附件：

邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌建设

若干规定（草案）

第一条【依据与目的】 为了推进“邵阳红”优质农产品公共品牌建设，提升公共品牌价值，助力乡村振兴和经济社会可持续发展，根据有关法律和行政法规，结合本市实际，制定本规定。

第二条【适用与定义】 本规定适用于本行政区域内“邵阳红”优质农产品公共品牌的建设、推广、保护、管理和服务等活动。

本规定所称“邵阳红”优质农产品公共品牌，是指以“邵阳红”集体商标为中心，在本行政区域范围内生成的具有特定信誉及经济、生态和文化价值，坚持与区域形象共同发展的优质农产品共有品牌集合体。

第三条【政府职责】 市人民政府负责“邵阳红”优质农产品公共品牌建设的组织协调、政策制定、规划编制和督导考核，推动建立“邵阳红”优质农产品公共品牌跨区域交流合作机制等工作。

市、县（市、区）人民政府应当成立本级“邵阳红”优质农产品公共品牌建设领导小组，建立工作协调机制，统筹各部门共同推动“邵阳红”优质农产品公共品牌建设工作。

市、县（市、区）人民政府应当将“邵阳红”优质农产品公共品牌建设纳入国民经济和社会发展相关规划以及乡村振兴考核评价指标体系，将相关工作经费纳入本级财政预算，建立优质农产品发展推进机制，出台扶持政策、措施，加强工作交流与合作，促进产业发展和文化推广。

第四条【部门合作与服务】 市、县（市、区）人民政府农业农村部门负责制定本行政区域内“邵阳红”优质农产品公共品牌建设规划并组织实施，开展“邵阳红”品牌宣传推介，组织企业参加各类农业展会和产销对接活动，指导“邵阳红”目录企业开展绿色食品和有机食品认证。市人民政府农业农村部门依照本规定对邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌发展促进会及其他行业协会进行监督、指导。

市、县（市、区）人民政府市场监督管理、知识产权部门负责质量标准体系建设，指导“邵阳红”目录企业开展地理标志产品认证工作，加强对“邵阳红”集体商标使用的监督管理。

市、县（市、区）人民政府商务部门负责市场营销体系建设，组织“邵阳红”产品“进商超、闯市场”，指导线下“邵阳红”专卖店和线上销售平台建设，拓宽销售渠道。支持“邵阳红”优质农产品企业开展“中华老字号”认证，申报“中华老字号企业”和“湖南老字号企业”，组织企业参加各类展会、交易会。

市、县（市、区）人民政府文旅广体部门负责文化体系建设，会同有关部门挖掘邵阳农业文明和传统农耕文化，创作“邵阳红”文艺作品，将“邵阳红”品牌文化融入传统民俗节会中，组织开展“邵阳红”文化节和“邵阳红”文化推广活动，广泛宣传“邵阳红”品牌文化，将创意文化植入“邵阳红”品牌建设中，积极开发“邵阳红”旅游产品，推进农文旅融合发展。

市、县（市、区）人民政府财政、发展和改革、乡村振兴、工业和信息化、林业、科技、供销合作社等部门应当按照各自职责，指导“邵阳红”企业加强管理和创新，支持企业发展壮大，引导“邵阳红”产品进入各类销售平台，促进产品销售。

第五条【协会推动与服务】 邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌发展促进会及其他行业协会应当加强行业自律，健全章程和行业规范，在市政府相关部门的指导下，积极推动“邵阳红”品牌建设。

邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌发展促进会应当为目录企业提供质量安全、信息互通、技术共享、产销对接、品牌共建、经验交流等服务，引导和督促企业提升产品品质，促进生产工艺传承与创新，规范使用品牌标识，推动行业诚信建设，调解企业在市场经营活动中发生的纠纷。

行业协会可以制定奖励和惩戒规则，对加入行业协会的目录企业依照章程实施奖励和惩戒。

第六条【目录管理】 市人民政府农业农村部门负责建立“邵阳红”优质农产品公共品牌生产企业和产品目录，遴选成立专家评审委员会，定期组织目录企业和产品的申报、评审、认定、公布和复审，实行动态化管理。

