

祛除慵懒散 提振精气神

以转变干部作风新成效确保通榆高质量脱贫摘帽

●李德明

2019年是脱贫攻坚的冲刺年、决胜年。习近平总书记指出,“脱贫攻坚任务能否完成,关键在人、关键在干部队伍作风”。在脱贫攻坚进入攻城拔寨的关键时期,必须采取非常之举,牢牢扭住干部作风这个“牛鼻子”,着力将转变干部作风贯穿脱贫攻坚全过程,确保扶贫工作实、脱贫过程扎实、脱贫结果真实。

坚持用习近平精准扶贫思想武装干部头脑,在提升政治站位上体现作风建设新成效。通榆作为国家扶贫开发工作重点县和全省两个深度贫困县之一,多年来,贫困的帽子压得沉,贫困的根子扎得深,全县党员干部群众摆脱贫困的意愿尤为强烈。但由于近年来全县脱贫攻坚的任务重、困难多、责任大,导致一些基层干部出现了畏难、厌战等情绪。有的干部抱着“不求有功但求无过”的心理,开展工作前怕狼后怕虎、畏首畏尾,毫无担当可言;落实工作蜻蜓点水、虚张声势,常常摆花架子、做表面文章;研究工作不深、不细、不实、不透。之所以出现上述不应有的现象,究其根本是因为干部作风出了问题,理想信念“总开关”拧得不紧不牢。思想是行动的先导。我们要以“不忘初心、牢记使命”主题教育为契机,不断强化理论武装和思想教育,按照“四个对照”的要求来一次政治思想“大体检”,照一照“B超”、做一做“核磁”,找准症结猛药去疴,必要时要坚决动动“手术”,从而筑牢信仰之基、补足精神之钙、把稳思想之舵,为我县“摘穷帽”“拔穷根”提供强有力的政治思想保证。

建立科学的选人用人导向,在能者上庸者下的机制上体现作风建设新成效。现在,从总体上看我县干部队伍是好的,绝大多数干部都能敢于担当,勇于作为,但在个别干部身上,确实存在着这样或那样不容忽视的问题。在脱贫攻坚中,有的干部在看,甚至一些干部在“捣蛋”,遇到困难躲、怕、推,见到好处蜂拥上,严重影响了全县脱贫攻坚的进展和成效。毛泽东说过:“政治路线确定之后,干部就是决定的因素。”为了扭转这种局面,消除负面影响和不利因素,县委结合脱贫攻坚工作实际,果断实施了干部选拔淘汰机制,先后对2名科局级干部进行免职,对3名

拟提拔干部暂缓提拔,真正对慵懒散漫、不担当不作为的干部拉下脸、动真格。同时,把那些对人民群众有真情实感,特别能吃苦、特别能奉献、特别能干事的干部提上来、用起来,让他们在脱贫攻坚的主战场上大显身手、一展抱负,实现了攻坚克难与发现干部、历练干部、选拔干部有机结合,为出色完成脱贫攻坚任务、加快县域经济社会发展打造一支一流的干部队伍。

充分发挥领导干部带头作用,在密切干群关系上体现作风建设新成效。火车跑得快,全靠车头带。在脱贫攻坚这场倾国之战、勠力之战中,党员干部不冲锋、不陷阵,难以凝万众之心、聚全民之力,脱贫攻坚也难以取得全胜之功。为了充分发挥领导干部在脱贫攻坚中的模范带头作用,县委实行了县级领导干部包保责任制,县委分别与16名副县级以上领导干部签订了脱贫攻坚包保责任状,每人包保一个乡镇,做到分兵把口、全面包保、合力攻坚。通过强化各级党组织的主体责任、“一把手”第一责任人责任,县、乡、村三级干部把大部分时间和精力全部投入到脱贫攻坚一线上,对标对表,响鼓重槌,夙夜奋战,决战决胜。为了准确把握并彻底解决“两不愁”“三保障”在个别贫困户身上没有落实到位的问题,县委、县政府创新开展了“县委书记、县长吃百家饭和包保干部吃万家饭”主题实践活动。全县12777名党员干部带着诚心、带着诚意走进了千家万户,与贫困群众一起吃农家饭、唠知心嗑,在零距离接触中察民情、办实事、解民忧,从而架起了干群之间的连心桥,使党群干群关系更加密切,有效地提升了广大群众对脱贫攻坚工作的满意度。

