

四川省品牌建设促进会

川品会〔2025〕16号

关于开展2025年度“黄河名品”公共品牌 遴选工作的通知

各相关单位：

为深入贯彻落实习近平总书记提出的“三个转变”和“黄河流域生态保护和高质量发展”国家战略要求，构建沿黄流域品牌建设协同发展生态，加快培育具有较高知名度、认知度、忠诚度、美誉度和较强市场竞争力的黄河流域高端品牌，经沿黄九省（区）品牌建设联席会协商，决定启动2025年度“黄河名品”公共品牌遴选工作。有关事项通知如下：

一、申报范围

（一）在沿黄九省（区）依法成立的法人组织，拥有主管部门和核心产业的行政区域、产业集群、龙头企业、所属行业协会等均可作为“黄河名品”申报主体。

（二）2025年度“黄河名品”申报类别包括企业品牌、产品（服务）品牌、区域品牌等3类。

（三）拥有市场竞争力较强、社会美誉度较高、经济和社会效益良好、质量水平处于国内或同行业领先地位的产品（服务）以及区域均可申报“黄河名品”公共品牌。

二、遴选依据

“黄河名品”品牌遴选依据品牌相关的国家法律法规、《“黄河名品”公共品牌遴选标准》、公共大数据以及各省（区）品牌相关的其他规定。

三、申报条件

申报“黄河名品”的组织或区域应分别满足以下条件。

（一）企业品牌

申报企业应同时满足以下条件：

1. 在沿黄九省（区）注册、具有独立法人资格的企业，且连续良好运营5年及以上，近三年（2022年-2024年，下同）内无连续亏损情况；
2. 国内同行业重点骨干企业或省内行业领军品牌，在发展战略、效益提升、品牌经营、相关方评价等方面有较高美誉度，申报的产品（服务）可持续发展，坚持履行社会责任；
3. 拥有自主品牌商标所有权，且在有效期内；
4. 企业主导产品（服务）质量优异，市场份额占比大，市场竞争力强，具有领先优势和较大市场潜力；
5. 企业合法经营、符合产业和环保政策，申报主体近三年无不良社会信用记录，无监督抽查不合格记录，无重大质量、安全、环保、公共卫生等责任事故。

（二）产品（服务）品牌

产品（服务）提供方应同时满足以下条件：

1. 在沿黄流域九省（区）注册、具有独立法人资格，并且连续运营5年以上；
2. 申报主体及其法人无社会信用主管部门在公示失信信息；
3. 质量管理体系完备，质量和服务标准先进，国内市场占有率同行业领先；

4. 近 3 年经营状况良好；

5. 申报的产品（服务）生产经营和运营符合国家有关法律、法规 and 产业政策、环保政策的规定，近 3 年无监督检查不合格记录，无重大质量、安全、环保、卫生责任事故；

6. 拥有自主品牌商标所有权，且在有效期内；

7. 建立了完善的品牌建设和保护体系。

（三）区域品牌

申报区域品牌的区域应同时满足以下条件：

1. 区域有主导产业、自主品牌、龙头企业和较稳定的产业链。其主导产业利润居全国同行业前列，主导产品国内市场占有率在同行业排名领先；

2. 主导产品（服务）应获得过国家级品牌荣誉，经济效益等主要指标居全国同类区域先进水平，区域产业有较强的社会影响力和示范作用；

3. 贯彻执行国家方针政策，遵守国家法律法规；

4. 重视公共品牌宣传，主流媒体宣传力度强，公众口碑好，有良好的社会形象；

5. 建立了以主导产品（服务）相关的科学、系统的管理体系和先进的管理模式。品牌管理体系健全。

6. 建立了科学、可持续的品牌发展规划和品牌核心价值发展战略，对黄河流域文化和品牌创建具备强有力的传承和助推作用；

7. 近三年区域内未发生安全、环保、公共卫生等重大事故，无不良信用记录，无重大舆情和失信信息。

四、申报要求

（一）自愿申报

“黄河名品”公共品牌遴选，实行自愿申报原则，遴选不收取任何费用。申报主体按本通知的要求，于2025年10月10日前将电子版申报材料（包括真实有效的证明材料）报至指定邮箱。

