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 |

|  |
| --- |
| **申报表**（申报主体在符合条件的□内打✓，填写并提供相应证明材料。） |
| **基本****条件** | 单位名称 |  | 品牌名称 |  |
| 联系人及电话 |  | 法人代表及电话 |  |
| 通讯地址 |  | 电子邮箱 |  |
| 行业类别 | □ 种植业　 □ 畜牧业 □ 渔业 □其他（农产品加工、乡村文创类产品等）（行业可多选） 营业执照（附件） |
| 申报主体拥有商标所有权，注册时间1年以上（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） |
| 产品品种 |  |
| 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、 |  |  |  |
| 主要生产区域 | （填至村一级） |
| 生产环境 | 本品产自北京[具体区，如密云、怀柔等]，[产地环境描述，如土壤有机质含量达（具体数值）%以上，灌溉水源为深层地下水/山泉水，空气质量常年达到国家一级标准等]。产品生长期约[具体天数]天，全程[种养殖过程描述，如遵循绿色种植规范，不使用化学农药、化肥及违禁添加剂等]。(注：附6-8张图片，清晰度高） |
| 产品感官特征 | [品牌名称]主营产品为[主营产品类型]，[产品外观描述，如果型规整，圆润光滑，芳香扑鼻]，[色泽描述，如鲜亮的橙黄色/深绿色等]，[口感描述，如紧实有弹性/细腻柔软/脆嫩多汁/绵密回甘等]。(注：附2-3张图片，清晰度高） |
| 产品品质特征 | [主营产品名称]采用[核心工艺/原料，如自然农法种植/零激素饲养]，[核心卖点或营养价值，如全称无化学添加/富硒含量达X%]，通过[检测标准，如SGS308项农残检测]，[产品品质保证与承诺，如确保天然营养与食用安全]。产品坚持[特色，如前一天采摘当天售卖/72小时锁鲜直达]，已获[认证荣誉，如绿色食品认证，有机农产品认证等]。产品供应周期为[供应周期]。（注：有营养评价报告的请提供附件） |
| 质量承诺 | 申报品牌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） |
| **品牌竞争力** | **产业优势** |
| * 入选农业农村部的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农产品名录等的主体。（附件）

□其他： （附件） |
| **体系优势** |
| □质量水平较高，品牌产品通过绿色食品、有机农产品等产品认证和体系认证等比例较高。（附件）□标准化生产水平较高，实施统一的生产、加工、流通等标准。（附件）□重视质量管理，对接农产品质量安全追溯管理信息相关平台，实现农产品质量安全可追溯。（附件）□品质保障措施积极有效，产地冷链物流基础设施较完善。（附件）□其他： （附件） |
| **科技创新** |
| □品牌及其授权主体具有关键核心技术和独特生产加工工艺。（附件）□品牌及其授权主体创新成果得到省级及以上相关部门认定。（附件）□品牌及其授权主体与高校或科研单位合作建立产学研一体化平台。（附件）□其他： （附件） |
| **文化赋能** |
| □深挖历史地理、名人轶事、农耕文化等题材，形成有推广价值的品牌故事（附件）□积极开展品牌文化推广，建立品牌旗舰店、体验馆、展览馆、档案馆、博物馆等（附件）□积极开展品牌文化交流，制作品牌相关书籍、影视、IP形象等文化产品（附件）□举办或参与省部级以上论坛、研讨等文化交流活动（附件） |
| **品牌保障力** | 政策支撑 | □政府部门近三年出台过品牌扶持政策□政府部门建立积极的品牌激励机制，近三年安排品牌专项扶持资金□政府部门制定品牌保护政策和工作机制□政府部门提供信息服务、人才培养、技术服务等 |
