

牟定县电子商务工作领导小组文件

牟电商组发〔2021〕11号

牟定县电子商务工作领导小组 关于印发牟定县农产品网货化流通标准的 通知

各乡（镇）人民政府，县直有关部门：

经牟定县电子商务工作领导小组研究同意。现将《牟定县农产品网货化流通标准》印发给你们，请认真抓好贯彻落实。

牟定县电子商务工作领导小组办公室
(牟定县工业信息化商务科学技术局代章)

2021年11月5日



牟定县农产品网货化流通标准

第一部分 总体原则

一、总则

第一条为加强和规范线上流通经营过程中网货化标准，特制定本规范。

第二条本规范适用于所有线上经营主体或销售平台从事农产品线上经营活动的主体单位。

第三条经营主体应当按照本规范从事线上经营以及流通环节，建立标准化的流通体系。鼓励和支持经营主体采用高于或严于本规范要求的农产品流通技术和管理规范。鼓励主体按照风险控制原则，进行自行检验或委托检验。

第四条经管主体应直接或间接参与农产品流通中的网货产品标准化制度的制定、执行和修订工作。

二、选品标准

产品本身

- 1.本身属性是否符合用户刚需。
- 2.满足用户需求。
- 3.产品在市场上占有率、销售量、预估目前市场容量。
- 4.产品供应情况是否能满足产品销售上的支持。
- 5.价格利润，预计可能推广的各种费用。
- 6.产品的包装设计、产品质量风险评估等是否有权威部门的检测和认证。

市场竞品数据

1.通过阿里指数、百度指数、热销榜等第三方工具查看产品类目营销数据和热度,看市场时间和需求。

2.查询该类目该货品前三甲和同水平(销量转化差不多)的店铺目前货品销量、图片、详情、评价等情况,看产品是否可能超越同类产品,或者测量该产品的销售量。

3.如果是长期监测的或者通过第三方监测查询货品或同质化商品的营销周期、价格、质量等维度评估对比,是否打造优势。

巧测试

新品上线前通过自然上架后 3-7 天内流量和转化数,在不干预情况下。

通过把新品分别发给社群、购物车等老用户,看评估或下单情况,看有没有消费潜力。

通过小范围的预定、认筹等方式测试,通过直通率或钻石展位单一精准少量消费测试,看转化情况。

看渠道

1.产品是否能在全渠道或者用户所在的场景下能够直接触达,避免禁区或无法推广。

2.预估如果要打这款货品,要通过哪些渠道,每个渠道成本围绕数据来说,就是高点击、高转化、高效率、高排名、高利润,性价高等测试。

知识产权

3.研发自己的生产(采购)上游标准化体系。主体公司要研发属于自己的知识产权。

三、包装标准

4.包装基本的要求是箱子内要实不能有空隙,标准是无晃动声并用力摁箱子的接缝口而不至于胶带脱落,同时是要考虑到从2米高度自然坠地确保不至于损坏。

5.涉及空运的物品的包装要特别加强,公路运输一般就1-2次装卸,而空运则可能会有6-7次的装卸过程。

6.单件重置不超过50kg;标杆类货物的单件长度不得超出180cm;板类货物长宽相加不得超出150cm;对于过小的物品最小包装不能小于运单大小。

7.严格禁止子母包发运(指2个独立的物品通过简单捆绑、缠绕方式组合到一起成为一件物品)。

8.一般不怕摔和软质的物品(衣物、包、毛绒玩具)可以采用塑料袋(快递包装袋)包装方式降低运输成本,但是要注意封口。

9.所有的内件物品先用塑料薄膜或塑料纸先做一层包装。

10.对于本来带有销售包装的物品,一般商家都已考虑到运输的风险,可以在外面加包1层发泡薄膜后再加2-3层牛皮纸并用胶带反复缠绕即可。

11.自己包装时可以根据内件物品的不同情况选择3层或5层箱,为了降低成本可以通过团购的方式定制一批不同规格的纸箱。

12.对于自己包装的一般物品,可以准备些废旧报纸撕开揉碎了在箱内做垫充,用海绵或泡沫塑料碎片则更好。

13.圆桶状物品的外包装不得短于内件，尺寸较长且易折断的物品应内衬坚实圆棍或硬质塑料的圆桶作为外包装物。此外，没有严格的按照包装要求的标准做将有可能导致得不到赔偿，需要根据不同快递公司规章制度行事。