建立严格的干部考评体系,在鼓励先进鞭策后进上体现作风建设新成效。年初以来,全县进一步规范完善了脱贫攻坚考核干部、第一书记包保考核办法,制定了脱贫攻坚工作量化考核实施细则。包保干部特别是县级领导干部,每天都要撰写扶贫工作日志,在全县脱贫攻坚最前线群中晒工作、晒亮点、晒经验、晒差距,以最高的标准、最严的要求检验脱贫攻坚工作成效。县委组织部健全完善了副科、正科以及向上推荐副处级后

备干部的荐选机制,出台了《中共通榆县委关于激励脱贫攻坚一线干部的实施办法》,把干部选拔任用的优先权聚焦到脱贫攻坚一线,真正做到选贤用能,极大地激发了广大干部的积极性、创造性。县委宣传部、组织部紧盯工作一线,注重发现典型、树立典型、推介典型、褒奖典型,选树了姚喜全等多名“最美扶贫干部”,在这些“忘我忘家”先进典型引领带动下,全县形成了学先进赶先进当先进的浓厚氛围。为了更好地破解脱贫攻坚领域的难题,为肯担当的干部担当,县委探索实施了干部容错免责机制,让那些想干事、肯干事、能干事的干部放下包袱,放开手脚,为他们全身心投入脱贫攻坚当好“主心骨”。

坚决查处扶贫领域的腐败案件,在正党风严党纪上体现作风建设新成效。习近平总书记强调,扶贫领域的“苍蝇式”腐败,虽然可能是单个案件金额不大,但危害不可小视。“蚁小虽小溃大堤,蝗虫多了吞沃野。”如果任由贪腐行为滋生蔓延,积少成多,不仅会使脱贫成效大打折扣,而且将严重损害党和政府在群众心目中的形象。一直以来,县委、县政府始终以“零容忍”的态度对待扶贫领域的腐败问题,发现一起严查一起,绝不姑息迁就!特别是当前扶贫工作到了攻坚阶段,全县农村到处是工地,到处是项目,县委、县政府提前做好风险评估、预测和防范,整合县纪委、监委、组织、政法、审计等多方力量,切实加强扶贫领域资金项目和干部的监管,对那些无视群众疾苦,置党纪国法于不顾,吃、拿、卡、要、贪、占等行为严重违法,有效做到惩戒一批、警示一批、震慑一批,既维护了群众切身利益,确保了扶贫资金使用安全,又促进了干部队伍的风清气正。

脱贫攻坚,作风当先。今后,我们将持续狠抓干部队伍作风建设,做到心中常想、手中常抓、方法常新、效果常有。我们坚信,只要每名党员干部都将自身作风建设放在心上、印入脑中、抓在手上,以扎实过硬的作风汇聚全县磅礴力量,以奋斗的姿态、勇士的担当,一鼓作气向着胜利的终点冲刺,必将如期实现贫困人口全部脱贫、贫困县彻底“摘帽”的目标。(作者系中共通榆县委书记)

有责任才有动力。不明确责任、不落实责任、不追究责任,党支部的组织力就难以保证

中共中央政治局召开会议审议了《中国共产党支部工作条例(试行)》。制定和实施该条例,是推动全面从严治党向基层延伸的重要举措,为新时代党支部建设提供了基本遵循,对加强党的组织体系建设,全面提升党支部组织力、强化党支部政治功能,巩固党长期执政的组织基础,意义十分重要。党支部是党的基础组织,是党的组织体系的基本单元。只有每个党支部组织力提升了,政治功能强化了,充分发挥“力量澎湃”的主体作用,党的执政根基才能坚如磐石。

根深方能叶茂,本固才会枝荣。习近平总书记多次强调:“中国共产党是世界上最大的政党。大就要有大的样子。”党犹如一棵参天大树,各级党支部就是根系。要确保我们党“大而无形”“大而有样”,必须以严的精神、实的作风,把标准立起来,“头雁”选出来、责任落下去,做到大而不虚、强而有力、久久为功,练就一副“好筋骨”。只有每个基层党组织都成为战斗堡垒,每块基石都牢固,每条根系都发达,党才会更加坚强有力。

