附件1

2025年“北京优农”品牌目录管理办法

（2025年7月修订）

第一章 总 则

**第一条** 为深入贯彻落实中央一号文件精神及北京市委市政府相关要求部署，持续推进品牌强农和质量兴农战略，加强北京农业品牌培育力度，持续提升扩大“北京优农”品牌影响力，助力乡村全面振兴，依据农业农村部办公厅《关于印发〈农业品牌精品培育计划（2022-2025年）〉的通知》、农业农村部等十部门关于印发〈促进农产品消费实施方案〉的通知》等相关文件精神，制定本管理办法。

**第二条** 本管理办法明确“北京优农”品牌目录的遴选标准和管理要求，包括总则、申报条件、遴选程序、权利义务、动态管理、附则等六部分内容。

**第三条** “北京优农”品牌目录包括本地种植业、畜牧业和渔业类的初级农产品及其初加工产品的品牌，并适当兼顾精深加工产品、乡村文创类产品等品牌。

**第四条** “北京优农”品牌目录管理由北京市农业农村局指导，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、北京观光休闲农业行业协会等8家协（学）会共同开展遴选和管理工作。

第二章 申报条件

**第五条** “北京优农”品牌分为区域公用品牌、企业品牌和产品品牌。

（一）区域公用品牌是指在特定自然生态环境和历史人文因素区域内，由能够代表区域公共利益的组织或机构所持有，并授权若干农业生产经营主体共同使用；在生产地域范围、品种品质管理、品牌使用许可、品牌营销与传播等方面具有共同诉求与行动，使区域产品与形象共同发展、形成正向联动关系的农产品品牌。

（二）企业品牌是指农业生产经营主体独立所有，以农产品生产、加工、流通等为主要业务，具备一定生产规模，在竞争力、保障力、影响力、带动力等方面比同类企业更具优势的品牌。

（三）产品品牌是指农业生产经营主体独立所有，某一类产品具备一定规模，在品种品质、生产标准或文化属性等方面具有特定价值，在竞争力、保障力、影响力、带动力等方面比同类产品更具优势的品牌。

**第六条** 申报主体须符合“北京优农”品牌的相应标准。

（一）区域公用品牌申报条件

1.申报主体须为申报品牌的持有者或当地政府主管部门授权运营者，在北京市内依法注册登记，具有独立法人资格。

2.制定并施行严格的品牌授权管理制度，授权使用主体不少于三家，能有效监管使用区域公用品牌产品的质量。

3.申报品牌取得合法有效商标注册时间满一年，或产品获得地理标志产品保护。品牌名称原则上以“产地名+产品名”构成，具有显著地域特征和鲜明品牌标识。

4.产业优势明显，在本市特定生产区域内有一定规模的生产基地；体系优势突出，产品生产符合国际、国家、行业或地方等技术标准，且标准化生产水平较高，产品品质保障有效，能实现农产品质量安全可追溯，有配套的的营销推广体系和供应链体系，联农带农机制效果显著。

（二）企业品牌申报条件

1.申报主体在北京市内依法注册登记，具有独立法人资格，持有注册商标或获得商标合法使用权，商标注册时间满3年。企业各项管理制度健全，具有企业价值观念、行为准则等企业文化内涵。

2.主导产品原则上须取得绿色、有机、GAP、地理标志、全国名特优新农产品或非遗等相关认定（认证、登记）之一，且在有效期内。精深加工类产品要通过SC认证，初级农产品要落实食用农产品承诺达标合格证制度。

3.具有一定产业规模，在本市有自营或订单生产的固定生产基地，规模化生产已满两年。产品生产符合国际、国家、行业或地方等技术标准，且标准化生产且水平较高，产品品质保障有效，能实现农产品质量安全可追溯。对产业发展具有较强带动力，与村集体、合作社或农户建立了完善的利益联结机制，有力促进产业提质增效和农民增收。

4.品牌创新能力较强，得到相关部门认可；具有品牌管理运营机构或部门，深挖品牌文化，形成具有推广价值的品牌故事并积极开展文化交流，品牌知名度、认知度、美誉度和忠诚度较高。

（三）产品品牌申报条件

1.申报主体在北京市内依法注册登记，具有独立法人资格，持有注册商标或获得商标合法使用权，商标注册时间满3年。

2.产品须体现地方特色或独特性，原则上须取得绿色、有机、GAP、地理标志、全国名特优新农产品或非遗等相关认定（认证、登记）之一，且在有效期内。精深加工类产品要通过SC认证，初级农产品要落实食用农产品承诺达标合格证制度。

