

# 吉林省粮食和物资储备局

## 吉林省粮食和物资储备局关于组织 评选吉林粮食品牌发展名录的通知

各市（州）粮食和物资储备局，梅河口粮食和物资储备局：

为推动吉林粮食产业高质量发展，现按照《2026年吉林大米和吉林鲜食玉米品牌建设行动方案》（吉粮米联[2026]5号）要求，以及2月13日《玉亭省长交办事项清单》“省粮储局牵头负责杂粮杂豆产业发展有关工作”指示，对吉林大米、鲜食玉米、杂粮杂豆地理标志品牌、企业品牌进行评选，**扩充吉林粮食品牌发展名录（2025年已入选的无需重复申报）**。具体事宜通知如下：

### 一、评选目的

确定重点培育的吉林粮食地理标志品牌、企业品牌名单。在品牌宣传、营销推介、项目建设、招商引资等方面进行重点支持。

### 二、参评对象

吉林大米、鲜食玉米、杂粮杂豆地理标志品牌和企业品牌。

### 三、评选流程

（一）申报。按照《吉林粮食品牌培育发展实施办法》，各市（州）粮食和物资储备部门组织地理标志和企业品牌分别填报对应的《吉林粮食品牌培育发展申报书》，地理标志品牌和企业品牌向各市（州）粮食和物资储备部门提交初审材料。申报材料详见附件 2 和附件 3。

（二）初审。市（州）粮食和物资储备部门对申请材料的真实性、完整性、合法性进行审查。通过初审的资料汇总后，**于 4 月 2 日前**纸质版以正式文件报送省粮食和物资储备局，并将**初审结果和吉林粮食品牌培育发展申报书电子版**发至指定邮箱。初审不合格的，需向地理标志品牌和企业说明原因。

（三）复审。省粮食和物资储备局委托专家评审并出具评审意见。经专家评审认定确有必要的，组织专家对地理标志和企业品牌进行现场审查。

（四）公示。由省粮食和物资储备局向社会公示《吉林粮食品牌发展名录》，公示期为 5 个工作日。

#### 四、相关要求

（一）加强组织。各地要将组织好本地区内优秀的地理标志、企业品牌进行申报，坚持高标准，严格把关，规范程序，各地特别要对申报内容的真实性和规范性进行审查。

（二）加强培育。建立品牌梯次培育机制，优选产业基础优、品牌建设意愿强、品牌发展前景好的头部品牌，在政策扶持、宣

传推介、渠道开拓等方面进行重点扶持。

(三) 加强管理。纳入《吉林粮食品牌发展名录》的品牌，**有效期为3年**。有效期内如发现虚假申报或存在违法违规等行为，一经查实，立即撤销。

联系人：高帆 吴素煌

电 话：18946618153 19843485865

邮 箱：3233293480@qq.com

邮寄地址：长春市朝阳区西民主大街 725 号

- 附件：1.吉林粮食品牌培育发展实施办法  
2.吉林粮食品牌培育发展目录申报书（地理标志品牌）  
3.吉林粮食品牌培育发展目录申报书（企业品牌）





## 附件 1

# 吉林粮食品牌培育发展实施办法（试行）

## 第一章 总则

第一条 为加强吉林省粮食品牌建设，建立健全品牌培育、发展和保护机制，努力打造一批信誉好、忠诚度高、竞争力强、影响力大的粮食品牌，形成“公用品牌+地理标志品牌+企业品牌+产品品牌”的品牌矩阵，切实发挥品牌对产业高质量发展的引领作用，推动乡村振兴和富民增收，结合我省实际，制定本办法。

第二条 本办法中吉林省粮食品牌主要为大米、鲜食玉米、杂粮杂豆品类的地理标志品牌和企业品牌。是省内的粮食生产经营主体在其产品上使用的，用以区别其他同类和类似粮食产品或企业的名称及其标志。