要把标准立起来。树立高标准,才有高质量。基层党支部如果没有过硬的标准作规范,支部建设就会参差不齐、方向不明、目标不清,难以形成合力。没有规矩,不成方圆。党支部标准化建设是一项基础性、根本性、全局性工作,要坚持把建立健全制度规范作为加强支部建设的头等大事,做到严格标准、与时俱进、持之以恒。要统筹各领域党建标准,树立“过硬指数”,聚焦基本组织、基本队伍、基本活动、基本制度、基本保障等,打造党支部“标准画像”,简明扼要定标明责,让支部工作有标准、活动有计划、建设有规矩。要通过持续不断的刚性约束,不断提升制度化、规范化、科学化水平,真正推动党支部担负好直接教育党员、管理党员、监督党员和组织群众、宣传群众、凝聚群众、服务群众的职责。

要把“头雁”选出来。唯物辩证法告诉我们,抓住关键,就抓住了解决问题的“金钥匙”。农村富不富,关键看支部;支部强不强,关键看“头雁”。党支部要更好地发挥作用,离不开支部书记这个关键。一名优秀的支部书记能团结带领党员群众做好各项工作,使基层党组织更加坚强有力。反之,一个不称职的支部书记可能使党组织软弱涣散,给一个地方造成不可弥补的损失。各级党委要把选优配强支部书记当成抓好基层党建的首要任务,选出政治靠得住、群众信得过、发展有思路、落实有力度的支部书记,并将敢于负责、勇于担当、善于作为的年轻干部充实到基层党组织队伍中来。坚持“选、育、管、用”多管齐下,着力解决后继乏人、能力不足、管理不严等突出问题,使每个基层党组织都成为坚强的战斗堡垒。

要把责任落下去。有责任才有动力。不明确责任、不落实责任、不追究责任,党支部的组织力就难以保证。抓基层打基础不是一般的工作问题,而是政治责任问题。在其位,谋其政,尽其责。各级党组织书记要把抓好党支部建设作为管党治党的基本任务,突出主责主业主观意识,紧紧抓住主体责任这个“牛鼻子”,坚持问题导向,用责任倒逼压力,用压力推动落实。对一些重大问题,要主动抓在手上;对一些重点难点问题,要积极研究解决;对一些经常出现、反复出现的问题,要“解剖麻雀”、把握规律。如下一级抓一级、一级带一级,才能树立鲜明的导向和示范效应,形成抓基层强基础的浓厚氛围,始终让党支部“力量澎湃”。

监察法释义

第三十一条 涉嫌职务犯罪的被调查人主动认罪认罚,有下列情形之一的,监察机关经领导人员集体研究,并报上一级监察机关批准,可以在移送人民检察院时提出从宽处罚的建议:

- (一)主动投案,真诚悔罪悔过的;
- (二)积极配合调查工作,如实供述监察机关还未掌握的违法犯罪行为的;
- (三)积极退赃,减少损失的;
- (四)具有重大立功表现或者案件涉及国家重大利益等情形的。

【释义】

本条是关于监察机关对涉嫌职务犯罪的被调查人提出从宽处罚建议的规定。《中共中央关于全面推进依法治国若干重大问题的决定》提出,要完善刑事诉讼中认罪认罚从宽制度。本条规定与最高人民法院、最高人民检察院、公安部、国家安全部、司法部于2016年印发的《关于在部分地区开展刑事案件认罪认罚从宽制度试点工作的办法》作了衔接。规定本条的主要目的是鼓励被调查人犯罪后改过自新、将功折罪,积极配合监察机关的调查工作,争取宽大处理,体现了“惩前毖后、治病救人”的精神。同时,也为监察机关顺利查清案件提供有利条件,节省人力物力,提高反腐败工作的效率。本条应当注意把握八个方面内容:第一,被调查人主动认罪认罚,在主观上表现为能够认识到自己的行为违反了法律的规定,并愿意接受法律的制裁,并

对自己的所作所为感到后悔,表现了被调查人改恶向善的意愿。在客观上,表现为被调查人主动投案、真诚悔罪悔过,积极配合调查工作,如实供述监察机关还未掌握的违法犯罪行为,积极退赃、减少损失。