3.具有一定产业规模，在本市有自营或订单生产的固定生产基地，规模化生产已满两年。产品生产符合国际、国家、行业或地方等技术标准，且标准化生产且水平较高，产品品质保障有效，能实现农产品质量安全可追溯。对产业发展具有较强带动力，与村集体、合作社或农户建立了完善的利益联结机制，有力促进产业提质增效和农民增收。

4.品牌创新能力较强，得到相关部门认可；具有品牌管理运营机构或部门，深挖品牌文化，形成具有推广价值的品牌故事并积极开展文化交流，品牌知名度、认知度、美誉度和忠诚度较高。

**第七条** 有下列情形之一的，不得入选“北京优农”目录：

（一）隐瞒真实情况、提供虚假申报材料的。

（二）有使用国家禁止的农业生产资料、原材料及违禁农业投入品记录的。

（三）近三年内发生违法违规生产、经营或农产品质量安全问题、环境污染事件、知识产权侵权及经营主体不良信用记录等行为的。

（四）近三年内生产产品在各级主管部门检查或监测机构质量安全检测工作中有不合格记录的。

（五）其他违反法律法规的行为。

第三章 遴选程序

**第八条** “北京优农”品牌目录遴选程序：

（一）主体申报。品牌主体对照标准自愿申报，在规定日期内通过北京市乡村振兴大数据平台市场流通子系统，向所属区农业农村主管部门或相关协会提交申报材料，相关单位或行业组织等对申报材料进行初审并确定初选品牌名单，逐级盖（签）章后统一报送。

（二）专家审议。组织评审专家依据品牌遴选标准，对初选品牌名单进行复审，必要时进行现场核查，形成拟纳入“北京优农”品牌目录名单。

（三）公示复核。拟纳入“北京优农”品牌目录名单面向社会公示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。

（四）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。

第四章 权利义务

**第九条** 纳入“北京优农”品牌目录主体享有以下权利：

（一）获得品牌证书，允许在产品包装、说明书、广告等媒介中，以“北京优农”品牌名录内主体的名义进行宣传推广。

（二）加大品牌培育力度，在项目谋划、品牌规划、包装设计、营销推广等方面给予指导服务。

（三）推荐品牌目录主体参加产销对接、品牌推广等活动，推动与大型商超、电商平台等市场渠道对接合作，促进目录品牌产品顺产顺销、优质优价。

（四）加强对“北京优农”整体品牌形象宣传打造，提升品牌影响力和知名度。

**第十条** 纳入“北京优农”品牌目录主体应履行以下义务：

（一）按照管理要求，每年定期在北京市乡村振兴大数据平台市场流通子系统中，更新相关信息。

（二）未经授权，严禁使用“北京优农”品牌专卖、专营等字样。

（三）按要求提供产品质量检验合格报告，配合相关部门对产品质量、商标使用和服务等情况进行监督管理。

（四）自愿报名参加产销对接活动后，不得无故缺席、迟到或不服从组织方安排。

（五）积极维护品牌形象，履行社会责任，注重生态环境保护，传承区域人文历史和农耕文化。

第五章 动态管理

**第十一条** 《“北京优农”品牌目录》每年遴选一次，每三年进行一次复核，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。

**第十二条** 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）发生违法违规生产、经营或农产品质量安全问题、环境污染事件、知识产权侵权、经营主体不良信用记录、质量安全检测不合格等问题的；

（三）品牌产品停产一年（含）以上的；生产经营出现问题，不能正常履行主体责任的；

（四）超范围使用“北京优农”标识，拒不配合监督检查的；自愿报名或受邀后多次未参与相关活动，以及违反组织方规定或不配合相关工作的；转让、出租活动参与权的；未按要求积极反馈相关统计数据的；严重影响“北京优农”品牌声誉情况的。

（五）其他需要暂停或取消资格的情形。

**第十三条** 参与“北京优农”品牌遴选和管理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机密和知识产权，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。

**第十四条** 除本办法规定的“北京优农”品牌遴选和管理主体外，其他组织和个人不得以“北京优农”品牌名义开展相关活动。

**第十五条** “北京优农”品牌遴选和管理工作接受社会监督，对举报的相关违规违法等问题，相关部门将进行认真核查反馈。

第六章 附 则

**第十六条** “北京优农”品牌遴选和管理过程不收取任何费用。

**第十七条** 本办法由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、北京观光休闲农业行业协会共同负责解释。

**第十八条** 本办法自公布之日起施行，有效期一年。