

中国优质农产品开发服务协会文件

中优协秘〔2018〕35号

关于印发《关于实施中华地标品牌振兴计划的意见》的通知

协会各部、室、中心，各分支机构(代表)机构：

中国优质农产品开发服务协会地标品牌分会《关于实施中华地标品牌振兴计划的意见》，已经2018年6月13日会长办公会研究同意。现印发给你们，请结合各自的实际抓好贯彻落实。地标品牌分会是实施主体，切实抓好实施工作。

附件《关于实施中华地标品牌振兴计划的意见》

中国优质农产品开发服务协会

2018年6月14日



附件

关于实施《中华地标品牌振兴计划》的意见

习近平同志在十九大报告中指出，新时代我国社会主要矛盾已经转化成为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，必须坚持质量第一、效益优先，推动经济发展质量变革、效率变革、动力变革，建设质量强国。中央经济工作会议强调，2018年要围绕推动高质量发展，做好8项重点工作，第一条就是深化供给侧结构性改革，推进中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，制造大国向制造强国转变。按照党中央、国务院要求，围绕推动高质量发展，打造中华地标品牌，弘扬中华地标文化，是我们肩负的光荣而艰巨的历史使命。

在广泛调研，各方面征求意见的基础上，发挥协会自身优势，经研究决定，提出“中华地标品牌振兴计划”实施意见。

一、指导思想

以党的十九大精神为指针，深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，围绕推动高质量发展，落实国家品牌战略，深化农业供给侧结构性改革，树立中华地标品牌，

增进地标文化国际交流，壮大中华地标国际影响力，增强中国文化自信。

二、“中华地标品牌振兴计划”的愿景目标

实施“中华地标品牌振兴计划”，以满足人民日益增长的美好生活需要为导向，科学统筹品牌创设、品牌传播、品牌销售、品牌保护等各工作环节，整合动员行政、市场、公益、学术、传媒等各层级、各方面优质资源，发挥好扶持带动效应、引导示范效应、孵化催化效应，努力实现中华地标品牌建设从认定到认同、从监管到服务、从散点到平台、从国内到国际、从资源到资本的五大根本转变。力争用三年时间，推进“中华地标”品牌建设，培育一批有较高知名度、美誉度和较强市场竞争力的世界地标品牌。

三、推动五大转变，成就大国地标

（一）从认定到认同----推广中华地标品牌

1.开展“中华地标”品牌认定工作

（1）组建“中华地标”专家评审委员会。

（2）启动“中华地标”认定标准起草工作，严格执行行业标准制定规范；广泛征集意见，追求中华地标品牌的公信力、影响力和带动力。

（3）参评品牌采用机构推荐和网络平台申报并举方式。

（4）引入大众参评，将入选的地标品牌按类别梳理、展示其特色；由区域公众人物参与代言，深度开展“解码中

华地标中国行”大型公益活动，引发大众参与评选。

(5) 媒体立体报道，追求深度与精度，深度报道、解析、探索中华地标的丰富历史传承和深厚文化底蕴，展现大国地标无与伦比的文化魅力和市场影响力。

2.全力办好北京电视台《解码中华地标》栏目

将“中华地标”品牌认定工作作为电视节目的触发要素，实现品牌工程的聚焦效应。

3. 拍摄制作《大国地标》公益纪录片

以各年度评定的“中华地标”品牌为依托，拍摄制作《大国地标》，纪录片紧扣文化自信、乡村振兴、中华民族伟大复兴，以多语种发布震撼世界的《大国地标》公益纪录片。

4.和有关部门一道，组织编纂《中国地理标志品牌发展报告》。

(二) 从监管到服务----助力地标产业示范区建设

5.助力优势地标产业示范区建设

地理标志作为区域公用品牌，是地方最优名片，地标品牌的振兴与地方经济振兴息息相关。深化地标品牌评定工作，紧抓“中华地标”品牌的影响力、带动力，助力优势地标产业示范区建设。

(三) 从散点到平台----服务地标品牌发展

6.建立中华地标创意平台

启动“中华地标——全球创意人平台”。动员及筛选真正

具有国际和行业超高水准的专业人士，组建中华地标创意平台，为地标品牌建设和产业发展服务。通过公益动员和平台流水扣点支付的方式，整合国内外高标准的服务力量，免费为中国地标行业的优质企业服务，让中华地标产品的灵魂得以释放，形象得以提升，中华地标品牌感染力和传播力具备国际水准。

7.举办中华地标优品分享会

作为中华地标产品面向世界人民的品牌展示及体验分享渠道，中华地标优品分享会将区别于传统博览会形式，分享会以政府支持，协会组织，遵循高端产品商业化运营模式，从创新和体验两个角度，组织地标企业将中华地标产品文化、品质、感受表达传递到极致，并提供展示和交流平台，深度提升中华地标产品及中国特色农业该有的市场价值，务必做到形象国际化、服务智能化，将地标产品的内涵与现代美学紧密结合，针对性组织高端人群、影响力人群，开展主题活动，创造有助于中华地标达成市场认知的良好舆论。

8.实施“中国地标产品直通车计划”

实施“中国地标产品直通车计划”，实行传统渠道、电商平台、优品分享会、F2C、自主建设等模式并举的策略，以中国优农协会地标品牌发展分会为平台，统筹规划、合理布局、重点推荐，推动地标产品销售渠道建设。

（四）从国内到国际----增强地标品牌国际交流

9. 筹备举办“中华地标品牌国际文化节”

围绕“促进中国产业迈向全球价值链中高端，促进和而不同、兼收并蓄的文明交流”两大愿景目标，以“中华地标品牌国际文化节”为纽带，以地标文化、经济、科技创新为引领，打造地标领域国际合作新平台，增添世界地标共同发展新动力，为推动构建人类命运共同体作出应有贡献，不断提高中国地标文化和地标品牌国际影响力、感召力、塑造力。

在一带一路建设的大背景下，让中华地标走出国门，通过搭建国际展示平台，整合媒体推介、影视制作、节目专题等手段，重点宣传中国地标产品生产环境优良、人文历史丰富、质量安全可靠等优势，树立地标品牌，推广安全食品，让中国的优质农产品走向世界人民的餐桌。

（五）从资源到资本----储备优质地标品牌项目

10. 地标品牌项目储备

在上级有关单位的指导下，以电视节目评选、网络推荐等多种形式，积极开展地标品牌推荐储备工作。通过举办“中华地标”品牌评定，对全国范围内的优质地标品牌进行筛选和储备。“中华地标”品牌评选覆盖全国，凡是通过初级筛选的地标品牌项目均由中国优农协会地标品牌发展分会进行储备，成为“优质地标品牌储备库”项目，所有储备品牌都可优先申报对接“中华地标品牌振兴计划”实施的其他工作。

11. 金融资本助力“中华地标品牌振兴计划”

筹备设立“中华地标品牌发展公益基金”，定向支持“中华地标品牌振兴计划”的实施。在公益基金的引导下，积极与金融机构、创投机构、产业基金等合作，推动“优势地标产业示范区”、地标产品销售渠道建设等工作，助力地理标志品牌发展。

中国优质农产品开发服务协会地标品牌发展分会

2018年6月13日

抄报：中国绿色食品发展中心

中国优质农产品开发服务协会秘书处 2018年6月14日印发