（二）资格审查

对申报材料进行资格初审和相关信息核查，不符合申报条件的，不予进入遴选环节。

（三）综合评审

资格审查合格的，进入综合评审阶段。综合评审包括大数据核查和专家评审等。

（四）公示并发布

结果公示后，将在2025年黄河品牌大会上发布。

六、联系方式

地 址：成都市成华区望平街116号天祥大厦写字楼4楼419室

联系人：舒志宏 18981848118（同微信号）

邮 箱：493455611@qq.com

附件：

1. 2025年度“黄河名品”企业品牌申报表
2. 2025年度“黄河名品”产品（服务）品牌申报表
3. 2025年度“黄河名品”区域品牌申报表



附件1

2025年度“黄河名品”企业品牌申报表

企业名称（盖章）： _____
所属行业： _____
品牌名称： _____
推荐单位（盖章）： _____
填报日期： _____

四川省品牌建设促进会
二〇二五年九月

2025年度“黄河名品”企业品牌申报表

一、企业基本信息			
申报条件	1. 申报组织应具有独立法人资格； 2. 近3年无监督抽查不合格记录，近3年无重大质量、安全、环保、公共卫生责任事故和失信记录等； 3. 拥有自主品牌商标所有权，且在有效期内； 4. 近3年无严重失信信息；近3年无重大负面舆情； 5. 无申报材料弄虚作假的情形。 以上条件是否符合： ☐ 是 ☐否		
申报主体	☐ 企业品牌		
申报主体名称			
商标所有人			
商标有效期			
商标类别			
企业品牌名称		品牌宣传语	例：鲁花，中国味 鲁花香
注册时间		注册地	_____省 _____市（州）
统一社会信用代码			
所属行业分类 代码		通信地址	
员工总数		研发人员数量	
经济类型	☐ 中央部门管理企业 ☐ 地方国有企业 ☐ 民营企业 ☐ 外商投资企业 ☐ 港澳台投资企业 ☐ 其他类型组织_____		
是否上市	☐ 是 ☐ 否	股票代码	
主营产品	产品1：_____比重_____% 产品2：_____比重_____% 其他：_____比重_____% 注：请按照具体产品销售收入占企业总销售收入的比重从高到低依次填写。		
联系人	姓名		职务
	电话		手机
	传真		电子邮件
通讯地址			
邮编		企业网址	

企业基本情况简介（对照下列“综合指标-企业品牌”进行内容填报，1500字左右。）	
真实有效的证明材料：	

综合指标-企业品牌			
一级指标	二级指标	三级指标	填报内容
有形要素	市场表现	市场占有率	(1) 近一年与同类别产品（服务）相比，国内市场占有率情况；（2）国际市场占有率情况；字数不超过300字，并提供相关证明材料。
	经营绩效	财务	近一年企业销售收入、利润、纳税、资产总额等指标的综合评价情况。
		主营业务占比	主营产品（服务）占全部销售收入比重。

