

# 汕尾市人民政府公报

2024 年第 9 期

汕尾市人民政府主办

2024 年 10 月 15 日出版

## 目 录

### 【市政府办公室文件】

汕尾市人民政府办公室关于印发汕尾市优质“土特产”公用品牌建设实施方案的通知

汕府办函（2024）184 号.....（1）

汕尾市人民政府办公室关于印发汕尾市人民政府诉讼案件管理办法（试行）的通知

汕府办函（2024）191 号.....（8）

### 【市政府部门文件】

关于印发《汕尾市城区户外广告资源有偿使用收入征收管理办法》的通知

汕建字（2024）104 号.....（12）

汕尾市农业农村局关于印发《汕尾市生猪产能调控实施方案（修订）》的通知

汕农农（2024）193 号.....（18）

### 【人事任免】

汕尾市人民政府 2024 年 9 月人事任免.....（25）

# 汕尾市人民政府办公室关于印发汕尾市 优质“土特产”公用品牌建设 实施方案的通知

汕府办函〔2024〕184 号

各县（市、区）人民政府，市直有关部门：

《汕尾市优质“土特产”公用品牌建设实施方案》已经市人民政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。实施过程中遇到的问题，请径向市市场监督管理局反映。

汕尾市人民政府办公室

2024 年 9 月 19 日

## 汕尾市优质“土特产”公用品牌建设实施方案

为贯彻落实省委“1310”具体部署和省委书记黄坤明到汕尾调研时的指示要求，充分发挥我市农业资源优势，做好“土特产”资源文章，打造并擦亮汕尾市优质“土特产”公用品牌，提高我市农产品和加工食品的知名度、影响力。发挥公用品牌对农业产业和食品加工业高质量发展的引领作用，提升农产品和加工食品的产业链、价值链，把特色做“特”、把优势做“优”。结合我市品牌发展实际，制定如下实

施方案。

## 一、总体建设目标

围绕农产品和加工食品，以市场为导向，以全市特色优势农产品资源为依托，以食品质量安全为基础，以产品品质和特色为重点，加大政策扶持力度，全力打造具有汕尾属性、代表汕尾品质的优质“土特产”公用品牌。通过“四统一”（统一品牌标识、统一管理机制、统一品控标准、统一市场形象），构建“两标一码一证一单”品控溯源体系（“两标”是公用品牌商标和企业品牌商标，“一码”是指农产品品控溯源二维码或食品品控溯源二维码，“一证”是指农产品承诺达标合格证或食品产品合格证，“一单”是指企业检验合格报告单。企业必须在产品包装上印（贴）

“两标”“一码”“一证”，把“一单”录入品控溯源系统），实现“三覆盖”（覆盖全区域、全品类、全产业链），使汕尾市优质“土特产”公用品牌成为全省乃至全国具有强大影响力和竞争力的区域公用品牌。到 2026 年，粉签、油占米、油甘、菠萝、甘薯、青梅、红灯笼荔枝、莲花山茶、咖啡、鱼丸、军曹鱼、小青龙、晨洲蚝等我市特色、优质农产品和加工食品纳入“土特产”公用品牌建设，获授权使用公用品牌的企业 30 家以上，建设 10 家以上公用品牌旗舰店。

## 二、主要任务

### （一）公用品牌基础体系建设

1. 完成公用品牌商标注册。加强对商标申请单位指导，完成公用品牌图形商标和文字商标设计，争取上级部门支持，2025 年 6 月底前完成公用品牌图形商标和文字商标注册，商标批准后建立汕尾市优质“土特产”公用品牌字号授权使用管理办法。

2. 加强企业商标品牌创建。申请使用公用品牌商标的企业必须首先持有自主品牌商标。一是支持企业注册商标打造自主品牌。大力实施商标品牌战略，通过行政

指导、普法宣传等各种方式，为企业提供商标注册辅导、商标规范使用提示、商标维权援助、自主品牌培育、商标运用指引等服务，提高我市企业商标的使用率，支持企业建设自主品牌。二是加强地理标志产品培育。强化政府部门指导，发挥行业协会（学会）桥梁纽带作用，推动我市“陆河青梅”“虎墩金针菜”和“陆河木瓜”三个地理标志保护产品的培育与运用推广，持续推进“晨洲蚝”“大安蒜”两个地理标志产品的申报。

3. 建立双品牌发展体系。公用品牌商标使用企业统一在包装上使用公用品牌商标+企业品牌商标，实现双品牌文化共融、形象共生、资源共享，推动公用品牌商标与企业自主品牌商标、集体商标、证明商标共同发展。

## （二）品牌形象体系建设

4. 做好公用品牌标识系统规划设计。汕尾市优质“土特产”公用品牌标识系统包括：名称、商标、宣传语及品牌系列辅助图形，各类包装物、宣传品及品牌旗舰店、品牌专区等。要充分挖掘汕尾市文化内涵和特色农产品、地方特色食品优势，开展公用品牌形象策划，构建公用品牌标识系统。

5. 优化产品包装设计。通过优化农产品和地方特色食品包装设计增强品牌辨识度，有效激发消费者购买欲，通过专业设计公司或团队，逐步在地方特色农业产业和地方特色食品加工业推进产品包装设计，突出产品的地域特色、品种特色、口感特色等，增强产品的认知度和美誉度，提高消费者的购买欲望。