第三条 坚持政府引导、市场主导，品质支撑、品牌引领，共育共享、动态管理、梯次培养，分类别分阶段实施。

第四条 吉林省粮食和物资储备局建立粮食品牌建设推进机制，组织开展品牌征集、遴选、培育等工作，加强与省级有关部门、各级粮食和储备部门、品牌建设主体的联系协调。

各级粮食和储备部门应重视粮食品牌建设，塑强吉林大米、



鲜食玉米、杂粮杂豆品牌，组织发动各品牌主体申报。通过评选后的地理标志品牌和企业品牌纳入吉林粮食品牌发展名录（以下简称“名录”），加强对目录的粮食品牌的培育发展和扶持保护。

## 第二章 申报条件

### 第五条 地理标志品牌申报基本条件：

1. 主体条件。品牌所有者是当地政府或其正式授权的实际运营者，在吉林省内依法设立登记的法人或其他组织，依法依规生产经营，有良好的维护品牌培育、保护和发展的能力。

2. 品牌条件。品牌取得合法有效的商标注册证明（如集体商标、证明商标）、地理标志（农业农村部的农产品地理标志登记证书或国家知识产权局的地理标志保护产品证书），拥有完善的品牌管理办法，拥有鲜明的品牌标志、标识语等。当地政府出台培育、促进、扶持区域公用品牌建设的意见、政策或方案。

3. 产业条件。产业基础扎实，主要产业基地（园区）实施标准化生产，具有一定规模。产业发展条件好，区域公用品牌授权的主体至少拥有1个省级及以上农业产业化重点龙头企业、农民专业合作社示范社、示范家庭农场、专精特新企业等不同称号之一。产业辐射带动能力强，区域公用品牌授权的主体不少于5户，能够与农户建立利益联结关系，有利于农民增收。

4. 产品条件。产品质量高，区域公用品牌授权的产品中，具有获得绿色食品、有机农产品、地理标志农产品、名特优新农产

品、良好农业规范（GAP）认证之一且在有效期内。

**第六条 企业品牌**申报基本条件：

1. 主体条件。在登记机关依法登记，具有独立法人资格，注册地、生产种植及其初加工产品产地在吉林省境内，具有市级及以上农业产业化重点龙头企业、农民合作社示范社、示范家庭农场、专精特新企业等称号之一。有完整品牌培育体系或制度，注重品牌形象塑造、推广和保护。积极履行社会责任，推进三产融合发展，经济效益、生态效益、社会效益同步提高。

2. 品牌条件。取得合法有效的商标注册证书，商标注册人为申报单位，商标使用 3 年（含）以上。有品牌培育管理机制，具有品牌形象、用语、标识。按标准组织生产，符合国家、省相关产业政策、法律、法规的规定；质量管理体系健全、运行有效，取得相应的认证许可资质。申请企业 3 年内无不良诚信记录 and 产品质量安全事故，1 年内无产品质量安全处罚。

3. 产品条件。获得绿色食品、有机农产品、地理标志农产品、良好农业规范（GAP）认证之一且在有效期内。

**第七条** 除具备上述基本条件外，有下列情形之一的，优先征集：

1. 产业基础扎实。依托粮食生产功能区、现代农业园区、农业科技园区、特色农产品优势区等省级及以上平台载体创建，以及特色产业集群、品牌强镇工程、精品工程等省级农业建设项目，

对当地经济社会发展具有较大贡献的。

2.品牌美誉度高。品牌或品牌产品获得省部级及以上奖项或认证的。获评“吉致吉品”的。

3.创新能力突出。拥有重大技术创新成果、拥有一定数量专利权，并实现创造新需求和新市场的。

4.已纳入《中国农业品牌目录》《农业农村部农业品牌精品培育名单》。

5.地方政府支持力度大，具有品牌建设资金、政策或项目支持。

第七条 有下列情形之一的不予征集：

1.在申报工作中隐瞒真实情况、提供虚假材料的。

2.近3年品牌产品出现抽检不合格或发生质量安全事件的。

3.近3年内发生重大生产安全、环境保护等事件，或存在知识产权侵权行为、品牌主体不良信用记录的。

4.其他严重违反法律法规的行为。

### 第三章 申报流程

第八条 申报遵循自愿、公开、公正、公益原则。凡符合申报条件的主体，均可通过属地粮食和储备部门申报，按照以下程序提交申请材料。

1.填写《吉林粮食品牌培育发展申报书》，并提供相关说明性、证明性材料，签署承诺书、加盖印章，提交属地粮食和储备



部门审核。

2.市级粮食和储备部门对各类主体提供的申请材料进行详细审核（包括真实性、准确性、完整性等），研究提出意见。同意推荐的，签署书面意见，加盖单位公章，报送省粮食和储备局。

