

# 循证视域下河南省地理标志品牌的现状与对策研究

王清珍, 张云龙

郑州科技学院, 河南 郑州

收稿日期: 2021年11月21日; 录用日期: 2021年12月23日; 发布日期: 2021年12月30日

---

## 摘要

针对如何适应河南农业产业结构升级、发展和保护地理标志品牌及市场占有率, 进行了河南省地理标志品牌的现状与对策研究。基于数据、理论及调研结果, 进行可视化分析。分析了河南省地理标志产品的数量和三部门的注册情况, 地理标志产品产值的分布和类别的产值, 河南省前十最具综合价值的地理标志品牌产品的影响因素和分布特点。得出地理标志产品品牌建设所面临的困境并给出相应的解决对策。

## 关键词

循证视域, 河南省, 地理标志品牌, 现状, 对策

---

# Research on the Current Situation and Countermeasures of Geographical Indication Brand in Henan Province from the Perspective of Evidence-Based

Qingzhen Wang, Yunlong Zhang

Zhengzhou University of Science and Technology, Zhengzhou Henan

Received: Nov. 21<sup>st</sup>, 2021; accepted: Dec. 23<sup>rd</sup>, 2021; published: Dec. 30<sup>th</sup>, 2021

---

## Abstract

Aiming at how to adapt to the upgrading of agricultural industrial structure, develop and protect the geographical indication brand products and market share in Henan Province, this paper stu-

dies the current situation and countermeasures of geographical indication brand in Henan Province. Visual analysis is based on data, theory and research results. This paper analyzes the quantity of geographical indication products and the registration of three departments in Henan Province, the distribution of output value and category output value of geographical indication products, and the influencing factors and distribution characteristics of the top ten geographical indication brand products with the most comprehensive value in Henan Province, getting the difficulties faced by the brand construction of geographical indication products, and giving the corresponding countermeasures.

## Keywords

Evidence Based Horizon, Henan Province, Geographical Indication Brand, Present Situation, Countermeasure

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

农业经济的重要组成部分是农产品, 农产品区域品牌的建设发展应加以重视。2004 年至今已有十多年发布的中央一号文件中都强调农产品区域品牌的建设与发展问题, 2018 年制定了品牌强农、质量兴农的发展思路, 2019 年提倡“一县一业”、“一村一品”打造农产品区域品牌, 2020 年更是强抓区域品牌建设, 保障农产品的有效供给, 推动脱贫攻坚和全面小康的战略[1]。

河南省将农产品区域品牌的建设作为提高农产品竞争力, 加快河南省农业转型升级的重要举措。然而, 由于存在资金投入不足、龙头企业较少、品牌意识不强以及资源整合不到位等诸多问题[2], 河南省的农产品区域品牌建设面临现实和理论困扰。因此, 对河南省地理标志产品开展调查研究, 结合地理标志注册、授权、保护与发展情况进行深入剖析, 提炼品牌, 将为解决河南省农产品区域品牌建设的内部困境和外部问题提出新思路。

## 2. 河南省地理标志产品

### 2.1. 数据收集

从全国农产品地理标志查询系统与河南省特产系统中的河南省地理标志产品收集整理到 286 个地理标志产品, 具体包含有三部门注册情况、产品简介、年份、地理标志类别、产地覆盖范围、证书持有者、生产方式、产值和自然因素与人文因素。证书持有者是当地的合作社、农业服务中心、质量安全检验中心、管理协会等, 具有检测和品质管控能力的组织作为注册人, 加强对商标使用者的规范管理, 相比普通商标, 其更加特殊和复杂, 需要当地党委政府的主导和推动。年份涉及到 2001 年到 2020 年, 产地范围即为保护范围, 不同的产品有特定分布与生产方式、加工、流通等, 土壤地貌情况、水文情况、气候情况等自然生态环境和人文历史决定了地理标志产品的特性[3], 产值以备分析产品的发展前景。

河南省的地理标志产品申请的有据可查年份与数量关系如图 1 所示, 是从 2001 年到 2020 年这 20 年期间申请或是授权的件数。

由图 1 看出, 2017 年以前, 河南省对于地理标志产品的注册和保护重视度远远不够, 自 2018 年后开始了真正的快速增长阶段, 2020 年有 42 件, 占到 20 年总件数中近 15%, 呈现良好的增长态势, 一件