6. 借力“圳品”品牌体系。积极打造“政府引导、企业主体、技术服务、市场对接”的“圳品帮扶模式”，联通“圳品”与公用品牌桥梁。通过政策引导、企业参与、积极服务和广泛发动，加强与深圳对口帮扶协作汕尾指挥部的沟通联系，共同促进汕尾公用品牌发展，推动我市优质“土特产”融入大湾区市场，提升汕尾公用品牌知名度。对获评“圳品”认定的产品，可优先获得公用品牌授权。

### （三）品控溯源系统建设

7. 建设产品品控溯源系统。结合农业农村部和省农业农村厅工作要求，公用品牌农产品的品控溯源信息统一录入“广东省农产品质量安全智慧监管系统”，每件农产品包装加贴产品品控溯源二维码。利用食品品控溯源系统，公用品牌商标使用食品录入“中国食品（产品）安全追溯平台”进行产品溯源，每件食品包装加贴食品品控溯源二维码。消费者扫描具有唯一身份识别功能的二维码可查看产品的规格、生产日期、生产企业、检验报告等信息，提高消费者对“公用品牌产品的信赖感和安全感”。各地有关部门要组织开展品控溯源系统操作培训，督促指导企业及时将信息录入溯源系统，确保已授权企业在产品外装上全部张贴农产品、食品品控溯源二维码。

8. 严把产品质量安全关。质量是品牌的基础，要树立良好的公用品牌形象，必须坚持质量安全第一。一是加强产品质量抽检。严格组织开展申报产品质量抽检和年度监督质量抽检工作，其中农产品抽检纳入农业农村部门农产品监测项目，食品抽检纳入市场监督管理部门食品质量监督抽检任务，不增加企业负担。不断加强我市农产品和食品检测机构的能力建设，为公用品牌建设提供技术支撑。二是落实企业主体责任。使用汕尾市优质“土特产”公用品牌的企业必须严格遵守《农产品质量安全法》《食品安全法》《食品生产许可管理办法》等有关法律法规、部门规章以及公用品牌管理规定，严格落实企业主体责任，农产品必须附有“承诺达标合格证”，食品必须附有“产品合格证”。

9. 对标“圳品”品控评价标准。按照“圳品”标准筛选、培育优质土特产进入“圳品”体系。以品质提升为抓手，从技术、标准、溯源等方面多维发力，通过举办“圳品”培训班等方式，引导企业申报“圳品”评价，依靠深圳先进的检测技术机构、“圳品”和“湾区标准”标准体系，引进深圳先进的认证标准、技术和服

等帮扶汕尾优质“土特产”公用品牌建设，提升公用品牌产品质量，进一步扩大我市优质“土特产”公用品牌的影响力。

#### （四）品牌标准体系建设

10. 建立品牌准入退出机制。建立汕尾市优质“土特产”公用品牌授权使用管理规范，明确准入退出机制。每年打造一批汕尾市优质“土特产”公用品牌示范企业，发挥示范带动作用。加强对授权使用企业的监督检查，落实跟踪动态管理，建立审核、年度检查、飞行抽查、公众监督等品牌管理制度。结合日常监管，加强生产、流通各环节的监督检查和产品质量抽查。加强质量安全诚信体系建设，落实企业主体责任，对违反公用品牌有关管理规定，给予限期整改、暂停、撤销公用品牌使用授权等措施。违反国家有关法律法规、部门规章的，同时依照有关规定进行查处。

11. 完善全产业链标准体系。起步阶段优质“土特产”公用品牌产品标准严格对标现行的国家标准、行业标准，待条件成熟后分行业分阶段细化制定并实施高于国家标准、行业标准的团体标准，逐步提高公用品牌准入门槛。围绕我市特色优势产业，从基地环境、种子种苗、农业投入品管理、农产品分等分级、贮藏运输、包装标识、销售及深加工等生产全流程，在原有《凤山红灯笼荔枝栽培技术规程》、《汕尾马蛟丸》等标准的基础上加快制定具有可操作性强的其他种类地方标准、团体标准，以实现生产环境、生产过程、产品品质、加工包装全产业链的标准体系全覆盖。

#### （五）品牌营销体系建设

12. 强化线上推广。全方位、多形式开展优质“土特产”公用品牌宣传，加强与中央、省级和本土主流媒体合作开展系列宣传，制作投放宣传片讲好品牌故事，充分利用新媒体、互联网+等新媒体等营销平台，加强对公用品牌的宣传推广。加强与阿里巴巴、腾讯、京东等企业合作，积极对接和引进国内外电商平台，在 1688、抖音、eBay、SHEIN、TikTok、快手、天猫、淘宝、京东、“i 汕尾 爱生活”等平台

上开设公用品牌产品销售专栏，增加公用品牌产品销售渠道，加强与抖音等头部平台合作，通过商家扶持，产销对接、营销推介等方式，让所有公用品牌产品上线销售，提升汕尾市优质“土特产”公用品牌产品的知名度和美誉度。鼓励支持电商协会举办公用品牌产品直播带货活动。

13. 拓展线下推广。率先在沃尔玛、信利等商场设立优质“土特产”公用品牌产品销售专区专柜，并逐步向其他大型商场超市推广，将更多的公用品牌产品在供销社、国泰等门店上架销售。推广公用品牌旗舰店建设经验，通过政府与社会资本合作、企业投资等模式，建设公用品牌旗舰店，结合深圳市—汕尾市对口帮扶协作工作，推动建设公用品牌深圳旗舰店，助力公用品牌产品进入大湾区市场和全国网络销售平台如华润超市等。每年举办公用品牌发布会和专场推介会，扩大品牌影响力。在高速出入口、车站、主干道以及人口密集区域对公用品牌进行宣传。引导游客中心、旅游景点、乡村景区、驿站、农家乐等场所大力推广公用品牌展柜销售。组织企业走出汕尾，利用广交会、农业食品博览会、产品推介会、产销对接会等平台推广公用品牌。

