

日本农产品区域品牌保护制度及其启示

王志刚
中国人民大学农业与农村发展学院

日本农产品区域品牌保护制度及其启示

- 1 日本区域品牌的定义
- 2 日本区域品牌的产生及发展
- 3 日本区域品牌保护现状及特点
- 4 日本区域品牌的保护措施
- 5 日本区域品牌保护对我国的启示

中国人民大学农业与农村发展学院

1 日本区域品牌的定义

❖ 国内外区域品牌的定义

- 1、**产业集群的角度**：某地域产业集群内的众多企业集体行为的综合体现，是产业集群发展的必然结果，代表着一个产业集群产品的主体和形象。
- 2、**地方名特产品角度**：以区域传统产业为基础、以地方名特产品为载体、以悠久历史中积淀的文化为内涵，冠以行政区域或当地景象名称，享有广泛的知名度和较高的美誉度，极具商业价值的品牌，也称为传统区域品牌。
- 3、**地理区域或行政区域角度**：国家、区域、城市等某个地理区域或行政区域的品牌。

中国人民大学农业与农村发展学院

1 日本区域品牌的定义

❖ 日本区域品牌的定义

- 1、**定义**：在一定区域范围内形成的、由相互协作的当事人共同使用的并且与当地自然、历史和文化等相关联的、标明商品和服务的特定品牌
- 2、**要件**：
 - (1) 产品必须有价值；
 - (2) 产品必须与当地地域相关联并受当地人喜爱；
 - (3) 产品所有人应当在销售上下功夫；
 - (4) 消费者愿意购买该品牌产品。

中国人民大学农业与农村发展学院

2 日本区域品牌的产生及发展

二战后

- 1、有选择地扩大农业生产
- 2、产地规模化、流通业和超市兴起、长途运输冷藏技术
- 3、1961年《农业基本法》

20世纪70年代

- 1、农产品生产、流通和进口满足了国内的需求。
- 2、1979年以“一村一品运动”为契机，发展“品牌农业”

80到90年代

- 1、利用区域特点和特别制作方法进行差别化销售增加附加值实施品牌化构建区域品牌
- 2、物流技术的提高以及网络普及等信息化发展

21世纪

- 1、2005年《商标法》
- 2、2006年新《商标法》实行区域团体商标
- 3、2009年区域团体商标增加至442件

中国人民大学农业与农村发展学院

3 日本区域品牌保护现状及特点

❖ 区域品牌保护现状

- 1、日本政府、都道府县、市町村通过**行政手段**给予支持。
- 2、农林水产省支持区域品牌高附加值化，特别是对相关设施的财政支持、对加工食品认证的支持（如3E商标、原产地产品认证）以及派遣品牌咨询师对成功案例进行调查，推动了区域品牌的发展。同时，农林水产省还积极促进出口事业，让日本的农产品参与国际竞争，从而推动其提高自身生产效率（“攻击性农业”）。
- 3、2006年4月创立的**区域团体制度**，充实了对区域品牌的保护措施。都道府县和市町村一级的行政机关也积极促进县的区域品牌化。

中国人民大学农业与农村发展学院

3 日本区域品牌保护现状及特点

❖ 区域品牌保护特点

- 1、设立具体目标产品，并对目标进行考评。在确定目标产品后，对目标进行开发，并录入信息系统。
- 2、农产品的开发针对当地的特点。
- 3、重视对品牌的宣传，丰富品牌的内涵。
- 4、建立统一的销售渠道。
- 5、重视倾听消费者评价，建立反馈平台。
- 6、对知识产权进行管理和保护，强调品牌的可持续发展。
- 7、建立可追溯体制。强化产品的竞争力，振兴了当地的区域，同时促进了食品的多样性，丰富了消费者的食品生活。

