

新河县区域公共品牌建设运营方案

一、区域品牌建设概述

为推进新河县电子商务进农村综合示范项目建设实施，实现新河县电子商务快速发展，以将新河县建成全国电子商务进农村综合示范县为目标，力争到 2020 年底，电子商务进农村综合示范建设工作取得明显成效，形成示范带动效用凸显的健康可持续的县域电子商务生态体系。推进电商产品与网货品牌建设。根据新河现有的冬枣、皇冠梨、苹果、花生、蘑菇、乳鸽、冻兔、黄韭等产量规模、产值效应和品牌影响力三个维度划分品类组合。从品类的多样性、层次性、关联性等角度，推动县域产业的全面电商化转型；在初级产品的基础上，根据市场和用户需求，招商引资，建设粗加工深加工企业，开发系列适宜网络销售的产品；针对本区域优势农特产品、优质工业品、旅游产品的全面排查、筛选，完成全县网货单品的调研。依照网货化标准流程，分批完成统一摄影、文创策划、包装设计、商品描述等工作并制作成标准数据包，让相关产品达到在网上交易流通的基本条件；针对企业共性需求，开展品牌公共培训、专业服务资源对接等服务，帮助企业树立品牌发展意识，协助企业初步形成“品牌电商化”的能力。针对重点培育企业的个性化需求。从全市筛选有能力、有潜力、有意愿的企业参加品牌创建，协助企业对接专业服务资源，在品牌策略、设计、亮相落地等方面全面提升。

二、建设原则

以市场为导向，主动适应市场的多样化、个性化需求，进行有效的品牌定位、形象塑造和传播；以质量和效益为中心，不断提升品牌农产品质量，提升农产品品牌附加值和软实力；以企业为主体，通过质量管理、品牌授权、文化挖掘和科技创新等手段，努力打造以品牌价值为核心的新型农业经营主体；通过政府引导，协同共建，加强政策扶持，强化市场监管，创造有利于培育和发展品牌的社会环境，构建起“政府引导、部门联动、企业主体、社会参与”的农产品品牌建设机制。

通过深度挖掘新河县特色以外，可同时结合周边知名景点、人物、文化等富有地方特色的内容，对产品进行全方位包装，并借助各类宣传推广渠道齐发力。在每年农产品丰产时节前，通过第三方平台开展众筹，预售等活动，商家、店铺定期发布新河农产品种植、包装、质检等视频或文案；在采摘时，开展线上线下联动的产品展销活动，邀请微博知名农产品博主、美食网红、美食公众号以及消费者参与体验，同步直播宣传；组织销售新河农产品的店铺企业同时响应，推出富有自身特色的销售活动，让消费者在各大平台都能看到新河县特产的身影。最终形成一年一度的新河县特产效应，加深消费者对新河县特产品牌的整体认知度，进一步提升“新河农产品”区域品牌。

除黄韭外，新河县产品众多，如冬枣、皇冠梨、苹果、花生、蘑菇、乳鸽、冻兔等都可选择作为触网产品。可利用已有成熟平台，为

其开通多条线上通道，从多渠道直接进入消费者视线内，打开新河县农产品的销售市场。大力扶持传统企业转型，进一步扩大区域品牌在市场的占有率，利用传统企业在线下的影响力，分裂扩散区域品牌的影响力。让新河县特产全网开花，营造创业氛围。

三、建设目标

打造以注册商标“新河黄韭、新河盒业、刘秋口生态农业循环体系”命名的公共品牌，推广“冬枣、花生、乳鸽、冻兔”等其他特色产品，逐步形成区域品牌效应，打造地方产品知名度，促进区域产业发展，提升地方经济水平。

