	(填至村一级)			
主要产品品质特征	(列举主要产品及其特征指标) (有报告可提供附件)			
产品特点	(包括产品不同生长期、生产环境、包装标识等图片6-8张) (附件)			
质量	☐ 绿色食品认证,有效期: _____ (附件)			

	管理情况	☐ 有机产品认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 良好农业规范 (GAP) 认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 通过食品 SC 认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 具备农产品质量检测能力 (附件) ☐ 近三年产品质量第三方检测合格率 100% (附件) ☐ 其它: _____ (附件)	
	质量承诺	申报产品近三年未出现违法违规生产、经营或重大农产品质量安全问题 (附件)	
优先条件	产业基础		
	☐ 中国特色农产品优势区, 入选年份: _____ (附件) ☐ 中国农业品牌目录, 入选年份: _____ (附件) ☐ 全国名特优新农产品名录, 入选年份: _____ (附件) ☐ 区级以上 (含) 农业龙头企业、标准化基地、示范社等 (附件) ☐ 其他: _____ (附件)		
	体系建设		
	☐ 通过 ISO9001 体系认证 (附件) ☐ 通过 HACCP 体系认证 (附件) ☐ CAQS-GAP 质量管理体系认证 (附件) ☐ 自建或纳入质量溯源体系或平台 (附件) ☐ 健全的售后服务与评价体系 (附件) ☐ 制定品牌发展战略规划 (附件) ☐ 制定商标使用管理办法 (附件) ☐ 品牌 logo、广告语及科学包装 (附件) ☐ 其他: _____ (附件)		
	营销拓展能力	2019 年	☐ 产地直销, 销售量占比 _____ % ☐ 批发市场, 销售量占比 _____ % ☐ 休闲采摘, 销售量占比 _____ % ☐ 机关学校食堂, 销售量占比 _____ % ☐ 商超, 销售量占比 _____ % ☐ 电商, 销售量占比 _____ % ☐ 其它渠道, 销售量占比 _____ %
		2020 年	☐ 产地直销, 销售量占比 _____ % ☐ 批发市场, 销售量占比 _____ % ☐ 休闲采摘, 销售量占比 _____ % ☐ 机关学校食堂, 销售量占比 _____ %

		☐ 商超，销售量占比 _____ % ☐ 电商，销售量占比 _____ % ☐ 其它渠道，销售量占比 _____ %
	2021 年	☐ 产地直销，销售量占比 _____ % ☐ 批发市场，销售量占比 _____ % ☐ 休闲采摘，销售量占比 _____ % ☐ 机关学校食堂，销售量占比 _____ % ☐ 商超，销售量占比 _____ % ☐ 电商，销售量占比 _____ % ☐ 其它渠道，销售量占比 _____ %
	☐ 自有电商平台（附件） ☐ 具备直播带货能力（附件） ☐ 产品包装具有条形码（附件） ☐ 具备电子商务结算能力（附件） 列出网络销售渠道名称及链接（最多 3 个）： 1. 2. 3.	
	品牌效益	
	企业产业规模	• 2019 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2019 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售额 _____（万元） • 2019 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____ • 2020 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2020 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售额 _____（万元） • 2020 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____ • 2021 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2021 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售额 _____（万元） • 2021 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____
荣誉与责任	☐ 区级以上（含）品牌荣誉或称号 _____ 个（附件） ☐ 开展品牌帮扶、脱低事业（附件） ☐ 带动就业超过 100 人（附件）	

		☐ 农业投入品安全、环保、减量化使用（附件） ☐ 加工流通绿色、便捷、循环（附件） ☐ 营销包装生态、环保、优质（附件） ☐ 品牌联合/品牌延伸应用情况（附件） ☐ 其他：_____（附件）
	市场推广表现	☐ 参加国家级或国际的博览会、展销会、产销对接等品牌营销活动（在横线处填写活动名称）_____（附件） ☐ 参加省级博览会、展销会、产销对接等活动（在横线处填写活动名称）_____（附件）
		填写重点媒体的报道标题和相关链接(最多 5 条): 1. 2. 3. 4. 5.
	创新研发	
	☐ 国家级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级以上技术/工程/研发中心（附件） ☐ 企业获得高新技术企业、知识产权示范企业荣誉称号（附件） ☐ 发明专利_____个（附件） ☐ 实用新型专利_____个（附件） ☐ 外观设计专利_____个（附件） ☐ 建立产学研一体化机制，与高校、科研院所等建立稳定的合作关系（附件） ☐ 产品品种/配方/设计/包装等独特性情况（附件）	
其他材料	其他主体认为重要的证明材料(最多 5 项) 1.	

