

ICS 03.140
CCS A 00

T/AHFIA

团 体 标 准

T/AHFIA 072—2022

谯城花茶 区域公用品牌使用管理规范

Qiaocheng scented tea regional public brand use management specification

2022 - 12 - 07 发布

2022 - 12 - 07 实施

安徽省食品行业协会 发布

前 言

本文件按照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。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由亳州市谯城区药业发展投资有限公司提出。

本文件由安徽省食品行业协会归口。

本文件起草单位：亳州市谯城区花茶产业协会、亳州市谯城区药业发展投资有限公司、亳州市谯城区青年大健康产业协会、安徽青春塘健康产业有限公司、安徽忠瑜堂生物科技有限公司、安徽九州千草药业有限公司、安徽养尚药业有限公司、安徽大桑园生物有限公司、安徽奇珍堂食品有限公司、安徽锦润千草生物科技有限公司、亳州市奈良家生物科技有限公司、亳州市花其道生物科技有限公司、安徽南风之乐茶叶股份有限公司、安徽国科检测科技有限公司。

本文件主要起草人：闫宇、黄岩、祖国伟、王柏森、宋亚乐、马麒麟、孔明、赵群、师葛、李兆琳、唐璐子、黄雪晴、黄敏岚。

雒城花茶 区域公用品牌使用管理规范

1 范围

本文件规定了“雒城花茶”品牌的基本要求、机构与职责、品牌使用申请、监督和品牌保护。本文件适用于“雒城花茶”区域公用品牌管理。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

- GB/T 29185 品牌 术语
- GB/T 39904 区域品牌培育与建设指南
- GB/T 39906 品牌管理要求

3 术语和定义

GB/T 29185、GB/T 39904、GB/T 39906界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

花茶 Scented tea

花茶，也称是代用茶，是选用可食用植物的叶、花、果（实）、根茎等为原料加工制作的、采用类似茶叶冲泡（浸泡）方式供人们饮用的产品。

3.2

“雒城花茶”区域公用品牌 Qiaocheng scented tea regional public brand use management specification

在安徽省亳州市雒城区优越的自然生态环境、历史人文因素的区域，依托特色资源优势在区域特色产业发展的基础上形成的具有市场声誉和影响力的，由相关机构共同使用的，在品牌效益等方面具有共同诉求与行动，使区域形象与区域产品共同发展的花茶类优质品牌。

4 基本要求

4.1 区域公用品牌管理

基本要求包括但不限于以下方面：

- a) 依托雒城区的自然资源、农业、工业发展实际，充分挖掘“雒城花茶”的质量特色与自然因素、人文因素的关联性，发挥“雒城花茶”原产地的地域优势，大力发展“雒城花茶”品牌；
- b) 引导生产规模大、带动能力强的龙头企业强化自身管理，构建原材料品种推广、原材料种养殖、原材料采购控制、生产管理、产品质量安全追溯等全产业链条的生产技术和管理规范；
- c) 以质量安全、地理标志为基础，积极推动“雒城花茶”区域公用品牌标准的制定和实施，提升品牌整体质量和影响力；
- d) 严格品牌的申请、授权审批和使用管理，保障品牌质量；
- e) 依托品牌的多重监督主体，完善品牌的监管体系，维护品牌形象；
- f) 依托不同的载体和渠道，完善品牌的传播推广体系，提高品牌知名度；
- g) 加强文化融合，提升品牌文化内涵。

4.2 企业品牌管理

基本要求包括但不限于以下方面：

- a) 积极申请授权使用区域公用品牌，提升自有品牌价值；
- b) 不断提升自有品牌产品质量和服务水平，增强区域公用品牌生命力；
- c) 其他参考 4.1。

4.3 “**淮城花茶**”品牌包装规范

参见附录A。

5 机构与职责

5.1 淮城区政府专设品牌管理机构，负责品牌运营管理。

5.2 品牌管理机构职责包括但不限于以下几个方面：

- a) 组织企业认定工作；
- b) 制定品牌合作企业及产品目录并按程序对外公布，制定品牌授权企业及产品目录并按程序对外公布；
- c) 对品牌标志使用情况进行监督和管理；
- d) 组织对品牌标志合作使用企业进行评价。

6 品牌使用申请

6.1 准入门槛

6.1.1 企业资料

包括但不限于以下几个方面：

- a) 营业执照；
- b) 企业基本情况介绍；
- c) 法定代表人身份证件；
- d) 注册资金不得低于 100 万元；
- e) 一定金额的质量保证金（非硬性要求，缴纳保证金享有优先宣传等权利）；
- f) 企业近 6 个月营收财务报表；
- g) 特许经营资质证件，如：食品生产许可证；
- h) 市级及以上企业或产品获奖证书；
- i) 产品近一年的检验合格报告。