四、生产者标准

根据《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号)、《国务院关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》(国发〔2015〕50号)和《国务院办公厅关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》(国办发〔2015〕95号)针对农副产品质量安全追溯的要求，通过建立健全本地区消费品质量安全监管、追溯、召回制度，实现产品“生产可记录、安全可预警、源头可追溯、流向可跟踪、信息可存储、身份可查询、责任可认定，产品可召回”的智能化质量安全监管和产品身份信息大数据云平台，实现对区域公用品牌的保护、帮助农产品更好的上行，同时满足汉阴县政府对于企业行为监管的需求。对生产、销售、餐饮服务各环节实施最严格的全过程管理，强化生产经营者主体责任、完善追溯制度。

将线上销售的区域农产品纳入质量安全追溯监管云平台，定位“互联网+溯源”模式

本区域包括重要农副产品接入防伪溯源质量保障体系，实现“一品一码”身份监管，通过产品身份证防伪溯源功能，逐步建成统一监管、统一认证、统一规范的产品质量监管体

系，为地标性产品、优质产品、知名品牌等重要产品保驾护航。

树立本区域特色产品原产地品牌统一形象，打击不法商家滥用特色品牌和外地产品滥竽充数，实现每件优质产品可追溯、可召回，强化本区域品牌意识，提升品牌影响力和溢价空间。

搭建重要产品大数据云平台，为政府、企业提供消费用户数据参考，有利于政府监管和提高企业经营管理水平。

第二部分单体标准

冬桃

(一)选品

中果 150-200g/单果

大果 200-300g/单果

特大果 300-350g/单果

(二)规格 1KG、2.5KG、3KG

(三)包装

纸箱、盒装、网套、珍珠棉、泡沫

- 1.单果网套包裹防止火龙果在箱体中晃动碰撞
- 2.多层瓦楞纸箱中可用珍珠棉内衬固定或增加固定旧报纸等使箱体结实不空
- 3.外箱子需留有通风小孔,避免水果运输中闷坏

4.礼盒纸箱外套两层气柱保护,避免碰撞压垮.或套纸箱快递

5.秋冬季,不耐寒水果防止冻伤,采用泡沫箱保温装,以保证水果新鲜.

(四)运输

三通一达,有特殊要求发其他快递

(五)售后

坏果包赔售后无忧

1.关于退货:收到坏果,请在签收后 24 小时内联系客服处理,超过 24 小时不予以处理。

2.关于赔付:因买家地址不详,有误,电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质,不予以赔偿。

3.理赔标准:单价乘以损坏数量,单价计算方法:产品售价除以总个数=单个数量 4.注意:由于运输颠簸导致果子有小部分破损,按破损区域酌情理赔,不影响食用的不在理赔范围内。

5.关于损耗:水果在运输途中会有水分蒸发流失,收到后重量会稍有流失,重量误差 100g 左右为不赔付范围。因买家地址太偏/快递超/需自提不及时自提,导致派送时间过长,水果变质,不予理赔,请偏远地区的买家,慎重购买。

6.关于拒收:以快递慢不新鲜不想要等理由单方面拒收,卖家不承担责任,因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围。坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照,一切需与图片凭证为准、不接受无图片、逾期联系、个人主观