件地理标志商标的注册成功, 创造了河南特色农副产品品牌, 推动了相关产品和产业的品牌化、特色化、规模化发展。

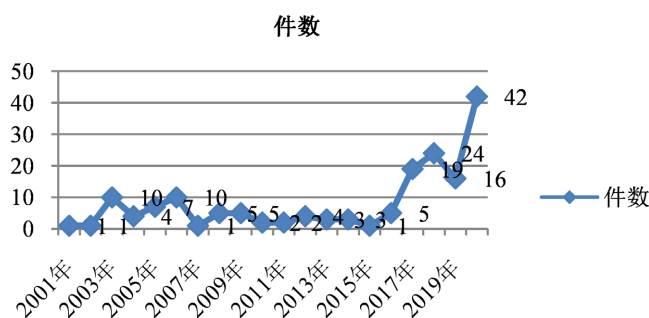


Figure 1. Relationship between the year and the number of geographical indication products in Henan Province  
图 1. 河南省地理标志产品年份与数量关系图

## 2.2. 河南省各地区产品地理标志数量与产值

河南省共有 18 个地级市, 各地级市均有不同数量的地标产品, 其中洛阳市有 37 个为最多, 南阳市有 29 个排第二, 漯河市最少只有 1 个。河南省各地区地理标志产品数量如图 2 所示。

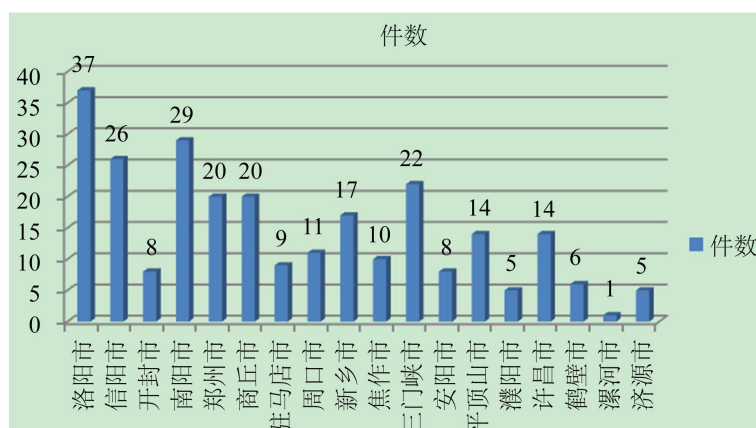


Figure 2. Comparison of prefecture-level cities and number of pieces  
图 2. 地级市与件数对照图

从图 2 中可以看出, 总体数量不多, 区域分布不平衡, 各地区之间差距还较明显, 在河南 18 个地级市中, 洛阳、南阳等地农产品地理标志的登记数量位于省内前列, 而漯河、济源的农产品地理标志的登记数量只有区区一两件。农产品地理标志的品牌意识有待增强, 还需要发挥当地政府在地理标志产品建设上的引领带头作用, 另外农业的规模化、产业化发展水平也有待提高, 分散和小规模经营阻碍了农产品地理标志建设[4]。

## 2.3. 地理标志在三个注册部门的情况

现阶段, 地理标志可以在农业部、质检总局和商标局等三个部门注册, 分别注册为地理标志保护产品、地理标志证明商标和农产品地理标志产品三种。统计 286 个中地理标志保护产品、地理标志证明商标和农产品地理标志产品的数量分别为 101、189、66。

河南省地理标志商标发展涵盖了“果、蔬、茶、禽、薯、艺(手工艺品)”等各类特色农副产品, 共含五大类、29 子类、286 项, 门类齐全。其中“绿色”(果蔬茶类地理标志商标)最为突出。在这 29 项子类当中, 数量最多的前十位分别为果品类、蔬菜类、药材类、粮食类、肉类、油料类、水产动物类、食用菌类、香料类、茶叶类, 如表 1 所示。