6.1.2 营业状态

包括但不限于以下几个方面：

- a) 工商登记状态为存续、在业等正常状态且公司实际经营状态正常；非注销、吊销、停业、清算等状况；
- b) 为亳州市内注册公司组织(有限责任公司或股份有限公司)；
- c) 无导致经营中断、破产清算、资金断流、食品安全等司法纠纷案件；
- d) 需有独立应诉能力。

6.1.3 主营业务

主营业务包括中药材种植、生物技术研发及推广、代用茶生产销售、含茶制品和代用茶生产销售。

6.1.4 经营状况

包括但不限于以下几个方面：

- a) 年度主营业务收入 1000 万元及以上；
- b) 年度花茶类产品销售额 500 万及以上；

c) 具有担保能力，有固定资产、流动资产、稳定现金流(100万元)。

6.1.5 公用记录

包括但不限于以下几个方面：

- a) 本企业、关联企业、绝对控股企业无税务重大处罚记录；
- b) 银行信誉状况良好，历史贷款及担保贷款偿还记录良好，无恶性既有债务或有债务逃废或逾期记录；
- c) 本企业、关联企业、绝对控股企业近6个月内无重大失信行为、被执行行为、待决纠纷、金融借贷纠纷等；
- d) 近6个月内市场监督管理局或其他行政部门无重大处罚记录。

6.2 申请程序

6.2.1 评选

品牌管理机构组织评选专家按照相关规定对提出申请的企业和产品进行评选，并提交评选结论。

6.2.2 审定

品牌管理机构对评选推荐的企业和产品进行审定，形成审定意见。品牌管理机构对评选推荐意见进行审批。

6.2.3 公示

6.2.3.1 品牌管理机构将审定结果进行公示，公示时间为10个工作日。

6.2.3.2 对公示期间有重大争议的企业和产品由品牌管理机构根据情况进行处理。

6.3 品牌使用

6.3.1 使用

获得授权的企业及产品应列入目录。品牌管理机构应与通过审定的企业签订品牌使用协议，明确使用期限、开发产品种类、双方权利、法律责任等内容。

7 监督

7.1 日常

每年度组织开展合作企业和产品的市场满意度调查。应对合作企业和产品进行定期审查评价。合作企业应严格遵守、执行品牌管理机构的要求。产品配方要经专家组认定通过方可施行。除企业销售渠道外，品牌管理机构拓宽的销售渠道，合作企业要积极配合参与，不得逾越。严格按照品牌管理机构的要求销售，不做破坏品牌形象的行为，不违反相关规定。

7.2 标志

企业加入“谯城花茶”产业协会，然后与品牌管理机构签订合作协议后方可使用品牌标志，并应按照规定的要求使用品牌标志。未加入协会或者被取消的企业不可使用品牌标志。企业使用品牌标志进行宣传推广时，应通报品牌管理机构。品牌标志合作企业应建立严格的标志使用规定，配专人负责标志使用管理。产品包装、视觉输出（详情参见附录A）要经品牌管理机构审核通过后方可生产。

标志只能用于与合作协议载明的产品，不可扩大使用范围，对外转让、出售、馈赠标志使用权。合作企业在销售类门店设置品牌产品专区的，其专区内销售的产品应100%是合作协议产品种类。企业未按要求使用品牌标志，造成损失的，应要求企业承担相应的赔偿责任。

7.3 变更

合作企业或产品在有效期企业名称或者产品注册商标发生变化的，应在15日内提出申请并持相关证明材料，办理变更手续后方可继续使用品牌标志。

7.4 注销

包括但不限于以下几个方面：

- a) 拒不接受监督检查的；
- b) 产品质量存在由市(含)以上行政监督部门抽检不合格 1 次的；
- c) 官方媒体曝光不良行为的；
- d) 受到行政处罚或有严重违法失信行为的；
- e) 经评价不合格或未按要求使用标志限期整改不达标的；
- f) 发生假冒伪劣、侵犯知识产权行为的；
- g) 其他严重影响品牌声誉的行为的；
- h) 有效期届满，未在规定时间内(3 个月)提出申请的；
- i) 被取消合作的企业，自取消之日起，停止使用品牌标志，原有品牌防伪标签由品牌管理机构收回，统一管理；
- j) 应将被取消合作的企业情况及时向社会公告，被注销的企业两年内不允许再次加入“谯城花茶”产业协会使用品牌标识；
- k) 企业主动放弃品牌标志使用权的，应当向品牌管理机构申请注销。

