

农创品牌成为乡村振兴新抓手

——记开拓奋进的农创品牌运营股份有限公司

□ 本报记者 李秀平

农业产业化发展离不开品牌的助力,推动乡村振兴离不开品牌的力量,现代农业亟须提质增效,大力推进品牌强农不仅是乡村振兴、脱贫攻坚的必然要求,更是满足广大群众对美好生活向往的现实需要。

为了响应国家乡村振兴号召和品牌强农战略,2018年6月20日,注册资金1亿元的农创品牌运营股份有限公司在我国改革开放的先行地广州正式投入运营。这个以国家分享经济大数据实施平台为技术支持平台、以北京互生经济学研究院县域经济可持续发展课题组《县域经济可持续发展十二解》为理论指导,以消费积分福利保障为模式、以打造“一乡一品”为重点的经济实体,顺应时代潮流、把握发展机遇,注定要在乡村振兴、脱贫攻坚的战略进程中勇挑重担、一往无前。

一乡一品 打造地方新名片

《县域经济可持续发展十二解》编委会主任、北京互生经济学研究院院长何开秀认为,品牌是一种宝贵的无形资产,可以极大地提高农产品的附加值,提高农产品在市场上的议价能力,农民有了自己的品牌,就能更快地脱贫致富。

农创品牌运营股份有限公司总裁崔文杰认为,作为乡村振兴的重要抓手,“一乡一品”是打造农业品牌的有效途径,是农民致富的重要手段。

据了解,该公司推出的“一乡一品”项目方案将按照国内外市场需求,充分挖掘并发挥当地资源优势、传统优势和区位优势,通过大力发展有特色、价值高、影响力大的拳头产品,推进规模化、标准化、市场化、品牌化建设,使一个或多个乡镇甚至更大区域范围内拥有一个或几个市场潜力大、区域特色明显、附加值高的主导特色农产品或特色文化小镇,大幅度提升农村经济整体实力和综合竞争力,从而建立新型的农业农村经济发展模式。

据崔文杰介绍,“一乡一品”项目的运营是通过把乡镇的历史、文化、人文和创业资源进行整合,结合线下社区资源及线上企业自营、抵扣专区、品牌渠道等渠道资源,为乡镇品牌发展提供“产供销”一体化的解决方案,提供规范、有序、有活力的“一乡一品”地方品牌打造与技术支持,建立以地方特色产品、人文风情、民风民俗、历史传承为特色的“一乡一品”品牌运营体系,用品牌运营推广

来帮助当地经济实现健康持续发展。通过产品的品牌塑造来完善和提升产品品质,挖掘产品的品牌价值,用产品生产溯源、质量跟踪、品牌塑造、品牌管理、品牌包装、品牌服务、品牌运营来建立起产品品牌信誉,用品牌信誉为当地产品打开销路,以市场需求为导向,建立地方经济长期发展规划,推动农业全面升级、农村全面发展、农民全面小康。

同时,“一乡一品”品牌运营项目与国家分享经济大数据实施平台作为技术支持的消费福利卡有机结合在一起,形成基于互生大数据的消费福利保障体系,帮助每一个老百姓实现月月分红和终身医疗补贴保障,通过市场买卖行为完成消费者的自主消费福利保障体系建设,为消费者(包括贫困户)创造终生的福利保障,解决消费者的后顾之忧,共享社会福利,共享美好生活。

公司的整体战略布局是,在未来几年里,从全国选拔4万多个乡镇品牌运营商,334个地市品牌运营商、31个省级品牌运营商,推动形成全国4万个跨地区、跨行业品牌运营企业的联动,最终建立农创品牌全国品牌运营体系。

农业强不强,关键看品牌。品牌为纲,纲举目张。如果说中国农业是一项杂糅多条产业链、多种要素耦合的系统工程,那么品牌则是贯穿始终、从消费端倒逼生产端的一条主线,引领着现代农业转型升级。

品牌强农 挖掘农业新资源

何开秀说,当前,我国消费结构处于变革升级阶段,县域经济面临巨大发展机遇,关键是要把产品质量搞好、把品牌建设好,打造出中国好产品的销售服务网络,创建消费福利保障体系,用消费福利保障,产业链打造、电商支持、创业扶持、品牌渠道等多种方式,开启一个全新的多元主体互惠互利的消费生态体系。

推进品牌强农,要充分挖掘和转化优质特色农业资源。纵览神州大地,洛川苹果、五常大米、西湖龙井、赣南脐橙……一个个优质的农产品如一颗颗明珠,点缀在中华农业品牌的璀璨版图上。千百年来,我国独特的自然生态环境、种养方式和人文历史,形成了品类丰富、形态多样的优质特色农业资源,它们不仅是大自然和农耕文明的宝贵遗产,更是当前推进品牌强农的资源富矿。

推进品牌强农,要对优质特色农业资源进行深入挖掘,将资源优势转化为市场优势。如何挖掘和转化?

