**锡林郭勒羊区域公用品牌建设工作**

**三年规划（2021—2023年）**

为扎实推进锡林郭勒羊区域公用品牌使用运营，深入挖掘品牌价值，切实发挥品牌引领带动作用，增加绿色优质产品供给，提高畜牧业品牌影响力和核心竞争力，推动畜牧业高质量发展，结合我盟实际，制定本规划。

一、指导思想

坚持生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路径，贯彻落实自治区人民政府办公厅关于印发《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，以供给侧结构性改革为主线，以落实顶层设计、完善配套体系、提升产品品质为基础，立足产业优势、生态优势，不断提高锡林郭勒羊区域公用品牌知名度和影响力，推动肉羊产业链向下游延伸，价值链向中高端攀升，加快推进全盟畜牧业高质量发展，争做自治区高质量建设农畜产品生产基地的“领头羊”。

二、基本原则

（一）坚持政府引导。充分发挥政府的引导推动作用，优化公共服务供给，强化市场监管，维护公平公正的市场秩序，鼓励引导产业链各环节积极参与锡林郭勒羊区域公用品牌建设，通过政策扶持、项目支持和多方联动，创造有利于锡林郭勒羊区域公用品牌发展的平台和环境。

（二）坚持市场主导。创新体制机制，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用。深入研究当前羊肉产品消费市场变化趋势，建立消费数据分析机制，指导企业生产适销对路的高品质产品，满足消费者群体多样化需求。

（三）坚持企业主体。强化企业在锡林郭勒羊区域公用品牌建设中主力军作用，提高企业品牌意识，提升企业用牌护牌内生动力和辐射带动能力，扩大品牌影响力和授权企业市场竞争力。

（四）坚持协同共建。充分发挥政府引导作用、部门协同作用、企业主体作用、协会补充作用，形成锡林郭勒羊区域公用品牌建设同心合力、共建多赢的新局面。

三、工作目标

（一）总体目标

力争到2023年，将锡林郭勒羊区域公用品牌打造成为制度齐全、体系完备、品质优良、影响广泛的国内外知名优质农畜产品区域公用品牌，成为锡林郭勒盟生态畜牧业的一张“金名片”，提升锡林郭勒盟地区知名度。依托品牌产品价格机制及分级制度，授权企业每年推出3-5款满足中高端消费群体、适应新型销售模式的新产品，引领消费潮流。品牌产品溢价能力达到30%以上，逐步实现畜牧业增效、牧民增收、企业增利。推动一二三产业融合发展，助推乡村振兴战略顺利实施。

（二）年度目标

**2021年为品牌运营启动期。**不断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；完成品牌主形象、核心元素、产品包装的知识产权保护；每家授权企业开展5万只以上草原羊追溯；开展工厂信息化建设，研究生产加工环节产品质量追溯；研究品牌产品价格机制、产品分级制度；协助授权企业更换产品包装，配合品牌宣传与渠道建设开展新产品、爆款产品研发推广活动；品牌产品溢价水平提升10-15%；将品牌建设工作与乡村振兴战略部署有效对接，以品牌促产业，建立授权企业与合作社、养殖户利益共享、风险共担的联结机制。

**2022年为品牌提质增效期。**品牌授权企业质量、数量、类型更加合理；每家授权企业开展5-10万只草原羊追溯；全产业链标准化生产与全程质量安全追溯体系基本形成；品牌产品价格机制与产品分级制度基本形成，产品溢价水平提升15-20%；品牌知名度和影响力进一步提升，与消费者粘性不断加强；推动生态旅游、体验旅游等提档升级，促进畜牧业一二三产业融合发展和全链条增值；品牌建设运营与乡村振兴不断融合，相互促进。

**2023年为品牌总结提升期。**形成品牌授权动态调整机制，各类生产经营主体积极参与品牌建设运营；每家授权企业开展10-15万只草原羊追溯；授权企业依托品牌产品价格体系、产品分级制度开展产品研发、制定营销策略，产品溢价水平提升30%以上；锡林郭勒羊品牌优势凸显，现代化养殖体系、生产体系、经营体系基本形成，一二三产全面融合发展；品牌建设成为乡村振兴重要抓手；总结锡林郭勒羊品牌建设运营经验做法，推进品牌运营工作向市场化、制度化、标准化迈进。

