附件2

**福建省地方标准《“武夷山水空间”品牌管理要求》**

**（征求意见稿）编制说明**

一、工作简况

**（一）任务来源**

根据《福建省市场监督管理局关于印发2023年第二批福建省地方标准制修订计划项目的通知》（闽市监标准〔2023〕382 号）制定本文件。

**（二）主要起草单位和工作组成员**

本文件由福建省品牌建设标准化技术委员会提出并归口。起草单位包括：南平市武夷山水品牌运营管理有限公司等。

本文件主要起草人：待定。

**（三）主要工作过程**

本文件的主要工作过程如下：

2023.7～2023.8：组建标准编制小组，明确标准制定原则，制定标准编制工作计划；召开内部研讨会，就各关键指标进行讨论，形成标准大纲和草案框架。

2023.9～2023.12：在省内广泛调研，结合工作实际情况，编制标准草案和编制说明，形成标准工作组讨论稿。

2024.1～2024.4：召开标准研讨会，就标准工作组讨论稿进行讨论，根据修改意见完善标准草案和编制说明。

2024.5～2024.6：走访调研，召开专题讨论会，上报请示标准名称更改为《“武夷山水茶空间”品牌管理要求》。

2024.7～2024.8：面向社会广泛征求意见，结合收集到的意见反馈，进一步完善标准文本，形成标准送审稿。

2024.9～2024.10：省品牌建设标委会拟召开标准初审会，根据审查会专家意见，进一步完善标准文本，形成标准送审稿。

2024.11～2024.12：拟向省市场监督管理局申请召开标准审查会，根据审查会专家意见，进一步完善标准文本，形成标准报批稿，申请报批。

**（四）背景和意义**

“武夷山水茶空间”是南平市为推进茶文化、茶产业、茶科技统筹发展打造的又一区域公用品牌，是武夷山水品牌开辟细分市场的新征程。“武夷山水茶空间”是一种传播武夷山水茶文化的空间，以茶文化为引领，以茶产品为核心，融合茶、竹、水、器、食品、文化、旅游等产业，实现全屋产品可销的经济模式。在“武夷山水茶空间”建设中，通过对茶空间风格的设计实现文化的传播，通过产品、服务、空间、传统茶的体验方式创新，不断探索现代茶饮的可能性。“武夷山水茶空间”是南平市茶产业的一个新的探索，立足本土人文赋，借助山水优势，创造茶类产品消费新体验。近年来，南平市委、市政府把发展“武夷山水茶空间”作为战略决策，作为推动产业发展的有力抓手，城市文化的展示平台，空间经济的实践探索，以满足消费者健康消费的需求，打造新的消费场景，创设新的消费业态，促进南平市茶竹水等特色产业的发展，助力乡村振兴。

经查询，现在暂无茶空间的相关标准。我们将全面梳理涉及“武夷山水茶空间”的现有标准，建立“武夷山水茶空间”标准化体系，组织开展空间标准论证，建立一套茶空间标准体系。制定以武夷山水为代表的《“武夷山水茶空间”品牌管理要求》地方标准是深入学习贯彻习近平总书记关于统筹做好“茶文化、茶产业、茶科技”这篇大文章的重要指示精神，也是努力将武夷山打造成为“三茶”统筹的示范、世界茶人的朝圣之地。为此，我们申报了福建省地方标准《“武夷山水茶空间”品牌管理要求》，以期用标准化的方式和手段助力“武夷山水茶空间”的品牌建设取得新成效。

二、制定标准的原则和确定标准主要内容

**（一）制定标准的原则**

本文件严格按照《中华人民共和国标准化法》《地方标准管理办法》和《福建省标准化管理办法》（福建省人民政府令第 59 号）等法律法规和政策文件，以及GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》等标准化文件的规定进行编制。

**（二）确定标准主要内容**

本标准共计9章，正文分别为：范围、规范性引用文件、术语和定义、分类、品牌定位、管理机构、品牌维护、品牌竞争力提升、风险防范、提续改进等方面的要求。 主要内容如下：

1、范围

本章给出了本文件的适用范围，即规定了“武夷山水茶空间”的分类、品牌定位、管理机构、品牌维护、品牌竞争力提升、风险防范、提续改进等方面的要求。适用于“武夷山水茶空间”（以下简称“茶空间”）的品牌管理。

2、规范性引用文件

本章给出了本文件规范性引用的 3 项国家标准。

3、术语和定义

本章给出了本文件中所使用的 1 个术语及其定义，即：武夷山水茶空间。

4、分类

本章规定了“茶空间”按使用主体可分为政务茶空间、商务茶空间、家居茶空间、商业茶空间，并给出了四类空间的定位。

5、品牌定位

本章给出了“武夷山水茶空间”的品牌定位，即：以茶文化为引领、以茶产品为核心，融合茶、竹、水、器、茶食、文旅6大优势产业，创设“产品+空间+服务”综合性第三空间，实现全屋产品可售经营模式。

6、管理机构

本章对“武夷山水茶空间”的品牌管理机构和职责进行约定。

1. 品牌维护

本章从“武夷山水茶空间”的品牌归属、知识产权、品牌使用、品牌推广、价值评价、权利和义务等方面对“武夷山水茶空间”的品牌维护做出具体规定。

8、品牌竞争力提升

本章从提升质量水平、提升创新能力、提升服务保障、提升有形要素、提升无形要素等五要素对提升“武夷山水茶空间”品牌竞争力进行规定。

9、风险防范

本章从五个方面对“武夷山水茶空间”区域公用品牌的潜在风险进行识别。

1. 持续改进

本章规定应根据品牌管理情况,确定持续改进的目标，做好持续改进。

三、主要试验验证的分析、综述

无。

1. 采用国际标准或国外先进标准的程度， 以及与国内外同类标准水平的对比情况

无。

五、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的建议

本标准严格按照国家和福建省出台的相关法律法规的规定进行编制。

1. 重大分歧意见的处理依据和结果

无。

1. 废止现行有关标准的建议

无。

1. 其他应予以说明的事项

无。

标准起草工作组

 2024 年 7 月