

“金农好好”区域公用品牌“云上”亮相

7月31日,以“‘农’墨重彩,好好生活”为主题的浙江网上农博金华馆(“金农好好”品牌馆)开馆仪式在华东(金华)农产品物流中心农特产品品牌服务中心举行。自此,金华优质农产品以统一区域公用品牌“金农好好”在“云上”平台集体亮相。

浙江网上农博(浙江省网上农博会)是由省农业农村厅主管的农村电商平台。7月31日开馆的金华馆是展示农业农村现代化成果的“乡村客厅”,也是展销优质放心农产品、特色小吃、农家乐和乡村休闲旅游产品的平台,以“金农好好”品牌馆加九大县(市、区)场馆为架构进行周期性运营,方便金华市优质农产品以更便利、更多元的方式走向市场。



“金农好好”依好市集2020葡萄泡泡夏日生活节现场。

“六有标准”,制定准入门槛

“金农好好”作为一个覆盖金华市全域性、全品类、全产业链的综合型农产品区域公用品牌,于2019年11月正式发布,并推向市场。“好好”代表了好产品、好丰收、好生活,品牌口号为“物美金华,好好生活”。首批共有38家企业获授牌入驻。

“金农好好”品牌发布后,金华市为规范公用品牌管理,按照主体有资质、资质有认定、产品有商标、品质有认证、标识有追溯、安全有保障的“六有”标准,制定了“金农好好”品牌授权使用的准入门槛,对品牌使用许可、申报程序、品牌使用人权利义务等内容作出严格规定。通过品牌运营与管理,以品质为核心,以市场为导向,以安全为保障,以创新为动力,努力打造一批有特色、有竞争力、有

文化内涵的市场运营主体,提升金华市农产品附加值,拓展农民增收空间。

为进一步提升金华市农特产品的整体品牌形象和市场竞争能力,该市还打造了“金农好好”农特产品品牌服务中心。该服务中心位于华东(金华)农产品物流中心内,总面积近1600平方米,经统一规划和装修,设金华九大县(市、区)农特产品展区、吉林展区、四川展区、新疆展区、台湾展区等,产品涵盖金华市及对口帮扶地区、区域公用品牌旗下符合农产品质量要求、包装规范的近千种农特产品,消费者可以在这里买到来自金华地道道的火腿、小萝卜、香菇、红糖、宣莲,以及吉林的大米、杂粮,四川的火锅料、麻辣肉干,台湾的乌龙茶、凤梨酥等。

“云上”开馆,打品牌创特色

此次开馆仪式由金华市农业农村局、金华市供销社主办,采用线上线下联动方式进行:线上借助各个板块营销组合,在网上农博小程序全程直播“金农好好”品牌热门商品,助力农特产品销售;作为线下重头活动,“金农好好”依好市集2020葡萄泡泡夏日生活节同时开启,在7月31日至8月2日3天时间里,汇聚全国各地应季葡萄“设长宴”供大家品鉴,将田园生活搬进市区,并融入泡泡秀等创意互动体验。

目前,网上农博金华馆(“金农好好”品牌馆)已上线农业主体216家,上架农产品655个,总量居全省第一,覆盖水果蔬菜、肉禽蛋类、特色小吃、粮油调味、方便速食、茶饮酒水等,还有丰富的地区文旅项目。

金华市农业农村局副局长杜跃强表示,线上线下销售融合是一种趋势,

今后线上销售肯定会大于线下销售。金华要继续加强农产品生产,在质量上下功夫,加大农产品质量安全检测,加强标准化生产和质量管理。对农民进行电商培训,加大线上农博平台的推广力度,加强各部门协同,衔接好农产品生产、运输、销售环节,为农民增收发挥更大作用。

