2021年锡林郭勒羊区域公用品牌建设

工 作 计 划

2021年锡林郭勒羊区域公用品牌建设工作思路及重点工作安排如下：

一、工作思路

2021年是锡林郭勒羊区域公用品牌使用运营元年，要认真贯彻落实内蒙古自治区人民政府关于印发《农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案（2021-2023年）》的通知精神，贯彻落实盟委、行署工作部署，以落实和完善品牌配套制度为基础，按照试验示范、循序渐进的原则，充分发挥政府引导、部门协同、企业主体、协会补充的重要作用，聚焦品牌使用运营，着力抓好溯源体系、监控体系、价格体系、产品分级、宣传推介、渠道建设等工作，不断提升锡林郭勒羊区域公用品牌知名度和影响力，推动实现畜牧业高质量发展。

二、重点工作安排

（一）强化制度贯彻落实

1.落实《锡林郭勒羊区域公用品牌使用管理办法（试行）》《锡林郭勒羊区域公用品牌质量标准体系（试行）》《锡林郭勒盟区域公用品牌建设工作联席会议制度（试行）》等文件要求，扎实推进锡林郭勒羊区域公用品牌建设运营。（各旗县市区人民政府、管委会，品牌联席会议成员单位按职责分工负责）

2.在实践中不断总结完善锡林郭勒羊区域公用品牌各项配套制度，夯实工作基础。3.适时开展第二批包括但不限于肉羊加工业企业的申报授权，主要包括呷哺呷哺、威远畜产品公司等。（盟品牌中心、品牌联席会议成员单位按职责分工负责）

（二）抓好品牌使用运营

1.强化企业主体作用。与已授权企业签订品牌使用协议，明确授权企业和有关单位在产品质量、品牌宣传、渠道建设等方面的权利义务，确保品牌运营有的放矢。（盟品牌中心、品牌联席会议成员单位按职责分工负责）

2.切实保证产品品质。协助3家已授权企业，今年5月底以前每家完成5万只以上草原羊追溯，建立健全追溯体系；企业提高追溯羊收购价格每公斤1-2元。（盟农牧局、大数据中心、品牌中心按职责分工负责）

协助授权企业完善工厂信息化建设，实现监控全覆盖；企业积极研究生产加工环节的质量追溯。（盟工信局、大数据中心、品牌中心按职责分工负责）

3.统一形象标志。按照“1+3+N”单产业母子品牌联动模式及品牌形象设计要求，针对适合新零售的5—10款产品，统一主体包装形象，形成宣传合力，在今年羊肉上市季节与消费者见面。（盟品牌中心、市场监管局分工负责）

4.探索建立羊肉分级体系。拓展羊肉检验检测内容，建立理化检测指标体系，提高精准程度，形成锡林郭勒羊品牌产品分级制度。（盟品牌中心、市场监管局、锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

5.启动建立价格机制。以市场为导向，以企业为主体，研究建立品牌产品价格机制，推动实现优质优价，力争今年品牌产品较非品牌产品实现10-15%溢价；逐步与合作社、养殖户建立利益联结机制；建立品牌产品消费情况跟踪分析体系。（盟品牌中心、农牧局、大数据中心按职责分工负责）

6.加强品牌质量管控。加强部门间协同监管，完善检验检测、执法和信用体系建设，不断提高产品质量安全监管水平。严厉打击以次充好、假冒伪劣等违法违规行为。（盟市场监管局、农牧局、公安局按职责分工负责）

（三）开展品牌宣传推广

1.推进微信、社群、直播等互联网传播方式，扩大宣传覆盖面。巩固提升传统媒体宣传成果。2.联合已授权使用锡林郭羊区域公用品牌企业或积极性较高、企业实力较强的拟授权企业，在共同推动品牌宣传的同时，建立消费者与企业直接联系，提升宣传效益。3.探索将品牌传播与产品渠道建设进行有机结合，实现宣传载体多元化、具体化、场景化，更好地使品牌、产品与消费者对话，提升品牌消费忠诚度。4.利用农商文旅展会、品牌推介会、产销对接会等平台，参与自治区“爱上内蒙古”系列宣传、特色产品展示展销活动。5.开发航空用品及伴手礼、文旅及办公用品等文创产品。（盟品牌中心、品牌联席会议成员单位按职责分工负责）

