

农业农村部办公厅文件

农办市〔2023〕4号

农业农村部办公厅关于印发《支持脱贫地区打造区域公用品牌实施方案(2023—2025年)》的通知

各省、自治区、直辖市农业农村(农牧)厅(局、委),新疆生产建设兵团农业农村局:

为贯彻落实2023年中央一号文件精神,支持脱贫地区区域公用品牌打造,促进实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,农业农村部制定了《支持脱贫地区打造区域公用品牌实施方案》。现印发你们,请结合本地实际抓好贯彻落实,细化实施方案,明确目标任务、工作措施和时间进度,强化责任落实,确保工作取得实效。

农业农村部市场与信息化司

联系人和联系方式：刘伟安 白 玲

010-59191409,59191598

邮箱：scsltc@163.com

中国绿色食品发展中心

联系人和联系方式：张 月 李连海

010-59193685,59193681

邮箱：ppfzc@greenfood.org

农业农村部办公厅

2023年4月18日

支持脱贫地区打造区域公用品牌 实施方案(2023—2025年)

产业振兴是乡村振兴的重中之重,农业品牌是产业兴旺的重要标志。支持脱贫地区打造区域公用品牌是引领产业高质量发展的重要引擎,是实现产业兴旺的重要着力点,是巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴的重要抓手。为贯彻落实中央一号文件精神,加大脱贫地区区域公用品牌建设力度,促进实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,制定本方案。

一、指导思想

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入贯彻习近平总书记关于脱贫地区产业帮扶还要继续补上技术、设施、营销等短板,促进产业提挡升级等重要讲话和指示批示精神,落实党中央、国务院有关决策部署,以“强产业优供给,树品牌提效益”为目标,做好“土特产”文章,打牢品牌根基,壮大品牌主体,促进渠道对接,强化营销推广,带动脱贫地区产业提质增效和农民增收,切实增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力,为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化提供有力支撑。

二、实施原则

本方案支持打造的区域公用品牌是指在一个具有特定自然生态环境、历史人文因素的明确生产区域内,由相关组织所有,由若干农业生产经营主体共同使用的农产品品牌。品牌名称由“产地名+产品名”构成,产地为县级或地市级。支持脱贫地区打造区域公用品牌坚持以下原则。

——因地制宜,科学谋划。立足区域发展实际,统筹产业发展和市场消费需求,因地制宜选准产业,充分结合资源禀赋、产业特色、历史人文等区域优势,聚焦主导特色产业,坚持标准引领,明确品牌发展定位,制定品牌发展规划,探索一条有稳定质量、有鲜明特色、有文化内涵的区域公用品牌发展之路。

——问题导向,精准施策。紧盯脱贫地区产业发展基础不牢、产品同质化、营销推广能力弱、产销渠道不畅、品牌人才匮乏等问题,整合多方资源,科学精准施策,解决品牌打造难点痛点问题,提高脱贫地区区域公用品牌知名度美誉度影响力,全面提升品牌市场竞争力。

——市场引领,促进增收。以市场需求为导向,引领主导产业转型升级,提升产品质量,优化市场供给,促进渠道嫁接和销售转化,提高品牌产品溢价能力。推动区域公用品牌建设与农文旅深度融合,拓宽农民致富渠道,促进脱贫地区农民稳定增收。

——激发动力,协同联动。充分发挥市场在资源配置中的决

定性作用,通过优质优价市场机制,优化资源配置,激发广大企业和农民参与打造品牌动力,广泛动员社会力量参与,形成支持脱贫地区区域公用品牌打造强大合力。

三、主要目标

到 2025 年,脱贫地区品牌打造能力明显提升,品牌产品市场占有率、溢价能力明显提高,品牌引领提升产业质量效益和竞争力作用明显加强,塑强 50 个质量过硬、特色鲜明、带动力强的精品区域公用品牌,打造 200 个具有一定知名度和影响力的地域性区域公用品牌,带动培育 300 个具有市场竞争力的核心授权企业品牌和 600 个特色优质农产品品牌,推动建设一批质量水平高、供给能力强的农产品原料基地品牌。

四、重点任务

(一)壮大主导产业,推动全产业链升级。深入实施脱贫地区特色种养业提升行动,突出“土特产”要求,指导脱贫地区依托资源优势和产业基础,培育一批成长性好、带动性强的主导产业。发挥现代农业产业技术体系技术支撑作用,增强综合试验站在脱贫地区辐射带动能力,用好科技特派团和产业顾问组,以“一县一团”方式进行帮扶。推进产业全链开发,引导龙头企业到脱贫地区建设农产品加工基地,支持建设一批田头冷藏保鲜设施和产地冷链集配中心,提升脱贫地区农产品加工、仓储保鲜、运输销售等能力。推进产业集聚发展,现代农业产业园、农业产业强镇、农业全