承 诺 书

我方确保申报材料真实有效，不侵犯任何单位或个人权益。

(申报单位盖章)

年 月 日

推 荐 书

经我单位审核，_____（单位）提交的申报材料属实，同意推荐其申报“北京优农”企业品牌。

(推荐单位盖章)

年 月 日

“北京优农”产品品牌 申 报 表

申报品牌： 品牌名+产品类别

申报单位： _____（盖章）

推荐单位： _____（盖章）

申报日期： _____年 月 日

北京市数字农业农村促进中心制

申报表

(本表无空项,申报主体在符合条件的□内打✓,填写并提供相应证明材料附后。)

公共 条件	基本信息			
	申报主体名称		法人代表	
	联系人		联系电话	
	传真		电子邮箱	
	通讯地址			
	主体条件			
	行业类别	☐ 种植业 ☐ 畜牧业 ☐ 渔业 ☐ 其他 营业执照 (附件)		
	申报主体近三年无不良信用记录(须提交国家市场监督管理总局《国家企业信用信息公示系统》出具的近三年的信用报告) (附件)			
	品牌条件			
	申报品牌	品牌名+产品类别		
	品牌标识及释义 (附件)			
	申报主体拥有商标所有权,并使用三年及以上,商标国际分类_____ (附件)			
	产品条件			
	产品特点	☐ 老北京特色品种 (附件) ☐ 非物质文化遗产 (附件)		
	主要产品 信息	产品名称	品种	供应期
		1、		
		2、		
		3、		
		4、		
		5、		
主要生产区域	(填至村一级)			
主要产品品质特征	(列举主要产品及其特征指标) (有报告可提供附件)			
产品特点	(包括产品不同生长期、生产环境、包装标识等图片 6-8 张) (附件)			
质量	☐ 绿色食品认证,有效期: _____ (附件)			

	管理情况	☐ 有机产品认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 良好农业规范 (GAP) 认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 通过食品 SC 认证, 有效期: _____ (附件) ☐ 具备农产品质量检测能力 (附件) ☐ 近三年产品质量第三方检测合格率 100% (附件) ☐ 其它: (附件)	
	质量承诺	申报产品近三年未出现违法违规生产、经营或重大农产品质量安全问题 (附件)	
优先条件	产业基础		
	☐ 中国特色农产品优势区, 入选年份: _____ (附件) ☐ 中国农业品牌目录, 入选年份: _____ (附件) ☐ 全国名特优新农产品名录, 入选年份: _____ (附件) ☐ 区级以上 (含) 农业龙头企业、标准化基地、示范社等 _____ (附件) ☐ 其他: _____ (附件)		
	体系建设		
	☐ 通过 ISO9001 体系认证 (附件) ☐ 通过 HACCP 体系认证 (附件) ☐ CAQS-GAP 质量管理体系认证 (附件) ☐ 自建或纳入质量溯源体系或平台 (附件) ☐ 健全的售后服务与评价体系 (附件) ☐ 制定品牌发展战略规划 (附件) ☐ 制定商标使用管理办法 (附件) ☐ 品牌 logo、广告语及科学包装 (附件) ☐ 其他: _____ (附件)		
	营销拓展能力	2019 年	☐ 产地直销, 销售量占比 _____ % ☐ 批发市场, 销售量占比 _____ % ☐ 休闲采摘, 销售量占比 _____ % ☐ 机关学校食堂, 销售量占比 _____ % ☐ 商超, 销售量占比 _____ % ☐ 电商, 销售量占比 _____ % ☐ 其它渠道, 销售量占比 _____ %
		2020 年	☐ 产地直销, 销售量占比 _____ % ☐ 批发市场, 销售量占比 _____ % ☐ 休闲采摘, 销售量占比 _____ % ☐ 机关学校食堂, 销售量占比 _____ %

			☐ 商超，销售量占比_____% ☐ 电商，销售量占比_____% ☐ 其它渠道，销售量占比_____%
		2021 年	☐ 产地直销，销售量占比_____% ☐ 批发市场，销售量占比_____% ☐ 休闲采摘，销售量占比_____% ☐ 机关学校食堂，销售量占比_____% ☐ 商超，销售量占比_____% ☐ 电商，销售量占比_____% ☐ 其它渠道，销售量占比_____%
		☐ 自有电商平台（附件） ☐ 具备直播带货能力（附件） ☐ 产品包装具有条形码（附件） ☐ 具备电子商务结算能力（附件） 列出网络销售渠道名称及链接（最多 3 个）： 1. 2. 3.	
	品牌效益		
	企业产业规模	• 2019 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2019 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2019 年产品销售额 _____（万元） • 2019 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____ • 2020 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2020 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2020 年产品销售额 _____（万元） • 2020 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____ • 2021 年生产规模 _____（亩或头/只/羽） • 2021 年总产量 _____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售量 _____（吨或头/只/羽） • 2021 年产品销售额 _____（万元） • 2021 年产品出口额 _____（万元），销往国家/地区 _____	
荣誉与责任	☐ 区级以上（含）品牌荣誉或称号（附件） ☐ 开展品牌扶贫、脱低事业（附件） ☐ 带动就业超过 60 人（附件）		