对“邵阳红”品牌目录产品的评审复审工作实行“严进宽出”机制。对拟入选的“邵阳红”品牌产品应当在政府门户网站进行公示并接受监督。

获得有机食品、地理标志产品认证的优质农产品优先纳入“邵阳红”优质农产品公共品牌目录管理。

市人民政府商务部门负责建立“邵阳红”优质农产品公共品牌销售企业和专卖店目录，定期组织申报、评审、认定、公布和复审，实行动态化管理。

品牌目录管理应当坚持公平、公正、公开的原则，不得向企业收取任何费用。

第七条【产品目录编制程序】 市人民政府农业农村部门编制本行政区域内“邵阳红”优质农产品公共品牌产品目录按照以下程序进行：

（一）企业自主申报或者行业协会推荐；

（二）县（市、区）人民政府农业农村部门实地调查确认并广泛征求意见后初审同意；

（三）“邵阳红”优质农产品公共品牌专家评审委员会评审通过；

（四）市人民政府农业农村部门审核同意；

（五）公示目录名册无有效投诉；

（六）确定并公布目录。

第八条【产品目录退出程序】 市人民政府农业农村部门有权决定对具有以下情形之一的“邵阳红”目录企业实施退出：

（一）出现违法经营的事实；

（二）超范围、超类别使用“邵阳红”集体商标或者邵阳地理标志的专用标志；

（三）不按本规定接受品牌溯源系统的管理；

（四）授权期满且没有参加“邵阳红”目录企业和产品复审，或复审未通过的；

（五）目录产品检验检测不合格或者发生农产品质量安全事故或者连续两年出现在异常名录中；

（六）不按规定要求统一使用“邵阳红”标志进行销售的；

（七）其他需要退出的事由。

第九条【品牌建设】 市人民政府应当加强对“邵阳红”优质农产品公共品牌与产品的培育指导，鼓励和支持“邵阳红”产品生产经营者和有关行业组织加强品牌建设，推动建设“邵阳红”产品基地，提升“邵阳红”品牌价值。

县（市、区）人民政府应当促进“邵阳红”优质农产品公共品牌与互联网、电子商务、文化创意、生态旅游等产业融合，支持“邵阳红”优质农产品公共品牌新业态发展，提升“邵阳红”优质农产品公共品牌产业综合效益。

县（市、区）人民政府应当建立“邵阳红”优质农产品公共品牌培育体系，扶持“一县一特”产业发展，在“邵阳红”品牌的引领下，打造“一县一特”品牌、特色农产品品牌和龙头企业品牌。政府主要领导应当带头“走出去”开展宣传推介活动，并通过公益广告、媒体宣传等方式扩大品牌宣传。

鼓励和支持“邵阳红”企业申请绿色食品、有机食品和地理标志产品认证，申请商标注册，创建驰名商标。

鼓励和支持“邵阳红”优质农产品公共品牌经营者将产、供、销链条与地方传统格局和历史风貌保护相结合，体现文化特色、地方特色和民族特色。

第十条【品牌管理】 市、县（市、区）人民政府农业农村部门和市场监督管理部门应当强化“邵阳红”优质农产品质量管控，加强标准应用、检验检测、认证等基础工作，构建政府监管、行业管理、生产者自律等质量保证体系。

“邵阳红”优质农产品公共品牌目录产品，实行统一品牌管理、统一宣传推介、统一质量标准、统一包装标识、统一营销模式等示范管理制度。目录企业在接受本示范管理制度的同时可以附带创新适合自身发展的管理制度。

鼓励“邵阳红”非目录产品执行“邵阳红”优质农产品公共品牌目录产品的统一质量标准管理制度。

第十一条【标准建设】市人民政府标准化行政主管部门应当会同市农业农村部门，制定本区域内“邵阳红”优质农产品公共品牌产品地方标准，推动制定严于国家标准和地方标准的“邵阳红”优质农产品公共品牌产品团体标准、企业标准。

第十二条【质量安全监管】 市、县（市、区）人民政府农业农村和市场监督管理部门根据职责分工，应当就“邵阳红”品牌产品的生产、流通环节加强质量安全监管。

农业农村部门应当建立“邵阳红”优质农产品公共品牌溯源体系，组织目录企业产品落实“一品一码”赋码销售等监督管理措施。

鼓励建立“邵阳红”优质农产品公共品牌专门专业化检验检测机构，对“邵阳红”品牌产品进行质量检测和安全监督，开展质量品级划分，引导和督促“邵阳红”优质农产品公共品牌经营者提升产品品质。