### 三、实施步骤

(一) 前期准备阶段(2024 年 6 月~2024 年 9 月底前)。制定实施方案和任务清单，推进公用品牌商标注册，出台公用品牌字号授权使用管理办法及有关配套工作文件，成立公用品牌建设领导机构，部署开展公用品牌建设工作。

(二) 起步实施阶段(2024 年 10 月~2024 年 12 月)。广泛宣传优质“土特产”公用品牌建设工作，发动企业积极参与申报，把汕尾特色农产品作为重点优先推荐对象。开展公用品牌评选工作，完成全市公用品牌企业 5 家以上，完成 3—5 家以上公用品牌旗舰店建设。

(三) 持续推进阶段(2025 年 1 月起)。各地继续深入发动企业积极参与申报, 2025 年 6 月, 完成公用品牌注册商标的注册, 公用品牌商标开始在获批产品上应用。全市优质“土特产”公用品牌企业 10 家以上, 完成包括公用品牌深圳旗舰店建设在内的 10 家以上旗舰店建设, 举办系列品牌推介活动。2025 年 12 月前, 全市公用品牌企业 20 家以上。到 2026 年底全市公用品牌企业 30 家以上, 并逐年增长。

#### 四、保障措施

(一) 强化组织领导, 加强协作配合。成立全市优质“土特产”公用品牌工作专班, 下设办公室在市市场监管局, 负责统筹协调全市公用品牌建设工作。各地、各有关部门要落实责任, 按照职责分工, 各司其职, 细化工作目标, 完善工作机制, 加强沟通协调, 形成工作合力, 狠抓工作落实。各级党委和政府要按照市委市政府统一部署, 把公用品牌建设作为一把手工程, 党政“一把手”亲自抓、分管领导直接抓、一级抓一级、层层抓落实。各地要参照市成立领导机构, 建立相应工作机制, 制定工作方案和年度计划, 明确目标任务, 推动本地区公用品牌建设。

(二) 加强政策扶持, 强化资金保障。各地、各有关部门要积极出台扶持政策, 在涉农补贴、政府采购、消费扶贫、设备更新和消费以旧换新、技术改造等方面向使用优质“土特产”公用品牌企业适当倾斜。加强财政资金统筹, 支持公用品牌发展, 支持品牌规划、培育、保护、宣传推广、标准制定、产品抽检, 以及旗舰店、品控追溯系统建设。

(注: 附件《汕尾市优质“土特产”公用品牌建设实施方案重点工作任务》此略, 详情请登录汕尾市人民政府门户网站<http://www.shanwei.gov.cn>/政府公报栏目查阅)

# 汕尾市人民政府办公室关于印发汕尾市人民政府诉讼案件管理办法（试行）的通知

汕府办函〔2024〕191 号

各县（市、区）人民政府，市政府各部门、各直属事业单位：

《汕尾市人民政府诉讼案件管理办法（试行）》经市人民政府同意，现印发给你们，请认真组织实施。实施中遇到的问题，请径向市司法局反映。

汕尾市人民政府办公室

2024 年 10 月 5 日

## 汕尾市人民政府诉讼案件管理办法（试行）

**第一条** 为加强和规范政府及其部门诉讼案件的管理，及时掌握各部门涉法涉诉问题的发生和处置情况，妥善防范和化解各类纠纷，推动完善法律风险防范机制，推进法治政府建设，根据有关法律法规精神，结合我市实际，制定本办法。

**第二条** 本办法适用于汕尾市人民政府及市直各部门作为原告、被告或第三人参与的各类行政诉讼、民事诉讼案件的管理。

**第三条** 汕尾市人民政府及市直各部门涉仲裁、行政赔偿、强制执行案件，参照本办法执行。

**第四条** 诉讼案件管理应当遵循维护政府合法权益、统一管理、分工明确、相互

配合、及时高效的基本原则。

**第五条** 诉讼案件管理由市司法局组织实施，并负责案件的梳理、汇总和分析等工作。市直各部门为本单位处理诉讼案件的第一责任人，负责本单位诉讼案件的具体处理工作。

**第六条** 市司法局主要职责：

- （一）起草制定、修订诉讼案件管理办法, 优化管理流程；
- （二）处理市政府为诉讼主体的诉讼案件；
- （三）监督、指导市直各部门诉讼案件管理工作；
- （四）负责诉讼案件的收集、统计工作；分析、总结诉讼案件经验教训，研判法律风险信息，提出风险防范意见建议；
- （五）市领导交办的其他任务。

**第七条** 市直各部门的主要职责：

- （一）组织实施和落实市政府制定的诉讼案件管理办法，为诉讼案件管理流程提出意见和建议；
- （二）负责本单位诉讼案件的具体处理工作；
- （三）向市司法局报送相关诉讼案件信息和文件资料；
- （四）负责本单位诉讼案件的统计、分析和上报工作；
- （五）根据工作需要参与、配合处理诉讼案件管理相关的其他工作。