**Table 1.** Top ten subcategories of products with the most geographical indications in Henan Province

**表 1.** 河南省地理标志所含产品最多的前十子类

产品类别	数量(个)	占比
种植业类: 果品类	61	21.3%
种植业类: 蔬菜类	44	15.4%
种植业类: 药材类	44	15.4%
种植业类: 粮食类	34	11.2%
畜牧业类: 肉类	18	6.3%
种植业类: 油料类	15	5.3%
水产业类: 水产动物类	12	4.2%
种植业类: 食用菌类	8	2.8%
种植业类: 香料类	6	2.1%
种植业类: 茶叶类	6	2.1%

从表 1 中可看出, 河南省作为农业大省, 在发展自身经济的同时, 没有放弃自身农业的发展, 这一点通过地理标志的申请数目就能看出。在前十子类当中, 种植业类包含八项, 远超其他大类, 这些数据也侧面反映了农业对于河南经济的重要性。

### 3. 地理标志产值

以绿色有机地标农产品为代表的河南省绿色优质农产品品牌格局基本形成, 每年向社会提供绿色有机地标农产品实物总量超过 2 亿吨。全面发力品牌培育, 品牌影响力明显提升, 据社会调查, 消费者对绿色食品品牌的知晓率达 73.5%, 忠诚度达 64.1%, 绿色食品的知名度和美誉度显著提升。

按照“政府引导、部门主推、注册人主动”的原则, 引导地理标志商标的注册人和使用人, 强化商标的规范使用和宣传推广, 实施质量品牌战略, 凸显地理标志商标的竞争优势、品牌效益、产品附加值。早在 2016 年怀山药品牌价值达 268.03 亿元, 在区域品牌初级农产品类地理标志产品中排名第五; 灵宝苹果品牌价值为 183.4 亿元, 排名第九。钧瓷以 240.7 亿元的品牌价值, 在区域品牌工艺品类地理标志产品中位居第二。

为进一步探寻地理标志产品在河南省发展建设中的贡献, 援引河南省人民政府公布的《2020 年河南省国民经济和社会发展统计公报》中部分数据进行分析, 结果如表 2 所示。

由表 2 可以看出, 随着种类的细分, 不同种类中地理标志产品所占据的重要程度出现了明显的分化, 其中占比最高的是瓜果类, 地理标志产品占据全省总产量 75.32%, 仅开封西瓜就能 180 余万吨的年产量; 与此同时, 占比最少的为肉类中的猪肉, 仅 1.45%, 究其原因在于猪肉中的地理标志产品通常为黑猪, 而黑猪的养殖条件较其他普通肉猪更为严苛。

**Table 2.** Comparison between the output value of GI products and economic data of Henan Province in 2020  
**表 2.** 2020 年地理标志产品产值与河南省经济数据对比表

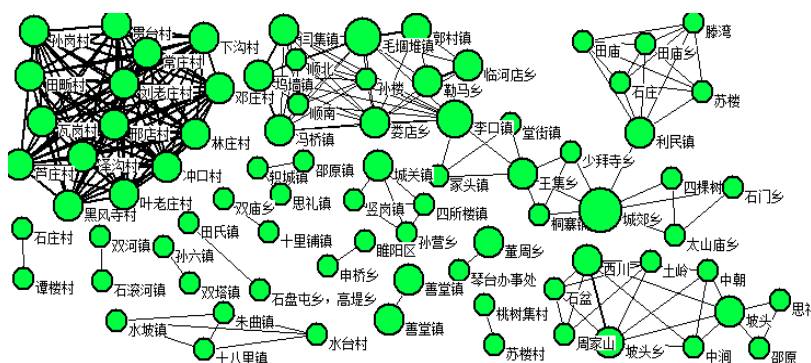
产品类别	类别产量(万吨)	河南全省产量(万吨)	占比
粮食类	364.42	6825.8	5.34%
(其中小麦)	113.32	3753.13	3.02%
油料类	112.64	672.57	16.75%
(其中花生)	108.78	594.93	18.28%
蔬菜类	1570.25	7434.91	21.12%
食用菌类	28.73	177.48	16.19%
瓜果类	1176.21	1561.61	75.32%
肉类	39.64	538.21	7.37%
(其中猪肉)	4.71	324.8	1.45%
(其中牛肉)	11.8	36.71	26.69%

