天津市农业品牌化建设实施方案

（2024—2025年）

为学习贯彻习近平总书记视察天津时提出的“四个善作善成”重要要求，落实市委、市政府决策部署，扎实实施天津市乡村振兴全面推进行动，以“津农精品”为抓手，加快推进我市农业品牌建设，探索建立特色农产品品牌化、精品化、高端化发展路径，有效促进农民增收，推动消费提质扩容，结合实际，制定本实施方案。

一、总体要求

（一）工作思路。坚持现代都市型农业发展定位，瞄准中高端消费市场，以“强龙头、补短板、延链条、壮品牌、拓渠道”为总体思路，以“基地示范、龙头带动、科技赋能、品牌提质”为抓手，立足京津冀、辐射全国，走品牌产业化、产业品牌化发展道路，推动具有地域和产业特色的优质农产品品牌化、精品化、高端化发展，着力提升我市农业品牌价值和市场竞争力。

（二）工作目标。到2025年，选择有示范基地、有龙头企业、有产业链条、有地域特色的优质品牌，集中力量培育一批、打造一批、壮大一批。

1.培育岳龙红（岳龙辣椒、岳龙红瑶）、下营山楂等一批“小而精”的特色品牌；打造罗庄子红香酥梨、劝宝韭菜、东信花卉等一批“特而美”的产品品牌；壮大小站稻、沙窝萝卜、七里海河蟹、大港冬枣、武清果蔬等一批“大而优”的区域公用品牌。

2.建设提升10个农产品品牌培优示范基地，建立3个以上品牌农产品产业链标准体系，培育沙窝萝卜进入全国农业品牌精品培育计划。

3.持续提高“津农精品”品牌企业“京”“津”双城市场传播力、占有率和品牌溢价能力，“津农精品”品牌农产品销售额增长10%以上，品牌溢价率超过20%。

二、主要任务

（一）健全四个体系，推进“津农精品”强基础

**1.健全系统化品牌管理体系。**明确品牌战略定位，结合实际修订《天津市“津农精品”认定管理办法（试行）》，将休闲农业、农村非遗纳入品牌体系，在社会层面组织品牌主体申报，邀请生产经营企业和消费者广泛参与评选，提高社会参与度和知晓率，形成培育一批、打造一批、壮大一批的品牌发展格局。引导“津农精品”品牌农产品延伸产业链条，培育农文旅品牌，形成品牌矩阵。

**2.建立全产业链标准体系。**2024年立项小站稻、沙窝萝卜、陈咀玉米等产业链标准化项目，依托市农业中心、市农科院、天津农学院等科研院所的专家团队，制修订10个以上标准，建立健全覆盖种源、种植（养殖）、加工、储运、包装等各环节的生产管理标准，做到无标创标、有标贯标。鼓励“津农精品”品牌主体编制企业标准，推进地方标准、团体标准、企业标准等不同标准衔接配套，形成单品种全产业链标准体系。

**3.完善农产品认证服务体系。**以提升农产品质量认证服务能力为目标，狠抓管理服务队伍建设，开展系列培训宣传活动，拓展认证服务范围，补齐认证短板，为“津农精品”培育提供服务支撑。进一步加强对绿色食品、有机农产品、地理标志产品、生态原产地保护、ISO质量管理体系、GAP良好农业规范等工作的指导、管理和服务，新增20个以上产品获得质量认证。继续推进食用农产品承诺达标合格证制度，通过放心平台强化农产品质量安全溯源体系建设，推动品牌农产品分等分级，实现优质优价。

**4.完善农产品品牌保护体系。**深挖产业资源，聚焦区域产业带，培育重点品牌进入“津农精品”目录并实现产业带动。指导津南区加强小站稻品牌知识产权保护，合理规划品牌分级分类管理，建立科学管理体系；指导宁河区挖掘七里海河蟹品牌产业资源价值，注册“岳龙红”商标，科学规范使用品牌商标；指导武清区深挖陈咀鲜食玉米产业资源优势，注册“陈咀玉米”商标；指导蓟州区积极培育罗庄子红香酥梨和下营山楂品牌，指导注册系列商标。联合市市场监管委、市知识产权局，依托律师事务所，加强品牌知识产权监管保护，规范商标使用。不断完善农业品牌目录，实行社会监督和动态管理。加强品牌企业信用信息、质量安全检测等监督，严格落实准入退出机制。