**第八条** 诉讼案件发生单位（以下简称“发案单位”）在下列事项发生后 5 个工作日内，应将填写完整的《诉讼案件报告表》（参照附件 1，可根据案件类型修改，下同）、相关文件资料等报送市司法局：

- （一）进入法院诉前调解阶段的；
- （二）收到应诉通知或传票的；

(三) 收到公检法或行政主管部门关于协助调查、协助执行、查封冻结市政府或市直各部门财产的通知和文件；

(四) 其他进入案件程序的情形。

**第九条** 发案单位报送案件信息不影响本单位诉讼案件的具体处理工作。

**第十条** 市司法局收到发案单位报送的《诉讼案件报告表》，应建档备案，并向市政府报告。

**第十一条** 具有下列情形之一的重大法律纠纷案件，要向市政府主要领导、分管领导报告，特别重大的由市政府向市委报告。

(一) 涉案金额 500 万元以上的；

(二) 一审由中级人民法院受理的；

(三) 10 人以上集体诉讼或者有较大社会影响的；

(四) 其他涉及国有资产重大权益或者具有重大影响的。

**第十二条** 市直各部门应当建立《诉讼案件登记台帐》（参照附件 2），每季度向市司法局报送诉讼纠纷情况，由市司法局汇总后向市政府报告。

**第十三条** 市直各部门对发生的法律纠纷案件要高度重视，审慎对待，指定专人、部门法律顾问分析案情，认真做好应诉工作，严格遵守诉讼规则和法庭纪律，积极维护政府形象和合法权益。

**第十四条** 案件审结或执行完毕后，市直各部门应对案件情况进行全面分析后，制作结案报告（参照附件 3）并报送市司法局。结案报告包括但不限于：

(一) 案件基本情况：对方的基本情况、案由、标的（金额）、诉讼请求（或仲裁事项）、事实和理由等；

(二) 处理结果：生效判决、裁定、决定或裁决情况，执行情况等；

(三) 案件总结：案件发生原因、有关问题、经验教训、法律建议等。

市司法局应定期组织分析、总结诉讼案件经验教训，提出风险防范意见建议，并向市政府作书面报告。

**第十五条** 市直各部门诉讼案件办理结束后，应当建立案件档案。案件档案材料包括：法律文书、证据资料、代理协议、内部审批文件和结案报告等。案件档案管理依照档案管理制度执行。

**第十六条** 市直各部门应当落实政府法律顾问制度，发挥政府法律顾问法律参谋助手作用。

**第十七条** 诉讼案件的处理应坚持保密原则，诉讼案件知情人非为案件处理或其他工作需要，不得泄露案件的信息内容。案件处理完结后，相关信息不宜对外披露的，知情人具有同样的保密义务。

**第十八条** 本办法由市司法局负责解释。

**第十九条** 本办法自印发之日起施行，试行三年。

**第二十条** 各县（市、区）人民政府，管委会可参照执行。

（注：附件《诉讼案件报告表》《诉讼案件登记台帐》《结案报告表》此略，详情请登录汕尾市人民政府门户网站 <http://www.shanwei.gov.cn>/政府公报栏目查阅）

汕建规字〔2024〕3 号

# 关于印发《汕尾市城区户外广告资源有偿使用收入征收管理办法》的通知

汕建字〔2024〕104 号

市城区人民政府、红海湾经济开发区管委会、华侨管理区管委会，市直各有关单位：

经市人民政府同意，现将《汕尾市城区户外广告资源有偿使用收入征收管理办法》印发给你们，请认真贯彻执行。

汕尾市住房和城乡建设局

汕尾市财政局

2024 年 9 月 11 日

## 汕尾市城区户外广告资源有偿使用收入征收管理办法

### 第一章 总 则

**第一条** 为加强户外广告资源管理，规范户外广告有偿使用行为，根据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国招标投标法》《财政部 发展改革委 住房

城乡建设部关于印发〈市政公共资源有偿使用收入管理办法〉的通知》《财政部关于印发〈政府非税收入管理办法〉的通知》等有关法律法规及政策文件规定，结合我市实际，制定本办法。

**第二条** 本办法适用于汕尾市城区行政区域内。

**第三条** 本办法所称户外广告资源，是指利用公共、自有或者他人所有的建（构）筑物、城市道路、场地（含沿街商业楼体、墙体等）、水域、围挡、候车亭、汽车站、火车站、码头等设置载体，占用城市公共空间设置的广告（牌）、霓虹灯、电子显示屏、灯箱、标志牌、实物造型以及临时性的布幅、彩旗、气球、充气装置等户外广告资源；利用市政公用设施（含路灯杆等）及公共交通工具等设施设置的户外广告资源。

**第四条** 户外广告资源是城市公共资源，户外广告经营者利用城市公共资源设置户外广告必须按照本办法的规定，依法缴纳户外广告资源有偿使用收入。

**第五条** 户外广告资源有偿使用收入，是政府通过出让户外广告公共资源经营权而取得的收入，是公共资源有偿使用收入的一部分，属政府非税收入，应全额上缴市级财政，实行“收支两条线”，上缴后由市级财政按照一定比例安排市城区财政使用，任何部门、单位和个人不得截留、占用、挪用、坐支或者拖欠。

