

广东商务动态

〔2021〕79期

广东省商务厅

2021年9月2日

打造“耘客和礼”区域公用品牌 电商提升农产品价值

“客家耕耘，和平有礼”，我省和平县作为国家级和省级“双料”电子商务进农村综合示范县，在“质量兴农”“品牌强农”的战略指导下，打造“耘客和礼”区域公用品牌，通过电子商务大力宣传推广并销售本地农产品，既妥善解决了各乡镇农产品销售难题，又满足了消费者对原生态优质农产品的需求。

一、乡村振兴，品牌先行

和平县位于九连山区东麓，是全国客家聚居县之一，农耕文化浓郁，客家风情醇厚。近年来，和平县紧抓政策机遇，坚持把农业作为一项特色产业、优势产业、富民产业来抓。在和平县政府及县电子商务协会的共同努力下，成功打造区域公用品牌“耘客和礼”，寓意“客家耕耘，和平有礼”。“耘”代表耕耘，耘字包含当地农人的匠心耕作；“客”代表客家文化，亦是和平文

化的根源；“和”代表县域象征，也是对客家文化的重要补充；“礼”代表产品礼品化，通过与“和”字呼应，包含和平礼数的含义。“耘客和礼”品牌打造是和平县推动农特产品提档升级的重要举措，以品牌建设为龙头、以电商平台为载体、以安全品质为核心、以消费需求为导向，打造一批有规模的市场经营主体，提升和平县农产品的品牌影响力和产品附加值，带动贫困群众脱贫致富，促进全县农业产业高质量转型发展。

二、打造品牌，助推上行

“我吃着家乡口感鲜美的农产品长大，也亲眼见证了父老乡亲耕种的辛苦。我希望让更多人品尝到我们家乡的美味特产，了解到我们家乡文化，我希望在家乡做些事，通过电商、品牌帮助乡亲们创收。”和平县壹达电子商务有限公司总经理吴达由衷的表示。公司作为一家专注本地农产品上行的电商运营服务商，积极响应乡村振兴、品牌强农的工作号召，努力寻求与外部专业资源及多销售渠道的合作，从“品牌+电商”入手，让和平县客家特产和客家文化“走出去”。和平县通过整合全县农特产品资源，抓好品牌建设，精心打造与品牌相关的视觉体系和包装。以猕猴桃、腐竹产业为主抓手，结合百香果、客家黄酒等产品，集结力量，逐步夯实品牌基础，通过“耘客和礼”公用品牌实现统一标准、检测、包装、宣传、售卖“五统一”，将本土产品推向更为广阔的市场，打破农产品“藏在深山人不识”的局面，让和平县走出一条地域文化与农业产业相结合的“多资源整合”之路。和平县搭建天猫旗舰店、京东特产店、拼多多、微信商城等电商助

农销售平台，引导更多涉农企业、农民合作社、家庭农场、种养大户参与网上销售，让更多更好的特色农产品走向市场。

三、品牌强农，服务产业

近年来，和平县坚持把农产品品牌建设作为实现农业增效、农民增收的重要着力点，大力践行品牌兴农战略，使农产品品牌知名度和市场占有率不断提升。猕猴桃作为和平县农业优势产业、主导产业与支柱产业，已入选全国名特优新农产品目录，并成功获得国家地理标志保护产品称号。每年8月前后，正是和平猕猴桃盛产的季节，上市的和平猕猴桃果形美观，甜酸适中，口感极佳，品质优良，深受消费者青睐。和平县电商公共服务中心以区域公用品牌“耘客和礼”以及“和猕”对外进行线上销售，把产品推广到全国各地。2020年，和平县销售“耘客和礼”猕猴桃420多吨，成交额530多万元。“耘客和礼”区域公用品牌有效地助力了产业发展和乡村振兴。

报送：商务部流通发展司。
