

云南省农业厅文件

云农市〔2018〕21号

云南省农业厅转发农业农村部加快推进 品牌强农意见文件的通知

各州、市农业（畜牧兽医）局：

为贯彻落实党中央对农业品牌建设的决策部署，助推农业转型升级、提质增效，深入推进品牌强农，农业农村部印发了《关于加快推进品牌强农的意见》（农市发〔2018〕3号），从重要意义、总体要求、主要任务、保障措施4个方面对品牌强农作出安排部署。现将此意见转发给你们，请各级农业部门加强品牌强农的组织领导，认真抓好贯彻落实，加快推进当地品

牌强农工作的实施。



云南省农业厅办公室

2018年7月13日印发

农业农村部文件

农市发〔2018〕3号

农业农村部关于加快推进品牌强农的意见

各省、自治区、直辖市及计划单列市农业（农牧、农村经济）、农机、畜牧、兽医、农垦、农产品加工、渔业（水利）厅（局、委、办），新疆生产建设兵团农业局：

党的十九大报告提出实施乡村振兴战略。2018年中央一号文件提出质量兴农之路，突出农业绿色化、优质化、特色化、品牌化，全面推进农业高质量发展。品牌建设贯穿农业全产业链，是助推农业转型升级、提质增效的重要支撑和持久动力。为贯彻落实中央精神，深入推进品牌强农，现提出如下意见。

一、充分认识新时期加快品牌强农的重要意义

（一）品牌强农是经济高质量发展的迫切要求。品牌是市场

经济的产物,是农业市场化、现代化的重要标志。当前,我国经济发展进入质量效率型集约增长的新阶段,处于转换增长动力的攻关期。加快推进品牌强农,有利于促进生产要素更合理配置,催生新业态、发展新模式、拓展新领域、创造新需求,促进乡村产业兴旺,加快农业转型升级步伐。

(二)品牌强农是推进农业供给侧结构性改革的现实路径。农业品牌化是改善农业供给结构、提高供给质量和效率的过程。加快推进品牌强农,有利于更好发挥市场需求的导向作用,减少低端无效供给,增加绿色优质产品,提升农业生态服务功能,更好满足人民日益增长的美好生活需要,使农业供需关系在更高水平上实现新的平衡。

(三)品牌强农是提升农业竞争力的必然选择。品牌是国家的名片,民族品牌更是代表着国家的经济实力、软实力以及企业的核心竞争力。当前,我国农业品牌众多,但杂而不亮。加快推进品牌强农,有利于提高我国农业产业素质,弘扬中华农耕文化,树立我国农产品良好国际形象,提升对外合作层次与开放水平,增强我国农业在全球竞争中的市场号召力和影响力。

(四)品牌强农是促进农民增收的有力举措。品牌是信誉、信用的集中体现,是产品市场认可度的有力保证。加快推进品牌强农,有利于发挥品牌效应,进一步挖掘和提升广大农村优质农产品资源的价值,促进千家万户小农户有效对接千变万化大市场,增强农民开拓市场、获取利润的能力,更多分享品牌溢价收益。

二、总体要求

(一)指导思想

全面落实党的十九大精神,深入贯彻习近平新时代中国特色

社会主义思想,践行新发展理念,按照乡村振兴战略的部署要求,以推进农业供给侧结构性改革为主线,以提质增效为目标,立足资源禀赋,坚持市场导向,提升产品品质,注重科技支撑,厚植文化底蕴,完善制度体系,着力塑造品牌特色,增强品牌竞争力,加快构建现代农业品牌体系,培育出一批“中国第一,世界有名”的农业品牌,促进农业增效、农民增收和农村繁荣,推动我国从农业大国向品牌强国转变。

(二)基本原则

——坚持品质与效益相结合。严把农产品质量安全关,坚持质量第一、效益优先。品质是品牌的前提和基础,是抵御市场风险的基石,要以工匠精神着力提升产品品质,通过规模化提高综合效益,推动品牌建设又快又好发展。

——坚持特色与标准相结合。立足资源禀赋和产业基础,充分发挥标准化的基础保障、技术引领、信誉保证作用,突出区域农产品的差异化优势,以特色塑造品牌的独特性,以标准确保品牌的稳定性。