质量要素	质量基础	生产或服务水平	(1) 生产/服务水平(包括生产或服务配套设备设施、工艺、检验检测水平);(2) 生产制造或服务过程中智能化和信息化水平;字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料。
	质量水平	执行标准	主导产品或服务执行标准水平,标准中主要技术指标的先进性,字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料
		认证情况	(1) 管理体系情况;(2) 产品认证情况;字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料。
创新要素	创新成果	专利拥有情况	有效专利数量。
		科技奖励	企业获得科学技术奖项情况。
		标准制修订	参与国际、国家、地方、行业、团体标准制修订情况。
	创新能力	研发平台	与申报产品相关的研发平台
		研发投入	发费用占销售收入比重。
服务要素	服务保障	服务机制	请从(1) 服务机制及标准(包括售前、售中及售后制度建设,提供服务种类的多样性程度、措施保障及特定化服务需求);(2) 服务规定执行情况(服务响应时间、响应能力、服务准确率、近三年服务投诉率)等方面予以说明,字数不超过300字,并提供相关证明材料。
	服务结果	顾客满意及投诉	顾客满意度调查及结果;顾客投诉及改进。字数不超过300字,并提供相关证明材料。
无形要素	品牌影响力	企业荣誉	市级及以上品牌、质量、科技创新等荣誉、表彰等。
		品牌传播力	根据第三方评价结果。
		品牌价值	根据第三方评价结果。
		品牌美誉度	根据第三方评价结果。
	社会责任	社会责任	(1) 社会公益、慈善和福利活动;(2) 社会责任报告;(3) 为产品所在区域创造就业能力;字数不超过500字,并提供相关证明材料。

附件2

2025年度“黄河名品”产品（服务）品牌 申报表

企业名称（盖章）：_____

所属行业：_____

品牌名称：_____

推荐单位（盖章）：_____

填报日期：_____

四川省品牌建设促进会
二〇二五年九月

2025年度“黄河名品”产品（服务）品牌申报表

一、企业基本信息				
申报条件	1.申报组织应具有独立法人资格； 2.近3年无监督抽查不合格记录，近3年无重大质量、安全、环保、公共卫生责任事故和失信记录等； 3.拥有自主品牌商标所有权，且在有效期内； 4.近3年无严重失信信息；近3年无重大负面舆情； 5.无申报材料弄虚作假的情形。 以上条件是否符合： ☐ 是 ☐否			
申报主体	☐ 产品品牌 ☐ 服务品牌			
申报主体名称				
商标所有人				
商标有效期				
商标类别				
企业（产品） 品牌名称		品牌宣传语	例：鲁花，中国味 鲁花香	
注册时间		注册地	_____省 _____市（州）	
统一社会信用代码				
所属行业分类代码		通信地址		
员工总数		研发人员数量		
经济类型	☐ 中央部门管理企业 ☐ 地方国有企业 ☐ 民营企业 ☐ 外商投资企业 ☐ 港澳台投资企业 ☐ 其他类型组织_____			
是否上市	☐ 是 ☐否		股票代码	
主营产品	产品1：_____比重_____% 产品2：_____比重_____% 其他：_____比重_____% 注：请按照具体产品销售收入占企业总销售收入的比重从高到低依次填写。			
联系人	姓名		职务	
	电话		手机	
	传真		电子邮件	
通讯地址				
邮编		企业网址		

企业基本情况简介（对照下列“综合指标-产品（服务）品牌”进行内容填报，1500字左右。）

真实有效的证明材料：

综合指标-产品（服务）品牌

一级指标	二级指标	三级指标	填报内容
有形要素	市场表现	市场占有率	（1）近一年与同类别产品（服务）相比，国内市场占有率情况；（2）国际市场占有率情况；字数不超过300字，并提供相关证明材料。
	经营绩效	财务	近一年企业销售收入、利润、纳税、资产总额等指标的综合评价情况。
		主营业务占比	主营产品（服务）占全部销售收入比重。