第十三条【园区建设】 市、县（市、区）人民政府应当优化“邵阳红”目录企业产品产业布局，在各类产业园中设置“邵阳红”目录企业产品片区，引导“邵阳红”生产经营者和上下游供应链经营者入驻产业园，促进产业集群发展。

第十四条【电商建设】 市、县（市、区）人民政府应当加强与电子商务平台合作，鼓励各类电子商务平台、展会服务平台开设“邵阳红”公共品牌目录产品线上专区，拓展“邵阳红”公共品牌目录产品贸易渠道。

市、县（市、区）人民政府应当设立电商集聚区或者电商园，鼓励和支持“邵阳红”经营者入驻电商集聚区或者电商园，支持“邵阳红”企业发展电子商务。

市、县（市、区）人民政府商务主管部门应当鼓励“邵阳红”公共品牌目录企业通过直播带货等形式对产品进行网络销售。

鼓励与支持党政领导、社会知名人士、网红达人通过社交媒介、电商平台等为“邵阳红”产品代言。

第十五条【物流建设】 市、县（市、区）人民政府应当推动“邵阳红”公共品牌目录产品储藏、加工、运输、销售等相关产业联动发展，合理规划布局物流基础设施。

市、县（市、区）人民政府应当加大冷链等物流基础设施建设投入，鼓励和支持大型物流、快递企业在本行政区域内建设仓储、转运、集散中心，降低物流成本。

市、县（市、区）人民政府应当通过简化行政审批程序、设置绿色通道、加强信息开放共享、发展智慧物流等方式缩短“邵阳红”产品在途时长。

第十六条【知识产权保护与服务】 市、县（市、区）人民政府应当加强对“邵阳红”公共品牌目录产品集体商标、专利、商业秘密、地理标志等知识产权保护，为“邵阳红”优质农产品目录产品经营者提供知识产权保护政策指导、技术咨询、法律咨询、信息情报等公共服务。

市、县（市、区）人民政府知识产权部门应当加强对“邵阳红”优质农产品公共品牌产品集体商标、证明商标专用标志等的监督管理，严厉惩处侵犯知识产权行为，督促集体商标持有人和地理标志管理人对集体商标和地理标志进行有效的管理和维护。

第十七条【金融支持与服务】 市、县（市、区）人民政府应当鼓励、引导金融机构为“邵阳红”优质农产品公共品牌目录企业提供信贷支持，促进企业可持续发展。

鼓励金融机构开发、创新适合“邵阳红”优质农产品公共品牌发展的金融产品和服务，增加对“邵阳红”优质农产品公共品牌经营活动的信贷投入。

鼓励保险机构做好“邵阳红”优质农产品种植、养殖等生产灾害保险服务，引导“邵阳红”优质农产品公共品牌生产经营者参加有关保险。

第十八条【人才培训和科研】 市、县（市、区）人民政府应当加强人才培养，加强人才引进和交流，统筹利用各类培训资源，加强对“邵阳红”优质农产品公共品牌目录产品经营者在经营管理、市场营销、食品安全、物流配送、电子商务、企业合规等方面的培训。

鼓励和支持高等院校、科研机构、社会组织开展“邵阳红”优质农产品公共品牌产业建设、产业经济贡献率等方面的研究，推动产学研合作。

第十九条【附则】 本规定自20xx年x月x日起施行。

附件3

关于《邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌建设若干规定（草案）》的起草说明

为规范“邵阳红”优质农产品公共品牌的管理，鼓励“邵阳红”集体商标所有人提高商标知名度，提升品牌价值，实现乡村振兴，按照邵阳市人大常委会的要求，我单位起草了《邵阳市“邵阳红”优质农产品公共品牌建设若干规定（草案）》（以下简称《若干规定》），现将《若干规定》起草的有关情况作如下说明：

一、制定《若干规定》的必要性

品牌是市场经济的产物，是农业市场化、现代化的重要标志。建设农产品区域公共品牌，发展品牌经济是贯彻我国当前的新发展理论，是在“双循环”新发展格局下推动供给侧结构改革以及消费升级，是提高农产品附加值促进农民增收的有力举措，也是提升农产品竞争力的必由之路。

（一）农产品公共品牌立法是贯彻实施乡村振兴战略的内在要求

农业、农村、农民问题是关系国计民生的根本性问题。党的十九大报告和中央农村工作会议中提出实施乡村振兴战略和农业农村部关于加快推进品牌强农的意见，要求改善农村环境条件，进行品牌强农，让农民生活幸福安康，让农村成为安居乐业的美丽家园。