3.省粮食和储备局组织专家或专业机构，对报送材料进行审验，必要时可组织现场调查，形成评价意见和公示名单。公示名单面向社会公示5个工作日，公示无异议的，入选吉林粮食品牌发展名录。

第九条 建立品牌发展目录退出机制，出现以下情形之一的品牌，一经发现，立即清退，且3年内不得再次申报：

- 1.出现本办法第八条所列情形。
- 2.品牌产品生产管理出现重大问题，停产一年（含）以上的；消费者反映强烈、投诉较多、媒体曝光、满意度明显下降的。
- 3.拒不配合监督检查的。
- 4.主体条件、品牌条件、产品条件发生重大变化达不到推选基本条件等其他需要退出目录的情形。
- 5.其他需要退出目录的情形。

#### 第四章 培养机制

第十条 建立品牌梯次培育机制，优选产业基础优、品牌建设意愿强、品牌发展前景好的头部品牌进行重点扶持，打造一批市场竞争力强、占有率高、带动作用明显的地理标志品牌、企业

品牌。

第十一条 省粮食和储备局适时组织专家或委托第三方机构对入选目录品牌开展不定期评估评价。确保各项政策措施得到有效执行，并根据实际情况适时调整策略。**品牌发展目录实行动态管理，有效期为3年。**

第十二条 品牌经营主体获准可以在其产品及包装、说明书、广告宣传等经营活动中规范使用吉林大米、鲜食玉米、杂粮杂豆品牌标识（小包装产品符合中高端定位）。分级分类产品可以获准使用“品牌身份证”。

第十三条 加大目录品牌培育建设力度，积极协调有关部门在政策制定、项目建设、规划指导等方面，对目录品牌及相关主体给予支持。

第十四条 加强目录品牌宣传力度，开展全媒体公益宣展活动，在传统媒体、新媒体等平台，通过视频、图文、溯源进行宣传推广，突出品牌特色，讲好品牌故事，树立品牌形象，提高品牌传播声量。

第十五条 加大目录品牌的展示推介力度，积极组织和支持目录品牌参加各类展会、展示展销、产销对接、贸易洽谈、宣传推介、人才培养、价值评估等活动。支持头部品牌开展专场（专题）推介活动。

第十六条 加强目录品牌渠道开拓力度，与企事业单位、大

型商超、供应链企业、社区团购、电商平台等线下线上流通渠道的合作，促进品牌产品与市场紧密对接，持续提升目录内品牌的市场影响力、竞争力和品牌价值。

第十七条 建立吉林粮食品牌发展激励机制，对在品牌打造、营销推广、产品分级等成绩优异、支撑有力的品牌经营主体予以支持，促进企业发展。

## 第五章 附则

第十八条 本办法由吉林省粮食和物资储备局负责解释。



附件 2

吉林粮食品牌培育发展申报书  
(地理标志品牌)

品牌名称: \_\_\_\_\_

地 市: \_\_\_\_\_

申报单位: \_\_\_\_\_

填报日期: \_\_\_\_\_

## 填表说明

1. 单位名称：填写单位名称全称。
2. 品牌名称：地理标志品牌名称。
3. 产品类别：吉林大米、鲜食玉米、杂粮杂豆。
4. 商标注册情况：取得合法有效的商标注册，商标名称要与申报品牌名称一致。
5. 附件要求：附件作为佐证材料，单张照片不超过 3 M、品牌 LOGO 不超过 10 M、文件（仅限 PDF 格式）不超过 20 M、视频（仅限 MP4 格式）不超过 50 M。每个填报项附件数量不超过 5 个。在填写数据项时，请注意计量单位并保留至小数点后 2 位数。