户外广告资源有偿使用收入统筹用于市政公共资源建设、维护和管理。

**第六条** 市财政局是户外广告资源有偿使用收入的主管机关，负责对户外广告资源有偿使用收入的资金管理、票据使用等情况进行监督管理；

市住房城乡建设局是城区户外广告设置监督机关和征收主管机关，负责指导、监督城市户外广告设施管理工作，并协调市城区政府开展相关工作；

市城区政府负责设置审批和管理户外广告资源，具体组织户外广告设置位使用权竞价出让工作，并作为出让人开展各项工作。

市城区政府、市财政、住建、发改、市场监管、自然资源、公安、应急、水务、交通运输等部门应当密切配合，切实加强户外广告资源有偿使用收入的征收管理，确保依法征收、应收尽收，并建立联席会议制度，共同做好本办法实施工作。

## 第二章 运作方式及征收标准

**第七条** 户外广告资源管理应在“统一规划、统一经营、规范管理”的基础上，遵循公开、公平、公正的原则，进行市场化运作，通过招标、拍卖等竞价方式确定户外广告设置位使用权，对不具备采用公平竞争方式实行有偿使用的市政公共资源，可按照有关规定向受让的单位和个人收取费用。

（一）利用公共产权建（构）筑物、设施、场地等设置户外广告设施的，必须通过招标、拍卖方式进行出让。所取得的招标、拍卖收入全额上缴市级财政。正在使用的，按照相关规定的标准缴纳户外广告资源有偿使用费，合同到期后，统一进行招标拍卖。

（二）利用国有产权的公交车、出租车、客运汽车车体设置户外广告使用权的，必须通过招标、拍卖方式出让，所取得的招标、拍卖收入全额上缴市级财政。正在使用的，按照相关规定的标准缴纳户外广告资源有偿使用费，合同到期后，统一进行招标拍卖。

（三）经审查符合规划定点要求和有关规定的，采取协议方式取得非公共产权资源户外广告设置位使用权的及产权人利用自有场地、设施、建筑物为本单位作广告宣传的，按照相关规定的标准缴纳户外广告资源有偿使用费。

利用非公共产权建（构）筑物、设施、场地上有偿设置经营性户外广告的，向市城区政府提出书面申请，经审查符合规划定点要求和有关规定的，鼓励纳入竞价出让方案，统一竞价；则由市城区政府与业主签订书面租赁使用协议，并参照公共

建筑物设置广告的程序实施。

**第八条** 未经市城区政府审批，严禁擅自设置户外广告。户外广告资源有偿使用收入包括以下两种：一是公共（国有）产权的户外广告设置位使用权通过公开拍卖、招标等出让方式取得的收入。二是市城区政府征收户外广告资源有偿使用费所取得的收入。

户外广告经营者取得户外广告设置位使用权后，须按有偿使用原则缴纳户外广告资源有偿使用费。户外广告资源有偿使用费征收标准由市城区政府委托第三方评估机构进行评估，依法定程序确定后另行公布。

**第九条** 符合户外广告设置要求的沿街门店招牌（特指门楣广告），不征收户外广告资源有偿使用费。

**第十条** 户外广告设置位使用权人应当承担公益广告发布义务，并服从市城区公益广告的发布计划安排。发布公益广告（公益广告兼商业广告的除外），或政府部门举办重大活动等设置的非营利性户外广告，免收户外广告设置位使用权等有偿使用费。对拒不履行公益广告发布义务的，所造成的损失由户外广告设置位使用权人承担。

### 第三章 操作程序

**第十一条** 市城区公共（国有）产权的户外广告设置位使用权的招标、拍卖出让，由市城区政府委托具有相应资质的招标代理机构、拍卖机构，通过市级公共资源交易平台具体实施。中标人、竞得人与市城区政府签订出让合同，依法依规办理城市户外广告设置许可，并足额缴纳户外广告设置位使用权出让金后，方可设置发布广告。

（一）中标人、竞得人取得户外广告设置位使用权（签订相关合同）后，应当

依法向市城区政府申请办理城市户外广告设置许可。因不具备法定要件或者不符合设置标准导致无法许可的，出让合同失效，由中标人、竞得人自行承担相关责任。

（二）户外广告设置位使用权招标采购出让代理机构、协议出让评估机构及其工作人员，不得以投标人、竞买人的身份参与本单位组织的户外广告设置位使用权招标采购、协议出让活动，亦不得委托他人代为投标、竞买或者协议。

（三）采取欺骗、恶意串通、行贿受贿等违法手段获得户外广告设置位使用权的，中标、拍卖或者协议结果无效，依法追究相关责任人的法律责任。

（四）参与户外广告设置位使用权招标采购及协议出让活动的工作人员滥用职权，徇私舞弊的，依法追究有关人员的行政责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

**第十二条** 户外广告设置位使用权等有偿使用期满后，统一进行招标采购。

**第十三条** 户外广告设置位使用权人应当在取得批准文件 90 日内，完成广告设施的设置工作。超过 90 日未建设、设置的，由市城区政府收回设置位使用权重新竞价出让，原中标人、竞得人所交纳的出让金不予退还。

**第十四条** 中标人、竞得人应当按照户外广告设施设置规范的要求，建设、设置广告设施并进行定期维护，确保广告设施的安全性，每年向市城区政府提交安全设置检测报告。户外广告发布内容要严格遵守《中华人民共和国广告法》等有关法律法规的规定，一经发现违法内容要立即改正，因发布内容违规造成损失的，由广告主、广告发布单位、广告经营单位自行协商承担。户外广告设置位使用权等有偿使用期满后，有偿使用者应按照有偿使用协议约定的机制、流程和资产范围，将本项目无负担、无损地移交给政府或其授权部门。