——坚持传承与创新相结合。农业品牌建设要在传承中创新,在创新中传承,既要保护弘扬中华农耕文化,延续品牌历史文脉,又要着力增强自主创新能力,与现代元素充分结合,提升产品科技含量,增强品牌国际竞争力。

——坚持市场主导与政府推动相结合。发挥好政府与市场在品牌培育中的作用,强化政府服务意识,加强政策引导、公共服务和监管保护,为品牌发展营造良好环境。强化企业主体地位,弘扬企业家精神,激发品牌创造活力和发展动能。

(三)发展目标

力争3—5年,我国农业品牌化水平显著提高,品牌产品市场占有率、消费者信任度、溢价能力明显提升,中高端产品供给能力明显提高,品牌带动产业发展和效益提升作用明显增强。国家级、省级、地市级、县市级多层次协同发展、相互促进的农业品牌梯队全面建立,规模化生产、集约化经营、多元化营销的现代农业品牌发展格局初步形成。重点培育一批全国影响力大、辐射带动范围广、国际竞争力强、文化底蕴深厚的国家级农业品牌,打造300个国家级农产品区域公用品牌,500个国家级农业企业品牌,1000个农产品品牌。

三、主要任务

(一)筑牢品牌发展基础

将品质作为品牌发展的第一要义,坚持市场导向、消费者至上,把安全、优质、绿色作为不断提升产品和服务质量的基本要求。统筹农业生产、加工、冷链物流等设施项目建设,建设一批规范标准、生态循环的农产品种养加基地,加快推进农产品生产的规模化、产业化、集约化,提高农产品供给能力。着力构建现代农业绿色生产体系,将产品安全、资源节约、环境友好贯穿始终,将绿色生态融入品牌价值。大力推进标准体系建设,建立健全农产品生产标准、加工标准、流通标准和质量安全标准,推进不同标准间衔接配套,形成完整体系。加强绿色、有机和地理标志认证与管理,强化农业品牌原产地保护。加快构建农产品质量安全追溯体系,强化农产品质量安全全程监管。加强品牌人才培养,以新型经营主体为重点,建设专业素质高、创新能力强、国际视野广的人才队伍,提高品牌经营管理水平。

（二）构建农业品牌体系

结合资源禀赋、产业基础和文化遗产等因素，制定具有战略性、前瞻性的品牌发展规划。培育差异化竞争优势的品牌战略实施机制，构建特色鲜明、互为补充的农业品牌体系，提升产业素质和品牌溢价能力。建设和管理农产品区域公用品牌是各级政府的重要职责，以县域为重点加强品牌授权管理和产权保护，有条件的地区要与特色农产品优势区建设紧密结合，一个特优区塑强一个区域公用品牌。结合粮食生产功能区、重要农产品生产保护区及现代农业产业园等园区建设，积极培育粮棉油、肉蛋奶等“大而优”的大宗农产品品牌。以新型农业经营主体为主要载体，创建地域特色鲜明“小而美”的特色农产品品牌。农业企业要充分发挥组织化、产业化优势，与原料基地建设相结合，加强自主创新、质量管理、市场营销，打造具有较强竞争力的企业品牌。

（三）完善品牌发展机制

建立农业品牌目录制度，组织开展品牌目录标准制定、品牌征集、审核推荐、评价认定和培育保护等活动，发布品牌权威索引，引导社会消费。目录实行动态管理，对进入目录的品牌实行定期审核与退出机制。鼓励和引导品牌主体加快商标注册、专利申请、“三品一标”认证等，规范品牌创建标准。结合“三区一园”建设，创新民间投资机制，推动资源要素在品牌引领下集聚，形成品牌与园区共建格局。农业农村部门要加强与发改、财政、商务、海关、市场监管等部门的协同配合，形成创品牌、管品牌、强品牌的联动机制。建立健全农业品牌监管机制，加大套牌和滥用品牌行为的惩处力度。加强品牌中介机构行为监管，严格规范品牌评估、评定、评价、发布等活动，禁止通过品牌价值评估、品牌评比排名等方式