质量要素	质量基础	生产或服务水平	(1) 生产/服务水平(包括生产或服务配套设施、工艺、检验检测水平);(2) 生产制造或服务过程中智能化和信息化水平;字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料。
	质量水平	执行标准	主导产品或服务执行标准水平,标准中主要技术指标的先进性,字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料
		认证情况	(1) 管理体系情况;(2) 产品认证情况;字数不超过300字,并提供代表最高水平的相关证明材料。
创新要素	创新成果	专利拥有情况	有效专利数量。
		科技奖励	企业获得科学技术奖项情况。
		标准制修订	参与国际、国家、地方、行业、团体标准制修订情况。
	创新能力	研发平台	与申报产品相关的研发平台
		研发投入	发费用占销售收入比重。
服务要素	服务保障	服务机制	请从(1) 服务机制及标准(包括售前、售中及售后制度建设,提供服务种类的多样性程度、措施保障及特定化服务需求);(2) 服务规定执行情况(服务响应时间、响应能力、服务准确率、近三年服务投诉率)等方面予以说明,字数不超过300字,并提供相关证明材料。
	服务结果	顾客满意及投诉	顾客满意度调查及结果;顾客投诉及改进。字数不超过300字,并提供相关证明材料。
无形要素	品牌影响力	企业荣誉	市级及以上品牌、质量、科技创新等荣誉、表彰等。
		品牌传播力	根据第三方评价结果。
		品牌价值	根据第三方评价结果。
		品牌美誉度	根据第三方评价结果。
	社会责任	社会责任	(1) 社会公益、慈善和福利活动;(2) 社会责任报告;(3) 为产品所在区域创造就业能力;字数不超过500字,并提供相关证明材料。

附件3

2025年度“黄河名品”区域品牌申报表

企业名称（盖章）： _____
所属行业： _____
品牌名称： _____
推荐单位（盖章）： _____
填报日期： _____

四川省品牌建设促进会
二〇二五年九月

2025年度“黄河名品”区域品牌申报表

一、基本信息				
申报条件	1.近3年无监督检查不合格记录； 2.近3年无重大质量、安全、环保、公共卫生责任事故和失信记录等； 2. 近3年无严重失信信息； 3. 近3年无重大负面舆情； 4.无申报材料弄虚作假的情形。 以上条件是否符合： ☐ 是 ☐否			
申报主体名称				
所属部门				
区域品牌名称		品牌宣传语		
注册时间		注册地	_____省 _____市（州）	
经济类型	☐ 中央部门管理企业 ☐ 地方国有企业 ☐ 民营企业 ☐ 外商投资企业 ☐ 港澳台投资企业 ☐ 其他类型组织_____			
联系人	姓名		职务	
	电话		手机	
	传真		电子邮件	
通讯地址				
邮编		品牌网址		
企业基本情况简介（对照下列“综合指标-区域品牌”进行内容填报，1500字左右。）				
真实有效的证明材料：				

综合指标-区域品牌		
一级指标	二级指标	填报内容
有形要素	产业规模	主导产品产值在全国占比、市场占有率等。
	产业发展环境	区域主导产业纳入政府或部门产业发展规划等情况，当地配套政策等。
	优质企业数量	规模以上企业数量。 单项冠军企业、专精特新企业、高新技术企业数量。
	龙头企业市场竞争力	龙头企业主营业务收入、利润等财务情况。 龙头企业销售规模占全国比重、市场占有率、行业排名情况
质量要素	质量水平	主导产品关键性能指标先进性。
	标准制修订	区域围绕主导产品主导或参与标准制修订情况。 区域内企业承担标准化技术委员会秘书处情况。
创新要素	主营产品有效专利	主导产品相关的有效专利数量。
	科技奖励	主导产品获得科学技术奖项情况。
	研发平台	区域研发平台级别及数量。
服务要素	公共服务能力	请技术推广、管理咨询、信息服务等公共服务平台，配套服务体系和公共服务设施，提供金融服务、市场开拓、现代物流、人才培养、信息咨询等公共服务情况
无形要素	品牌管理	品牌管理运营机构设置、品牌管理制度规范情况。
	品牌形象	区域品牌注册，品牌标识、标语、视频等情况。
	品牌价值	区域内企业品牌价值情况。
	品牌美誉度	根据第三方评价结果。
	品牌荣誉	区域、产业、企业品牌荣誉获得情况。
	品牌宣传	建立品牌博物馆、展览馆、档案馆、体验馆等，参加国家国际论坛、展会等活动，制作书籍、影视等文化产品等。