中国人民大学农业与农村发展学院

4 日本区域品牌的保护措施

**区域化
支援基金** 品牌概念上升到销售、生产、质量管理各方面；设立农产品和食品区域品牌化发展基金

**产业
协议会** 广泛召集支持区域品牌的人员参与、信息提供与交流，同时成立共同办公室，促进区域品牌的发展。

**工作组
战略小组** 由实践者、品牌营销人员、经济学、经营学专家及相关团体等专门委员会构成，讨论发展方向和发展战略

中国人民大学农业与农村发展学院

5 日本区域品牌保护对我国的启示

- 1 完善区域品牌保护相关法律法规
- 2 充分发挥政府的指导与扶持职能
- 3 发展农业区域品牌产品保护行业协会
- 4 强化区域品牌产品安全质量标准体系的监控
- 5 大力开展农产品区域品牌的市场推广与广告宣传

www.themegallery.com LOGO

5 日本区域品牌保护对我国的启示1

❖ 完善区域品牌保护相关法律法规

现状：我国大部分区域品牌没有使用章程或规定使用范围，使用与管理部门的责、权、利问题也不明确。区域品牌的所有者缺失现象严重

措施：

- 1、强化区域品牌的商标注册
- 2、建立区域品牌使用许可制度

中国人民大学农业与农村发展学院

5 日本区域品牌保护对我国的启示2

❖ 充分发挥政府的指导与扶持职能

- 1、**政府应该完善农业科技服务体系。**通过地方科研机构加强区域农产品良种培育及栽培技术的创新，确保区域特色农产品的品质，这是农产品区域品牌建设的基础
- 2、**政府应制定区域品牌发展规划。**地方政府要树立正确的品牌意识，积极学习国内外区域品牌建设方面的先进经验，结合当地农产品竞争力的现状，把区域品牌建设纳入到区域发展战略中。
- 3、**加强区域文化建设，提升区域品牌文化附加值。**政府要根据区域内物质资本和人文特色充分挖掘区域品牌文化内涵，利用区域个性文化提升区域品牌形象。

中国人民大学农业与农村发展学院

5 日本区域品牌保护对我国的启示3

❖ 发展农业区域品牌产品保护行业协会

定义：区域品牌行业协会是为保护某一区域品牌和提高该区域品牌行业效益而由该行业的竞争者组成的非营利性法人组织。

现状：行业协会刚刚起步，资源配置不合理、管理制度不完善、没有完全理清合作经济组织与农村其他合作组织关系、与各级政府部门关系、与科技推广部门关系、与社区集体经济组织关系、组织内部活力不足、民主氛围有待加强、利益分配关系需要进一步协调、与外界信息沟通渠道应进一步拓宽等问题。

措施：扩大成员范围，吸纳原产地或外地的销售商参加

中国人民大学农业与农村发展学院

5

日本区域品牌保护对我国的启示4

□

❖强化区域品牌产品安全质量标准体系的监控

现状：农产品安全质量标准数量严重不足、农产品质量标准不统一使得生产者和消费者无所适从、标准技术内容陈旧，不适应农业发展的新形势

措施：1、重视农产品区域品牌的质量控制和危害因素风险管理，持续保持和提高农产品区域品牌的精品地位和竞争优势。2、对登记的农产品区域品牌进行严格保护，防止农产品区域品牌的平庸化和通俗化，以维护农产品区域品牌产品的市场经济秩序，杜绝假冒伪劣行为，维护农产品区域品牌相关者的利益。

中国人民大学农业与农村发展学院

5

日本区域品牌保护对我国的启示5

□

❖大力开展农产品区域品牌的市场推广与广告宣传

现状：缺乏品牌和品牌经营意识、农产品品牌宣传力度不够。

措施：1、要加强特色农产品的研究和开发工作，不断增强开发新产品、新技术、新工艺的能力，提高特色农产品的科技含量，增强在国际市场上的竞争力。2、政府部门加强特色农产品的品牌建设，为有区域品牌的特色农产品实施“走出去”战略创造良好的条件。3、采用现代媒体的技术手段对区域品牌进行广告宣传和整体形象的塑造提高区域品牌的知名度和品牌认知度。

中国人民大学农业与农村发展学院

Thank You !