

兴宁市电子商务进农村综合示范工作领导小组办公室

兴宁市区域公共品牌培育及营销工作方案

根据《兴宁市创建国家级电子商务进农村综合示范县（市）工作方案》文件要求，为推动兴宁市电子商务进农村示范工作，打造品牌效应，增强兴宁市农特产品市场竞争力，提升产品知名度，助力兴宁市电子商务产业发展，培育我市经济新动力，努力把电子商务产业培育成为兴宁市最具活力、最具潜力和最具效益的新兴产业。结合我市实际，制定本方案。

一、建设目标

围绕“持续、广泛、安全、生态”的内涵，的市（县）域公共品牌，坚持带动企业培育自主品牌，同步发展、共同成长的原则，打造市（县）域公共品牌。通过培育公共品牌，与企业品牌互动营销，提升我市（县）农产业及绿色产业的综合竞争能力。培育龙头企业，带动电商创业，提供更多就业岗位，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，力争到 2022 年实现我市农产业综合产值提升、电商销售大幅提升、销售额占比提高，进而带动更多农户增收。

二、建设内容

（一）产品调研

对我市农产品产业发展现状及发展趋势进行调查摸底，形成科工商务局、农业农村局、市场监督管理局等多部门协调机制，重点推进龙头农产品企业、合作社，明确任务，确定带动我市农村产业的产品结构。结合市场环境、消费需求、产品优势等因素综合分析我市农村产品。

（二）品牌命名

品牌命名要紧扣“兴宁市区域公共品牌”这一主题，融入地方特色，加入人文情怀，着力凸显地域优势，结合区位优势、自然环境、特色农业、旅游产业、人文精神等角度，突显产品内涵，便于品牌传播；原则上品牌名称控制在5个字以内，力求简洁，好记易懂、朗朗上口。同时品牌命名遵循以下原则：

1. 不得抄袭他人版权，不得侵犯他人合法的知识产权，具唯一性；
2. 命名不得含有不健康信息；
3. 命名坚持“雅俗共赏”“推陈出新”的原则。

（三）LOGO设计

LOGO主要用于共用区域品牌形象展示，和宣传推广工作，首先，要充分体现兴宁的历史、人文、地理及农业等特色的前提下具备较强的延展性和包容性，延展应用要符合时代气息，富有艺术感染力和视觉冲击力。其次，需符合《商标法》要求，主题突出、简

明扼要、新颖独特、认知度高、视觉形象鲜明。最后，对 LOGO 字体、色系、组合进行系统规范，标注标准比例和标准色。

（四）包装定制

1. 包装设计。根据品牌定位、市（县）域特色等确定品牌的形象风格，并在确定具体的产品之后，设计师进行包装设计。在包装设计过程中，充分考虑包装材质、工艺、成本等因素。

2. 包装制作。根据产品形式寻找包材、原料合作企业，通过询价、比价、议价确定合作商，根据产品形式及供应生产厂家提供的资质和价格确定适合的包材生产厂商。

（五）产品开发

兴宁市域特色农产品开发，要遵循自然规律和经济规律。要从资源和市场这两个基本点出发，坚持“按比较优势布局，按市场需求开发”。既要充分考虑各地资源条件，也要充分考虑市场潜力。以市场为导向，适应市场多样化、优质化的需求，着眼国内外市场，重点突出市（县）域特色，选择市场前景广阔，生产潜力大，经济效益好的特色农产品，集中力量加快发展壮大；发挥比较优势的原则客观评价资源特色、生产规模、市场区位、环境质量以及特色农产品开发所需资金、技术、人才等方面的优势，因地制宜，扬长避短，优先发展优势比较突出的特色农产品，实现由潜在的资源优势向现实的经济优势的转变。要考虑特色农产品生产条件的独特性和消费需求的特点，坚持做到规模适度，确保产品特性；依靠科技带动，优化农业经济技术结构，加快市（县）域农业科技创新步伐，

大力推广成套农业技术，不断提高特色农产品发展的科技含量。要以产业化思想和工业化理念指导区域特色农产品的开发，延伸产业链，构建特色产业群体，形成在国内外市场具有一定竞争力的特色农业产业链。

（六）营销推广

品牌营销推广阶段是农产品走进市场实现销售的阶段，要充分利用产品营销线上线下渠道（京东、淘宝、苏宁、拼多多等电商平台）、新媒体、传统媒体，实现农产品从无人知晓到无人不晓的转变。挖掘产品背后的故事，实现农产品高附加值的转化。在精准营销推广的基础上，赋予品牌故事，运营故事化的裂变传播方式，快速将品牌推广，助力兴宁市农特产品产业发展。

三、品牌管理

为保证公共品牌培育工作顺利开展，由市（县）科工商务局做好协调工作，市（县）电子商务进农村综合示范工作领导小组成员单位配合做好相关工作。由项目承建单位进行公共品牌形象设计，包装设计，协助制定公共品牌综合管理办法，运营兴宁市“网货产品”电商平台，广泛运用多种形式开展品牌营销推广。

兴宁市电子商务进农村综合示范工作领导小组办公室

兴宁市科工商务局（代章）

2020年9月15日