8 品牌保护

8.1 对擅自使用、仿冒“谯城花茶”区域公用品牌标识及其他损害“谯城花茶”区域公用品牌标识形象和声誉的使用者，由有关职能部门依法追究其侵权行为和法律责任。

8.2 亳州市谯城区政府授权的品牌管理机构负责“谯城花茶”区域公用品牌从生产、批发、零售市场或生产加工企业前的质量安全的监督管理，重点加强对“谯城花茶”区域公用品牌产品生产主体生产基地环境、生产技术规程、标准化管理。

8.3 亳州市谯城区政府授权的品牌管理机构不定期组织有关人员“谯城花茶”公用品牌使用情况进行抽查，发现违规违法的经营主体，取消其使用资格，并将违法的情况移交亳州市执法机关和司法部门，追究其侵权行为和违法行为，具体如下：

- 未经授权擅自使用“谯城花茶”公用品牌的；
- 有以次充好、不按要求管理等弄虚作假行为的；
- 产品质量不达标，消费者反映强烈并造成不良影响和后果的；
- 发生产品质量安全事故及产品质量安全抽检不合格的；
- 有违反相关法律法规行为的。

附录 A

(规范性附录)

“谯城花茶”品牌包装规范

A.1 “谯城花茶” logo



A.2 品牌包装设计规范

A.2.1 包装设计颜色，以芍花红为主。芍花粉和芍花紫为点缀色。午后黄、中药褐、生命绿、都市灰为产品辅助色。

产品主色 毫白芍色系中的亮色	PANTONE Robine Rde C C:22 M:100 C:46 K:0	芍花红 			
产品点缀色 毫白芍色系代表色	C:35 M:100 C:20 K:0 C:0 M:72 C:0 K:0	芍花紫 	芍花粉 		
产品辅助色 现代人的生活方式	C:0 M:45 C:85 K:0 C:25 M:40 C:65 K:0 C:75 M:40 C:100 K:0 C:0 M:0 C:0 K:30	午后黄 	中药褐 	生命绿 	都市灰

A.2.2 思源宋体简体、思源黑体简体、猫啃网风雅宋、江西拙楷是“谯城花茶”专用，免商业版权字体。该字体是“谯城花茶”包装字体选用标准，各适用单位必须使用该标准指导产品包装用字。

专用字体
思源宋体简体
思源黑体简体
猫啃网风雅宋
江西拙楷

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

思源黑简体

Qiao Cheng Flower Tea

猫啃网风雅宋

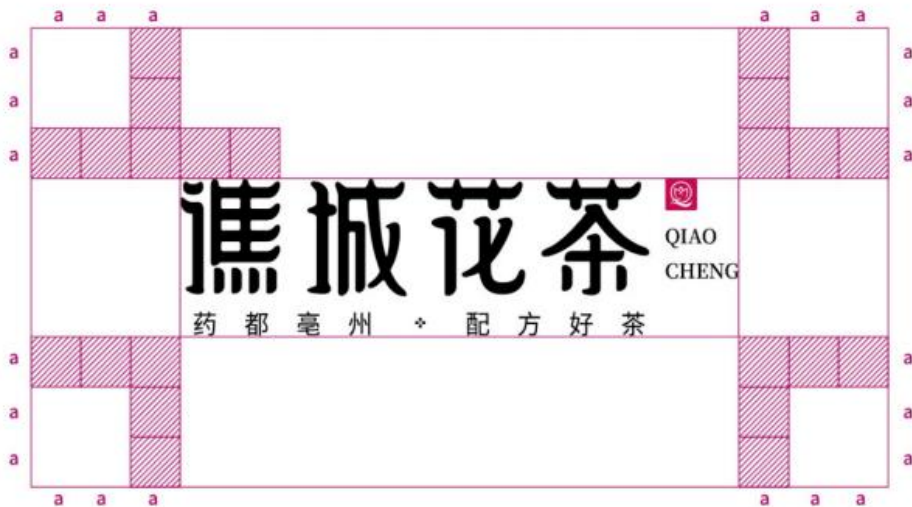
Qiao Cheng Flower Tea

江西拙楷

Qiao Cheng Flower Tea

A. 2.3 设定“谯”字宽度为 $2a$ ，logo到左右两边距离应不小于 $3a$ ，到上下两边距离应不小于 $3a$ 。该规范是“谯城花茶”logo在包装上的应用标准，各适用单位必须使用该标准指导产品上的logo应用。

谯城花茶logo,在包装使用中到边缘的安全距离



A. 2.4 “谯城花茶”品牌logo必须永远在左上角，且宽度不能大于整体宽度的 $1/2$ ，企业自由品牌logo，不能大于“谯城花茶”品牌logo，版面除logo之外皆为自主创作区，各单位可根据需求在规范范围内自由创作。该设计构图是“谯城花茶”包装设计构图标准，各适用单位必须使用该标准指导产品包装设计。