第二,自动投案主要有以下几种情形:被调查人犯罪以后,犯罪事实未被监察机关发现以前;或者犯罪事实虽被发现,但不知何人所为;或者犯罪事实和被调查人均已被发现,但是尚未受到监察机关的询问、讯问或者尚未采取留置措施之前,主动向监察机关或者所在单位、基层组织等投案,接受调查。被调查人犯罪后逃到异地,又向异地的监察机关投案的,以及被调查人因患病、身受重伤,委托他人先行代为投案的,也属于自动投案。有的被调查人在投案的途中被捕获,只要查证属实的,也属于投案。有的被调查人投案并非完全出于自己主动,而是经亲友劝告,由亲友送去投案,对于这些情形也应认定为投案。但被调查人投案后又逃跑的,不能认定为自动投案。

第三,积极配合调查工作,如实供述监察机关还未掌握的违法犯罪行为,是指被调查人投案以后,能够按照监察机关的要求,积极主动地予以配合,除了如实供述监察机关已掌握的违法犯罪行为外,还应当如实供述监察机关不知道、还未掌握的其他违法犯罪行为。对于涉嫌共同职务犯罪的被调查人不仅应供述自己的犯罪行为,还应供述与其共同实施犯罪的其他共犯的共同犯罪事实。对于共同职务犯罪,如果供述监察机关未掌握的他人的犯罪事实,符合重大立功条件的,应当按照重大立功的规定处理。

第四,“积极退赃,减少损失”,是指被调查人主动上交违法犯罪所得赃款赃物,减少国家、集体和公民的合法权益可能受到的损失。

第五,具有重大立功表现是指相对于一般立功表现而言,主要包括:一是被调查人检举、揭发他人的重大犯罪行为,如揭发了一个犯罪集团或犯罪团伙,或者因其提供了有关犯罪的重要线索,才使一个重大犯罪案件得以查清;二是阻止他人重

大犯罪行为;三是协助监察机关抓捕其他重大职务犯罪被调查人;四是对国家和社会有其他重大贡献等。这里所指犯罪行为,既包括重大职务犯罪行为,也包括其他犯罪行为。一般而言,被调查人检举、揭发他人犯罪,提供查清其他案件的重要线索,阻止他人的犯罪行为,或者协助监察机关抓捕的其他被调查人,被调查人或者犯罪嫌疑人、被告人依法可能被判处无期徒刑以上刑罚的,应当认定为有重大立功表现。

第六,案件涉及国家重大利益,主要包括被调查人所涉及的职务犯罪案件关系到国家安全、社会稳定、经济发展等国家重大利益等情形。

第七,从宽处罚的建议包括从轻处罚、减轻处罚和免除处罚。“从轻处罚”,是指在法定刑的幅度内适用相对较轻的刑种或者处以较轻的刑期。“减轻处罚”,是指在法定最低刑以下判处刑罚。“免除处罚”,是指虽已构成犯罪,但由于某些原因不判处刑罚。

第八,监察机关提出从宽处罚建议的,需要经集体研究,并报上一级监察机关批准。这是为了确保决策程序公开公正,防止随意性,有利于给予与被调查人罪责轻重相适应的法律制裁,也有利于体现对悔过自新的被调查人宽大处理的政策意图。监察机关对被调查人提出从宽处罚的建议,要在坚持以事实为根据、以法律为准绳原则的基础上,综合评估被调查人的犯罪事实、性质、情节和认罪悔罪的态度及表现,经集体研究并报上一级监察机关批准。

需要注意的是,在认定被调查人认罪认罚的过程中,如果被调查人对自己行为的性质进行辩解,或者在供述中,对有些细节或者情节不清楚或者确实无法说清楚的,不能认为是隐瞒或者不配合调查工作。如果被调查人避重就轻或者供述一部分,还保留一部分,企图蒙混过关,就不能认为是积极配合调查工作。

(摘自中央纪委国家监委法规室编写、中国方正出版社出版的《《中华人民共和国监察法》释义》)

打造区域农产品公用品牌

●崔树武

隶属于行业协会,商标使用者为涉农企业、合作社、农户等,他们被批准加入协会,成为会员单位,并被授权生产标准产品,标准化使用商标。一般情况下,由行业协会注册的品牌商标,根据品牌性质不同,可注册为地理标志证明商标、地理标志集体商标。商标归行业协会注册所有,授权符合条件的区域内涉农企业、合作社、农户等标准化使用,形成具有区域性、公用性、共责性、共享性但商标所有与商标使用分离的区域公用品牌特征。