河南的农耕文明历史悠久, 拥有一大批富有地域特色的农产品, 应该充分利用农业大省的优势, 通过发掘各地区的特色农业, 利用区域优势建立农产品品牌, 增强农产品的竞争力, 提高农产品的质量, 助力乡村产业、人才、文化、生态和组织等全方面的振兴。农产品的地理标志, 作为一项知识产权, 具有巨大的经济价值, 它可以提高农产品的知名度, 像信阳毛尖、新郑红枣等, 继续发展保护, 进一步为河南经济发展做出贡献。

## 4. 河南省 10 个最具综合价值量的地理标志

### 4.1. 地理标志综合价值影响因素

全国地理标志的保护正逐步完善, 地理标志保护目录正初步形成一批有影响的地理标志, 只是涌现, 但是地理标志的综合价值还没有得到发挥[5]。现对 2020 年收集到地理标志产品进行分析, 其部分产品关系如图 3 所示。



**Figure 3.** Geographical indication protection scope mesh map  
**图 3.** 地理标志保护范围网状图

在图 3 中, 左上角的网是瓦岗红薯的保护范围, 中间靠上是勒马花生保护范围, 但李口镇还在李口西瓜的保护范围内, 王集乡是两个地域同名的乡镇名, 一个在南阳一个在商丘, 最右下角是淝池丹参的

保护范围, 会存在地理标志的保护范围不清晰的现象。图 4 是地理标志社会化阶段的系统动力学流图, 在研究中发现存在许多影响地理标志综合价值的因素。

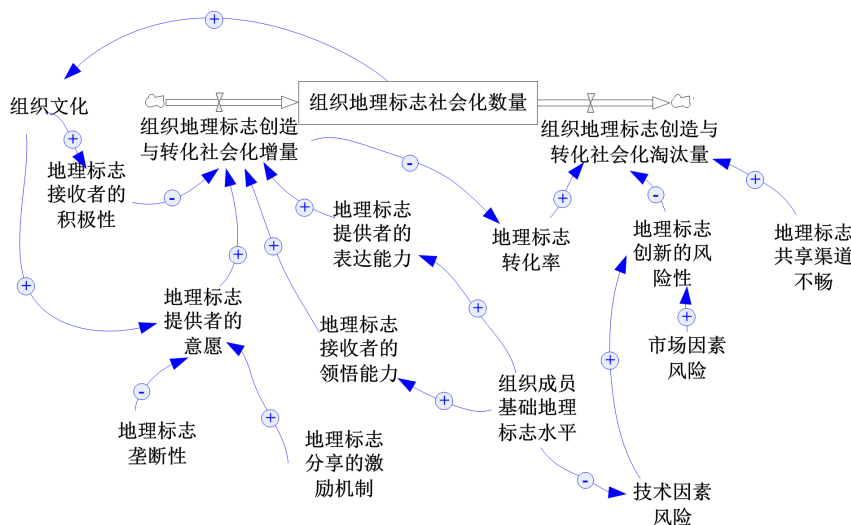


Figure 4. Flow chart of system dynamics of the socialization stage of GI  
图 4. 地理标志社会化阶段的系统动力学流图

由图 4 可知, 创造地理标志品牌的增量因素有接收者的积极性、提供者的意愿、分享的激励机制、提供者的表达能力、接收者的领悟能力等; 淘汰的因素有地理标志转化率、技术因素、市场因素、共享渠道不畅等。进一步分析得出如下结论。

1) 地理标志提供的表达能力和方式。在三部门申请注册时, 如南召一化性柞蚕、南召柞蚕, 名称不相同, 西峡猕猴桃分别在 2008 年和 2010 年两次申请通过, 数据前后不一, 有时申请主题不一致, 难免发生利益冲突, 不利于地理标志保护与发展。

2) 地理标志提供者的意愿和接收者的领悟能力。地理标志的使用也存在一些乱象。存在注而不用、用而不管、管而不畅, 对广大的中小企业和农户使用地理标志不作为、不管理、不备案、不服务, 地理标志的作用得不到发挥。

3) 组织成员基础地理标志水平。地理标志企业规模比较小, 龙头企业的带动作用不足, “品牌战略”工作推进不够, 普遍存在“小而不精、大而不强”的现象, 应该说地理标志市场既需要“大众名品”, 也需要“小众精品”。