**第十五条** 户外广告属临时设施，因城市规划、建设、管理等原因，需要拆除时，设置位使用权人应按市城区政府的规定自行拆除，广告资源有偿使用收入按实际设置时间计算。

户外广告设置位使用权人在合同期内不得再次转让有偿使用权。如遇特殊情况需提前终止合同的，由市城区政府按有关法律法规规定办理终止合同手续，并按本办法规定重新进行公开交易；户外广告设置位使用权人有违法违规行为而被有关部门依法作出停业处理或取消广告经营资格的，市城区政府有权提前终止合同，其已经缴纳的有偿使用收入不予退还。

**第十六条** 市城区政府应严格按照规定范围和标准及时足额征收户外广告资源有偿使用收入，不得擅自扩大征收范围或提高征收标准，不得擅自减征、免征、缓征。

**第十七条** 城市户外广告不同区域的划分和区域内户外广告设置位使用权招标、拍卖平均成交价（按年折算）由市城区政府会同市财政局、市住房城乡建设局等部门确定，并定期向社会公布，自觉接受社会监督。

**第十八条** 市财政局、市住房城乡建设局等部门应加强对户外广告资源有偿使用收入征收和使用情况的监督检查，对违反有关规定的单位和个人，依法追究相关责任人的责任。

## 第四章 附 则

**第十九条** 本办法由汕尾市住房和城乡建设局和汕尾市财政局负责解释。  
红海湾经济开发区和华侨管理区参照本办法执行。

**第二十条** 本办法自印发之日起施行，有效期 5 年。

汕农规字〔2024〕4 号

# 汕尾市农业农村局关于印发《汕尾市生猪产能调控实施方案（修订）》的通知

汕农农〔2024〕193 号

各县（市、区）农业农村局：

为进一步发挥政策调控保障作用，稳固全市生猪基础产能，防止生猪产能大幅波动，按照《广东省农业农村厅关于印发〈广东省生猪产能调控实施方案（修订）〉的通知》（粤农农规〔2024〕5 号）要求，我局制定了《汕尾市生猪产能调控实施方案（修订）》，现印发给你们，请认真贯彻执行。

汕尾市农业农村局

2024 年 9 月 13 日

## 汕尾市生猪产能调控实施方案（修订）

为贯彻落实《广东省生猪产能调控实施方案（修订）》（粤农农规〔2024〕5 号）要求，更好发挥生猪产能调控政策的保障作用，稳固基础生产能力，有效防止生猪产能大幅波动，在总结前期生猪产能调控工作实践的基础上，特制定《汕尾市生猪产能调控实施方案（修订）》。

## 一、总体要求

以能繁母猪存栏量变化率为核心调控指标，坚持预警为主、调控兜底、及时介入、精准施策的原则，落实生猪稳产保供“菜篮子”市长负责制、全面推进乡村振兴战略实绩考核和“百千万工程”重点任务，逐级压实责任，细化“两抓两保”（抓养殖大县、抓养殖大场，保能繁母猪存栏量底线、保规模猪场数量底线）任务，分级建立生猪产能调控基地，按照“长期调母猪，短期调肥猪”的调控策略，构建上下联动、响应及时的生猪生产逆周期调控机制，促进生猪产业持续健康发展，不断提升猪肉供应安全保障能力。全市能繁母猪保有量稳定在 5 万头左右，规模猪场保有量不低于 47 个，生猪自给率保持在 70%以上。

## 二、精准调控能繁母猪存栏量

### （一）确定能繁母猪保有量

以各县（市、区）2023 年年末能繁母猪存栏量为基数，结合各县（市、区）生产实际，设定能繁母猪存栏量调控目标，即全市能繁母猪正常保有量稳定在 5 万头左右（见附件 1）。各县（市、区）季度末月份能繁母猪存栏量为国家统计局汕尾调查队数据；非季度末月份，以国家统计局季度末数据为基础，根据农业农村部在全国养殖场直联直报系统监测的能繁母猪存栏月度环比变化率测算得出。

我市生猪自给率要保持在 70%以上，随着“调猪向运肉”转型升级不断推进，生猪跨省调运将逐步减少，猪肉供应面临较大考验，各县（市、区）要加快推进生猪产业现代化建设，发展高质量生猪养殖产能。市农业农村局将根据各地生猪产业发展趋势以及生产供应形势等情况，适时优化调整各县（市、区）能繁母猪保有量，促进生猪产业持续健康发展。

### （二）保持能繁母猪合理存栏水平

按照我市生猪产能调控的要求，将能繁母猪存栏量变动情况划分为绿色、黄色

和红色 3 个区域，采取相应的调控措施。我市根据全市生猪产能情况，按照“全市一盘棋”调控机制，统一启动相应调控措施。

**1. 绿色区域：产能正常波动。**全市能繁母猪月度存栏量处于正常保有量的 92%-105% 区间（含 92% 和 105% 两个临界值）。以市场调节为主，不需要启动调控措施。保持监测预警工作常态化，定期发布动态监测信息。

**2. 黄色区域：产能大幅波动。**全市能繁母猪月度存栏量处于正常保有量的 85%-92% 或 105%-110% 区间（含 85% 和 110% 两个临界值）。启动相应调控措施，与市场调节共同作用，促使能繁母猪存栏量回归到绿色区域。

**情形一：**全市能繁母猪存栏量大幅减少。能繁母猪月度存栏量处于正常保有量的 85%-92% 区间（含 85% 的临界值）时：一是加强监测预警。强化能繁母猪存栏量监测调度，及时发布生产、屠宰、市场各环节监测动态信息，引导市场预期，增加能繁母猪存栏量。二是启动产能调增机制。市农业农村局引导大型生猪养殖企业合理增加产能。由市、县相关职能部门引导和督促生猪产能调控基地，减缓淘汰能繁母猪、增加补栏，稳定和增加产能。三是向产能降幅较大的县级人民政府发预警函。市农业农村局视情况向能繁母猪存栏量降幅较大的县级人民政府发预警函，要求及时采取必要应对措施，促使能繁母猪存栏量增加至合理水平。县级农业农村部门可建立相应的预警机制。