由于农产品区域品牌对区域整体品牌形象提升、区域经济发展、区域内农业产业发展的多重品牌贡献,它具有“准公共品”特质。但农产区区域品牌与以行政区域为划分基准的国家品牌、城市品牌、县域品牌、乡镇品牌、乡村品牌等区域公共品牌不同,它属于特定行业的产业、产品品牌建设,具有产业经济及品牌经济的属性,而非政府服务产品。因此,农产品区域品牌是一种区域公用品牌,而非区域公共品牌。

农产品区域公用品牌核心是行业协会。作为区域公用品牌,农产品区域公用品牌的品牌建设核心主体为行业协会,由其协同区域政府、区域内企业、合作社、农户等开展品牌建设。作为核心主体的行业协会,应当担当起品牌建设的关键任务,通过品牌注册、品牌授权、品牌管理、品牌传播等一系列品牌建设系统工程,创建品牌,提升品牌价值,提高品牌溢价,为协会成员谋求区域产业、区域产品的市场价值及社会价值。

行业协会要充分调动并征得区域政府力量的积极支持。区域政府是区域公共品牌建设的核心主体,在与农业关联的区域整体品牌如县域品牌、乡镇品牌、乡村品牌的品牌建设中,如何协调区域公共品牌与农产品区域公用品牌的关系,如何提高农产品区域公用品牌对区域整体品牌的有力支持,如何发动涉农企业、合作社、农户等加入行业协会协同打造品牌等,都需要区域政府力量的全力推动。但区域公共品牌的创建是政府公共服务的重要组成部分,政府是品牌建设的核心主体,而农产品区域公用品牌归属行业协会。因此,政府只需要共同决策,推进发展,但在品牌建设中,不应当越俎代庖。

农产品区域公用品牌建设的协同者,可以分为三个圈层。以行业协会为核心主体,协同者包括第一层级的直接协同者:区域政府及其政府相关职能部门(区域政府及其农业局、工商局、质监局、商务局等);行业协会组织中的会员单位与个人(包括企业、合作社、农户等);第二层级的间接协同者:区域内其他相关及非相关产业、企业、合作社、农户、区域成员等组织与个人,区域内各种媒体部门(电视台、电台、网络媒体、自媒体等等)、销售网络等;第三层级的间接协同者:区域外的各级政府及其相关职能部门、区域外的行业协会及其相关组织与个人、区域外的各种媒体部门及销售网络等。同时,品牌建设协同者也可根据品牌建设的模式及其合作关系不同的协同结构,直接或间接,看品牌建设主体对各种协同力量的理解与合作,而消费者的协同及其口碑传播,将产生重要的作用。因此,千万不能忘记,消费者是最重要,也是最关键的品牌建设协同者。无论是内部协同者、外部协同者还是消费者,通过协同建设,对品牌具有足够的理解,对品牌具有长期的信心与愿景,形成良好的口碑,这是协同的关键要素。

农产品区域公用品牌创建方法

根据长期以来的品牌建设经验,及其近年来在农产品区域公用品牌创建方面的积极探索。目前农产品区域公用品牌创建已经形成三种创建方法。

农产品区域单一产业品牌。农产品区域单一产业品牌是基于特定地理区域范畴之内,以特定区域内的农产品产业集聚为基本前提,以特定区域内的产业集群为基准的区域公用品牌。品牌类型多为区域产业品牌,品牌形成一般基于特定地域原有的产业资源禀赋(特殊物种、特殊工艺、特殊自然条件等),然后进行发展与再造。也可以是后天引进或创造的品牌,与特定区域的原有产业自然禀赋、人文因素并无天然关联,但随着农业产业的规模化、产业化发展,形成了规模化产业、一定的产业资源

中国幅员广阔,悠久的种植历史诞生出很多知名的区域公用品牌。除了五常大米等少数的区域公用品牌已经在消费者心中实现了认知和占位,其余大部分区域公用品牌还停留在产区当地,造成“墙内开花墙内香”的局面。这种局面对于当地企业而言,无法通过品牌或者产品品质形成溢价,从而限制了当地企业和产业的发展。如果想解决这个问题,积极地开发外域市场,打造区域农产品公用品牌就成为重中之重。

打造区域农产品品牌优势

整合力量,协同作战。如果只是由企业打造单个的企业品牌、产品品牌,单枪匹马,重复投资,成本高、效果弱。打造区域品牌可以整合全区域的力量,协同作战,包括政府、协会、企业等等,创造1+1+1大于3的奇迹。例如五常大米的品牌建设。早在1999年,五常市政府为充分发挥五常大米的品牌优势,就倡导成立了大米协会。大米协会注册了“五常大米”产地证明商标。2001年,五常市政府开始整合稻米资源及品牌,凡是在五常划定产区所产稻谷,集中打“五常大米”一个品牌,在消费者心中形成了“五常大米=好大米”的认知,成为很多区域公用品牌学习和追赶的目标。