4) 地理标志存在技术因素风险。研发能力弱, 对关系到地理标志长远和共同利益的事情关注不够, 存在“公地悲剧”现象和“诚信危机”。

#### 4.2. 河南省 10 个地理标志

地理标志综合价值指数评价规范项目分值 1000, 包含地理标志特征(分值 100, 包含内外品质特征、自然因素影响、人文因素影响、特征稳定性), 信誉(分值 100, 包含信誉度、信誉维护), 品牌(分值 100, 包含认知地域、认知人群、地理标志名称、地理标志企业商标、全国公众认知度), 质量(分值 100, 包含质量标准、质量安全、质量检测、质量认证), 产量(分值 100, 包含产量排序、产量结构), 保护(分值 150, 包含政府推动、注册申请人、注册方式、管理单位、企业认证、技术研发、信息统计), 市场(分值 150, 包含竞争优势、企业结构、产业化水平、市场化程序、市场成长、市场促进), 秩序(分值 100, 包含秩序

程序、产品防伪、产品包装、专营渠道、售后服务), 民俗文化(分值 50, 包含形成历史、文化载体), 社会价值(分值 50, 包含富民效应、地方形象、区域发展)。

2020 年全国 300 个最具综合价值量地理标志名单中河南省有 10 个, 这 10 个地理标志产品是杞县大蒜、信息毛尖、开封西瓜、灵宝苹果、泌阳花菇、西峡香菇、固始鸡、中牟大蒜、正阳花生、原阳大米等。对应的排序、地理标志名称、地理标志分类、综合价值量和综合价值指数如表 3 所示。

**Table 3.** 10 geographical indication products with the most comprehensive value in Henan Province

**表 3.** 河南省最具综合价值的 10 个地理标志产品

排序	地理标志名称	地理标志分类	综合价值量(点当量)	综合价值指数星级
1	杞县大蒜	蔬菜类	197.34	四星级
2	信阳毛尖	茶叶类	156	四星级
3	开封西瓜	瓜果类	116.49	三星级
4	灵宝苹果	瓜果类	116.11	二星级
5	泌阳花菇	食用菌类	91.68	三星级
6	西峡香菇	食用菌类	71.4	三星级
7	固始鸡	肉类	71.2	三星级
8	中牟大蒜	蔬菜类	69.97	二星级
9	正阳花生	油料类	67.1	二星级
10	原阳大米	粮食类	44.98	二星级

地理标志综合价值指数(简称中郡地标价值指数)是依据《地理标志综合价值指数评价规范》对地理标志保护与发展进行综合评价得分[6]。评价中, 将综合价值星级的地理标志单列出来, 称之为“最河南的地理标志产品”, “最河南的地理标志产品”就是最具河南地理标志特质(品质、信誉, 并与地域的自然因素和人文因素关联)、最值得保护与发展(具有一定市场价值、国际出口能力和社会文化价值)、现阶段保护与发展工作(保护措施、质量与品牌管理、市场与秩序等)做的最好的河南地理标志产品。

全国 300 个河南只占 10 个。在 2009 年“河南十大最具影响力地理标志产品”评选中, 南阳方城丹参、西峡猕猴桃、唐河栀子、灵宝苹果、汝瓷、封丘金银花、张弓酒、原阳大米、信阳毛尖和四大怀药被选中。不论是全国的排名还是河南的排名都突显了发展余地很大, 还需加强地方地理标志开发培育, 发挥行业协会作用, 加强经济优惠政策, 完善信息化建设, 创建品牌建设, 加强宣传, 提升地理标志影响, 建设学术化和国际化的优势标志。

### 4.3. 河南省 10 个地理标志地区分布

河南省最具综合价值有 10 个地理标志分别分布在洛阳市、信阳市、开封市、三门峡市、南阳市、郑州市、驻马店市和新乡市 8 个地区, 如图 5 所示, 其中信阳和驻马店各有两个, 占比例比较大。

从图 5 中可以看出洛阳地理数量最多, 但品牌比例比较小, 而驻马店品牌所占比例可达 22%, 此数据说明驻马店市政府和地方对地理标志产品的保护和发展力度比较大。