培育区域特色明显、市场知名度高、发展潜力大、带动能力强的农产品品牌。重点培育县域内农特产品、盒业、水利机械等产业，同时对于电商创业青年视产品条件给予品牌使用授权。建立起全县完善的农产品品牌培育、发展和保护体系，形成标准化生产、产业化经营、品牌化营销的现代农产品品牌新格局。支持新河县农产品经营主体入驻农产品电商公共服务中心；依托区域公共品牌的营销推广，作为宣传推广新河县品牌农产品的窗口。

通过对区域内的产品进行梳理，策划和设计不少于 139 个上行农产品单品，引入全国资源，为新河县产品提供产品营销活动，策划 3 次大型线上产品营销活动。对新河县的农特产品进行调研分析，根据本区域上行农产品特点，策划打造一个区域公共品牌，进行推广策划、视觉 VI 系统、包装设计、价格体系、渠道定位等；对新河县区域产品进行优化筛选，按“一区一品牌、一乡一精品、一村

一特色”为开发目标进行产品筛选；建设新河县特色农产品/延伸类产品开发流程，制定农特产品优选标准 1 份；对新河县现有品牌进行培育，孵化当地新型品牌，年度特色农产品孵化 2 个以上；注册区域公用品牌商标，用来作为新河县区域品牌的标志，制定商标使用准入门槛与使用规范，保护新河县公共品牌的形象、信誉。同时也可作为新河县民族、历史文化等内容的新型表现形式。对筛选出的农特产品进行从外包装设计到拍摄、人文故事、美工、活动策划等一系列电商化运作，并通过平台向消费者集中展示，促进新河县农特产品生产、包装、品质升级。完成农村产品标准化分级包装策划设计 45 个。

通过培育公共品牌与产品品牌互动营销，提升新河县农产品产业的综合竞争能力，提升农产品销售收入，带动电商创业，充分发挥公共品牌的带动作用，建立完善的创业创新发展市场机制，实现新河县产业综合产值提升、电商销售大幅度提升、销售额占比提高，进而带动更多农户增收。

四、工作步骤

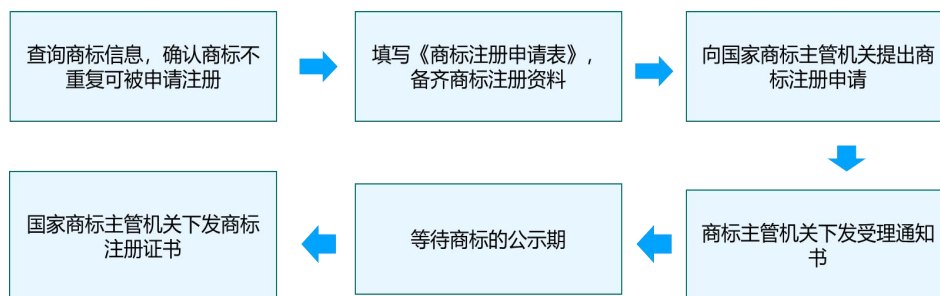
（一）摸底调研阶段。对新河县农产品生产销售情况、电商企业情况、自助品牌拥有情况、“三品一标”认证情况进行调查摸底。以新河县商务粮食和物资储备局，新河县电商服务中心为载体，与县多个机关部门（农业局、工商局、质监局、食药局等）及新河县重点农产品企业、合作社间建立会商机制，明确任务，确定品牌带动农产业的产品范围，对竞争环境、消费需求、竞争优势等因素进行综合分析。

营造政府、企业和社会各方支持的良好氛围，探索开展公共品牌建设的有效途径，形成互相配合、共同推进的协助机制。

（二）品牌推进阶段。收集品牌故事，赋予品牌更丰富的文化内涵，增加品牌底蕴厚度，也为品牌营销提供载体，设计品牌口号。提炼品牌文化内涵，结合品牌的定位、品牌的态度，凝练成一句标语，用于表达品牌的志向、愿景和使命，留下深刻印象，达到提高品牌传播力度的目的；设计品牌标志，通过标准的形状和恰当的颜色搭配，形成标准的品牌视觉形象，达到表达品牌内涵，承载品牌文化的作用。