喜好、吃完再拍照过来以味道差、果子外观欠美观等理由的理赔诉求。

猕猴桃

(一)选品 红心猕猴桃

中果 90-110g/单果

大果 110-130g /单果

特大果 130-150g/单果

(二)规格 3KG、4KG、5KG

(三)包装

纸箱、盒装、网套、珍珠棉、泡沫

单果网套包裹防止猕猴桃在箱体中晃动碰撞

多层瓦楞纸箱中可用珍珠棉内衬固定或增加固定旧报纸等使箱体结实不空

外箱子需留有通风小孔,避免水果运输中闷坏

礼盒纸箱外套两层气柱保护,避免碰撞压垮.或套纸箱快递

秋冬季,不耐寒水果防止冻伤,采用泡沫箱保温装,以保证水果新鲜.

(四)运输

三通一达,有特殊要求发其他快递

(五)售后

坏果包赔售后无忧

1.关于退货:收到坏果,请在签收后 24 小时内联系客服处理,超过 24 小时不予以处理。

2.关于赔付:因买家地址不详,有误,电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质,不予以赔偿。

3.理赔标准:单价乘以损坏数量, 单价计算方法:产品售价除以总个数=单个数量 4.注意:由于运输颠簸导致果子有小部分破损,按破损区域酌情理赔,不影响食用的不在理赔范围内。

5.关于损耗:水果在运输途中会有水分蒸发流失,收到后重量会稍有流失,重量误差 100g 左右为不赔付范围。因买家地址太偏/快递超/需自提不及时自提,导致派送时间过长,水果变质,不予理赔,请偏远地区的买家,慎重购买。

6.关于拒收:以快递慢不新鲜不想要等理由单方面拒收,卖家不承担责任,因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围。坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照,一切需与图片凭证为准、不接受无图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以味道差、果子外观欠美观等理由的理赔诉求。

软籽石榴

(一)选品 突尼斯软籽石榴

中果 350~400 克

大果 400~500 克

特大果 500~600 克

(二)规格 3KG、4KG、5KG

(三)包装

纸箱、盒装、网套、珍珠棉、泡沫

单果网套包裹防止石榴在箱体中晃动碰撞

多层瓦楞纸箱中可用珍珠棉内衬固定或增加固定旧报纸等使箱体结实不空

外箱子需留有通风小孔,避免水果运输中闷坏

礼盒纸箱外套两层气柱保护,避免碰撞压垮.或套纸箱快递

秋冬季,不耐寒水果防止冻伤,采用泡沫箱保温装,以保证水果新鲜.

(四)运输

三通一达,有特殊要求发其他快递

(五)售后

坏果包赔售后无忧

1.关于退货:收到坏果,请在签收后 24 小时内联系客服处理,超过 24 小时不予以处理。

2.关于赔付:因买家地址不详,有误,电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质,不予以赔偿。

3.理赔标准:单价乘以损坏数量, 单价计算方法:产品售价除以总个数=单个数量 4.注意:由于运输颠簸导致果子有小部分破损,按破损区域酌情理赔,不影响食用的不在理赔范围内。

5.关于损耗:水果在运输途中会有水分蒸发流失,收到后重量会稍有流失,重量误差 100g 左右为不赔付范围。因买家地址太偏/快递超/需自提不及时自提,导致派送时间过长,水果变质,不予理赔,请偏远地区的买家,慎重购买。

6.关于拒收:以快递慢不新鲜不想要等理由单方面拒收,卖家不承担责任,因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围。坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照,一切需与图片凭证为准、不接受无图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以味道差、果子外观欠美观等理由的理赔诉求。

沃柑

(一)选品 沃柑

标准 55-65CM 直径

大果 65-70CM 直径

特大果 70-80CM 直径

(二)规格 1.5KG、2.5KG、4.5KG

(三)包装

纸箱、盒装、网套、珍珠棉、泡沫

单果网套包裹防止沃柑在箱体中晃动碰撞

多层瓦楞纸箱中可用珍珠棉内衬固定或增加固定旧报纸等使箱体结实不空

外箱子需留有通风小孔,避免水果运输中闷坏

礼盒纸箱外套两层气柱保护,避免碰撞压垮.或套纸箱快递

秋冬季,不耐寒水果防止冻伤,采用泡沫箱保温装,以保证水果新鲜.