产业链重点链和典型县等项目继续倾斜支持脱贫地区。省级农业农村部门要在巩固提升粮食产能的基础上,持续支持脱贫地区壮大特色主导产业,补齐产业短板弱项,推动农业从种养环节向农产品加工流通等二三产业延伸,加快主导产业全链条升级,增强市场竞争力和可持续发展能力。(农业农村部发展规划司、乡村产业发展司、市场与信息化司、科技教育司、种植业管理司、畜牧兽医局、渔业渔政管理局按职能分别负责,省级农业农村部门)

(二)提升供给质量,夯实品牌发展根基。指导脱贫地区统筹推进农业生产和农产品“三品一标”。以市场需求为导向,坚持种质资源保护与品种培优相结合,挖掘传统品种优良基因,开展地区特色品种提纯复壮,加快淘汰品质差、效益低、老化退化品种。指导脱贫地区开展优质农产品基地建设,推动全产业链标准化建设,择优纳入国家级优质农产品生产基地和重点县及现代农业全产业链标准化基地,支持打造一批农产品原料基地品牌。支持脱贫地区发展绿色食品、有机农产品和名特优新农产品,推动实施良好农业规范,设立绿色通道,提供技术指导,加快审核审批,其中绿色食品申报费用全免,有机农产品认定减免,符合条件的品牌及产品优先纳入农业品牌目录。省级农业农村部门要指导脱贫地区以两个“三品一标”为抓手,着力增加绿色优质农产品供给,持续扩大绿色、有机、地理标志和名特优新农产品生产规模,加强质量安全监管,以高质量供给夯实品牌发展根基。(农业农村部发展规划司、

市场与信息化司、农产品质量安全监管司、种业管理司按职能分别负责,省级农业农村部门)

(三)强化市场跟踪,做好品牌战略布局。成立脱贫地区区域公用品牌建设专家指导组,重点围绕 832 个脱贫县主导产业开展市场跟踪监测,分析研判市场趋势,指导脱贫地区根据市场细分和目标市场选择,明确品牌发展定位,制定完善品牌发展规划。鼓励科研院所、行业协会、电商平台等,围绕脱贫地区特色资源和产业特点,开展行业发展动态和品牌消费市场专题研究,及时发布研究成果,为脱贫地区区域公用品牌打造提供信息支撑。持续发布《我国特色农产品市场与产业分析报告》,编制《脱贫地区区域公用品牌电商消费指南》,为脱贫地区区域公用品牌打造提供方向指引和参考路径。省级农业农村部门要成立品牌建设专家指导组,指导本辖区脱贫地区品牌打造,加强主导产业市场监测和预警分析,指导脱贫地区做好品牌定位,科学制定品牌发展规划,做到一张蓝图绘到底。(农业农村部市场与信息化司,省级农业农村部门)

(四)壮大品牌主体,提高品牌建设运营能力。启动脱贫地区农业品牌带头人培育计划,乡村产业振兴带头人培育“头雁”项目、农村实用人才带头人培训等倾斜支持区域公用品牌持有主体,提升脱贫地区区域公用品牌管理运营能力。深入开展脱贫地区农业品牌建设和电商发展培训服务活动,加强品牌标准宣贯,增强主体品牌培育和保护能力。鼓励脱贫地区组建或培育农业产业化联

合体,承担区域公用品牌运营职能,统一开展品牌营销传播、渠道开发、品牌保护等,推动构建利益联结机制,促进品牌共创共护共享。重点加强新型农业经营主体带头人培训,提高脱贫地区新型农业经营主体品牌化经营的主动性。省级农业农村部门要加强区域公用品牌主体培育,强化人才支撑,组织开展培训服务活动,2025年实现本辖区脱贫地区区域公用品牌持有主体及核心授权主体负责人培训全覆盖,每个脱贫县重点培育3—5个品牌电商带头人。(农业农村部人事司、乡村产业发展司、农村合作经济指导司、市场与信息化司按职能分别负责,省级农业农村部门)

(五)开展品牌帮扶,强化样板示范带动。深入实施脱贫地区农业品牌帮扶行动,重点支持农业农村部20个品牌帮扶重点县打造区域公用品牌,完善帮扶机制,总结帮扶模式,推动以点带面。用好东西部协作机制,组织东部地区农业品牌强县对协作地区脱贫县开展品牌帮扶。省级农业农村部门要全面启动脱贫地区区域公用品牌打造结对帮扶工作,结合产业发展实际和品牌打造不同路径,每年选择3—5个脱贫县“一对一”支持开展品牌建设,树立典型标杆,总结可借鉴可复制的做法经验,带动辖区内脱贫地区区域公用品牌打造能力全面提升。推出一批脱贫地区农业品牌打造样板县,品牌建设成效明显或成长性强的品牌,择优纳入农业农村部农业品牌精品培育计划。(农业农村部发展规划司、市场与信息化司按职能分别负责,省级农业农村部门)