6.今年6-8月份组织召开羊产业大会等宣传推介活动。（锡林浩特市，盟品牌中心、农牧局、商务局、文体旅游广电局分工负责）

（四）加强融媒体能力建设

1.根据锡林郭勒羊品牌宣传推广需求，以手机等便携式电子设备为载体，构建“两微”、抖音、快手等宣传矩阵，推送形式创新、制作精良、产品多样的融媒体产品。2.根据工作需要，甄选盟内外优秀第三方团队开展合作。3.年内围绕品牌宣传、产品销售以及羊产业大会等重要活动，精准开发产品。（盟品牌中心负责）

（五）拓展产品销售渠道

1.鼓励授权企业积极研发适宜新零售、附加值高的品牌产品，推动产品向冻变鲜、生变熟转型升级。（盟品牌中心、农牧局分工负责）

2.与京东、天猫、快手、抖音等知名电商平台、直播平台合作，在肉羊出栏季、节日节庆等重要时间节点开展1-2次网上销售及宣传活动。拓展直播带货、微信营销、社群营销等新型销售方式，计划年内举办1-2次形式灵活的微电商销售活动。（盟商务局、文体旅游广电局、品牌中心按职责分工负责）

3.与华润五丰、顺鑫集团签署合作协议，推进品牌产品进驻华润商超及顺鑫自营销售网络。（盟品牌中心，太旗、蓝旗按职责分工负责）

4.与京东、阿里巴巴签署合作协议，推进包括锡林郭勒羊在内的优质农畜产品线上销售。（盟品牌中心负责）

5.推进与物流企业合作，降低流通成本，提升产业效益。（盟商务局、交通局、邮政管理局按职责分工负责）

6.授权企业利用农业部2021年草原肉羊优势特色产业集群项目资金，挑选地理位置优越、宣传效果明显的授权企业线下直营店、餐饮店以及网上旗舰店、专卖店进行重装升级，推动消费引流。（盟农牧局、品牌中心按职责分工负责）

（六）推进知识产权保护

1.完成品牌主形象、核心元素、产品包装等7个系列21件作品著作权登记保护。年内完成品牌主形象作为普通商标在肉类、蒙古糕点、动物食品、专卖店、旅游、会议、蒙餐等7个类别上的注册保护。（盟市场监管局、宣传部（版权局）、品牌中心按职责分工负责）

2.以区域公用品牌主形象为品牌标志，申报地理标志证明商标。3.推进与农产品区域公用品牌建设相关的公司、商标、网络域名、微信公众号等方面的申请注册工作。（盟市场监管局、品牌中心按职责分工负责）

（七）做好品牌运营服务

1.落实联席会议制度，加强盟旗间、部门间、政企间、企业间的沟通联络，及时研究解决品牌建设运营过程中存在的问题和困难，合力推进品牌建设。2.加强与知名院校、行业协会、专业机构、领军人物的沟通联系，不断完善品牌运营思路，丰富工作措施，群策群力、借船出海。（盟品牌中心、品牌联席会议成员单位按职责分工负责）

（八）高标准组建工作队伍。按照《锡林郭勒盟深化事业单位改革试点工作实施意见》要求，组建工作机构，优选干部、建章立制，本着“务实、高效、创新、服务”的原则，推动工作高效落实。（盟委组织部、编办，财政局、人社局、品牌中心按职责分工负责）

 三、保障措施

（一）强化组织领导。各旗县市（区）人民政府要高度重视农畜产品区域公用品牌建设，认真贯彻落实自治区《农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案》要求，结合各地实际、发挥比较优势，明确农科局为区域公用品牌建设牵头部门，盟旗联动推进锡林郭勒羊区域公用品牌建设运营工作。

（二）形成政策合力。推进锡林郭勒羊区域公用品牌与商贸流通、文化旅游、科技创新等产业政策深度融合，强化科研院所研发、行业协会协同的作用，形成整体推进锡林郭勒羊区域公用品牌建设政策合力。

（三）争取资金保障。各相关地区、部门要把锡林郭勒羊区域公用品牌建设资金列入财政预算，统筹各类资金，集中力量支持锡林郭勒羊区域公用品牌建设。有关部门要积极争取自治区农畜产品区域公用品牌“以奖代补”等项目和资金支持。

（四）完善公共服务。各地区、各相关部门要积极营造良好营商环境，增强对市场主体的服务意识，提升服务水平。支持盟内外高等院校、科研院所、品牌策划机构和各类行业协会开展针对锡林郭勒羊区域公用品牌培育、管理和保护的基础研究，搭建服务平台，为锡林郭勒羊区域公用品牌建设提供必要的技术、决策支撑。