首先,要立足资源特色。深刻把握优质特色农业资源的产地环境、历史文化、资源禀赋,突出品牌建设的深厚内涵。其次,要学会倚“特”而立。注重挖掘优质特色农业资源的特质、特点,突出差异性,走“人无我有”的品牌发展之路。再次,要做到向“高”而行。追求高品质、进军高端市场、实现高效益,突出优质性,走“人有我优”的品牌崛起之路。

据了解,“一乡一品”项目中还包括农创品牌运营计划、好产品溯源计划、全民免费医疗补贴计划、全民持股计划、永久脱贫计划、构建新型社会分配机制计划等,其运营项目具有五大优势。

一是独家授权。省农创品牌发展公司:以全球农创品牌发展战略为主要目标,带动全省农业经济发展,一个省(市、自治区)仅设一个指标;城市农创品牌发展公司:在当地城市快速建立“一乡一品”地方品牌运营服务体系,为地方企业的生产销售搭建可溯源的品牌产业链服务体系和监督管理体系,一个城市仅设一个指标;“一乡一品”品牌运营商:负责代理当地企业产品,并结合当地人文特色,帮助当地塑造具有人文特色的品牌产品,对产品进行策划、包装、管理和销售,以此塑造产品的品牌价值,一个乡(镇、街道)仅设一个指标,拥有该区域企业入驻“一乡一品”渠道的唯一审核权。

二是创新营销。农创品牌运营项目为企业提供了新型的营销模式。企业将产品与互生积分捆绑营销,消费者购买产品即可获得消费积分,享受积分福利,实现自己生老病医的保障。消费福利模式在满足消费者最大需求的同时,还能帮助企业快速促销产品。

三是持续盈利。“一乡一品”品牌运营商:农创品牌运营项目为每一个“一乡一品”品牌运营商配置了近万张消费福利卡,运营发卡给消费者,消费者持卡到各行各业消费,运营商都将盈利;“一乡一品”品牌运营商授权当地企业入驻“一乡一品”渠道销售产品,持续享受产品销售提成,企业产品销售越多,“一乡一品”品牌运营商收益越多。入驻“一乡一品”渠道的企业:企业实现持续盈利的关键在于产品销售渠道的稳定,农创“一乡一品”项目为企业提供的销售渠道目前已有数百万稳定用户和数以亿计的潜在用户,再加上每月的定向消费金,就形成有人有钱消费的态势,确保企业实现持续盈利。

四是跨界联盟。消费福利卡的应用打通了各行各业的壁垒,所有人

驻“一乡一品”渠道的企业共享持卡用户,自然而然就形成一个跨界联盟、互惠互利的市场经济形态。

五是品牌塑造。“一乡一品”产品都是地方名特优产品,结合地方人文、历史故事、文化传承进行品牌塑造。农创品牌运营项目为企业产品品牌塑造提供四级运营服务体系,企业在农创“一乡一品”渠道销售产品的同时,由当地“一乡一品”品牌运营商及产品溯源系统保障产品品质,树立产品品牌。

内强素质 助力企业新发展

企业文化的本质是对外彰显形象、对内塑造心灵。品牌与文化相辅相成,两者不可分割。深化品牌,就是夯实文化软实力,也是对文化的一种深度挖掘。可以说,文化贯穿企业发展的始终,品牌则为员工树立榜样,让员工充满正能量。

农创品牌运营股份有限公司自成立以来,十分注重企业的文化建设。他们不仅经常组织全体员工认真学习党和国家的方针政策、法律法规,要求每个人在思想上、行动上始终与党中央保持高度一致,而且还要求每个人在日常生活中要有正确的价值观和良好的工作生活习惯,竭诚为企业提供周到的服务。

为了帮助各地企业实现新发展,公司的做法是:

一助企业挖掘地方产品、塑造产品品牌。以国家分享经济大数据实施平台为技术支持平台,依托各省、城市、乡镇运营公司服务体系,为“一乡一品”品牌企业提供全方位的服务,包括产品营销、品牌策划、溯源管理、电商应用等,最终培育当地的“一乡一品”特色品牌。

二助企业实现低成本、高成效线上品牌宣传及销售。“一乡一品”品牌渠道系统旨在帮助“一乡一品”企业直接掌握渠道资源和消费者终端,满足其产品推广和销售渠道建设的需求,企业无需自建系统,无需投入大笔广告费用,产品直接面向消费者,减少了中间流通环节,降低了运营成本,并拥有了市场定价权和话语权。通过线上APP、线下社区店以及定向消费系统的联动效应,让企业产品一经发布,瞬间即可送达销售终端,高成效实现品牌产品的宣传及销售。“一乡一品”电商系统集乡村特色、风味小吃、民俗旅游、休闲娱乐、农家乐于一体,相比传统互联网平台,它为乡镇和城市搭建的是信息快速流通渠道。农创消费福利卡能够帮助企业吸引消费者进店消费、促销产品。



北京互生经济学研究院院长何开秀

这些都将成为企业推广产品、打造品牌的绝佳渠道。

三助企业与全国社区服务站无缝对接,产品直通社区。“一乡一品”品牌运营商项目,依托大数据支持的全国智慧社区惠民服务工程落地实施,帮助“一乡一品”进社区,为“一乡一品”打造“产供销”一体化服务的解决方案和技术支持。

四助企业共享全国用户和定向消费金。农创品牌运营项目使所有人入驻“一乡一品”渠道的企业形成了一个无形的跨界联盟,共享消费资源,互联互通,互惠互利。持卡消费者的定向消费金,只能用于消费,巨额的定向消费金是最稳定的市场购买潜力。如果全国4万多个“一乡一品”品牌运营商有了定向消费金的支持,就将保证每年平均至少有300多万元的稳定销售额。

五助企业实现产品溯源,杜绝假冒伪劣,轻松推广品牌产品。依托大数据技术支持的互源码溯源管理系统,农创品牌运营项目为入驻“一乡一品”渠道的每一个企业提供系统当中的唯一身份识别数字凭证。通过这组编码不仅可以对企业进行识别,也能对企业的每一个产品进行唯一的数字编码识别。企业运用互源码溯源产品,防止产品假冒,在保证自己利益的同时也维护了消费者权益,从根本上杜绝了制假售假。同时,“一乡一品”入驻企业的溯源码具备溯源信息传递功能,消费者通过手机终端扫码可以直接了解企业的品牌信息,并可下单购买产品;企业通过产品溯源码的物媒信息传递品牌文化,轻松实现产品的推广和销售。

正是因为农创品牌运营股份有限公司领导层站位高、思路清、措施实,制定了一整套操作性强的方案和计划,才有了刚刚运营半年就可喜可贺的骄人业绩。

2018年9月8日,“致敬改革开放40年,推进农业农村现代化”研讨会在北京国家会议中心召开,得到了专家和学者的一致好评和推崇,农创品牌运营股份有限公司以协办单位的身份出席了会议。

目前,广东和重庆已成立农创品牌运营项目省级运营公司;重庆永川、长寿、涪陵、黔江,广东深圳、东莞、珠海、肇庆、云浮,广西河池、贵州遵义、河南许昌,内蒙古赤峰等地已成立农创品牌运营项目城市运营公司;全国10多个省(市、自治区)60多座城市和地区已经成功选拔出数百家“一乡一品”品牌运营商,并已开展品牌运营和组织工作。

2019年1月4日,在“2018中国经济高峰论坛暨第十六届中国经济人物颁奖典礼”上,农创品牌运营股份有限公司荣获“新时代中国经济创新企业”称号,公司总裁崔文杰被评为“新时代中国经济优秀人物”。

春回大地,万物复苏。新的征程已经开启,新的机遇、新的挑战、新的发展正等待着敢为人先、勇于担当的农创人。我们坚信,在未来的发展进程中,农创人一定会为扎实推进农创品牌运营项目在全国落地、尽早完成消费福利保障体系建设、助力国家乡村振兴战略实施做出更大的贡献!

(本文配图由农创品牌运营股份有限公司提供)



农创品牌运营股份有限公司总经理崔文杰(左七)和领导班子成员



《县域经济可持续发展十二解》