和田地区“和甜悦色”区域公共品牌

发展工作总结

1. 品牌发展现状

结合和田地区“历史文化、地方特色、名俗风情、特色产品等内容策划开发了“和甜悦色”区域公共品牌。通过品牌定位、卖点、视觉设计、品牌形象、包装、品牌寓意、品牌化潜力和代表性等内容对8县市公共品牌进行优化升级，形成了“主品牌+特色产业子品牌”的发展格局。

1. 于2022年7月在天津成功举办品牌发布会期间，学习强国、商务部电商公共服务网、人民日报、中新网、中国日报、网易新疆、石榴云等18家大型媒体先后进行相关报道80余次，为和田地区品牌发展营造了良好氛围。

（二）开展“和甜悦色”区域公共品牌产品征集活动，开发了和田大枣、羊脂籽米等18款基础性好、唯一性强、极具特色、传播属性强的网红产品，截至目前已有56款产品纳入了品牌库进行销售。

（三）在2022全国农产品产销对接助力乡村振兴（新疆）活动期间，就和田大枣、薄皮核桃、羊脂籽米、肉苁蓉等产品217吨累计500余万元签订了采购合同。

（四）2023年1月，在CCTV-17农业频道持续投放“和甜悦色”区域公共品牌宣传视频，通过开展“和甜悦色”短视频大赛等系列活动，各线上平台话题浏览量超过6800万次。

（五）拓宽宣传渠道，结合“和甜悦色”品牌及和田地区文化属性，设计并制作了礼盒、手提袋、物流周转箱、胶带、U盘、数据线等衍生产品25万件免费发放，在本地形成了良好的品牌发展氛围。

（六）[推进农产品标准化](https://www.so.com/link?m=bqzdTxjaYnU+gTXZ03BQ2ZD4/aGMifBDjuak1KgZE7y7LXboOtXVOBBZwNox4PesqZOwrjzR0H98su0ALoLO5oMWeYtpA2zYMxt2PKG3TVWupWKwF30pb+r8U5bafAZyvjPENxNo4aabFFCAbC8dRCGl2EFyJBSJ6GINpUQTpmO9wmBr2FfpslpcMTJ96rhQvPNat1QrNrTbdeGkprarVidfNI5WHSar6VNYLDg==" \t "https://www.so.com/_blank)生产。搭建和田地区溯源管理平台，为16家企业生产的和田大枣、和田核桃、玫瑰花系列等56款产品进行了质量追溯，累计发放溯源码55000余枚。同时加快“两品一标”认证，为皮山县萨扎木农业科技开发有限公司、和田县徽杭坚果加工有限公司、雅蔓有限公司3家企业对接明星杏、核桃、葡萄干、肉苁蓉等产品的有机认证相关工作，目前处于有机认证产品申报资料阶段。

（七）做好产品品控检测，就地区42家企业165款品牌产品围绕二氧化硫、农药残留、亚硝酸盐等定期进行质量检测，监测显示合格率为98%，部分超标产品同步反馈厂家进行进一步精准检测，确保了和田地区农副产品在消费者舌尖上的安全，提高了企业溯源及标准化建设意识。

（八）加大媒体宣传推广，2023年电商中心被评为“自治区数字乡村建设试点”“自治区中小企业公共服务平台”，近期已申报“自治区星创天地基地”。同时“追着花儿看新疆”中央媒体采访团30余名记者到中心采访**“区域品牌+服务网商+产业融合”电商助农模式**，累计在CCTV-13、CGTN、商务部电子商务公共服务网、央视网、新华网等大型媒体宣传报道共26次，形成了良好示范效应。

二、下一步发展计划

对和田地区主导产业、产品链、占有率、附加值和品牌价值结合成功案例、失败案例进行深度剖析，结合本地优势，制定农特产品的营销方法论，大力推进品牌+产业电商发展模式，开发“可卖、能卖、擅卖、优卖、好卖”的唯一性、独特性、代表性优势品牌产品，通过天津援疆资源、伍创总部渠道、832平台、天视商城、天津甘肃商会展销渠道（政府机关）、红桥直播基地（淘宝在天津市唯一基地）、杭州乃棠直播基地等各大平台进行产销对接推广，建立“服务网商+区域品牌+产业融合”模式，打造由农户、农村合作社、央企国企、天津大型商超、直播基地及消费者组成的战略联盟型供应链，持续发挥桥梁纽带作用，提升和田农特产品的线上线下整体销售，共同推进“和田优品”“和甜悦色”区域公共品牌知名度，助力农产品上行，让和田优质农副产品融入全国大市场，实现电商产业振兴。