**情形二：**全市能繁母猪存栏量大幅增加。能繁母猪月度存栏量处于正常保有量的 105%-110% 区间（含 110% 的临界值）时：一是加强监测预警。强化能繁母猪存栏量监测调度，及时发布生产、屠宰、市场各环节监测动态信息，引导市场预期，适度减少能繁母猪存栏量。二是启动产能调减机制。市农业农村局引导大型生猪养殖企业合理调减产能。由市、县相关职能部门引导和督促生猪产能调控基地，采取延迟能繁母猪补栏、加快淘汰低产母猪等措施，压减生猪产能，使其下降至合理水平。

**3. 红色区域：产能过度波动。**全市能繁母猪存栏量低于正常保有量的 85%或高于正常保有量的 110%。强化相关调控措施，促使能繁母猪存栏量回归到绿色区域。

**情形一：**全市能繁母猪存栏量过度减少。能繁母猪存栏量低于正常保有量的 85%。加力增加产能，市农业农村局向能繁母猪存栏量低于正常保有量的 85%，且未采取调控措施或调控不力的县级人民政府发预警函，督促进一步采取财政、信贷、保险等支持政策措施，遏制产能下滑势头，恢复和增加能繁母猪存栏量。

**情形二：**全市能繁母猪存栏量过度增加。能繁母猪月度存栏量高于正常保有量的 110%时，全面加强压减产能引导，指导养殖场优化生猪产能结构，及时淘汰低产能繁母猪，引导暂缓新增能繁母猪和新建扩建猪场。

### （三）其他异常情况调控

全市能繁母猪存栏量处于绿色区域，但种猪生产供应、新生仔猪数量或生猪存栏量出现异常减少等情况时，各级农业农村部门要会同有关部门及时研究，采取相关措施，必要时制定临时性政策措施报同级人民政府批准实施，并报上一级农业农村部门备案。

## 三、稳定和调控生猪产能

### （一）保持规模猪场数量稳定

市农业农村局对全市现有年出栏 500 头以上的规模猪场，全数进行备案，按照各县（市、区）2023 年年末在全国生猪规模养殖场监测系统备案规模猪场数量，结合生猪规模养殖发展趋势，确定我市的规模猪场保有量为 47 个，并分解下达到各县（市、区）（见附件 1）。

### （二）分级建立产能调控基地

各地要依托农业农村部的全国养殖场直联直报系统，对规模猪场数量进行动态监测，重点监测其数量和生产经营变化情况。

1. 建立国家级生猪产能调控基地。对年设计出栏 1 万头以上的规模猪场和国家生猪核心育种场，且用地、生态环境保护、动物防疫等手续完备，自愿申请加入，经市农业农村局初审并通过省农业农村厅审核的，报请农业农村部批准后挂牌国家级生猪产能调控基地。挂牌猪场每月要及时准确报送存栏、出栏等生猪生产信息，并按照规定配合开展产能调控工作，同时按相关规定享受相关生猪生产支持政策。市农业农村局将按照国家和省有关要求组织开展国家级生猪产能调控基地挂牌工作。

2. 建立省级生猪产能调控基地。对年出栏 5000-9999 头或能繁母猪存栏 300 头/以上的规模养殖场，以及获得广东省现代化美丽牧场（生猪）、省级以上畜禽养殖标准化示范场（生猪）、省级以上生猪核心育种场称号的规模养殖场（简称“三场”），且用地、生态环境保护、动物防疫等手续完备，自愿申请加入并通过市级农业农村部门审核的，报请省农业农村厅批准后挂牌省级生猪产能调控基地。其中各项手续完备的“三场”经自愿申请可直接挂牌省级生猪产能调控基地，如符合国家级生猪产能调控基地有关要求且通过省农业农村厅审核的，可同时报请农业农村部批准挂牌国家级生猪产能调控基地。每年 2 月底前完成上一年度新增基地挂牌和退出基地摘牌（基地标牌式样及授牌条件见附件 2）。

### （三）合理引导生产和市场预期

引导养殖场科学安排生产节奏。在猪价低迷、生猪养殖严重亏损时（例如每年春节后的消费淡季），引导养殖场降低生猪出栏体重、避免压栏增重，鼓励屠宰企业更多收购标准体重生猪。在生猪价格快速上涨时，引导养殖场顺势出栏，避免因压栏和二次育肥造成短期供应减少，防止后市集中出栏导致价格急涨转急跌。

## 四、支持政策

（一）维护养殖生产稳定。各地要加强政策服务，保持规模猪场数量总体稳定，政府和有关部门不得违法拆除养殖场。确需拆除的，要优化养殖用地选址，安排养

殖用地支持其异地重建，并给予合理经济补偿。要严格监督管理，落实养殖用地有关规定。规模猪场自愿退出的，各地要根据减少的能繁母猪产能情况，鼓励、支持其他市场主体新建或改扩建相应产能的规模猪场，确保生猪产能总体稳定。省级以上生猪产能调控基地确需拆除或关停的，应规划新增或改扩建同等产能的调控基地，并逐级向市农业农村局、省农业农村厅报备。各地要将生猪产能调控基地建设情况及时报送市农业农村局汇总报省农业农村厅。