虽然驻马店市占比较高, 但地理标志产品总数明显偏少; 洛阳市数量多, 但价值品牌相对较少。因此还需优化政府行为, 从政府、行业协会、企业及社会公众等方面进行多元化保护, 构建区块链保护机制, 加强农产品本身的保护和发展, 完善法律法规, 健全管理机制, 建立制度, 引导推动地理标志发展。

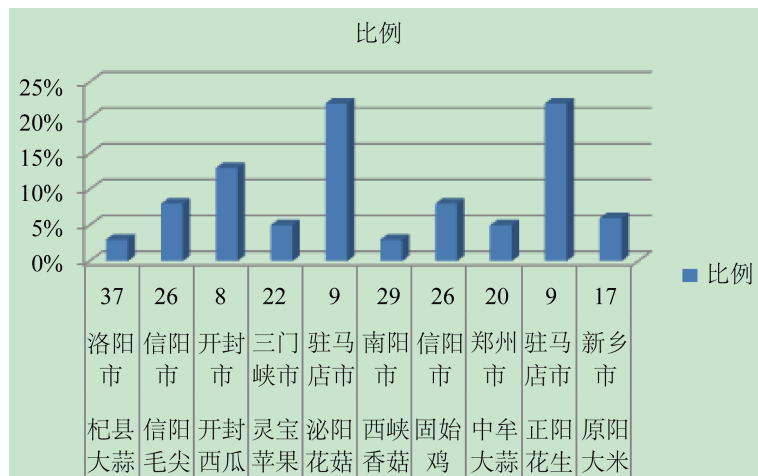


Figure 5. Distribution of 10 geographical indication areas in Henan Province  
图 5. 河南省 10 个地理标志地区分布图

## 5. 结束语

通过数据收集, 分析河南省的地理标志产品及河南省地理标志品牌产品的数量、产值, 在推动河南经济方面, 地理标志产品起到一定的推动作用, 但鉴于河南是农业大省, 位居中原, 气候怡人, 人口众多, 还需要进一步提高农产品品牌, 对地理标志产品品牌建设所面临的挑战提出针对性的策略: 一是促发展, 发挥龙头企业以及协会发挥多方协助力, 健全多方投入机制, 加大财政投入力度; 二是优化结构, 实施地理标志品牌产品保护工程, 强化政府主导地位, 发挥龙头企业示范带动作用; 三是强品牌, 创新发展动力, 重点推动地理标志品牌产品, 达到“生态茶园、精品果园、放心菜园、特色菌园、道地药园”; 四是提质量, 基地化建设、标准化生产、诚信化运作; 五是建立完善的地理标志培育法规体系, 建立有效的地理标志培育激励机制, 提高地理标志的转化率。为扩大品牌影响力, 还需要进一步研究河南省地理标志创造与转化的动力学模型, 并得出更科学、更具体、更实用的策略。

## 基金项目

2021 年河南省知识产权局软科学研究项目: 循证视域下河南省地理标志的现状及其对策研究(20210106047); 2022 年度河南省高校人文社会科学研究项目: 循证视域下推动脱贫战略与乡村振兴有效衔接研究(2022-ZZJH-337)。

## 参考文献

- [1] 肖放. “十四五”时期我国绿色食品、有机农产品和地理标志农产品工作发展略[J]. 农产品质量与安全, 2021(3): 5-8.
- [2] 赵玮, 张晓燕, 朱德明. 农业优势特色产业集群促进乡村振兴对策研究[J]. 三峡大学学报, 2021, 4(43): 44-48.
- [3] 冯连第. 辽宁省农产品地理标志品牌建设研究[J]. 农业科技与设备, 2019(4): 82-84.
- [4] 陈彤. 美国农业工业化发展与生态化转型研究[J]. 亚太经济, 2018(5): 80-87+151.
- [5] 郑风田. 推进农业供给侧改革建设美丽乡村—今年中央一号文件的四大亮点[J]. 价格理论与实践, 2016(1): 26-29.
- [6] 宋昕哲. 地理标志保护中通用名称认定的独立标准[J]. 知识产权, 2021(7): 61-70.