（二）聚焦“四链”建设，扶持“津农精品”壮品牌

**1.聚焦“津农精品”产业链。**围绕10个重点品牌，以“基地示范、龙头带动、科技赋能、品牌提质”为抓手，聚合“产业强镇、产业园区、产业集群、种业提升”等政策，建设提升10个农产品品牌培优示范基地，鼓励以镇域为单位申报全国种植业“三品一标”基地，每个品牌至少培育壮大1家龙头企业。鼓励开展溯源体系建设，实现检测准入、溯源追踪等农产品流通过程透明化，以品质赢得市场认可和消费者青睐。推广“武清果蔬”区域品牌发展模式，打造农产品品牌矩阵，建立农产品产业协会，聚集资源促共享，实现龙头示范带动，共同提高品牌影响力。

**2.培育“津农精品”供应链。**大力引入扶持市场端企业与品牌生产企业深度合作，培育“津农精品”供应链企业，发展“后备箱经济”；与优选天猫、京东等电商平台推出联名品牌，开设线上商城；开辟线下销售专区、承接各类展会活动，多维度开展品牌营销。协调整合“津农精品”上下游生产企业和商家资源，应用农产品数字化工具实现补链、延链、强链，充分利用和共建共享仓储物流、营销渠道等产业资源，提升仓储保鲜能力，补齐加工短板，延长高端品牌产业链条，形成利益共同体。

**3.建设“津农精品”科技链。**发展新质生产力，鼓励“津农精品”品牌经营主体与天津农学院、市农科院等科研院所开展产学研合作，研发引进新品种新技术，提高品牌农产品良种覆盖率和技术创新能力。以提升品质为抓手，建立企业科技需求清单，鼓励科研院所、农业高校与各涉农区签订合作协议，包区助力品牌农产品产业技术升级，从产加销、仓储运各个环节开展有针对性的科技创新合作，解决企业技术难题。支持品牌经营主体与农业高校合作，设立“科技小院”，研发新品种、开发多样加工产品，发展采摘、研学等多元业态，形成“六次产业”发展模式，实现产业链深度融合，提高品牌附加值。

**4.探索“津农精品”数字链。**打造“IGCB”数字链新模式，全力推进品牌数字赋能，提升“津农精品”管理与服务能力。I端（Information），重点围绕小站稻、沙窝萝卜等有影响力的地理标志产品摸清产业链资源底数，实现上图入库，探索小站稻价格指数开发与发布，为小站稻控价和品牌分级提供技术与政策支撑；G端（Government），利用小站稻产业集群项目，建设小站稻全产业链数字平台二期工程，实现一二三产业资源全部上链，建立小站稻主要生产企业追溯二维码，实现质量安全溯源；C端（Client），与中化农业合作，聚焦粮食作物推广应用“中化MAP”客户端，为品牌生产主体提供资源与数字服务；B端（Business），针对社区和单位团购，与华喜汇通集团合作，在生产和销售两端，推广“莲到家”供应链数字化工具，助力农产品上行。

（三）实施“四+”赋能，推介“津农精品”促消费

**1.实施“津农精品”+伴手礼项目。**筛选我市有地域特性的优质农产品，融合天津传统文化、地标建筑等元素，打造小站稻、沙窝萝卜、岳龙红瑶、水果番茄、甄选鸡蛋等伴手礼。持续推介“津农精品”伴手礼，举办各类品鉴活动，邀请采购商、经销商对接洽谈，打造“津味”特色农产品名片。

**2.实施“津农精品”+系列赛事项目。**针对“Z时代”消费者群体，开展“津农精品”包装设计大赛、主视觉IP设计大赛、动漫形象设计大赛等系列活动，鼓励大学生积极参赛。组织开展第三届“津农精品”直播联赛，开展30场以上比赛，培育直播带货“新农人”。

**3.实施“津农精品”+气象服务项目。**与市气象局策划实施“津农精品”+气象服务项目，继续在天津卫视《气象预报》栏目投放广告，在特定时令节气采用主持人口播形式进行宣传。借助市气象局主持人资源优势，打造气象主播探访“津农精品”直播宣传。邀请农业品牌企业走进气象直播间，以“农业气象科普+产品展示”的形式对品牌农产品进行宣传。

**4.实施“津农精品”+品牌故事项目。**与天津农学院等单位实施“津农精品”+品牌故事项目，依托品牌专家团队，充分挖掘品牌人文优势资源，宣传以崔庄古冬枣园和小站稻种植系统为代表的国字号农业文化遗产，以大运河漕运文化、了凡稻耕文化等为代表的天津传统农耕文化资源，以沙窝萝卜、茶淀玫瑰香葡萄为代表的地理标志农产品等，提炼品牌核心价值，讲好品牌故事，策划具有吸引力的品牌LOGO，形成朗朗上口的宣传口号，通过电视、互联网等多媒体方式将品牌故事传播给消费者。