(六)加强宣展推广,提高品牌认知度美誉度。启动脱贫地区区域公用品牌“亮牌”行动,挖掘传统农耕文化精髓,突出品牌特色,讲好品牌故事,传播品牌价值,树立品牌形象。建立脱贫地区区域公用品牌目录,编制《脱贫地区区域公用品牌大全》。利用中国农业品牌公共服务平台,建立脱贫地区区域公用品牌“一张图”,数字化呈现品牌建设成果,促进销售转化。启动脱贫地区农业品牌联展计划,充分利用传统媒体、新媒体等平台,加大脱贫地区区域公用品牌宣传推广力度,形成全方位展示、全媒体参与、全平台推广态势。用好中国农业品牌创新发展大会、绿色食品主题宣传等平台,推广脱贫地区区域公用品牌。省级农业农村部门要组织动员新闻媒体、互联网传播平台等,利用各类活动平台,加强品牌宣传推广,提高脱贫地区农业品牌知名度美誉度和影响力。(农业农村部办公厅、市场与信息化司、农产品质量安全监管司按职能分别负责,省级农业农村部门)

(七)支持渠道拓展,实现品牌营销增效。各级农业农村部门主办的农业展会、节庆活动、产销对接等要向脱贫地区倾斜,在展位费用、渠道对接、品牌推介等方面提供减免扶持政策。启动“千名采购商走进脱贫地区”全国行活动,组织开展系列脱贫地区农产品产销对接活动,重点在大湾区、长三角、京津冀等地区开展产销对接,支持脱贫地区与大型批发市场、大型商超等开展深度合作。支持粮油、果品、蔬菜、茶叶、畜牧、渔业等全国性专业行业协会,组

织开展公益性品牌营销和产销对接活动,推动产销渠道精准对接。办好中国农民丰收节金秋消费季、“菜篮子”产品暨品牌农产品促消费活动、农业品牌热销、优质农产品消费促进行动等,促进脱贫地区品牌农产品销售。鼓励开展产地直播,支持优质特色品牌产品参与大型电商直播活动,优先推荐品牌农产品入驻“832平台”。依托全国公路、铁路、港口客运场站和高速公路服务区,丰富脱贫地区品牌农产品营销场景。省级农业农村部门要指导脱贫地区建立品牌产品信息库,指导组建采购商和经纪人队伍,推动拓展线上线下销售渠道,支持构建产销对接长效机制,实现“以产待销”向“以销促产”转变。(农业农村部发展规划司、市场与信息化司、农产品质量安全监管司按职能分别负责,省级农业农村部门)

(八)强化品牌管理,促进品牌健康发展。指导脱贫地区建立区域公用品牌管理监督机制,制定区域公用品牌管理办法,建立授权使用主体名录,加强品牌授权管理和产权保护,推动区域公用品牌规范有序发展。指导脱贫地区区域公用品牌和授权主体开展商标注册,提高自我保护能力。建立品牌保护协作机制,发挥农业综合行政执法队伍作用,严厉打击冒用农产品质量标志或者销售冒用农产品质量标志的农产品等违法行为。鼓励利用数字技术,优化管理服务,促进协同监管和信用约束。建立品牌建设监测和评价制度,跟踪监测品牌建设效果,不断改进提升品牌建设管理能力。(农业农村部法规司、市场与信息化司、农产品质量安全监管

司按职能分别负责,省级农业农村部门)

五、组织实施

(一)加强组织领导。农业农村部市场与信息化司统筹负责脱贫地区区域公用品牌打造工作,中国绿色食品发展中心具体负责工作跟进和推进落实。各省级农业农村部门要成立脱贫地区区域公用品牌建设工作组,把脱贫地区区域公用品牌打造作为全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化的重要措施,作为推动农业品牌建设的重要抓手,加强统筹协调,整合优势资源,推动措施落实。(农业农村部市场与信息化司,省级农业农村部门)

(二)强化政策支持。指导脱贫地区统筹使用涉农整合资金,强化区域公用品牌建设经费保障。充分发挥政策导向作用,建立品牌激励机制,对支持品牌建设和品牌打造成果突出的组织和单位实施激励。引入市场机制,积极引导社会资金投入,参与帮扶脱贫地区区域公用品牌建设。创新金融支持政策,加大品牌使用主体信贷直通车支持力度。(农业农村部计划财务司,省级农业农村部门)

(三)完善落实机制。不定期召开工作推进会,研究部署重点任务,听取工作进展,研究解决重点问题。各省级农业农村部门要明确专门部门负责,统筹制定本辖区实施计划和任务清单,组织专家带队赴脱贫县开展调研指导,确保措施落实落地。建立部省工作调度评估机制,省级农业农村部门每年11月底提交工作进展报

中国绿色食品发展中心。(农业农村部市场与信息化司,省级农业农村部门)

(四)做好总结宣传。及时总结品牌建设典型经验和做法,分析品牌成长案例,开展互动交流,完善培育机制。充分利用媒体平台宣传推介脱贫地区区域公用品牌建设成效,营造农业品牌营造良好氛围。(农业农村部办公厅、市场与信息化司按职能分别负责,省级农业农村部门)

抄送:部有关司局、直属单位,有关单位。

农业农村部办公厅

2023年4月19日印发