# 申报书

(\*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	
	主要负责人		手机号	
	联系人		手机号	
	固定电话		电子邮箱	
	通信地址			
*品牌名称				
*行业类别		<input type="checkbox"/> 政府机关 <input type="checkbox"/> 社会团体		
*产品类别		<input type="checkbox"/> 吉林大米 <input type="checkbox"/> 鲜食玉米 <input type="checkbox"/> 杂粮杂豆		
*基本 要素	商标注册 情况	<input type="checkbox"/> 注册商标 (附件) 持有人: _____ 证书编号: _____ 是否在有效期内: <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 注册时间: _____		
	区域特色 认证 (至 少一项)	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: <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否		
	品牌 管理	实施品牌授权管理, 制定品牌授权管理办法 文件名称: _____ (附件)		



	产业基础	是否有 A 国家级绿色食品原料（水稻）标准化生产基地 B 现代农业产业园区 C 农业科技园 D 特色农产品优势区等农业建设项目  _____（名称），_____（个数）。 附件：具体情况
	获奖情况	地理标志获得省部级及以上获奖或认证的 _____项，具体_____（附件）。
*区域优势	产地范围	（精确到省、市、县三级）
	产地环境资源优势	（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）
	种植历史	（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）
*产业优势	产业规模	2025 年，生产规模_____（万亩），同比增加（□减少）_____%； 总产量_____（万吨），同比增加（□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（□减少）_____%； 年销售额_____（万元），同比增加（□减少）_____%； 产品出口额_____（万元），同比增加（□减少）_____%； 全产业链产值_____（万元），同比增加（□减少）_____%
	省级以上产业园区建设情况	<input type="checkbox"/> 有，请列举_____（附件） <input type="checkbox"/> 无

	产业可持续发展	品牌所在区域纳入省级及以上生态保护、绿色发展等示范区、先行区等 <input type="checkbox"/> 有，_____（附件） <input type="checkbox"/> 无
品牌竞争力	品种竞争力	品种情况 <input type="checkbox"/> 通过新品种审定、登记数量_____个（附件） <input type="checkbox"/> 拥有有效植物新品种权数量_____个（附件）
		*质量认证（至少有1项） <input type="checkbox"/> 授权使用主体有_____家通过绿色食品认证并在有效期内，占全部授权使用主体比例_____%（附件不超过5个认证证书） <input type="checkbox"/> 授权使用主体有_____家通过有机农产品认证并在有效期内，占全部授权使用主体比例_____%（附件不超过5个认证证书） <input type="checkbox"/> 授权使用主体有_____家通过良好农业规范（GAP）认证并在有效期内，占全部授权使用主体比例_____%（附件不超过5个认证证书）
	品质竞争力	*按标生产 品牌产品标准化生产占比_____%（附件）
		产品外在特征描述 （重点描述产品外在感官特征，包括但不限于形状、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、检测报告 （附件，图片须能同时体现品牌名称和产品特性，也可包括手绘或文创图片，3—5张；检测报告须反映产品内在营养品质特征情况）

	科技创新	<p>创新成果得到相关部门认定</p> <p><input type="checkbox"/>有（<input type="checkbox"/>国家级    <input type="checkbox"/>省级）（附件）                      <input type="checkbox"/>无</p> <p>与高校或科研单位合作建立产学研一体化平台</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p>
	文化赋能	<p>*品牌故事</p> <p>（包括但不限于品牌创建历程、历史渊源、品牌文化、品牌核心人物等要素，2000 字以内）</p> <hr/> <p>品牌文化推广</p> <p>品牌来自重要农业文化遗产所在地</p> <p><input type="checkbox"/>有，名称_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p> <p>建立品牌博物馆、展览馆、档案馆、体验馆等</p> <p><input type="checkbox"/>有，数量_____个，具体名称_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p> <hr/> <p>品牌文化交流</p> <p>制作书籍、影视等文化产品</p> <p><input type="checkbox"/>有，产品名称（不超过 3 个）_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p> <p>举办或参与论坛研讨、产销合作等品牌文化交流活动</p> <p><input type="checkbox"/>有，活动名称（不超过 3 个）_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p>
品牌发展力	*政策扶持	<p>政府部门近三年安排品牌专项资金情况（单位：万元）</p> <p>2023 年：_____2024 年：_____2025 年：_____</p> <p>政府部门建立品牌激励机制</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p> <p>政府部门制定品牌保护政策、工作机制（明确负责人）</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p> <p>政府部门提供信息服务、人才培养、技术服务等情况</p> <p><input type="checkbox"/>有，具体内容_____（附件）    <input type="checkbox"/>无</p>



