

办理结果：A

同意对外公开

乌海市农牧局

乌农复字〔2025〕12号

对市政协十届四次会议第 0228 号提案的答复

尊敬的周美程委员：

您提出的《关于乌海区域公共品牌管理与使用规范的提案》已收悉，感谢您对乌海品牌培育工作的关注，区域公共品牌和区域公用品牌存在差异，根据您提出的问题和建议，根据我市目前开展的工作和下一步发展思路，现将提案办理情况答复如下：

一、提案办理情况

（一）关于乌海葡萄区域公用品牌缺乏统一、系统的管理机制及使用条件、产品质量标准、包装规范等方面，尚未制定详细且明确的标准问题

1.采取措施：制定统一标准，提升品牌辨识度与附加值。乌海市不断加强“乌海葡萄”地方标准修订。坚持“以用促制、制用并举”原则，围绕乌海葡萄优势特色产业，创建1个自治区级现代农牧业全产业链标准化示范基地，修订、完善《乌海葡萄标准化生产、贮运技术规程》。通过创建全产业链标准化示范基地，

并在基地大力推进标准化生产，增强葡萄生产经营主体按标生产能力，提升农畜产品质量安全水平。

截止目前，发布地理标志产品—乌海葡萄全国团体标准 7 项，分别为：《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第一部分：产地与建园环境》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第二部分：苗木繁育与管理》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第三部分：种植与果园管理》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第四部分：产品质量分级》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第五部分：储藏与运输》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第六部分：包装与标志》、《地理标志产品 乌海鲜食葡萄生产技術规程第七部分：产品追溯》。自治区团体标准 1 项，为《“蒙”字标农产品认证要求 乌海葡萄》。乌海市地方标准 3 项，分别为《鲜食森田尼无核葡萄露地栽培技术规程》、《鲜食阳光玫瑰葡萄日光温室栽培技术规程》、《新建葡萄园技术规程》。鼓励龙头企业带动周边有条件的农户实施“乌海葡萄”地方标准，进一步促进“乌海葡萄”品质提升。

2. 下一步推进工作举措：一是实施“内蒙古自治区地理标志运用促进工程”，联合市场监督管理局分析乌海地区不同鲜食葡萄品种的基本理化品质、营养品质、矿物质元素含量，全面系统地开展鲜食葡萄的营养品质评价，建立一套鲜食葡萄营养品质评价体系技术标准，为乌海地区鲜食葡萄新品种引种推广和产业发

展提供参考依据。二是开展年度标准培训，覆盖 90%以上“乌海葡萄”种植主体，建立“企业自检+第三方抽检+政府督查”三级质量管控体系。

（二）关于企业宣传内容与公共品牌核心价值关联度低，未能突出品牌特色问题。

1.工作举措：政企联手协同，培育乌海区域品牌。组织汉森、云飞、吉奥尼、阳光田宇等 10 多家企业参加中国品牌日活动、入驻“内蒙古优质农畜产品展销中心、雄安中心、石家庄中心、呼和浩特市营销中心、青岛市营销中心、乌梁素海营销中心”展销产品 80 余种；组织乌海市农产品生产、加工企业参加 2025 中国国际食品及配料博览会和中国国际预制菜产业博览会；“大地流彩——草原村牌”乡村文化和优质农畜产品宣传展示活动；“内蒙古臻品全国行”暨“2025 年中国石油昆仑好客购物季”；“北牛南运 鲜肉入粤”内蒙古鲜牛肉产业品牌发布会；第十二届内蒙古绿色农畜产品博览会暨内蒙古自治区农牧业“六新”科技成果发布会；第 22 届中国国际农产品交易会等活动，提升葡萄酒的知名度和影响力。对接“东方甄选”平台，并通过抖音、淘宝等网络平台销售葡萄酒产品。

2.下一步工作安排：一是挖掘“乌海葡萄”地理标志延伸产业培育，指导内蒙古汉森酒业有限公司及乌海市葡萄和葡萄酒产业协会着手“乌海沙漠葡萄酒”地理标志产品培育申报。二是构建“线上+线下”立体传播矩阵，在北京、广州等大城市举办推介展

示活动，借助大城市人流、物流集中和商业、旅游业、文化产业发达的区位优势，充分展示乌海区域公用品牌特色，提高展会效能。

（三）关于缺乏常态化的监督检查机制，对打击假冒伪劣产品的力度不够，导致市场上存在一些侵权行为，损害了品牌所有者和消费者的利益问题

1.工作举措：构建品牌管理体系，强化授权与监管力度。不断规范地理标志证明商标使用。制定“双随机、一公开”检查计划，通过“双随机”检查不断规范“乌海葡萄”地理标志证明商标使用，对在地理标志证明商标使用过程中存在的问题进行督查指导，促进规范使用“乌海葡萄”地理标志证明商标；建立“数字监管平台”体现，集成地理标志使用企业实时监控、违规预警功能，实现从种植到销售全流程可追溯，推行产地证明与追溯码前置准入制度，完善乌海葡萄质量标准；严格监管，开展乌海葡萄营养品质分析。组织技术培训，指导葡萄种植主体按照标准种植、管理葡萄；加强“乌海葡萄”品牌宣传，拓展线上线下销售渠道；为授权使用“乌海葡萄”地理标志证明商标的生产主体发放附有企业地理标志专用标志、信用机构代码及微信公众号的“乌海葡萄”标签，保障乌海葡萄信息可追溯，保护乌海葡萄区域公用品牌。