整合资源,创新价值。每一个区域,都有得天独厚的资源,有的区域资源还异常丰富。将区域资源进行整合,创造新的价值,形成新的溢价空间。如松粮集团以“好基地出好米”为口号,建立起区域性企业联盟,把松原市前郭县、宁江区22户稻谷生产企业整合到一起,将土地资源统一整合为查干湖大米这一品牌大米生产基地。目前基地面积已达50多万亩。目前,查干湖系列有机绿色无公害产品已有10大系列360个单品,短短两年时间,不论是品牌建设还是市场拓展,都取得了前所未有的收获,销售额或倍增长。

整合认知,有效传通。打造区域品牌可以整合区域信息资源,一种声音,一个形象,整合信息内容,清洁信息环境,让消费者更容易认知、记忆品牌信息,整合认知,有效传通。例如,日本熊本县,一个农业县。在打造县域品牌,推出“熊本熊”卡通代言之后,获得了巨大成功。

农产品区域品牌的特点

农产品区域品牌是区域公用品牌。农产品区域品牌在特定地理区域内产生。其品牌产业、品牌产品生产于特定的地理环境、地域人文因素之中。农产品区域品牌的商标注册、所有,均

与产业集聚。

此类品牌,有的注册为商标,有的并不注册商标,因此,存在着虚拟、实有并存的现象;有的品牌,是基于社会公众及消费者对产业印象、认知与评价的虚拟品牌,在法律上并没有相关的商标注册与保护;严格意义上,还不是一个具有法律保护的品牌;有的品牌,以行业协会组织牵头注册并拥有相关集体商标或证明商标;有的品牌,拥有特殊的地理产品保护标志、行业标志等,具有一定的法律保护与约束。农产品区域单一产业品牌的标志识别基本以“区域名称+产业类别名称”作为品牌命名。此类区域品牌的运营主体多为行业协会组织等,由其进行品牌注册、品牌运营与授权管理、标准控制等。

品牌归属属于行业协会组织,由协会授权区域内符合相关标准的生产经营者共同使用商标、共同责任、共同分享品牌利益。此类品牌多为区域公用品牌。品牌体现出区域性、公用性、商标所有与商标使用分离性等特征。但它不具有区域公共性政务服务性质,行业协会可以拒绝不符合标准的生产经营者使用品牌。如“苍山蔬菜”品牌,即为农产品单一产业区域公用品牌,集聚了苍山区域内蔬菜产业的所有蔬菜品类,基于苍山丰富的蔬菜生产资源,蔬菜产业集聚资源,打造“苍山蔬菜”品牌。

品牌基本以地理标志产品(原产地产品)的特色物种、特色人文因素(工艺等)为基础,形成单一产品品类的区域单一产品品牌。如烟台苹果、西湖龙井等。一般由行业协会、事业单位等注册地理标志证明商标。品牌识别以“产地名称+产品品类名称”作为品牌命名。品牌运营主体以行业协会为核心主体,由经过行业协会组织授权,由特定地理区域内、基于特定区域文化或工艺特色,达到相关标准的生产经营者使用。行业协会组织拥有商标所有权与运营权,协同政府推动与引导,授权区域内符合产品标准的生产经营者共同使用商标,共同责任、共同分享品牌利益。

农产品区域产业综合品牌。农产品区域产业综合品牌是基于特定地理区域范畴之内,以区域内的自然资源、人文因素、产业、产品、生产经营者综合划分为基准,并以集体商标注册的区域公用品牌。此类品牌类型以全区区域内涉农全产业链、全品类、合格生产经营者划分为基准。品牌注册一般由行业协会注册为集体商标。此类品牌过去几乎没有,经过我国近年来针对中国农业特色的有效探索,取得了有效的进展。“丽水山耕”品牌是属于丽水市特定地域范畴内,基于丽水特定区域文化或工艺特色,以丽水农业全产业链、全品类、丽水市区域内相关涉农业生产经营者为主体的区域品牌。其品牌识别以能够表现其品牌特征的品牌命名,有较大的创意空间。