品牌 管理	<p>品牌持有主体建立品牌管理运营机构</p> <p><input type="checkbox"/>有，机构名称：_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>品牌运营情况</p> <p><input type="checkbox"/>自我运营 <input type="checkbox"/>聘请专业机构运营，机构名称：_____</p> <p>品牌持有主体制定品牌管理制度规范</p> <p><input type="checkbox"/>有，_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p>
	<p>*品牌授权情况</p> <p>授权使用主体总数_____个，其中：</p> <p>国家级农业产业化龙头企业_____家（附件）</p> <p>省级农业产业化龙头企业_____家（附件）</p> <p>国家级农民专业合作社 _____家（附件）</p> <p>省级家庭农场_____家（附件）</p> <p>专精特新企业_____家（附件）</p>
	<p>品牌自我保护措施</p> <p><input type="checkbox"/>有，_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>品牌危机处理机制</p> <p><input type="checkbox"/>有，_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p>
服务 水平	<p>开展顾客满意度调查</p> <p><input type="checkbox"/>有，_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>建立售后服务管理制度，包括客户服务监督机制、客户投诉处理机制等</p> <p><input type="checkbox"/>有，_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p>

附件 3

吉林粮食品牌培育发展申报书  
(企业品牌)

品牌名称: \_\_\_\_\_

地 市: \_\_\_\_\_

申报单位: \_\_\_\_\_

填报日期: \_\_\_\_\_

## 填表说明

- 1.单位名称：填写单位名称全称。
- 2.品牌名称：企业品牌名称。
- 3.产品类别：吉林大米、鲜食玉米、杂粮杂豆。
- 4.商标注册情况：取得合法有效的商标注册，商标名称要与申报品牌名称一致。
- 5.附件要求：附件作为佐证材料，单张照片不超过 3 M、品牌 LOGO 不超过 10 M、文件（仅限 PDF 格式）不超过 20 M、视频（仅限 MP4 格式）不超过 50 M。在填写数据项时，请注意计量单位并保留至小数点后 2 位数。

# 申报书

(\*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	
	主要负责人		手机号	
	联系人		手机号	
	固定电话		电子邮箱	
	通信地址			
*品牌名称				
*行业类别		<input type="checkbox"/> 种植业 <input type="checkbox"/> 加工业 <input type="checkbox"/> 商贸业		
*产品类别		<input type="checkbox"/> 吉林大米 <input type="checkbox"/> 鲜食玉米 <input type="checkbox"/> 杂粮杂豆		
*基本 要素	商标注册 情况	<input type="checkbox"/> 注册商标(附件) 持有人: _____ 证书编号: _____ 是否在有效期内: <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 注册时间: _____		
	质量管理	质量管理体系: <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无 具体情况: (附件)		
		质量可追溯情况: <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无 具体情况: (附件)		
	产品情况	分级分类产品: <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无 具体情况: (附件)		
		营养性功能型产品: <input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 无 具体情况: (附件)		
		产品梯队: 企业销量最大的前三款产品(10kg以下非编织袋包装)-----, 年销量-----, 年销售额分别为-----。 企业利润最高的前三款产品(10kg以下非编织袋包装)-----, 年销量-----, 年销售额分别为-----。		
		获得绿色食品/有机农产品/地理标志农产品/GAP认证之一且在有效期内。 具体情况: (附件)		