(四)运输

三通一达,有特殊要求发其他快递

(五)售后

坏果包赔售后无忧

1.关于退货:收到坏果,请在签收后 24 小时内联系客服处理,超过 24 小时不予以处理。

2.关于赔付:因买家地址不详,有误,电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质,不予以赔偿。

3.理赔标准:单价乘以损坏数量,单价计算方法:产品售价除以总个数=单个数量 4.注意:由于运输颠簸导致果子有小部分破损,按破损区域酌情理赔,不影响食用的不在理赔范围内。

5.关于损耗:水果在运输途中会有水分蒸发流失,收到后重量会稍有流失,重量误差 100g 左右为不赔付范围。因买家地址太偏/快递超/需自提不及时自提,导致派送时间过长,水果变质,不予理赔,请偏远地区的买家,慎重购买。

6.关于拒收:以快递慢不新鲜不想要等理由单方面拒收,卖家不承担责任,因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围。坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照,一切需与图片凭证为准、不接受无图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以味道差、果子外观欠美观等理由的理赔诉求。

火龙果

(一)选品 红心火龙果

迷你果 300 克以下 1KG、1.5KG、2.5KG、4KG

小果 350g-400g 1KG、1.5KG、2.5KG、4KG

中果	400~450 克	1KG、1.5KG、2.5KG、4KG
大果	450-500 克	1KG、1.5KG、2.5KG、4KG
精品	500 克以上	3KG

(二)规格 1KG、1.5KG、2.5KG、4KG、3KG

(三)包装

纸箱、盒装、网套、珍珠棉、泡沫

单果网套包裹防止火龙果在箱体中晃动碰撞

多层瓦楞纸箱中可用珍珠棉内衬固定或增加固定旧报纸等使箱体结实不空

外箱子需留有通风小孔,避免水果运输中闷坏

礼盒纸箱外套两层气柱保护,避免碰撞压垮.或套纸箱快递

秋冬季,不耐寒水果防止冻伤,采用泡沫箱保温装,以保证水果新鲜.

(四)运输

三通一达,有特殊要求发其他快递

(五)售后

坏果包赔售后无忧

1.关于退货:收到坏果,请在签收后 24 小时内联系客服处理,超过 24 小时不予以处理。

2.关于赔付:因买家地址不详,有误,电话联系不上等造成的送货延迟导致的水果腐烂变质,不予以赔偿。

3.理赔标准:单价乘以损坏数量,单价计算方法:产品售价除以总个数=单个数量 4.注意:由于运输颠簸导致果子有

小部分破损，按破损区域酌情理赔，不影响食用的不在理赔范围内。

5.关于损耗:水果在运输途中会有水分蒸发流失，收到后重量会稍有流失，重量误差 100g 左右为不赔付范围。因买家地址太偏/快递超/需自提不及时自提，导致派送时间过长，水果变质，不予理赔，请偏远地区的买家，慎重购买。

6.关于拒收:以快递慢不新鲜不想要等理由单方面拒收，卖家不承担责任，因个人原因保存不当放置时间过长不在赔付范围。坏果赔付时请把坏果与快递单号放在一起拍照，一切需与图片凭证为准、不接受无图片、逾期联系、个人主观喜好、吃完再拍照过来以味道差、果子外观欠美观等理由的理赔诉求。

大闸蟹

(一)选品 大闸蟹

公蟹 3.0 公/3.5 公/4.0 公

母蟹 2.0 母/2.5 母/2.8 母

(二)规格

4 只母，4 只公

(三)包装

泡沫箱、冰袋、保温箱、纸箱

单只螃蟹捆扎完好,放入保温袋中加入冰袋,放入泡沫箱在套纸箱.

