

强化赋能推广 叫响“锡”字号品牌

邵芳 荣琰

江苏省无锡市农业农村局

江苏省无锡市把实施“品牌强农、营销富民”工程作为促进农业农村高质量发展和乡村振兴的新引擎，聚焦农业品种培优、品质提升、品牌打造，不断加大农业品牌塑造培育、营销推介和宣传保护力度，农业品牌体系框架基本建立，品牌影响力显著提升。阳山水蜜桃、宜兴红（茶）2个品牌入选全国农业品牌精品培育计划，现有部、省两级特色农产品优势区3个，部、省两级农产品区域公用品牌5个，注册农产品区域公用品牌15件，全市2个品牌4次入选省十强农产品区域公用品牌，品牌发展呈现良好局面。

打造“过硬”的“锡”字号品牌

强保障，政策扶持力度不断加大。无锡市高度重视品牌建设，连续多年将农业品牌发展列入全市农业农村重点工作任务目标，将支持农业品牌建设列入《关于支持农业农村现代化建设的若干政策意见》，加大政策扶持力度。市级合计安排最高500万元，对首次认定为国家级、省级、市级品牌（农）产品的，给予最高20万元一次性奖励，激发农产品品牌创建热情。市级制定出台《无锡农业品牌目录制度》，开展市级品牌目录评选工作，因地制宜引导无锡地产农业品牌发展。各市（县）、区制定并完善了品牌强农政策措施，在品牌培育创建、品牌宣传推介、品牌运营等方面加大扶持和奖补力度。

提质量，品牌发展根基不断夯实。以创建食安市为抓手，按照新“三品一标”提升行动要求，加快推进农产品承诺达标合格证制度，推进追溯体系建设。目前全市建有绿色食品458个、有机农产品86个、省绿色优质农产品基地37个，绿色优质农产品发展面积占比69%，为持续提升农产品品牌供给质量打下坚实基础。结合优质稻米、精细蔬菜、特色果品、名优茶叶、特种水产和花卉园艺等六大特色主导产业，持续推动特色农产品品种培优，与中国淡水渔业研究中心联合成立无锡市太湖三白种质资源创新中心，依托地方优势品种，开发培植太湖三白、陶都水芹等新兴区域公用品牌，塑强宜兴红、阳山水蜜桃等精品区域公用品牌。

重示范，品牌社会影响不断增强。充分发挥品牌引领作用，突出农产品区域公用品牌建设，提升品牌价值，增强市场竞争力。连续组织开展“无锡市十大农产品品牌”评选活动、无锡市农产品品牌营销促销大赛等活动，产生广泛社会影响力，每届均吸引网络投票300多万票，进一步提高品牌知名度和吸引力。搭建全省首个农业品牌专业宣传发布平台无锡农特优农产品名录，发布无锡农产品品牌地图，及时发布国家、省、市级农产品品牌信息，打造对外形象窗口。连续多年联合市级相关部门开展名特优食品小作坊（锡食名坊）评审活动，产品覆盖肉制品、粮食加工品、糕点、茶叶等，打响老字号、锡字号品牌名气。积极组织申报部、省各类产品品牌荣誉，各地坚持产品品质提升和品牌培育并重，涌现出一批产品丰富、质量过硬的农产品品牌，有力带动传统优势产业提质增效，促进品牌价值提升。

广营销，品牌价值效益不断提升。引导品牌主体统筹布局线上线下营销渠道。鼓励已认定的区域公用品牌等参加各类展会、推介活动，增加锡字号农产品曝光度、知名度。拓宽品牌消费市场，组织品牌主体积极“走出去”参加全国农交会、江苏农洽会、无锡农旅上海推介会等活动，积极组织参加无锡（太湖）消费节、无锡现代农业博览会、丰收节等大型节庆活动，指导农商协会（优农联盟）每年组织开展优质农产品品牌进高校、进机关、进机构、进企业活动，吸引年轻群体，激发消费活力。拓宽线上销售渠道，全市涌现出澄农荟、阿里巴巴农产品产地仓、华泽微福、鱼米江南、要吃菜等一批本地农产品电商品牌。全

市农产品电商取得长足发展，销售额从2020年29.13亿元增长到2022年46.2亿元，年均增长率25.9%。2023年上半年全市网上营销商户数量为595个，在线交易方式实现销售额23.47亿元，同比增长9.79%。

重宣传，品牌影响效应不断扩大。以挖掘老品牌，讲好品牌故事、树立品牌形象为重点，从2020年起持续开展“兴兴向农无锡农业品牌故事”直播系列活动，已按时令节气分别对太湖翠竹、马山杨梅等农产品区域公用品牌和产品品牌进行专场直播，通过媒体广泛宣传发布，浏览量和点击率突破百万，直播后同期销售额比往年增加5%以上。2023年，“兴兴向农”系列活动进一步转型升级，联合无锡农村商业银行、无锡博报开展地产农副产品直播带货，通过发布大额优惠券、秒杀活动，单场直播期间浏览量近24万人次，直播当天农产品交易总单数5778单，销售额近35万元。

持续提升品牌质量

无锡市将紧紧围绕乡村振兴总体部署要求和农业农村中心工作，全面贯彻落实省农业农村品牌工作要求，继续在三方面做好工作。

加强保障，健全完善政策体系。坚持规划引领，做好顶层设计和规划布局，在“五区五园六带”规划和现代农业专项规划中，统筹全域农产品区域公用品牌和产品品牌建设协调发展。加大对农产品品牌尤其是区域公用品牌支持，开展创立品牌活动，开展集中赋能推广，提升产品包装、传播、营销等能力。

夯实基础，提升品牌综合实力。加大品牌培育力度，推动品牌量质齐升。引导地方农业主管部门有目的开发、培植新兴区域公用品牌，重点培植江阴河豚、陶都水芹一批新兴区域公用品牌。组织开展品牌设计、市场推广等相关活动，提高品牌包装设计能力，推进农产品品牌优化升级，提升品牌整体形象。

加强营销，拓宽品牌推广渠道。借助无锡“物联网+”优势，推动传统营销和现代营销相融合，搭建无锡统一的优质农产品线上销售平台，用好网络购物节、直播带货等营销形式，聚力打造网红农产品。推动营销业态创新，设立无锡农产品品牌消费体验馆等品牌展示场馆，打造沉浸式、体验式、互动式营销场景。