四、重点工作措施

（一）夯实品牌质量标准基础

落实《锡林郭勒羊区域公用品牌质量标准体系（试行）》文件要求，不断完善修正相关标准与制度措施。建立锡林郭勒羊区域公用品牌产地环境、养殖、产品分级、屠宰、加工、包装、储藏、物流、运输全产业链标准化体系，实现产品质量标准体系全覆盖。加强部门间协同监管，完善检验检测、执法、追溯和信用体系建设，不断提高产品质量安全监管水平。加大标准执行力度，保证质量、提升品质，夯实锡林郭勒羊区域公用品牌质量标准基础。（各旗县市区人民政府、管委会，盟农牧局、市场监管局、工信局、商务局、交通局、品牌中心、邮政管理局，锡林郭勒职业学院按职责分工负责，以下均需各旗县市区人民政府、管委会负责落实，不再列出）

（二）严格品牌授权使用管理

落实《锡林郭勒羊区域公用品牌使用管理办法（试行）》文件要求，加强对锡林郭勒羊区域公用品牌的规范管理，形成政府领导、部门指导，社会团体、行业协会、科研院校和经营主体共同参与的工作机制。实施品牌授权使用动态管理，不断优化授权企业质量、类型、数量。签订品牌授权使用协议，明确授权政府部门、生产企业在追溯体系、质量管控、品牌宣传、渠道建设等方面的权利义务。开展锡林郭勒羊区域公用品牌产品质量、品牌强度、品牌价值跟踪评估。加强监督管理和授权管理，依法依规加大对假冒、侵权行为的打击力度。（盟品牌中心、农牧局、市场监管局、工信局、商务局，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

（三）建立品牌产品价格机制

以市场为导向，以企业为主体，研究建立品牌产品价格机制。科学采集线上线下消费数据，建立销售资源数据库和消费者标签库，利用大数据分析运算，整理形成产品定位、市场评估、用户画像等数据，通过对产品价格、供求状况、竞争形势和自身资源进行精准分析，授权企业每年开发3-5款针对中高端消费群体、适应新型销售模式的新产品。通过销售端的产品溢价带动收购端价格提升，形成销售、生产、养殖各方利益联结机制，推动实现优质优价，提升肉羊产业整体效益。（盟农牧局、市场监管局、工信局、商务局、品牌中心按职责分工负责）

（四）建立品牌产品分级制度

政府部门、科研院所、授权企业、行业协会多方合力探索建立品牌产品分级制度。不断完善和拓展羊肉生化指标检验检测内容，提高精准程度，提升便捷水平，推进通过科学指标分析实现产品分级。以检验检测为支撑，研究通过肉质肌理、霜降程度、颜色气味等感官指标建立完善产品分级标准。依托产品分级向下延伸至消费端，形成具有价格差异的不同等级产品，实现销售端盈利；向上延伸至养殖端，反向倒逼合作社、养殖户严格按照标准开展科学放养，提升肉羊品质，实现养殖端增收。（盟品牌中心、市场监管局、农牧局，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

（五）推进品牌知识产权保护

强化知识产权保护意识，为品牌建设运营工作奠定坚实基础。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，完成品牌主形象、核心元素、产品包装等7个系列21件作品的著作权登记保护，根据工作需要扩大保护范围。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。推进与锡林郭勒羊区域公用品牌建设运营相关的公司、商标、网络域名、微信公众号等方面的申请注册工作。（盟委宣传部版权局，盟市场监管局、品牌中心按职责分工负责）