(四)运输

三通一达，邮政 EMS 速运 /顺丰生鲜运输

(五)售后

死蟹包赔 售后无忧

Q:死蟹如何理赔?

死蟹理赔流程:

- 1.签收快递前当面验货 辨别死活;
- 2.拍照留存(参照右图拍摄,单号清晰、解开绳子、掰开肚脐);
- 3.签收后6小时内,联系客服处理。

免责条款:

- 1.收货人地址/电话错误、电话无人接听、停机或收货人不在造成的配送延误导致大闸蟹死亡;
- 2.快递送达后直接拒签要求自取更改派送地址或时间,造成派件延误导致大闸蟹死亡;
- 3.未按照死蟹拍摄规范进行拍照,无法提供死蟹照片,未在理赔时间内提出理赔。

售后理赔标准:

鲜活商品不支持7天无理由退换货、不支持无理由拒签;如遇商品问题,需提供问题商品图片(与运单放在一起拍照),自收到货24小时内联系天商城客服处理即可。

土鸡

(一)选品 土鸡

公鸡 1300g-1900g/只

母鸡 1300g-1900g/只

(二)规格

1 只装

(三)包装

泡沫箱、冰袋、保温箱、纸箱

单只土鸡杀白.开膛,留心、肝、蛋

(四)运输

三通一达, 邮政 EMS 速运 /顺丰生鲜运输

(五)售后

售后理赔标准:

生鲜商品不支持 7 天无理由退换货、不支持无理由拒签;
如遇 商品问题, 需提供问题商品图片 (与运单放在一起拍照), 自收到货 24 小时内联系商城客服处理即可。

免责条款:

1.收货人地址/电话错误、电话无人接听、停机或收货人不在造成的配送延误导致生鲜腐坏;

2.快递送达后直接拒签要求自取更改派送地址或时间,造成派件延误导致大生鲜腐坏;

牟定县电子商务工作领导小组文件

牟电商组发〔2022〕3号

牟定县电子商务工作领导小组 关于印发牟定县“牟定腐乳”区域公用品牌 管理办法的通知

各乡（镇）人民政府，县直有关部门：

经牟定县电子商务工作领导小组研究同意。现将《牟定县“牟定腐乳”区域公用品牌管理办法》印发给你们，请认真抓好贯彻落实。

牟定县电子商务工作领导小组办公室
(牟定县工业信息化商务科学技术局代章)

2022年2月9日



牟定县“牟定腐乳”区域公用品牌管理办法

第一章 总 则

第一条 为加强对“牟定腐乳”区域公用品牌（以下称“牟定腐乳”品牌）的使用和管理，提高该品牌信誉，维护“牟定腐乳”商标所有权人和授权人合法权益，根据《中华人民共和国商标法》《商标法实施条例》《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国农产品质量安全法》《中华人民共和国产品质量法》等相关规定，制定本办法。

第二条 县政府成立牟定县区域公用品牌建设工作小组，下设区域公用品牌建设工作小组办公室，负责统筹实施“牟定腐乳”品牌建设工作。对本办法的调整修改，由县区域公用品牌建设工作小组审查核准。

第三条 牟定县牟定腐乳协会，负责“牟定腐乳”品牌的运营管理。

第四条 市场监督管理、农业和农村、林业等部门依照本办法及各自职责负责指导监督工作。

第二章 准 入

第五条 “牟定腐乳”品牌产品生产主体必须具备以下三个条件：

（一）经牟定辖区登记注册，具有法定市场主体资格，并具有法律规定的相关资质；

（二）纳入县级腐乳品牌品质保证系统平台管理，达到“一品一码”产品质量追溯要求，符合牟定腐乳品牌质量标

准；

（三）符合下列条件之一：

- 1.县级以上农业产业化龙头企业；
- 2.州级以上农民专业合作社示范社；
- 3.被授权使用地理标志的主体；
- 4.极具地方特色产品的生产主体。
- 5.牟定腐乳协会会员单位。