（四）推进营销“四拓”，发展“津农精品”新业态

**1.实施“津农精品”“五进”行动“拓线下”。**组织开展100场“津农精品”进社区、进企业、进机关、进写字楼等展销活动，提高京津两地市民知晓率。在北京举办“津农精品”展销活动。与天津市餐饮协会、饭店协会对接，争取让“津农精品”品牌农产品走进高端酒店、饭店。积极参加国际米食味品鉴大会，争取我市稻米生产企业上榜，推动小站稻进入高端米行列。

**2.实施“津农精品”“邮”天津项目“拓邮路”。**通过邮乐平台、邮乐直播、邮政网点等开展“津农精品”零售、直播带货、社区团购活动，将“津农精品”推向全国。借助“咖啡邮局”网红店社会影响力，铺设“津农精品驿站”，探索研发“小站稻米咖+津农精品冰激凌（红薯冰激凌、萝卜冰激凌）”跨界网红产品。结合“交邮驿站”一体化综合服务站建设的邮政农品馆，全力打造“津农精品”展示销售平台。通过邮储银行提供的信用卡满减、内购专场活动，为“津农精品”品牌企业及上下游客户提供专属信贷服务。

**3.实施直播“新农人”培育项目“拓电商”。**与“天津排球”电商平台项目合作，充分利用天津女排的知名度与影响力，开展直播助农活动，与排球之城共建联名品牌，打出“乡村振兴+体育”的拳头产品。举办以农村电商为主题的农村新产业新业态人才培育专题培训班，培育高水平电商主体，通过“培训+比赛”的形式，树立“沙窝萝卜老郭”“西红柿西施姐”等一批直播新农人典型。逐步探索推动天津市农产品电商直播园建设，形成星状辐射的直播园格局。

**4.构建品牌组团营销模式“拓渠道”。**推动“津农精品”与乡村旅游示范片区融合发展，推广“精品民宿+津农精品”模式，整合“津农精品”资源，与乡村民宿进行合作，互融互促，双向赋能。结合武清、宁河、东丽、津南示范片区资源优势，将田水铺青萝卜、七里海河蟹、东信花卉、小站稻等品牌与乡村旅游深度融合，择机进驻“津农精品”特色农产品大篷车。鼓励在示范片区用“津农精品”知名品牌命名道路和场所，进行品牌形象推介。推广蓟州区品牌企业共享物流账号经验，形成区域内组团营销模式，完善利益联结机制，引导品牌企业之间联动合作、资源共享、融合发展。

三、保障措施

（一）加强组织领导。建立协同推进机制，积极推广“蓟州农品”“武清果蔬”模式，充分调动市、区、企业、社会各界品牌建设积极性，整合资源打造区级公用品牌，联合举办相关品牌活动。充分发挥考核指挥棒作用，压实各涉农区政府责任，统筹现有渠道资金用于品牌相关工作，共同推进“津农精品”品牌建设。

（二）加强要素保障。对表现突出、带动作用明显、成绩显著的供应链企业进行运行授权，更好拉动品牌农产品销售和价格。依托农机购置补贴等政策推进农产品产地冷藏保鲜设施建设。学习先进省市经验，统筹使用优势特色产业集群、国家现代农业产业园、农业产业强镇等项目资金，将品牌建设列入必选项目。持续做好政策性贷款、消费券等金融服务，形成多元投入机制，助力农业品牌发展。结合区镇级国土空间规划及村庄规划编制，将农村一二三产业融合建设用地优先保障农业品牌基地和园区建设，支持品牌企业解决仓储、包装、加工等设施的合理用地需求。

（三）加强品牌培训。借助高素质农民培育、农村实用人才带头人培训、乡村产业振兴带头人“头雁”培育等项目，定期举办农业品牌专题培训班，加强品牌农产品质量认证、品牌建设、品牌营销、产品包装等专业知识培训，提高品牌经营主体的培育与运营能力。

（四）加强人才培养。与院校合作，鼓励更多年轻人才投身乡村振兴实践，为充实农业品牌化建设人才队伍提供支持。联合各行业部门和相关单位，挖掘培养农业品牌建设的专业人才队伍，逐步探索成立农业品牌管理中心，提高“津农精品”组织管理水平。