深入贯彻落实党的十九大报告和中央农村工作会议精神，响应品牌强农的政策，制定《若干规定》，从立法层面入手健全完善区域公共农产品建设管理体系，提升农产品品牌价值，提高农民收入，保护区域品牌，竖立区域农产品发展典型，持续推进乡村振兴的工作成效。

（二）农产品公共品牌立法是规范农产品品牌化发展的必要手段

长期以来，区域农产品发展处于不平衡状态，由于农产品公共品牌目录里的产品品类众多，各类农产品的生产周期、销售渠道等并不相同，导致品牌管理方面的问题层出不穷。

制定《若干规定》，可以通过地方立法的形式规范农产品管理，尤其是在产品产量、质量不平衡的情况下，能够更好地推进区域农产品品牌化，建立健全适合农产品发展的长效机制，保障生产农产品的企业的财产权益得到保障。

（三）农产品公共品牌立法有利于加强品牌型知识产权的保护

2019年以来，邵阳市委、市政府全面推进“邵阳红”优质农产品公共品牌建设，取了明显成效。2021年8月“邵阳红”集体商标成功获得国家知识产权局批准，全市首个区域性集体商标由此诞生。

为利用好这一公共品牌优势，推动邵阳市农产品的建设与发展，实行品牌立法，提升“邵阳红”产品的知名度。通过地方立法，加强“邵阳红”产品的知识产权保护意识，并且覆盖品牌立法、品牌执法和品牌监督等各个环节，有利于提升农产品质量档次，形成规模化，打造区域特色，引导产品进入中高端市场，提升农业产业整体竞争力。

（四）农产品公共品牌立法有利于邵阳市农产品“走出去”

依据《中华人民共和国农产品质量安全法》等国家法律法规，县级以上地方人民政府统一领导、协调本行政区域内的农产品质量安全工作，并采取措施，建立健全农产品质量安全服务体系，提高农产品质量安全水平。

然而邵阳市农产品发展的现状是：一方面农产品的品类众多，但是产量和质量参差不齐，消费者权益得不到保障；另一方面，区位本身对于农产品的需求就十分庞大，但是并没有做到资源、平台的合作共享，区域内的产品没有得到合理规划和利用；再加上由于产品品类众多，差别较大，宣传的难度和跨度加大，导致宣传效果不明显，销售成绩不达标。制定《若干规定》，正是从地方性法规入手，解决邵阳市农产品销售困境的现实问题，规范“邵阳红”品牌的建设，推动产品“走出去”。

二、制定《若干规定》的及时性

乡村振兴战略是党的十九大提出的一项重大国家战略，实施乡村振兴既要坚持党的领导，又要有国家的立法保障。中共中央国务院《关于实施乡村振兴战略的意见》中明确提出“抓紧研究制定乡村振兴法的有关工作，把行之有效的乡村振兴政策法定化，充分发挥立法在乡村振兴中的保障和推动作用。”不仅如此，还专门提出“各地可以根据本地乡村发展实际需要出发，制定促进乡村振兴的地方性法规、地方政府规章。”

但由于我国现阶段品牌立法过于分散，系统性和协调性不够；品牌遭遇侵权难以得到系统性的司法救济，而且维权成本过高。像类似“邵阳红”优质农产品公共品牌这种集体商标侵权的案件办理难度更大，因此对“邵阳红”优质农产品公共品牌建设进行专项立法，明晰相关部门的权利责任以及第三方的侵权后果，是通过法治的方式从品牌知识产权保护、品牌产业促进这两个方面推进品牌建设与发展的一次重要探索，也是我市市委促进“邵阳红”优质农产品公共品牌建设的有力举措，恰在其时。

三、《若干规定》的起草过程

此次《若干规定》的起草工作由湖南东放明律师事务所承接。为做好该项目的起草工作，湖南东放明律师事务所成立了专门的调研组为此次立法项目进行深入、细致的调研。调研组全面搜集了与农产品公共品牌立法相关的法律、法规、规章以及相关的政策文件，查阅了200多篇国内外文献，汇编了《《若干规定》的立法依据和参考资料》。