（二）强化财政资金保障。市、县两级要将生猪产能调控基地作为稳产保供的中坚力量，根据畜牧业转型升级、畜禽粪污资源化利用等相关项目资金规定予以支持。当市场波动、自然灾害或突发疫病等因素导致全市能繁母猪存栏量大幅减少或生猪养殖连续严重亏损 3 个月（含）以上时，各县（市、区）可根据实际情况，统筹相关资金对挂牌的生猪产能调控基地，按照在产产能规模给予一次性临时救助补贴。

（三）加大金融支持力度。各地要对各级生猪产能调控基地，在信贷投放、保险等方面按照相关规定给予支持。要协调地方金融机构，稳定市场预期，扩大和增加对符合条件的生猪养殖场的信贷投放，对符合授信条件但暂时经营困难的生猪养殖场和屠宰加工企业，不得随意限贷、抽贷、断贷。大力推广生猪活体抵押贷款、“真猪贷”、养殖圈舍、土地经营权等银行创新产品落地实施，发挥“生猪保险+期货”、生猪期货等金融衍生品风险保障功能。加强农业基金对生猪养殖场的投资，积极辅导生猪产业经营主体上市融资、发债融资。深入推进实施生猪养殖保险，实现养殖场愿保尽保，简化赔付流程，对符合条件的养殖场要及时足额理赔。

（四）推进产业转型升级。各地要围绕畜牧业“四个转型”，积极推进畜禽养殖场升级改造，加快淘汰低水平养殖，大力发展标准化、规模化、生态化绿色养殖。持续开展标准化养殖场和现代化美丽牧场示范创建活动。加快推动屠宰产业提质增

效，引导和支持大中型屠宰企业完善冷链设施，增强屠宰收储周转能力。培育生猪种业、养殖、屠宰加工、冷链配送配套发展的全产业链项目。强化畜牧业宣传推介和促销工作，引导企业加强品牌建设，延伸产业链条，促进“优质优价”，提高核心竞争力和抗风险能力。鼓励各地结合本地实际出台其他调控生猪产能的政策措施。

## 五、保障措施

（一）强化督导考核。市农业农村局将能繁母猪存栏量、规模猪场保有量指标列入市对各县（市、区）的全面推进乡村振兴战略实绩考核、“菜篮子”市长负责制考核和“百千万工程”重点任务考核。

（二）落实政策支持。各地各有关部门要落实好现行有效的用地、生态环境、金融、交通运输等生猪产业长效性支持政策，防止政策“急转弯、翻烧饼”，越是在生猪养殖场困难的时候，越要保持政策的稳定性，千方百计帮助养殖场克服困难、渡过难关，避免养殖场过度淘汰母猪，损害生猪基础产能。当我市能繁母猪月度存栏量低于正常保有量的92%或生猪养殖连续严重亏损（出栏生猪头均亏损200元左右）3个月及以上时，可按规定统筹相关资金对规模猪场和种猪场（含地方猪保种场）给予一次性临时救助补贴。同时，协调有关部门和机构，对符合条件的养殖场增加信贷投放可按规定统筹相关资金给予贴息补助。各县（市、区）可结合实际出台其他调控产能的政策措施。鼓励各地参照国家生猪调出大县奖励政策，出台相应政策措施。

（三）加强监测预警。市农业农村局及时发布生猪生产、屠宰、市场各环节监测信息，向各地反馈能繁母猪存栏量和规模猪场保有量等月度数据变化情况。各地要认真开展生产监测，要在人员、经费和平台等方面，支持完善生猪生产和市场监测预警体系建设，强化监测数据采集、分析、形势会商和信息发布，及时、准确掌握生产和供应情况，视情况启动相应政策措施。针对行业热点和突发性事件，及时回应社会关切并加强宣传报道，合理引导市场预期。

（四）做好技术指导。各地要充分发挥行业协会作用，做好生猪生产供应形势分析研判，充分利用新闻媒体加强宣传，科学引导养殖场合理安排生产，有序出栏。要组织做好技术指导服务，指导养殖场合理调整猪群结构，及时淘汰低产母猪，顺势出栏肥猪，优化生猪产能。要继续做好非洲猪瘟等重大动物疫病防控，确保不发生区域性重大动物疫情。推进科学健康养殖，加强成本控制和效益管理，努力提高生产效率，促进节本提质增效。

本实施方案自 2024 年 9 月 15 日起实施，有效期 3 年。2022 年 4 月 25 日印发的《汕尾市农业农村局关于印发〈汕尾市生猪产能调控实施方案（暂行）〉的通知》（汕农农〔2022〕114 号）同时废止。

（注：附件《各县（市、区）能繁母猪和规模猪场保有量调控目标》《省级生猪产能调控基地标牌式样及授牌条件》此略，详情请登录汕尾市人民政府门户网站 <http://www.shanwei.gov.cn/政府公报栏目查阅>）

---

## 汕尾市人民政府 2024 年 9 月人事任免

市政府 2024 年 9 月份免去：

黄剑雄 汕尾市乡村振兴局常务副局长

郑奕巡 汕尾高新技术产业开发区管理委员会副主任