**（一）升级区域公共品牌产品供给力。**持续推进品牌产业化、产业品牌化发展道路，择优培育更多区域公用品牌进入“国家队”，在全地区引导20家龙头企业参与生产、销售工作，开发“可卖、能卖、擅卖、优卖、好卖”的唯一性、独特性、代表性优势品牌产品，打造10款区域公共品牌爆款产品，区域公共品牌库入库产品达到120款以上，完善主导产业的网货标准，确保和田地标明星产品品质。利用区域公共品牌的带动性，通过品牌影响力约束和倒逼入库产品符合区域公共品牌产品高质量要求，提高企业生产标准。

### **（二）加大“和甜悦色”溯源直播助农活动。**依托天津红桥直播基地、杭州乃棠直播基地主播资源，邀请新疆优素福（抖音粉丝608.8万，为伍创签约主播）、新疆味道（抖音粉丝357.2万，为伍创意向签约主播）、喀什浓眉哥（抖音粉丝215.8万，为伍创签约主播）等新疆本土大v，天津直播基地带货主播（抖音粉丝100万+，为伍创签约主播）等分批次到和田开展“和甜悦色”大型溯源直播助农活动，预计每场直播销售金额200万以上，累计销售额达1000万以上。

### **（三）打造和田“832优选”品牌。**结合自身优势积极对接中国供销总部渠道832平台，提升地区品牌产品市场占有率、提高产品溢价能力，塑强2个质量过硬、特色鲜明、带动力强的精品区域公用品牌，打造10个具有一定知名度和影响力的地域性企业品牌，带动培育50个具有市场竞争力的核心授权企业品牌和100个特色优质农产品品牌，推动建设一批质量水平高、供给能力强的和田农产品原料基地品牌。

**（四）拓宽品牌网销渠道引领产业升级。**结合自身优势，积极对接天视商城（天津电视台商城）、天津兴农商城（天津市政府制定帮扶采购平台）、天猫超市、天津红桥直播基地（由伍创和阿里巴巴联合创建，占地6000平米，500名主流网红主播资源）、天津正融电商直播产业园（伍创总部，占地4000平米，50个品牌代运营团队）、杭州乃棠直播基地（伍创自有直播基地，100名主播大V），依托各类媒体加大对“和田优品”“和甜悦色”区域公共品牌产品的线上营销矩阵，通过主流直播平台常态化直播带货，推动和田品牌电商发展。

**（五）提升“和品在津”市场占有率。**依托天津援疆、伍创电商渠道自身资源，持续深化津和一家亲，加速产业协作，继续做好土特产文章，加强市场协作，持续推动和田特色农产品进机关、进商超、进食堂、进校园、进社区设置“和品在津”销售专区，拓展消费市场，动员社会力量广泛参与津和一家亲，不断拓宽“和品在津”供给影响力，让农副产品、非遗、文创等品类的上百款特色产品搭乘“和品在津”快车，进津入港出国门。例如：甘肃商会天津展销中心（天津市政府采购指定单位，占地7000平米，伍创电商为商会常委副会长单位）。

**（六）加大品牌展销推介优化产品品质。**以“和田优品”天津消费节、“津农精品”品牌推介会、全国农商互联、天津糖酒会等大型产销对接活动为契机，组织全地区龙头企业常态化参加互动，实现资源共享，扩大和田优质农产品在京津冀、珠三角、川渝高端消费市场的占有率，通过比良赶优的模式提升自有产品品质。

**（七）增强品牌知名度造就市场影响力。**持续宣传推广，在各类宣传渠道建立区域公共品牌网红话题，形成宣传矩阵。通过线上线下相结合模式，在抖音、快手、微博等渠道宣传区域公共品牌话题浏览量突破5亿次。通过地区融媒体等相关资源对区域公用品牌产品、农产品上行、各类活动进行营销宣传，扩大品牌知名度。全年组织本地区开展大型电商活动10场以上。