2.下一步工作安排：一是进一步规范“乌海葡萄”地理标志证明商标使用。加大对“乌海葡萄”地理标志证明商标的保护力度。结合日常宣传、企业走访、“点对点”服务等形式不断强化葡萄种

植企业和种植户对“乌海葡萄”地理标志的认识和重视，广泛动员葡萄种植企业和种植户申报使用“乌海葡萄”证明商标。二是进一步扩大“乌海葡萄”品牌影响力。设计带有乌海葡萄标识的二维码，为所有使用“乌海葡萄”地理标志证明商标的生产主体发放“乌海葡萄”防伪二维码，同时开展使用规范、葡萄种植、生产管理技术培训，确保“乌海葡萄”证明商标所代表产品的特有品质、质量和市场信誉，所加工和销售的葡萄产品必须符合质量标准，同时组织使用“乌海葡萄”证明商标的企业参加全国重点展销会、博览会，提升产品附加值。

二、区域公共品牌与区域公用品牌的区别

（一）定义本质不同

区域公共品牌：聚焦区域整体维度，是代表区域整体形象的综合性品牌，涵盖区域内产业、文化、生态、服务等多领域，核心是塑造区域整体认知，如“好客山东”“清新福建”等。

区域公用品牌：聚焦产业、产品维度，是特定区域内同类特色产品共享的品牌，依附具体品类（如农产品、特色工业品），核心是依托区域资源优势打造产品辨识度，如乌海葡萄、西湖龙井等。

（二）覆盖范围不同

区域公共品牌：范围更广，是区域全方位形象的集中体现，可辐射区域内所有产业、文旅、公共服务等领域，兼具产业带动与区域形象传播双重作用。

区域公用品牌：范围较窄，聚焦单一或一类特色产品，仅服务于对应产业的市场推广与价值提升。

（三）核心价值不同

区域公共品牌：核心是提升区域整体知名度与美誉度，增强区域综合吸引力，带动多产业协同发展，侧重“区域形象赋能”。

区域公用品牌：核心是提升特定产品的市场竞争力，强化产品与区域的绑定认知，助力产品溢价与市场拓展，侧重“产品价值赋能”。

（四）建设主体与聚焦内容不同

区域公共品牌：以政府为主导，整合区域内各类资源，围绕区域文化内涵、核心优势提炼品牌定位，聚焦“区域形象统筹塑造与全方位传播”。

区域公用品牌：多由区域内产业协会、龙头企业牵头，政府协同推动，围绕产品品质标准、溯源体系、市场推广等环节建设，聚焦“产业标准化与品牌化运营”。

（五）关联与总结

区域公共品牌为区域公用品牌提供区域形象背书，区域公用品牌可成为区域公共品牌的核心支撑亮点（如乌海葡萄公用品牌可丰富乌海城市公共品牌的产业内涵）。核心差异在于：公用品牌是“区域+产品”的精准绑定，公共品牌是“区域+整体形象”的全面覆盖。

三、“乌海葡萄”区域公用品牌培育情况

品牌的培育需要持续的资金投入、时间的沉淀，以及专业团队的精心打造。乌海葡萄的培育亦是如此——从品种选育、生态种植到品质把控，每一环节都依赖长期投入与专业技术，最终才能让“乌海葡萄”这四个字沉淀为信誉，凝聚成风味，成为人们心中值得信赖的风土标志。

2008 年“乌海葡萄”获全国首批农产品地理标志认证。

2015 年“乌海葡萄”地理标志证明商标注册成功。

2018 年“乌海葡萄”品牌价值达 10.44 亿元。

2019 年“乌海葡萄”入选中国农业品牌目录农产品区域公用品牌。

2020 年乌海葡萄产区认定为第三批中国特色农产品优势区，多个企业及产品入选内蒙古农牧业品牌目录。

2024 年乌海葡萄品牌价值达 29.32 亿元，再次入选中国农业品牌目录农产品区域公用品牌（自治区唯一入选果品）。

2025 年乌海葡萄被国家知识产权局认定为地理标志产品并实施保护。

四、“乌海有礼”“乌海湖畔”区域公共品牌培育情况

“乌海有礼”是乌海市商务局重点打造的综合性区域公共品牌，以乌海地域文化为内核，串联特色产业与文旅资源，品牌聚焦“地域特色+文化创意”双核心，形成 210 余种丰富产品矩阵。既有依托本地优势产业的特色物产，如沙漠葡萄酒、葡萄果汁、博尔敕牛羊肉、王记五牛葵花籽等优质农特产品，也有融入乌海

独特元素的文创精品，涵盖太阳神炭雕、葡萄挂饰、乌海湖冰箱贴、煤炭主题工艺品、书法砚台等，将城市风光、文化底蕴与实用价值相结合，让乌海特色可触可感、可带可藏。

“乌海湖畔”是乌海市供销社打造的农产品公共品牌，2024 年图形商标通过国家知识产权局评审认定正式注册成功。该品牌计划通过统一品牌、统一标准，促进乌海农业的组织化和市场化程度。

感谢您对我们工作的关心和支持，正是缘于像您这样的热心人士，乌海市品牌培育工作才取得了今天长足进步。



分管领导：梁 斌

联 系 人：胡亮亮

联系电话：15147387275