附件1

2024年度“湛品”区域公用品牌

申报书

品牌名称：

产地区域：

申报单位： （盖章）

填报日期：

湛江市农业农村局制

填报说明

1. 品牌名称：填写要求为“产地名+产品名”。
2. 申报单位：地方政府、农业农村主管部门或地方主管部门授权且具有独立法人资格的事业单位或社会组织。填写单位名称全称。
3. 产地区域：填写县（市、区）地名或+乡镇。
4. 申报书填写要求数字准确、简明扼要，特点突出。
5. 纸质材料要求申报书连同佐证材料复印件，统一使用A4纸打印并装订成册，加盖申报单位公章（盖封面页及骑缝章、承诺书）。

|  |
| --- |
| \*为必填项，申报主体在符合条件的□内打√，并填写或上传相关证明材料。 |
| \*申报单位基本信息 | 单位名称 |  |
| 法定代表人 |  | 电话 |  |
| 主要负责人 |  | 电话 |  |
| 联系人 |  | 电话 |  |
| 通信地址 |  |
| \*品牌名称 | （“产地名+产品名”） |
| \*主产区域 | （按照县、乡镇填写） |
| \*上市时间 |  |
| \*行业类别 | □种植业 □畜牧业 □渔业 □农产品食品化 |
| \*产品类别 | **1.种植业**□粮油（□籼米 □糯米 □甘薯 □花生 □其他： ）□水果（□菠萝 □荔枝 □香蕉 □芒果 □红橙 □火龙果 □其他： ）□蔬菜（□叶菜类 □茄果类 □瓜果类 □其他： ）□食用菌（□菇类 □木耳 □其他： ）□茶叶（□乌龙茶 □绿茶 □红茶 □其他： ）□中药材（□高良姜 □穿心莲 □其他： ）□花卉及园艺产品（□盆花 □鲜切花 □苗木 □其他： ）□其他种植业类初级农产品。**2.畜牧业**□生猪及肉产品（□商品猪 □冷鲜肉 □冷冻肉）□活鸡及肉产品（□活鸡 □冷鲜肉 □冷冻肉）□鸡蛋：鲜鸡蛋类产品；□其他畜牧业类初级农产品； |
|  | **3.水产业**□鱼类：活鱼及其冷冻产品；□虾类：活虾及其冷冻产品；□贝类：活贝及其冷冻产品；□其他渔业类初级农产品；4**.农产品食品**□粮食、果蔬、肉、蛋、水产品等初级加工品；□预制菜产品、主食类食品等加工食品。其主要原料来源于湛江，且由湛江辖区内农业经营主体生产。 |
| 基本情况 | 产地情况 | \*产地环境情况（重点描述形成产品品质特征的独特环境资源优势，如土壤、水利、气候、区位地理等，100字以内） |
| \*提供产地图片（附件1，图片须能体现产地生产环境、加工场所，也可包括手绘或文创图片，3—5张） |
| \*种植养殖历史（重点描述产品可追溯到的历史年代、种植养殖时间及相关历史，100字以内） |
| 产品特质 | \*产品外在特征描述（重点描述产品外在感官特征，包括并不限于形状、大小、颜色、气味、口味、软硬度等，100字以内） |
| \*产品内在营养品质特征描述（可采用产品营养品质指标检测数据等进行描述，100字以内） |
| \*提供产品特性特点图片（附件2，图片须能体现品牌名称和产品特性，可以是产品包装图片，也可包括手绘或文创图片，3—5张） |
| 品牌竞争力 | 品种培优 | 主要品种： □通过新品种审定、登记数量 个（附件3） |
| 良种繁育基地建设情况（推进建设一批良种繁育基地情况，100字以内） |
| \*品种独特性说明（可从品种特异性、稳定性、地区性等方面进行描述，100字以内） |
| 质量认证 | \*质量认证□有 家经营主体通过绿色食品认证。□有 家经营主体通过有机农产品认证。□有 家经营主体通过良好农业规范（GAP）认证。□有 家经营主体通过HACCP认证。□其他认证。（附件4，各项列举不超过5个认证证书） |
| 质量管理 | 质量管理推行食用农产品承诺达标合格证制度□有（附件5）□无实现农产品质量安全可追溯□有（附件5）□无与国家农产品质量安全追溯管理信息平台对接□有（附件5）□无配合开展农产品质量安全或食品安全抽检□有（附件5）□无 |
| 标准化生产 | 标准化生产（推动现代农业全产业链标准化建设情况，100字以内） |
| 产业规模 | 2023年，生产规模 ，同比增加（或减少） %；总产量 ，同比增加（或减少） %，在全国同品类产品占比 %，在本省同品类产品占比 %；总产值 （万元），同比增加（或减少） %；在本地区农林牧渔总产值占比 %。 |
| 产业园区创建 | □粮食生产功能区（附件6）□重要农产品生产保护区（附件6）□中国特色农产品优势区、省级特色农产品优势区（附件6）□现代农业产业园（附件6）□优势特色产业集群（附件6）□农业产业强镇（附件6）□国家农产品质量安全县（附件6）□农业国际贸易高质量发展基地（附件6）□其他（附件6） |
| 物流设施 | 1.具有 个农产品批发市场，□获得农业农村部定点市场□获得省农业农村厅定点市场2.具有 个冷藏保鲜设施，库容 立方米，□获得农产品骨干冷链物流基地□获得农产品产地冷链集配中心（附件7） |
| 产业主体 | 具有 家市级及以上农业产业化龙头企业；具有 家市级及以上农民合作社示范社；具有 家市级及以上示范家庭农场；获得认定的主体名称：（附件8） |
| 品牌发展力 | 政策扶持 | 政府部门近三年出台品牌扶持政策□有，文件名称（附件9）□无政府部门近三年安排品牌专项资金情况（单位：万元）2021年： ；2022年： ；2023年： ；政府部门建立品牌激励机制□有，列举（附件）□无政府部门制定品牌保护政策和工作机制□有，列举（附件）□无政府部门提供信息服务、人才培养、技术服务等情况□有，具体内容（附件）□无 |
| 科技创新 | 具有关键核心技术和独特生产加工工艺□有，列举（附件10）□无创新成果得到相关部门认定□有（□国家级□省级）（附件）□无与高校或科研单位合作建立产学研一体化平台□有，列举（附件）□无 |
| 加工发展 | 加工发展情况（包括分拣分级设备、冷藏保鲜设施、初加工产品、深加工产品及加工企业等要素，100字以内） |
| 文化赋能 | \*品牌故事（包括品牌创建历程、历史渊源、品牌文化、品牌核心人物等要素，2000字以内） |
| 品牌管理 | 1.制定品牌发展规划□有，（附件11）□无2.制定品牌管理制度规范□有，（附件）□无3.建立品牌管理运营机构□有，管理机构名称： □无 |
| 4.品牌管理\*品牌授权情况授权使用主体总数（ ）个，其中市级及其以上龙头企业（ ）家市级及其以上农民合作社示范社（ ）家市级及其以上示范家庭农场（ ）家获得认定的主体名称：（附件） |
| 5.核心经营主体1.
2.
3.
4.
5.
 |
| 品牌影响力 | 品牌标识 | □注册商标（附件12）持有人： 证书编号： 是否在有效期内：□是□否注册时间：  |
| \*品牌识别□品牌标识（LOGO）（附件12）品牌标识解读： □品牌标语品牌标语解读： □品牌视频视频名称： （附件，视频截图） |
| 产品独特包装及文创用品□有，列举（附件）□无 |
| 品牌荣誉 | 获得政府部门颁发的荣誉或称号（5项以内）□有，列举（附件13）□无1.2.3.4.5.获得权威机构颁发的荣誉或称号（5项以内）□有，列举（附件）□无1.2.3.4.5. |
| 区域特色认证情况1.地理标志相关认定/登记情况：证书编号或公告号： （附件）是否在有效期内：□是□否2.名特优新农产品登录情况：证书编号： （附件）是否在有效期内：□是□否推荐的生产经营主体：共 家 |
| 省级农业品牌培育情况3.纳入省级农业品牌目录□有，入选年份：（附件）□无“粤字号”农业品牌目录区域公用品牌□有，品牌名称： “粤字号”农业品牌目录品牌示范基地□有，（ ）个。□无“粤字号”农业品牌目录产品品牌□有，（ ）个。□无 |
| 品牌营销 | 品牌营销推广1.建设线上线下官方展示展销平台□有，列举（附件14）□无2.编制发布品牌产品采购导图□有，列举（附件）□无3.举办大型品牌专场推介活动（不超过3个）□有，列举（附件）□无4.举办或参与市级以上展会节庆活动（列举具体活动名称，不超过3个）□有，列举（附件）□无5.开展品牌海外推广活动 □有，列举（附件）□无 |
| 品牌宣传 | 媒体宣传推广□有，列举（附件14）□无（填写媒体名称、报道题目，5条以内）宣传广告投放□有，列举（附件）□无 |
| 品牌效益 | 品牌溢价率区域公用品牌产品市场终端平均价格 元/公斤；当地无品牌产品市场终端平均价格 元/公斤；品牌溢价率[[1]](#footnote-0)为 % |
| 品牌价值（亿元）： 品牌助农：品牌带动农户数（户）：  |

