

中国花卉协会花卉品牌推荐办法

第一章 总 则

第一条 为加强花卉品牌建设，提升花卉产品质量，引导花卉文化和消费，根据《国家发展改革委等部关于新时代推进品牌建设的指导意见》（发改产业〔2022〕1183号）、《国家林业和草原局 农业农村部关于推进花卉业高质量发展的指导意见》（林生发〔2022〕114号）和《全国花卉业发展规划（2022—2035年）》（林生发〔2023〕39号）等相关规定，结合花卉行业实际情况，制定本办法。

第二条 花卉品牌由申报品牌持有者或授权实际运营者自主申报，由各省（区、市）花卉协会、分支机构推荐，经中国花卉协会秘书处审核、专家审议后，符合条件的品牌入选，入选品牌可在中国花卉协会相关平台进行重点宣传推介。

第三条 中国花卉协会花卉品牌推荐遵循自愿、公开、公平、科学、合理的原则，定期开展，动态管理。

第二章 申报条件

第四条 中国花卉协会花卉品牌分为区域公用品牌、企业品牌和产品品牌三个类别。

1. **区域公用品牌**是指在特定自然生态环境和历史人文因素区域内，由相关组织或机构所有，若干花卉及相关产品生产经营主体共同使用的产品品牌；

2. **企业品牌**是指花卉及相关产品生产、销售及花卉养护服务经营主体独立所有，在其生产的所有产品上统一使用的，用于区分其他相同和类似产品的品牌；

3. **产品品牌**是指花卉及相关产品的生产、销售、养护服务经营主体独立所有，在其生产、销售及服务的某个类别或单一产品上使用的，用于区分其他相同和类似产品的品牌。

第五条 区域公用品牌申报条件

1. 区域公用品牌所有者应为在中国境内依法登记设立的法人或其他组织，依法依规生产经营；

2. 以花卉及相关产品的生产、经营为主；

3. 品牌由“产地名+产品名”构成，需有明确生产区域范围，原则上产地为县级或地市级。授权使用主体中须至少有一家已经获得省级或省级以上龙头企业称号；

4. 具有完整的区域公用品牌视觉形象识别系统、营销推广行动和监管保护措施；

5. 示范带动作用明显，拥有完整产业链，品牌营收在全国同类别范围内靠前；

6. 积极承担社会责任，公共服务体系完善，宣传有力，积极开展产学研协同创新；

第六条 企业品牌和产品品牌申报条件

1. 品牌所有者为在中国市场监管部门注册或编制、民

政部门登记，合法经营，具有独立法人资格，从事花卉生产、销售、服务等类别的企业；

2. 品牌已经取得合法有效的商标注册，拥有鲜明的品牌形象标识，连续使用三年以上且在有效期内，品牌权属无争议；

3. 品牌经营状况良好，在国内市场同类别产品中有一定占有率，具有较强影响力和竞争力；

4. 品牌产品符合相关行业标准；

5. 品牌管理机构、制度和档案健全，生产经营的产品或服务消费者认同度较高；

第七条 有下列情形之一的，不予推荐：

1. 隐瞒真实情况、提供虚假申报材料的；
2. 品牌及所属企业或区域公用品牌授权使用主体近三年发生重大质量、安全、环保、卫生责任事故；
3. 发生知识产权侵权行为、有不良信用记录的；
4. 有其他违反法律法规行为的。

第三章 推荐程序

第八条 提交申报材料

1. 申报书
2. 品牌 Logo（JPG、PDF）
3. 注册商标（JPG、PDF）
4. 中国花卉协会会员证
5. 照片、视频（照片 10-15 张，视频 5 分钟以内）

6. 相关证明材料

第九条 审核

1. 申报截止后，中国花卉协会秘书处将对申报材料进行初审，确定品牌是否符合申报条件；

2. 召开专家会议，对符合条件的品牌进行严格审核，拟定中国花卉协会花卉品牌名单。

第十条 对于拟定的花卉品牌名单，必要时中国花卉协会秘书处将组织专家实地考察，根据考察情况确定正式名单。

第十一条 提出正式名单后，中国花卉协会秘书处将在网站、公众号公示 7 天，公示无异议的形成最终名单并在中国花卉协会全平台发布。

第四章 监督管理

第十二条 入选中国花卉协会花卉品牌有以下情形之一的，撤出名单。

1. 品牌产品停产一年以上的；

2. 品牌所有者有违法违规行为的；

3. 因产品质量引发重大事件，消费者投诉较多，满意度明显下降，媒体曝光问题较多，生产经营出现重大问题的；

4. 品牌产品在质量安全监测、专项抽检和监督检查等工作中出现不合格记录的；

第十三条 中国花卉协会对入选的品牌主体每两年复审一

次，复审不合格的撤出名单。

第十四条 撤出名单品牌三年内不得再次申报。

第五章 附则

第十五条 中国花卉协会花卉品牌推荐工作不收取任何费用。

第十六条 本办法由中国花卉协会秘书处负责解释。

第十七条 本办法自 2025 年 9 月 8 日起施行。