第六条 申请“牟定腐乳”品牌生产主体应按以下程序办理：

（一）生产主体向牟定腐乳协会递交《“牟定腐乳”品牌生产申请书》，并提交相关证明材料；

（二）牟定腐乳协会组织专家实地调查，审查申报材料，在30个工作日内完成申请主体的审核工作；

（三）完成审核工作10个工作日内牟定腐乳协会与生产签订《“牟定腐乳”品牌生产合同》，明确双方的权益和义务；同时由牟定腐乳协会向“牟定腐乳”品牌生产主体颁发《“牟定腐乳”品牌生产主体证》，有效期3年。

第七条 授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体必须具备以下三个条件：

（一）满足入选“牟定腐乳”品牌产品生产主体的条件；

（二）符合下列条件之一：

- 1.农业产业化国家重点龙头企业；
- 2.国家林业重点龙头企业；
- 3.产品通过有机认证、绿色认证的省级农业产业化龙头

企业；

（三）产品符合“牟定腐乳”品牌质量标准。

第八条 授权使用“牟定腐乳”商标的经营型主体应具备以下三个条件：

（一）经登记注册，并具有法律规定的相关资质；

（二）负责人应有2年以上的本行业运营经验；

（三）为线上和线下销售“牟定腐乳”相关产品的实体店或网络商城（网店）。

第九条 授权使用“牟定腐乳”商标按以下程序办理：

（一）申请授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体或经营型主体向牟定腐乳协会申请，并提交相关材料；

（二）牟定腐乳协会组织专家实地调查，审查申报材料，在30个工作日内完成申请主体的审核工作；

（三）牟定腐乳协会向社会公示拟授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体或经营型主体，公示期5个工作日；

（四）公示期满后10个工作日内，牟定腐乳协会与申请授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体或经营型主体签订《授权使用“牟定腐乳”商标合同》，明确双方的权利和义务；同时由牟定腐乳协会向授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体颁发《“牟定腐乳”商标授权使用书》，授权使用期限为3年；

（五）牟定腐乳协会在《授权使用“牟定腐乳”商标合同》签订后30日内，将合同副本递交所在县市场监督管理局部门存查；并将其商标使用许可报国家知识产权局商标局备

案。

第十条 牟定腐乳协会对“牟定腐乳”品牌产品生产主体和授权使用“牟定腐乳”商标的主体实行动态管理，每3年重新审核一次。有效期满且愿意继续作为“牟定腐乳”品牌产品生产主体或授权使用“牟定腐乳”商标的主体，应在期满前30日提出延续申请。经审查符合标准后，履行相关手续允许延续；有效期满未提出延续申请或申请未通过的，取消“牟定腐乳”品牌产品生产主体或使用“牟定腐乳”商标资格。

第三章 监督管理

第十一条 牟定腐乳协会是“牟定腐乳”品牌的运营管理机构，具体实施下列工作：

（一）与“牟定腐乳”品牌产品生产主体和授权使用“牟定腐乳”商标的主体签订合同，开展市场推广和销售业务；

（二）对使用“牟定腐乳”商标标识的产品包装进行统一核准。

第十二条 农业农村、林业部门负责“牟定腐乳”品牌相关农产品、林产品从生产到批发、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“牟定腐乳”品牌产品生产主体原料基地环境、用肥用药、生产操作规程、标准化的管理，对农产品开展质量监督抽检；市场监督管理部门负责“牟定腐乳”品牌产品生产主体生产加工环节的监督管理，重点加强对“牟定腐乳”品牌产品生产主体食品添加

