附件2

**“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（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（含）以上龙头企业/示范社等 | 品牌名称 | 负责人及电话 |
| 1、 |  |  |  |
| 2、 |  |  |  |
| 3、 |  |  |  |
| 4、 |  |  |  |
| 5、 |  |  |  |
| 主要产品品质特征 | （列举主要产品外在特征及其特征指标）（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） |
| **优先条件** |
| 品牌质量管理 | □品牌授权主体数量 家（附件） □获得绿色食品认证的 家（附件）□获得有机产品认证的 家（附件）□使用农产品承诺达标合格证的 家（附件）□获得良好农业规范（GAP）认证的 家（附件）□通过ISO9001体系认证的 家（附件） □通过HACCP体系认证的 家（附件） □通过CAQS-GAP质量管理体系认证的 家（附件）□年营业额连续三年1000万元以上的 家（附件）□标准化基地国家级 家、省级 家、区级 家（附件）□产业化龙头企业国家级 家、省级 家、区级 家（附件）□农民专业合作社示范社国家级 家、省级 家、区级 家 （附件）□具备农产品质量检测能力的 家（附件）□自建或纳入质量溯源体系或平台： （附件）□其它： （附件） |
| 品牌发展管理 | □制定品牌发展计划（附件）□制定商标授权使用管理办法（附件）□品牌标识系统、广告语及科学包装（附件） |
| 品牌效益 | □省级（含）以上品牌荣誉或称号 项（附件）□在外埠开展产业壮大、对外帮扶、技术输出的（附件）□对当地农民增收致富贡献（相关从业人群平均年收入高于当地当年平均水平情况）（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）□品牌价值挖掘、农文旅融合应用（附件） □其他： （附件） |
| 品牌产业规模 | ·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  |
| ·2022年生产规模 （亩或头/只/羽）·2022年总产量 （吨或头/只/羽）·2022年产品销售量 （吨或头/只/羽）·2022年产品销售额 （万元）·2022年产品出口额 （万元），销往国家/地区  |
| 营销渠道 | 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 ％ |
| 2022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）□具备网络结算能力（附件）列出网络销售渠道名称及链接（最多3个）： 1. |
| 市场推广 | □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（含）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 |