

“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”品牌（“北京优质农业品牌”的简称）的认定与管理工作，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在北京市农业农村局市场与信息化处的指导下，由北京市数字农业农村促进中心（以下简称“数字中心”）组织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、北京果树学会、北京畜牧业协会、北京农业电商协会、北京农村专业技术协会和北京观光休闲农业行业协会等8家协（学）会共同开展，并成立“北京优农”品牌认定与管理工作组负责以下具体工作。

- （一）制定“北京优农”品牌的相关标准及规范性文件；
- （二）开展“北京优农”品牌申报主体的资格审查和社会调查工作；
- （三）组织“北京优农”品牌的认定评审工作；
- （四）发布《“北京优农”品牌目录》；
- （五）实施“北京优农”品牌动态管理办法。

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：

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。

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。

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：申报主体须在北京市内依法注册登记，具有独立法人资格，区域公用品牌申报主体应为社团组织、事业单位等。

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：入选农业农村部特色农产品优势区名单、中国农产品品牌目录、中国重要农业文化遗产及全国名特优新产品名录的主体；区级（含）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（含）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；以品牌标准在外埠开展产业壮大、对外帮扶、技术输出的。

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会等行业组织提交申请，通过系统填报相关信息，区级和市级部门审核通过后，申报主体系统导出申报材料并加盖公章，由推荐单位签章后统一提交至数字中心。

(二)材料初审。数字中心会同有关单位或行业组织等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、社会舆情等社会调查。

(三)专家审议。数字中心组织评审专家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 研究设立北京农业品牌主场活动，推进各区线下体验馆建设和宣展活动开展，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”品牌证书规格、样式由数字中心统一制定，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 日前通过系统填写《“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”品牌每年认定一次，过程不收取任何费用。

第二十三条 本办法由品牌认定与管理工作组制修订并负责解释。

第二十四条 本办法自公布之日起施行，原有文件与本办法不一致的以本办法为准。