剂的使用管理，对加工流程、原材料、包装等开展质量监督抽检，对违规使用“牟定腐乳”商标的行为进行查处。

第四章 权利和义务

第十三条 “牟定腐乳”品牌产品生产主体享有以下权利：

- （一）作为“牟定腐乳”品牌产品的供应商；
- （二）共享牟定腐乳协会渠道资源；
- （三）使用“牟定腐乳”文字和商标开展宣传、展示；
- （四）参加与“牟定腐乳”品牌相关的技术培训、贸易洽谈等活动；
- （五）享有牟定腐乳协会提供的各项服务。

第十四条 “牟定腐乳”品牌产品生产主体应当履行以下义务：

- （一）根据牟定腐乳协会需求生产加工，保质保量完成；
- （二）严格遵守“牟定腐乳”品牌产品包装使用规范，包装规范由牟定腐乳协会统一设计；
- （三）积极参与“牟定腐乳”品牌宣传推广活动。

第十五条 授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体享有的权利：

- （一）享有“牟定腐乳”品牌产品生产主体所有权利；
- （二）在授权的范围内使用“牟定腐乳”商标，企业自有商标可与“牟定腐乳”商标一同使用；
- （三）在广告宣传、产品说明书及各种活动中使用“牟定腐乳”商标；

(四) 享受政府出台的扶持“牟定腐乳”品牌发展的优惠政策。

第十六条 授权使用“牟定腐乳”商标的生产主体应当履行以下义务：

(一) 授权产品应当符合“牟定腐乳”品牌质量标准；

(二) 主动维护“牟定腐乳”品牌信誉，接受牟定腐乳协会和有关行政部门对产品质量、商标使用和服务情况的监督管理；

(三) 积极参与“牟定腐乳”品牌宣传推广活动；

(四) 配合“牟定腐乳”品牌产品营销，协力做强“牟定腐乳”品牌；

(五) 只能在其授权产品及其包装上使用“牟定腐乳”商标，“牟定腐乳”商标使用权不得对外转让、出售、转借、赠予；

(六) 须依法规范使用“牟定腐乳”商标。

第十七条 授权使用“牟定腐乳”商标的经营型主体享有的权利：

(一) 在授权的范围内使用“牟定腐乳”商标；

(二) 在牟定腐乳协会推广渠道入驻宣传；

(三) 享受政府出台的扶持“牟定腐乳”品牌发展的优惠政策；

(四) 参加与“牟定腐乳”品牌相关的技术培训、贸易洽谈等活动。

第十八条 授权使用“牟定腐乳”商标的经营型主体应

当履行以下义务：

（一）按照牟定腐乳品牌形象统一装修，装修装潢方案需报牟定腐乳协会审核同意；

（二）积极参与“牟定腐乳”品牌宣传推广活动；

（三）配合“牟定腐乳”品牌产品营销，接受适销产品在店销售；

（四）严格按照授权范围使用“牟定腐乳”商标，“牟定腐乳”商标使用权不得对外转让、出售、转借、赠予；

（五）严格按照注册商标的文字、图案设计使用“牟定腐乳”商标，不得自行改变“牟定腐乳”商标的文字、图案及其组合和比例；“牟定腐乳”商标和企业自有商标共同使用时，“牟定腐乳”商标不得小于企业自有商标；

（六）积极配合相关部门对产品质量的检测，以及对“牟定腐乳”商标使用和服务情况的监督管理。

第五章 退 出

第十九条 “牟定腐乳”品牌产品生产主体有下列情形之一的，取消其资格，收回《“牟定腐乳”品牌产品生产主体证》：

（一）生产主体注册地变更为牟定辖区外的；

（二）生产主体资质下降、不符合准入条件的；

（三）未按约定的原料或工艺进行生产的；

（四）供应的产品，经抽检，重要指标不符合“牟定腐乳”品牌质量标准的，暂停“牟定腐乳”品牌产品生产主体

资格，责成限期整改，6个月后，抽样检验合格的，恢复其“牟定腐乳”品牌产品生产主体资格；一般性指标不合格，暂停“牟定腐乳”品牌产品生产主体资格，责成限期整改，3个月后，抽样检验合格的，恢复其“牟定腐乳”品牌产品生产主体资格；同一产品一年内2次检验重要指标不符合“牟定腐乳”品牌产品质量标准及相关要求的，或者同一产品一年内3次检验一般性指标不符合“牟定腐乳”品牌产品质量标准及相关要求的，取消其“牟定腐乳”品牌产品生产主体资格；