	组织管理	是否是联盟企业： <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
	企业荣誉	1.企业获得省级及以上荣誉 2.吉致吉品 具体情况： (附件)
	征信记录	
	科技创新	科技创新及专利： 具体情况： (附件)
品牌竞争力	品种竞争力	品种情况 <input type="checkbox"/> 通过新品种审定、登记数量_____个 (附件) <input type="checkbox"/> 拥有有效植物新品种权数量_____个 (附件)
	品质竞争力	品质保障 品牌使用主体具备冷链物流基础设施情况 <input type="checkbox"/> 有，产地冷链物流基础设施建设情况： _____个设施 (附件) <input type="checkbox"/> 无 品牌授权使用主体参与农产品产地市场体系建设情况 <input type="checkbox"/> 有， _____ (附件) <input type="checkbox"/> 无
	科技创新	提供产品特性特点图片和检测报告 (附件，图片须能同时体现品牌名称和产品特性，也可包括手绘或文创图片，3—5张；检测报告须反映产品内在营养品质特征情况) 创新成果得到相关部门认定 <input type="checkbox"/> 有 ( <input type="checkbox"/> 国家级 <input type="checkbox"/> 省级 ) (附件) <input type="checkbox"/> 无 与高校或科研单位合作建立产学研一体化平台 <input type="checkbox"/> 有，列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无
品牌发展力	品牌管理	品牌自我保护措施 <input type="checkbox"/> 有， _____ (附件) <input type="checkbox"/> 无 品牌危机处理机制 <input type="checkbox"/> 有， _____ (附件) <input type="checkbox"/> 无
	服务水平	开展顾客满意度调查 <input type="checkbox"/> 有， _____ (附件) <input type="checkbox"/> 无 建立售后服务管理制度，包括客户服务监督机制、客户投诉处理机制等 <input type="checkbox"/> 有， _____ (附件) <input type="checkbox"/> 无

品牌影响力		<p>*品牌识别</p> <p><input type="checkbox"/> 品牌标识 (LOGO) _____ (附件)</p> <p>品牌标识解读: _____</p> <p><input type="checkbox"/> 品牌标语 _____</p> <p>品牌标语解读: _____</p> <p><input type="checkbox"/> 品牌视频</p> <p>视频名称: _____ (附件, 不超过 50M)</p>
品牌影响力	品牌认知度	<p>媒体宣传推广 (填写媒体名称、报道题目, 5 条以内)</p> <p>国家级主流媒体宣传</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p> <p>省级主流媒体宣传</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p> <p>自媒体平台宣传</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p>
		<p>产销地环境宣传</p> <p>户外广告</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p> <p>城市移动户外传媒</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p> <p><input type="checkbox"/> 其他, 列举_____ (附件)</p>
		<p>产品独特包装及文创用品</p> <p><input type="checkbox"/> 有, 列举_____ (附件) <input type="checkbox"/> 无</p>

	品牌 知名度	<p>*品牌接触点</p> <p>线下主要销售渠道销售额_____万元，占比_____%，其中：</p> <p><input type="checkbox"/>批发市场销售额_____万元，占比_____%</p> <p><input type="checkbox"/>连锁商超销售额_____万元，占比_____%</p> <p><input type="checkbox"/>专卖店销售额_____万元，占比_____%</p> <p><input type="checkbox"/>其他（列举_____）</p> <p>线上主要销售渠道销售额_____万元，占比_____%，其中：</p> <p><input type="checkbox"/>自建官方平台销售额_____万元，占比_____%，官方平台名称_____</p> <p><input type="checkbox"/>电商平台销售额_____万元，占比_____%，列举官方旗舰店名称_____</p> <p><input type="checkbox"/>短视频与直播平台销售额_____万元，占比_____%，列举官方旗舰店名称_____</p> <p><input type="checkbox"/>其他（列举_____）</p>
	品牌 美誉度	<p>品牌营销推广</p> <p>2025 年举办或参与省级及以上展会营销推介活动</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举（注明规模）_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>2025 年举办品牌专场推介活动</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举（注明规模）_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p>
		<p>获得省部级及以上政府部门颁发的荣誉或称号（5 项以内）</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>获得国际权威机构颁发的荣誉或称号（5 项以内）</p> <p><input type="checkbox"/>有，列举_____（附件） <input type="checkbox"/>无</p> <p>2025 年大型电商等平台同品类销售排行（仅列举排名最高的 1 个平台）</p> <p>平台名称_____</p> <p>销售额_____万元</p> <p>同品类排行名次_____</p>

品牌 带动力	推动产业 发展	企业品牌溢价率 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 <sup>1</sup> 为_____ %
其他 重要 补充 材料 说明		

1 品牌溢价率 = ( 区域公用品牌产品市场终端平均价格 - 成本价格 ) / 成本价格 × 100%