组织相关部门、行业协会、重点企业进行品牌商标分析，制定公共品牌授权的相关产品标准，完成产品质量和品牌的定位和商标设计。对重点企业加强指导宣贯，提高企业品牌发展意识与培育能力。

进行公共品牌商标注册，取得品牌的归属权和专用权，防止被模仿和侵权。项目团队指导企业和个人准备商标注册资料，提供注册资料模板，协助按照商标注册流程完成商标注册。商标注册流程如下：



（三）授权产品培育开发阶段。充分发挥企业主体作用，通过政府引导，共同协商产品开发，品牌营销、产品定价、宣传等策略，制定公共品牌管理办法。强化产品质量管理，加强分类指导，创新培育载体。通过建立品牌认证标准和授权规范，在品牌使用授权上坚持“成

熟一家授权一家”的原则，只对符合产品种植、生成和加工要求的标杆企业和个人授予品牌使用权，从而形成品牌壁垒，构建品牌护城河，防止品牌被非法滥用，提高品牌产品在同类产品中的竞争优势，从而在产品交易中心获得更多的品牌溢价。通过品牌授权管理，推动农特产品上行的企业和个体提高自身业务水平，营造“树先锋做榜样”的良好氛围，以激励更多企业和个体共同合力打造新河名优产品品牌。公共品牌的授权使用必须通过“三品一标”中至少一种认证。加强对“三品一标”农产品的检验检测监督，不断提高农产品质量。

（四）推广宣传阶段。认真分析试点培育过程中的关键环节，总结经验，形成较为科学完善的公共品牌培育指标体系，使更多的企业、合作社、个人参与进来，形成良性发展态势，鼓励引导全县各主体进行县域品牌宣传推广。

着力提升新河县农产品品牌形象。以政府为主导，结合营销体系项目建设，以各类国内外专业展会、互联网、电视台、报刊、节庆活动等媒体为平台，广泛宣传推广；推动地方电子商务发展，积极推进新河县品牌农产品入驻营销渠道建设中的淘宝、京东、苏宁平台名优特产馆。同时也鼓励品牌农产品生产经营主体自主开设网店，设立农产品体验店、自提点或提货柜，拓宽品牌农产品、农业生产资料、休闲农业等农业电子商务发展路径。

（五）巩固公共品牌建设基础阶段

健全农产品质量安全监管制度，协调相关执法部门，查处违禁农药生产、销售、使用等违法行为。建设农产品质量安全追溯信息平台，

所有公共品牌农产品和“三品一标”农产品实现企业主体信息、种养殖作业信息、投入品使用信息、检测信息、出场信息记录和查询。

五、品牌管理建设

为保证相关工作顺利开展，成立公共品牌建设小组。组长由商务粮食和物资储备局领导担任，成员由县相关部门，龙头企业负责人，合作社，优秀电商个人组成。工作小组负责公共品牌建设工作的组织协调、政策的制定落实、督查指导等工作，各成员单位要创新工作思路，结合各自实际，组织公共品牌工作实施。

由县商务粮食和物资储备局，县电子商务公共服务中心紧密合作配合，会同县有关部门制定公共品牌建设政策。组织完成公共品牌商标注册、总体策划、方案起草。县商务粮食和物资储备局核准公共品牌形象设计，包装设计，运营新河县农产品各电商平台旗舰商铺，建设网货产品供应链体系，协调开发网货产品，扶持个人网商创业，并组织协调新河县企业、个人网商线上渠道的产品销售，以及新河县电子商务人才培养。制定公共品牌综合管理办法，产业技术标准；加强质量监管，确保质量安全。配合市监局等部门对公共品牌食品方面的加强监管工作，确保品牌食品安全管理；组织协调农业局对接绿色产业基地建设，组织相关企业参加国内外农特产品博览会、洽谈会，扩大新河县公共品牌及产品的知名度。