（六）开展品牌形象宣传推广

树立大宣传理念，结合打造城市名片等相关工作，动员各方力量，合力开展品牌宣传。充分利用农商文旅展会、品牌推介会、产销对接会等平台，积极参与自治区“爱上内蒙古”系列宣传、特色产品展示展销活动等。巩固提升传统媒体宣传成果。品牌传播与产品渠道建设有机结合，联合授权企业每年在重点城市、重大节庆期间举办1-2场羊产业大会、新品发布会、美食节等活动。开发航空用品伴手礼及文创产品，扩大宣传覆盖面。与休闲旅游、康养生态、健康美食等相结合，通过农事体验、科普教育、亲子互动等活动，使体验者充分感受锡林郭勒羊的独特魅力，提升品牌宣传效应。（盟委宣传部，盟农牧局、文体旅游广电局、商务局、工信局、市场监管局、工商联、品牌中心按职责分工负责）

（七）提升融媒体品牌宣传能力

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，甄选盟内外优秀团队开展合作，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）

（八）拓展品牌产品销售渠道

以满足中高端消费需求为导向，以优质优价为目标，创新品牌营销方式，促进传统营销和现代营销相融合，实施精准营销服务。与京东、天猫等知名电商平台合作，开设锡林郭勒农畜产品品牌店。在每年肉羊出栏季、节日节庆等重要时间节点开展1-2场线上线下相结合的产品营销促销活动。拓展微信营销、社群营销等新型销售方式，每年开展1-2次内容丰富、形式多样销售活动，逐步建立多元稳定的线上销售渠道。推进品牌产品进驻高端商超、酒店。鼓励授权企业挑选地理位置优越、宣传效果明显的线下直营店、餐饮店以及网上旗舰店、专卖店进行重装升级，通过形象店引流，拓展营销渠道。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、农牧局、工信局、文体旅游广电局、盟委宣传部、市场监管局、工商联、品牌中心、邮政管理局按职责分工负责）

（九）依托产业优势打造品牌竞争力

结合锡林郭勒草原肉羊中国特色农产品优势区、内蒙古草原肉羊产业集群等项目建设工作，将锡林郭勒羊区域公用品牌建设与农产品优势区基地建设、体系建设、机制建立等重点工作相融合，构建产业链条相对完整、市场主体利益共享、抗市场风险能力强的锡林郭勒羊特色产业，提升锡林郭勒羊区域公用品牌供给质量和市场竞争力。以“蒙字标”为引领，将锡林郭勒羊打造成为自治区乃至全国高端农畜产品区域公用品牌。（盟农牧局、市场监管局、品牌中心按职责分工负责）

（十）加强区域公用品牌智库建设

鼓励高等院校、科研院所、行业协会、龙头企业加强品牌智库建设，以品牌管理人才培养工作为抓手，引导树立“质量第一、品牌发展”理念，强化品牌意识，提高锡林郭勒羊区域公用品牌核心竞争力。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。（盟农牧局、发改委、财政局、人社局、商务局、文体旅游广电局、工商联、品牌中心，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

五、保障措施

（一）强化组织领导。各旗县市（区）人民政府（管委会）要高度重视锡林郭勒羊区域公用品牌建设工作，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（2021-2023年）》要求，结合各地实际、发挥比较优势，明确农科局为各旗县市（区）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。各相关部门要严格按照《锡林郭勒盟区域公用品牌建设工作联席会议制度（试行）》中明确的职责分工履行职能，确保锡林郭勒羊品牌建设各项工作有序开展。（盟农牧局、市场监管局、盟委宣传部、发改委、工信局、科技局、财政局、商务局、文体旅游广电局、工商联、品牌中心，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

（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。（盟农牧局、市场监管局、发改委、工信局、科技局、财政局、交通局、商务局、文体旅游广电局、工商联、邮政管理局，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）

（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。引导金融机构加大对授权企业、合作社、家庭牧场等新型经营主体的信贷支持，逐步形成以主体投入为主、政府扶持为导向、社会力量为补充的多元化投入机制。（盟农牧局、市场监管局、工信局、科技局、财政局、商务局、文体旅游广电局、金融办、工商联、邮政管理局 按职责分工负责）

（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。（盟农牧局、市场监管局、盟委宣传部、发改委、工信局、科技局、财政局、商务局、文体旅游广电局、工商联、金融办、品牌中心、邮政管理局，锡林郭勒职业学院按职责分工负责）