（五）不接受牟定腐乳协会和有关行部门产品监督管理，生产产品不纳入市县两级品控体系监管的；

（六）擅自在自营产品使用“牟定腐乳”商标标识的；

（七）供应的产品，不按要求使用“牟定腐乳”品牌统一包装的；

（八）不配合“牟定腐乳”品牌宣传、品牌营销、渠道销售等品牌建设工作的；

（九）对“牟定腐乳”品牌造成不良影响的其他情形的。

第二十条 授权使用“牟定腐乳”商标的主体有下列情形之一的，取消其资格，收回《“牟定腐乳”商标授权使用书》：

（一）生产型主体：

- 1.注册地变更为牟定辖区外的；
- 2.资质下降、不符合准入条件的；
- 3.未按约定的原料或工艺进行生产的；

4.使用“牟定腐乳”商标的产品，经抽检，重要指标不符合“牟定腐乳”品牌质量标准的，暂停“牟定腐乳”商标使用资格，责成限期整改，6个月后，抽样检验合格的，恢复其使用资格；一般性指标不合格，暂停“牟定腐乳”商标使用资格，责成限期整改，3个月后，抽样检验合格的，恢复其使用资格；一年内同一产品经检验，2次重要指标或3次一般性指标不符合“牟定腐乳”品牌质量标准及相关要求的，取消“牟定腐乳”商标使用资格；

5.不接受牟定腐乳协会和有关行部门产品监督管理的，生产产品不纳入市县两级品控体系监管的；

6.不配合牟定腐乳协会开展品牌宣传、品牌营销、渠道销售等品牌建设工作的；

7.未经许可擅自转让、出售、转借、赠予“牟定腐乳”商标标识的；

8.对“牟定腐乳”品牌造成不良影响的其他情形的。

（二）授权使用“牟定腐乳”商标的经营型主体有下列情形之一的，取消准入资格，收回《“牟定腐乳”商标授权使用书》：

1.违反《中华人民共和国消费者权益保护法》，被侵权投诉经查证属实，对“牟定腐乳”品牌造成严重不良影响的；

2.未经许可，擅自转让、出售、转借、赠予“牟定腐乳”商标标识的；

3.不正当竞争，损害“牟定腐乳”品牌信誉的；

4.违反或未能履行商标使用许可合同或其他影响“牟定

腐乳”品牌权益的。

第二十一条 对包装使用不规范，被责成限期整改但拒不整改的，取消“牟定腐乳”商标使用资格。

第二十二条 申请退出“牟定腐乳”品牌产品生产主体或授权使用“牟定腐乳”商标主体应提前1个月以书面形式报牟定腐乳协会。

第二十三条 已退出“牟定腐乳”品牌产品生产主体或授权使用“牟定腐乳”商标主体，自退出之日起，不再享有“牟定腐乳”品牌产品生产主体或授权使用“牟定腐乳”商标主体“牟定腐乳”权利。

第二十四条 被责令退出的主体一年后方可重新申请“牟定腐乳”品牌产品生产主体或授权使用“牟定腐乳”商标；因主观故意或恶意损害“牟定腐乳”品牌信誉被责令退出的主体，永久不得重新申请使用“牟定腐乳”商标。

第六章 附 则

第二十五条 “牟定腐乳”品牌的建设管理经费纳入财政预算，主要用于“牟定腐乳”品牌策划、营销、管理、检测、宣传、保护等工作。

第二十六条 本办法由牟定县电子商务进农村项目工作小组办公室负责解释。

第二十七条 本办法自发布之日起施行。