|  |
| --- |
| **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**经我单位初审， （单位）提交的（品牌名称）申报材料属实，同意推荐其申报2024年度“湛品”区域公用品牌。推荐理由[[2]](#footnote-1)：推荐单位（盖章） 年 月 日  |

|  |
| --- |
| 附件佐证材料 |
| 附件1 | 产地图片 |
| 附件2 | 产品图片 |
| 附件3 | 品种培优佐证材料 |
| 附件4 | 质量认证佐证材料 |
| 附件5 | 质量管理佐证材料 |
| 附件6 | 产业园区创建佐证材料 |
| 附件7 | 物流设施佐证材料 |
| 附件8 | 产业主体佐证材料 |
| 附件9 | 政策扶持佐证材料 |
| 附件10 | 科技创新佐证材料 |
| 附件11 | 品牌管理佐证材料 |
| 附件12 | 品牌标识佐证材料 |
| 附件13 | 品牌荣誉佐证材料 |
| 附件14 | 品牌营销佐证材料 |
| 附件15 | 品牌宣传佐证材料 |
| 附件16 | 其他佐证材料 |

1. 品牌溢价率=（区域公用品牌产品市场终端平均价格—当地无品牌产品市场终端平均价格）/当地无品牌产品市场终端平均价格×100% [↑](#footnote-ref-0)
2. 推荐理由请县级重点描述推荐品牌在同品类中的优势，包括但不限于规模、品质、特色、文化、消费等，要能体现品牌独特性差异性成长性，不超过200字。 [↑](#footnote-ref-1)