除此之外，调研组还专门分三个阶段进行针对性调研：第一个阶段，召开两次立法调研座谈会，收集约40个“邵阳红”品牌建设领导小组成员单位以及20位“邵阳红”品牌目录企业代表的意见建议；第二个阶段，与“邵阳红”品牌立法相关的5个主要业务主管部门进行深入交流、征求意见以及资料收集；第三个阶段，通过线上、线下两种方式面向群众进行大规模的问卷调查，并收集到具体立法建议约80条，最后结合我市“邵阳红”品牌产业发展现状，着眼未来的发展规划，拟定初稿；其后，多次召开研讨会，反复修改，形成现在版本讨论稿，完成起草工作。

四、《若干规定》的主要内容

（一）明确立法的基本原则和各管理部门的职责

1、立法的基本原则

制定相关的地方性法规时，注重把握3条基本原则 ，一是注重针对性。本次立法必须针对区域特点、农村产业结构和现状，找准本地特色，从本地实际出发；二是突出实用性。地方性法规要把着力点放在更新观念、更新知识和提升经营管理服务水平上；三是强调操作性。地方性法规一定要具有操作性，以利于贯彻执行。

2、各管理部门职责

这次立法应当明确权责，首先明确“邵阳红”品牌的建设与发展由农业农村局主管部门牵头负责；其次是做好规划，由第三方机构或者行业协会制定详细的品牌管理方案；最后是建立议事协调机构，保证目录企业与政府相关部门沟通顺畅。

对于监管部门，开设专门的品牌服务热线，统一受理，并由市场监督管理部门成立专门机构对假冒品牌的行为进行查处，同时进行不定时的抽检，监督品牌产品的质量。

（二）明晰“邵阳红”品牌目录的动态管理机制以及质量监管体系

将现有的管理机制进行修改，规范品牌目录以及目录企业准入和退出的动态管理机制，提出明确的要求，比如要求目录企业的规模和目录产品的产量、质量、销售额均要达到一定标准，如果未达到，即从品牌目录里移除，确保品牌目录产品及企业的“优质”。并且明确对于准入与退出机制监管的专门机构，落实责任人与责任主体，确保准入与退出的公开、公平、公正。

建立独具地方特色或高于国家标准的“邵阳红”农产品公共品牌产品质量标准体系，以此来建立品牌的公信力和权威性。将质量标准体系以及未达到标准，所需承担的责任，都在法条中明确下来，确保有法可依。

（三）明确禁止实施的侵害品牌建设与发展的行为以及规范监管机制

对于侵害品牌建设与发展的行为，在法条中进行明令禁止。比如禁止不符合“邵阳红”品牌要求的产品以“邵阳红”品牌产品的名义进行宣传、销售；禁止未经授权私自开设“邵阳红”品牌专营店谋取私利；禁止未经授权利用“邵阳红”品牌的知名度通过各种手段谋取不正当利益；禁止通过“邵阳红”品牌套取政府福利的行为。

另外，对于品牌行业协会的监管职责，也需进行明确，比如未遵守“邵阳红”集体商标管理规则的企业，由品牌行业协会直接取消其会员资格；品牌行业协会保持与行政执法部门和司法机关的紧密联系，由品牌行业协会推动建立惩戒机制，进行行业惩戒。

（四）加强对违法违规利用“邵阳红”品牌的行为惩处的执法力度

本次立法调研发现，各县市区的门店，存在不少冒用品牌进行非法获利的情况，但因此受到的行政处罚或者其它行政措施相对较少。征求意见过程中，各县市区均要求从立法层面为执法提供保障，通过委托执法等方式将监管职责下压落实到基层政府部门，定期对违法违规行为进行查处，加大对违法违规行为的惩处力度，特别是对于违法违规利用“邵阳红”品牌谋取私利等行为，更要加强惩处。尤其是不能混淆企业与自然人犯罪的边界，不能让某些品牌经营者个人利用“邵阳红”品牌作为个人逐利犯罪的挡箭牌。

建立执法联动机制和行政执法与刑事司法衔接机制，打击违法犯罪的行为，依法维护品牌产品的合法权益，这些都是本次立法需要重点规范和解决的内容。

（五）健全政策扶持体系

在政府政策扶持方面，首先是将“邵阳红”优质农产品公共品牌建设列入财政预算，建立目录企业发展补助基金；第二是为目录产品企业的扩大再生产融资进行政府背书；第三是制定相应税收优惠政策，充分调动企业加大科研投入的积极性，比如采用“税返研”（返税作为本企业的科研经费）；此外，还有扶持培育管理规范、治理结构健全、成长性强、具有持续经营能力的企业进入证券市场挂牌或者上市。