鹤庆县级农村产品区域公用品牌建设方案

按照“区域公用品牌+企业品牌”的思路，立足于鹤庆县高原特色农业优质产业资源，开展鹤庆县农村产品区域公用品牌“鹤庆银都”（暂定名）建设。以品牌战略的高度整合区域农村产品资源，创新区域农村产品品牌价值，提炼鹤庆县区域农村产品的独特价值链，设计鹤庆县农村产品区域公用品牌差异化战略，构建鹤庆县农村产品区域公用品牌符号体系，创新鹤庆县农村产品区域公用品牌推广策略，形成具有独特市场竞争价值的农村产品区域公用品牌形象。以品牌化、电商化、标准化为战略重点，多角度、多层面精心打造鹤庆特色系列优质农村产品，提升鹤庆县农村产品质量安全水平和市场竞争力，提高鹤庆特色农村产品在国内国际知名度和市场影响力，助推鹤庆县优质农村产品走出云南、走向全国、走出国门，实现农业增效、农民增收。

一、区域公用品牌发展战略规划制定

制定《“鹤庆银都”区域公用品牌战略规划》，确立品牌、产业、效益三位一体的区域公用品牌引领发展战略，对农村产品区域公用品牌建设目标、战略重点、价值整合、品牌定位与品牌形象、传播推广、战略实施等作出全面规划，并形成富于执行力

的实施项目。规划由战略背景、总体思路、战略规划、战略实施四大部分构成，规划框架如下：

（一）战略背景

1、鹤庆县农村产业发展情况；

2、鹤庆农村产业转型提升新机遇；

3、中国健康食品消费新趋势；

4、鹤庆农村产业发展建议；

（二）总体思路

1、指导思想；

2、规划原则；

3、规划依据；

4、战略目标；

（三）战略规划

1、实施农村产品区域公用品牌再造；

2、推动鹤庆农村产业升级；

3、促进鹤庆农村产业效益提升；

（四）战略实施

1、项目实施计划；

2、实施保障措施；

二、区域公用品牌VI视觉识别系统设计

开展“鹤庆银都”区域公用品牌识别系统导入工程，设计“鹤庆银都”农村产品区域公用品牌VI视觉识别系统，系统规划“鹤庆银都”区域公用品牌的LOGO、品牌形象、包装应用规范、宣传物料应用规范等视觉识别系统，形成《鹤庆银都VI系统手册》，设计框架如下：

（一）品牌基础元素

1、品牌标志设计；

2、辅助图形设计；

3、品牌口号字体设计；

4、产品价值支撑点设计；

（二）品牌应用系统——办公应用

1、名片；

2、信封；

3、档案袋；

4、PPT模板；

5、信纸；

6、工作证；

7、嘉宾证；

8、纸杯；

（三）品牌应用系统——包装应用

1、购物袋；

2、产品标签；

3、产品包装；

（四）品牌应用系统——宣传应用

1、电视广告标志定格；

2、报纸广告规范（整版、半版、通栏）；

3、杂志广告规范；

4、海报版式规范；

5、大型路牌版式规范；

6、公交车体广告规范；

7、横竖条幅广告规范；

8、旗帜广告规范；

（五）品牌应用系统——店铺应用

1、门面形象设计；

2、店内平面形象设计；

3、店面货架陈设设计；

4、店内背景版（形象墙）设计；

5、店面灯箱设计；

（六）品牌应用系统——服饰应用

1、工作帽；

2、文化衫；

3、围裙；

4、胸章；

5、臂章；

三、区域公用品牌形象手册设计制作

充分挖掘“鹤庆银都”品牌价值，突出品牌核心诉求，形成《“鹤庆银都”区域公用品牌形象手册》，以统一的表达方式传达区域公用品牌传播记忆，提高传播效率，并设计配套的宣传折页，用于区域公用品牌的普及推广宣传。

（一）品牌定位

鹤庆是名扬国内外的“民间艺术之乡”，小锤敲过一千年的银器，生活与匠心碰撞的铜器，怀旧与传承结合的造纸，还有精致与情怀并重的刺绣，匠心、技艺、情怀贯穿着鹤庆的历史文化，使鹤庆有“鹤川匠人”的赞誉。这种匠人精神同样在当地农业生产中得到延续，乡民抱着一颗虔诚的心对待农作，当地的名优特产也多是经过二次精心加工而成或是艺术结晶的创作，正是这种“匠人”精神的融入，与其它地区形成区隔。因此，将鹤庆农产区域品牌定位为：匠心农作。

（二）品牌命名

鹤庆最为出名的就是银器，这已是广为人知的共识，因此，将鹤庆农产品区域公用品牌命名为“鹤庆银都”。

（三）产品架构

以高端订制消费、高端个人消费、高端礼品消费为主要渠道，开发订单式生产、高端餐饮订制、团购礼品、个人礼品以及零售产品等主要产品系列。

（四）文化内涵

居于鹤庆禀赋优异的地理生态文化、历史悠久的白族民族文化，赋予丰富的文化“灵魂”，使“鹤庆银都”具有鲜明的文化记忆和深厚的文化内涵。

四、区域公用品牌商标注册

完成“鹤庆银都”及“鹤庆银都”具体产品系列的公用品牌商标注册，从法律上对“鹤庆银都”进行商标保护。“鹤庆银都”品牌商标注册，注册类目含概5、8、14、16、18、20、26、29、30、31、32、33、35、39、40、42、43等类，共计18个类目。

五、制定区域公用品牌管理办法

制定《“鹤庆银都”农村产品区域公用品牌管理办法》、《“鹤

庆银都”区域公用品牌标识授权管理办法》，规范区域公用品牌的管理及品牌标识使用，以便在区域公用品牌的推广应用上筛选生产管理规范、市场意识良好、经营理念先进的企业进行有计划的农村产品区域公用品牌授权，建立品牌市场准入门槛，规范化、系统化的运作鹤庆农村产品市场，以形成品质优、口碑好、营销强的品牌市场竞争力基础。

六、资金预算

鹤庆县农村产品区域公用品牌建设经费预算20万元，资金使用严格按照国家电子商务商务进农村综合示范工作资金管理办法及政府采购相关管理办法执行。

鹤庆农村产品区域公用品牌建设经费预算表

（单位：万元）

序号	项目	费用
1	《“鹤庆银都”农村产品区域公用品牌战略发展规划》编制及区域公用品牌管理办法制定	4
2	“鹤庆银都”区域公用品牌VI视觉识别系统设计	7
3	《“鹤庆银都”区域公用品牌形象手册》设计及制作	5

4	“鹤庆银都”区域公用品牌商标注册	3
合 计		19

七、工作进度安排

“鹤庆银都”农村产品区域公用品牌建设计划于2018年9月1日至2018年12月10日完成各项预定基础工作，项目实施关键节点如下：

2018年9月01日-20日：完成前期调研、产业数据采集；

2018年9月20日-11月30日：完成区域公用品牌发展战略规划；

完成VI视觉识别系统规划设计；

提交“鹤庆银都”品牌商标注册；

2018年12月01日-10日：“鹤庆银都”区域公用品牌正式启用；

第一批授权企业产品正式上线。