| 品牌管理 | □制定品牌发展规划（附件）□建立品牌管理运营机构/部门（附件）□品牌主体建立品牌管理制度规范，实施严格的授权管理（附件）□实施积极的品牌保护，具有自我保护措施，建立品牌危机处理制度（附件） |
| 服务水平 | □品牌主体积极开展售后服务，包括建立客户服务监督机制、客户投诉处理机制、开展顾客满意度调查等（附件） |
| **品牌影响力** | 品牌知名度 | □品牌接触点丰富，具有线下和线上多种销售渠道（附件）□连续3年以上开展品牌营销推广，举办或参与省级以上规格的营销推介活动（附件） |
| 品牌认知度 | □具有品牌识别系统，品牌标识生动形象，特点突出；品牌标语言简意赅，突出品牌特征，易于记忆联想等（附件）□积极开展品牌宣传推广，包括省级以上主流媒体及自媒体等平台宣传，具有良好的传播效果等（附件）□积极开展产销环境宣传，包括户外广告宣传、城市移动户外媒体宣传等（附件）□注重产品包装和文创用品开发，产品包装绿色环保、设计独特，文创用品具有审美价值、文化内涵丰富等（附件） |
| 品牌美誉度 | □品牌获得省部级及以上政府部门颁发的荣誉或称号（附件）□品牌获得国际权威机构颁发荣誉或称号（附件）□品牌产品在大型电商平台销售排行（附件）□品牌产品在大型电商平台的好评率（附件）□品牌产品在自有电商平台的好评率（附件） |
| 品牌忠诚度 | □品牌产品在大型电商平台复购率（附件）□品牌产品在自有电商平台复购率（附件） |
| **品牌带动力** | 产业规模及销售情况 | ·2022年总生产规模 （亩或/头/只/羽），在本市生产规模 （亩或/头/只/羽）·2022年总产量 （吨或头/只/羽），在本市产量 （吨或头/只/羽）·2022年产品销售量 （吨或头/只/羽），在本市销售量 （吨或头/只/羽）·2022年产品销售额 （万元），在本市销售额 （万元）·2022年产品出口额 （万元），销往国家/地区 ；在本市产品出口额 （万元），销往国家/地区  |
| ·2023年总生产规模 （亩或/头/只/羽），在本市生产规模 （亩或/头/只/羽）·2023年总产量 （吨或头/只/羽），在本市产量 （吨或头/只/羽）·2023年产品销售量 （吨或头/只/羽），在本市销售量 （吨或头/只/羽）·2023年产品销售额 （万元），在本市销售额 （万元）·2023年产品出口额 （万元），销往国家/地区 ；在本市产品出口额 （万元），销往国家/地区  |
| ·2024年总生产规模 （亩或/头/只/羽），在本市生产规模 （亩或/头/只/羽）·2024年总产量 （吨或头/只/羽），在本市产量 （吨或头/只/羽）·2024年产品销售量 （吨或头/只/羽），在本市销售量 （吨或头/只/羽）·2024年产品销售额 （万元），在本市销售额 （万元）·2024年产品出口额 （万元），销往国家/地区 ；在本市产品出口额 （万元），销往国家/地区  |
| □连续三年销售额达到一定额度（此项根据以上填写内容自动获取，不用填写） |
| 营销渠道 | 2022年 | □地 头，比例 ％□批发市场，比例 ％□农贸市场，比例 ％□餐饮食堂， 比例 ％□超 市，比例 ％□电 商，比例 ％□采 摘，比例 ％□其它渠道 ，比例 ％ |
| 2023年 | □地 头，比例 ％□批发市场，比例 ％□农贸市场，比例 ％□餐饮食堂， 比例 ％□超 市，比例 ％□电 商，比例 ％□采 摘，比例 ％□其它渠道 ，比例 ％ |
| 2024年 | □地 头，比例 ％□批发市场，比例 ％□农贸市场，比例 ％□餐饮食堂， 比例 ％□超 市，比例 ％□电 商，比例 ％□采 摘，比例 ％□其它渠道 ，比例 ％ |
| 联农带农 | □与村集体/合作社建立利益联结机制，促进农民增收情况（就业人数、年平均工资；分红多少户（人）、年平均分红金额；租地亩数，年平均亩租金） |
| □与农户建立了利益联结机制，促进农民增收情况（就业人数、年平均工资；分红多少户（人）、年平均分红金额；租地亩数，年平均亩租金） |
| **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  |