变相收费,严肃处理误导消费者、扰乱市场秩序等行为。构建危机处理应急机制,引导消费行为,及时回应社会关切。完善农业品牌诚信体系,构建社会监督体系,将品牌信誉纳入国家诚信体系。

(四)挖掘品牌文化内涵

中华农耕文化是我国农业品牌的精髓和灵魂。农业品牌建设要不断丰富品牌内涵,树立品牌自信,培育具有强大包容性和中国特色的农业品牌文化。深入挖掘农业的生产、生活、生态和文化等功能,积极促进农业产业发展与农业非物质文化遗产、民间技艺、乡风民俗、美丽乡村建设深度融合,加强老工艺、老字号、老品种的保护与传承,培育具有文化底蕴的中国农业品牌,使之成为走向世界的新载体和新符号。充分挖掘农业多功能性,使农业品牌业态更多元、形态更高级。研究并结合品牌特点,讲好农业品牌故事,大力宣扬勤劳勇敢的中国品格、源远流长的中国文化、尚农爱农的中国情怀,以故事沉淀品牌精神,以故事树立品牌形象。充分利用各种传播渠道,开展品牌宣传推介活动,加强国外受众消费习惯的研究,在国内和国外同步发声,增强中国农业品牌在全世界的知名度、美誉度和影响力。

(五)提升品牌营销能力

以消费需求为导向,以优质优价为目标,推动传统营销和现代营销相融合,创新品牌营销方式,实施精准营销服务。全面加强品牌农产品包装标识使用管理,提高包装标识识别度和使用率。充分利用农业展会、产销对接会、产品发布会等营销促销平台,借助大数据、云计算、移动互联等现代信息技术,拓宽品牌流通渠道。探索建立多种形式的品牌农产品营销平台,鼓励专柜、专营店建设,扩大品牌农产品市场占有率。大力发展农业农村电子商务,加

快品牌农产品出村上行。聚焦重点品种,着力加强市场潜力大、具有出口竞争优势的农业品牌建设。加大海外营销活动力度,支持有条件的农业企业“走出去”,鼓励参加国际知名农业展会,提升我国农业品牌的影响力和渗透力。支持建设境外中国农业展示展销中心,搭建国际农产品贸易合作平台。

四、保障措施

(一)加强组织领导

各地要深刻认识品牌强农的重要意义,以质量第一、品牌引领为工作导向,纳入各级领导的重要议事日程,持续发力、久久为功,推动农业高质量发展。各级农业农村部门要加快构建职责明确、协同配合、运作高效的工作机制。农业农村部统筹负责全国农业品牌建设的政策创设和组织实施。地方农业农村部门牵头负责本地农业品牌建设和管理,制定实施方案,将农业品牌建设纳入年度工作考核任务。

(二)加大政策支持

鼓励地方整合涉农资金,集中力量支持农业品牌建设的重点区域和关键环节。各级农业农村部门要整合内部资源,安排专项资金,采取多种形式加大对农产品区域公用品牌的扶持力度。发挥财政资金引导作用,撬动社会资本参与企业品牌和特色农产品品牌建设。引导银行、证券等金融机构参与农业品牌建设,创新投融资方式,拓宽资金来源渠道。

(三)加强示范引领

鼓励和支持各地采用多种方式强化宣传推介,营造全社会发展品牌、消费品牌、保护品牌的良好氛围。各级农业农村部门要结合本地实际,推选一批农业品牌,树立一批市场主体,总结一批典

型经验,以品牌建设引领现代农业产业发展。综合利用各类媒体媒介,推出具有较强宣传力和影响力的品牌推介活动。

(四)完善公共服务

各级农业农村部门要增强市场主体服务意识、提升服务水平,鼓励支持行业协会、品牌主体等开展标准制定、技术服务、市场推广、业务交流、品牌培训等业务,建立完善的品牌社会化服务体系。强化中介机构能力建设,提升品牌设计、营销、咨询、评价、认证等方面的专业化服务水平。加强信息报送和政策宣传,努力营造全社会关心、支持农业品牌建设的良好氛围。

农业农村部

2018年6月26日

农业农村部办公厅

2018年6月29日印发
