

《“圳品”品牌建设与管理规范》团体标准

编制说明

一、标准制定的必要性和意义

“圳品”是市委市政府推进食品安全战略的重要举措，是建立更高标准上的城市食品品牌。随着“圳品”的发展，知晓度和认可度不断增大，“圳品”工作模式目前已被列为国家发改委推广借鉴深圳经济特区创新举措和经验做法国家发改委办公厅2021年全国消费帮扶助力乡村振兴优秀典型案例、国家乡村振兴局助力巩固脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接优秀典型案例等，在全国予以推广。

“圳品”工作受到国家、省、市各级政府部门高度重视，被列入《国家市场监督管理总局“十四五”认证认可检验检测发展规划》《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》

《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》等重要政策文件，明确写入深圳市第七次党代会报告和深圳市政府工作报告，予以重点督办落实。

区域品牌的建设与管理已逐步发展成为推动区域经济发展的有效途径。近年来，国家发布《知识产权强国建设纲要（2021—2035年）》《“十四五”国家知识产权保护和运用规划》等文件，提出要推进“商标品牌建设工程”，加强商标品牌资产管理，培育具有市场竞争力、国际影响力的知名品牌。建立系统的区域品牌管理机制，有助于实现区域品牌长期可持续发展，提升区域品牌竞争力，

有效避免“公地悲剧”、“柠檬市场”、“羊群效应”、“品牌株连”等区域品牌危机，防控区域品牌风险，最终实现区域品牌价值的稳定提升。

“圳品”品牌在国家/省/市各级政府部门的大力支持与推动下，已成为深圳市极具影响力的区域城市食品品牌，区域品牌想要实现可持续发展，必须进行有效的管理。目前，“圳品”标准体系暂未有与之配套的品牌管理标准，通过开展《“圳品”品牌建设与管理规范》标准研制，持续完善“圳品”品牌建设与运作流程，固化“圳品”工作经验，保障深圳市场高品质供给，从而更好地推广圳品模式，塑强“圳品”品牌，扩大“圳品”品牌影响力，促进深圳食品产业高质量发展，树立高品质食品区域品牌标杆，提升我国食品区域品牌标准国际话语权，提高我国食品区域品牌国际竞争力。

二、任务来源及工作简况

（一）任务来源

2018年5月21日，深圳市政府制定并印发了《深圳市实施食品安全战略建立供深食品标准体系，打造市民满意的食品安全城市工作方案（2018—2020年）的通知》（深府〔2018〕41号）（以下简称《战略方案》），其中实施供深食品标准体系建设工程是《战略方案》的第一大工程。建立供深食品标准是市政府的重大决策，深圳市政府领导亲自指导督办，市市场监管局领导多次召开会议讨论部署工作。供深食品标准体系建设工程，摸索出以产品为导向，建立供深食品标准体系打造食品的“深圳标准”。根据《战略方案》要求，

经市市场监管局多次讨论部署，筹建了社会团体深圳市深圳标准促进会（以下简称“标促会”）作为发布供深食品标准的社会组织。截至目前，已发布供深食品标准 537 项，作为主要技术支撑评价上市 1235 个“圳品”，涵盖水果、蔬菜、肉、蛋、乳等大宗食品。

为确保“圳品”工作保持健康可持续发展，贯彻落实《广东省国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《深圳市国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《深圳市第七次党代会工作报告》等文件中关于推进“圳品”工程要求，市市场监督管理局开展了 2023 年度《圳品工程-供深食品标准体系建设和“圳品”评价监督推广项目》，推进供深食品团体标准制修订，加强供深食品标准体系建设，持续打造“圳品”品牌，全力提高食品安全保障水平。

（二）起草过程

1、立项阶段

2022 年 5 月 27 日，组织对《“圳品”品牌管理规范》团体标准立项的必要性和可行性展开研讨与论证，并获深圳标准促进会批准立项。后经编制组协商，将标准名称修改为“‘圳品’品牌建设与管理规范”。

2、起草阶段

组建标准编制组，支撑标准的编制工作。编制组收集梳理了关于区域品牌管理情况的相关文件，基于国家相关法律法规，结合“圳品”品牌运营与管理实际，编制了标准草案。编制组就标准的适用

范围、框架、技术内容等征集了相关方的意见，修改完善形成征求意见稿及编制说明。

三、标准制定的原则

（一）规范性

本文件的编制根据《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国标准化法》及其实施条例等相关法律法规，遵循规范性、适用性和可操作性原则，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》的规定起草。

（二）可操作性

本文件制定过程中按照适用性、可操作性原则，结合“圳品”的运营实际情况，对标准条款进行科学设定，为“圳品”品牌科学管理提供依据。

（三）协调统一

本文件基于“圳品”运行情况，根据“圳品”品牌相关方的实际使用和管理情况进行明确、细化和补充，使得标准与上下层级现行标准协调统一，同时联系实际，注重标准的可操作性，可以更好地指导服务“圳品”品牌建设与管理工作的。

（四）公开透明

起草过程中坚持以公开、透明为原则，广泛听取相关方的意见和建议，还将向社会公开征集意见，并对反馈意见进行合理评估，妥善处置。

四、与我国有关法律法规和标准的关系

与我国有关法律法规和其他标准相互协调，无矛盾抵触。

五、主要技术内容及采纳情况

本文件主要技术内容如下：

（一）范围

根据“圳品”相关文件要求，结合“圳品”实际工作，对本文件的适用范围进行了描述，明确“圳品”品牌的基本要求、总则、运营管理与主体责任、“圳品”标识使用、知识产权及信息公开、监督管理、品牌管理、社会责任等内容。

（二）规范性引用文件

主要引用了 GB/T 39654—2020《品牌评价 原则与基础》、GB/T 39906—2021《品牌管理要求》的相关内容。

（三）术语和定义

本文件引用了 GB/T 39654、GB/T 39906 中的相关术语和定义，为了便于相关方使用，重复列出了“圳品”、“品牌”、“品牌管理”的术语和定义。

（四）基本要求

规定了运营管理机构、“圳品”评价活动、管理模式等方面的基本要求，以及应符合相关法律、法规的有关规定。

（五）总则

规定了基本原则、战略规划、体系设计与构建等要求。

（六）运营管理与主体责任

规定了“圳品”运营机制、最高管理者、运营机构、运营管理

职责、评价程序、评价依据、评价方式等使用要求。

（七）“圳品”标识使用

规定了“圳品”标识样式、使用要求、变更管理、延续管理、注销管理、监督管理、知识产权及信息公开等。

（八）品牌管理

规定了“圳品”品牌价值提升、服务水平提升、品牌推广、品牌绩效管理。

（九）社会责任

规定了“圳品”相关方应在乡村振兴、缴税纳税、食品安全主体责任等方面应承担相应的社会责任。

六、重大分歧意见的处理经过和依据

该标准编制过程中没有重大意见分歧。

七、贯彻标准的要求和措施建议

本文件发布后，将通过不同渠道进行宣传推广；组织开展公益性的贯标活动，包括标准培训、专家答疑、发放宣贯资料等。面向不同的使用对象开展宣贯培训，促进各方准确理解并有效实施本文件的相关规定。

八、其它应予说明的事项

无。