		☐ 农业投入品安全、环保、减量化使用（附件） ☐ 加工流通绿色、便捷、循环（附件） ☐ 营销包装生态、环保、优质（附件） ☐ 品牌联合/品牌延伸应用情况（附件） ☐ 其他：_____（附件）
	市场推广表现	☐ 参加国家级或国际的博览会、展销会、产销对接等品牌营销活动（在横线处填写活动名称）_____（附件） ☐ 参加省级博览会、展销会、产销对接等活动（在横线处填写活动名称）_____（附件）
		填写重点媒体的报道标题和相关链接(最多 5 条): 1. 2. 3. 4. 5.
	创新研发	
	☐ 国家级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级技术创新成果/奖项_____个（附件） ☐ 省级以上技术/工程/研发中心（附件） ☐ 企业获得高新技术企业、知识产权示范企业荣誉称号（附件） ☐ 发明专利_____个（附件） ☐ 实用新型专利_____个（附件） ☐ 外观设计专利_____个（附件） ☐ 建立产学研一体化机制，与高校、科研院所等建立稳定的合作关系（附件） ☐ 产品品种/配方/设计/包装等独特性情况（附件）	
其他材料	其他主体认为重要的证明材料(最多 5 项) 1. 2. 3. 4. 5.	

承 诺 书

我方确保申报材料真实有效，不侵犯任何单位或个人权益。

（申报单位盖章）

年 月 日

推 荐 书

经我单位审核，_____（单位）提交的申报材料属实，同意推荐其申报“北京优农”产品品牌。

（推荐单位盖章）

年 月 日

“北京优农” 品牌 动态管理评价表

申报品牌：_____

申报单位：_____（盖章）

推荐单位：_____（盖章）

申报日期：_____年 月 日

北京市数字农业农村促进中心制

评价表			
(本表无空项,品牌主体在符合条件的□内打✓,填写并提供相应证明材料附后。)			
基本信息			
单位名称		法人代表	
联系人		联系电话	
传真		电子邮箱	
通讯地址			
申报品牌		品牌类型	
行业类别	☐ 种植业 ☐ 畜牧业 ☐ 渔业 ☐ 其他		
品牌主体 自评	1. 是否存在违反法律法规行为; 2. 是否配合监督检查; 3. 是否搞虚假宣传; 4. 是否发生重大产品质量问题、重大安全事故等; 5. 是否丧失主体申报资格; 6. 是否生产经营出现问题,不能正常履行企业责任; 7. 是否按时提交《“北京优农”品牌动态管理评价表》; 8. 是否材料真实性及实际生产情况抽查不达标; 9. 是否逾期未重新申报或申报未通过; 10. 是否全年参与“北京优农”各项活动至少1次; 11. 是否转让、出租活动参与权; 12. 是否积极反馈、上报相关数据,配合市农业农村局相关工作; 13. 是否有其他需要暂停或取消目录资格的情形。		☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否 ☐ 是 ☐ 否
品牌发展典型案例			
案例类型	☐ 机制创新类 ☐ 核心能力提升类 ☐ 营销创新类 ☐ 监管保护类 ☐ 文化塑造类 ☐ 协同发展类		

	☐ 脱低帮扶类 ☐ 国际合作类 ☐ 其他类	
案例内容	标题	采用二级标题，主标题体现品牌创建特色，副标题突出品牌名称
	引言	高度凝练本案例亮点和特色，突出典型做法和创新举措，300 字以内
	基本情况 (300 字)	突出品牌及品牌主体发展的基本情况，其中区域公用品牌包括产业规模、产量产值、行业地位、授权企业数量、带动农户数量、产品认证、省部级荣誉、地域特色及文化、注册及运营主体等；企业品牌包括成立时间、企业性质、业务范围、企业规模、产品销售范围、行业地位、是否为国家级龙头企业、省部级荣誉、相关认证情况、品牌文化；产品品牌包括企业主体、成立时间、品种、核心技术、规模、产值、质量认证、省部级荣誉、市场销售、商标注册、品牌文化。
	主要做法 (1200 字)	聚焦一个主题，围绕主题凝练3-4 项主要措施。
	发展成效 (500 字)	主要围绕推动产业发展、品牌影响力提升、农耕文化弘扬、助农增收、市场销售增长、市场竞争力提高、创新能力提升。
	经验启示 (500 字)	重点围绕打造品牌的典型做法提炼农业品牌创新发展经验，提供可供借鉴参考的理念、路径和发展模式等。
其他素材	照片	3-5张（画面生动、清晰（1M 以上）、现场感强、主题突出，不能突出个人、不能提供会议、文件类图片），照片附说明。
	视频	5 分钟以内的品牌故事成片。
意见建议		

承 诺 书

我方确保提交材料真实有效，不侵犯任何单位或个人权益。

(申报单位盖章)

年 月 日

区 级 审 核 意 见

经我单位审核，_____（单位）提交的材料属实，不存在违反《“北京优农”品牌认定管理办法（试行）》的情形，同意推荐。

(推荐单位盖章)

年 月 日

市 级 确 认 意 见

经我单位确认，同意_____（单位）继续使用“北京优农”品牌，并将严格按照《“北京优农”品牌认定管理办法（试行）》对其进行管理。

(评价单位盖章)

年 月 日