他说,品牌化战略一直是农产品生产的主要抓手,接下来,金华市一要提高产品质量,严格落实生产过程标准化。二要做好品牌化战略,特别是地方区域公用品牌“金农好好”的建设。金华市要通过几年时间的培育,把“金农好好”品牌培育成有地方特色的农产品区域公共品牌,提升金华农产品附加值和市场占有率。三要通过各种途径、各种渠道来宣传推广“金农好好”品牌农产品,设立线上营销馆、线下营销专卖店。四要开展推荐农产品进市场、进超市、进酒店的活动,把金华的农产品销售出去,在全国打响“金农好好”品牌知名度。

近年来,金华市高度重视农业品牌建设,始终坚持把品牌建设作为推进农业供给侧结构性改革、加快农业转型升级的重要抓手。通过大力实施质量兴农、绿色兴农和品牌强农战略,带动了一批又一批特色精品农业产业发展,为现代农业的转型发展提供了强有力支撑。

陈月丹 陈芮 章馨予

“温岭农耕”进社区受热捧

为全面宣传“温岭农耕”农产品区域公用品牌,推广特色优质农产品,搭建社区交流平台,引导消费者健康绿色消费,7月27日晚,由温岭市农业农村和水利局、温岭团市委牵头举办的“温岭农耕”进社区暨青农好产品直通车巡回活动在该市南屏社区举办。

本次活动中,“吉园果蔬”的阳光玫瑰葡萄、“红日供销”的即食小菜、“合兴禽业”的乌骨鸡蛋、“老五农庄”的翠冠梨、蜂收农业的蜂蜜……全市24家“温岭农耕”授权企业、农创客、青农企业等新型农业经营主体,以“社区农博”的形式,把温岭市当地当季特色优质农产品送到居民家门口。此外,农耕知识雨、“农夫瓜王”吃瓜比赛、农产品幸运大转盘等精彩环节也引来消费者纷纷参与。当晚,“温岭农耕”优质农产品进社区活动现场销售额为7.24万元,意向订单额22万元。

“温岭农耕”是2019年由温岭市政府打造的全品类农产品区域公用品牌,寓意“温岭农业、精心耕耘”。品牌建设立足西瓜、甜瓜、葡萄、果蔗、西蓝花和柑橘等农业六大主导产业和早熟梨、枇杷、乌骨鸡等特色产业,通过构建“绿色、安全、优质”的农产品供应体系和“立足台州、辐射长三角”的农产品营销体系,走具有温岭特色的品牌强农之路。目前,温岭市臻选36家单位60个产品授权使用“温岭农耕”区域公用品牌,已拥有品牌示范基地12家。

温岭市农业农村和水利局相关负责人介绍,品牌是农业竞争力的核心标志,更是乡村振兴的重要支撑。“温岭农耕”区域品牌建设分两种模式,一是作为母品牌来推广,以“温岭农耕”整体形象为主,统一品牌包装设计,规范包装体系;二是作为温岭市农业企业、基地的背书品牌出现,以企业自有品牌为主,企业自行设计包装,在具备“温岭农耕”品牌授权的前提下,应用品牌主形象。

目前,温岭从3个层面将特色农产品纳入区域公用品牌管理。一是严选基地。“温岭农耕”将优选高效农业示范基地、生态农业种植基地、无公害农产品基地。二是严选产品。入选“温岭农耕”区域公用品牌的企业、基地必须秉承匠心,精选优质品种,按照无公害标准精细化栽培,第一时间严选采摘、分选择优。三是严选渠道。“温岭农耕”将做好农产品全程安全溯源体系,同时携手企业、基地共同建设冷链运输体系,严选优质农产品直供长三角大型商超、各大生鲜平台,打开“温岭农耕”知名度,确保“温岭农耕”美誉度。

下阶段,温岭市农业农村和水利局将继续开展“温岭农耕”进社区巡回活动,积极搭建农商对接平台,大力营造社区消费氛围,以“社区团购群”等多形式拓宽农产品流通和销售渠道。同时,讲好品牌故事,支持企业培育自主品牌,通过品牌示范基地、品牌农产品馆等线下宣传,形象代言、农网网站公众号以及网上农博等线上推广,做大做强“温岭农耕”农产品区域公用品牌。

陈远笛 吴亭瑶



“金农好好”依好市集上出售的葡萄。