

第三部分 采购需求

一、项目背景

为了深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想、《海南省人民政府办公厅关于海南省农业品牌建设的指导意见》（琼府办〔2023〕1号）和《海南省农业品牌建设指导意见（2023—2025年）》的要求，以自贸港“一本三基四梁八柱”战略框架为指引，推动崖州农业走绿色化、品牌化道路，塑造竞争新优势，实现农业高质量发展、引领农业供给侧结构性改革、促农民增收和乡村振兴。

崖州是三亚农业的主产区，根据《三亚市崖州区人民政府关于2022年国民经济和社会发展执行情况与2023年国民经济和社会发展计划草案的报告》数据显示，2022年预计全年农业总产值44.24亿元，同比增长1.5%。全年农作物种植面积12.05万亩，其中冬春瓜菜种植面积8.8万亩，采收量9.36万吨，粮食种植面积3.26万亩，预计产量1.92万吨。崖州同时也是海南农业科技的制高点，代表了海南农业科技的最高水平。

二、建设目标

（一）搭建崖州农业区域公用品牌架构

明确崖州“1+7+1+3+N”农业区域公用品牌架构。第一个“1”即1个“崖州善农”（初拟）全品类区域公用品牌，“7”即7个优势产业单品类区域公用品牌（拟定）（崖州海产、崖州芒果、崖州莲雾、崖州蜜瓜、崖州瓜菜、崖州种业、崖州农业科技），第二个“1”即一个乡村振兴重点产业，乡村振兴重点产业是指崖州区各个乡村振兴重点村重点扶持的产业。“3”即每个产业培育不少于3个核心支撑企业品牌，“N”即带动多个涉农主体品牌。

7个优势产业包括（拟定）：崖州海产、崖州芒果、崖州莲雾、崖州蜜瓜、崖州瓜菜、崖州种业、崖州农业科技。

以下对7个优势产业和1个乡村振兴重点产业简称“8大产业”。



图 1

通过建设“崖州善农”（初拟）区域公用品牌，一方面，依托运营主体，积极整合农业产业链资源，加强产业的服务管理，统一生产管理标准，加强品控，实现产业提质和规范，另外一方面，通过“崖州善农”（初拟）区域公用品牌开展主动策划，有目标、有计划地加大目标市场端产业宣传力度，提高产地和产业价值和信任度，实现崖州农业产业增值。

（二）初步搭建崖州区域公用品牌运营体系

公用品牌运营是区域公用品牌的核心工作。有序推进崖州区域公用品牌运营体系建设，优先搭建品牌运营主体，构建运营支撑数字化服务平台。

（三）进一步推动崖州农业品牌化发展

从农业部到海南省纷纷提出推动农业品牌化发展工作。可以说农业品牌化发展是推动农业品质化、规模化、标准化和效益化的有力抓手。通过区域公用品牌，为崖州区农业营造良好的品牌建设氛围，加强区域农业内部的凝聚力，搭建政企、市企之间的交流互动桥梁，强化涉农企业管理和服务，加大涉农企业品牌的培育力度，推动崖州农业品牌化发展。

（四）保护区域内农业产业利益

通过建设“崖州善农”（初拟）区域公用品牌，加强对区域公用品牌使用的管理，在此基础上，将通过注册商标，在区政府的支持下，与市场监督管理局和法院的联动机制，以快查快审的原则，加强对区域品牌的保护，提高对侵犯区域品牌的违法犯罪的惩罚力度和速度，最大限度保护区域产业利益。

（五）提高崖州以及崖州产业影响力

区域公用品牌的命名规则是地区名字+产业名称，因此在“崖州善农”（初拟）区域公用品牌的宣传和推介中，不仅可以加强崖州农业产业的宣传，也可以提高崖州的知名度，随着区域公用品牌的成长，区域知名度越高。

（六）提高崖州农业产业内部凝聚力

通过建设“崖州善农”（初拟）区域公用品牌，将会进一步明确发展规划，加强产业管理和服、加强产业发展扶持，加强产业宣传，进一步增强区域内农业产业的发展信心、归属感和自豪感，达到提高产业凝聚力的目的。

（七）协调崖州农业产业分工协作

通过建设“崖州善农”（初拟）区域公用品牌，一方面，品牌运营主体将充分发挥服务和桥梁的作用，加强崖州农业生产、管理、加工、销售和服务等产业链相关主体之间的交流，加强各个主体之间的了解，在实现区域共同利益最大化和共享区域利益的原则下，找到契合点，提高产业凝聚力，推动产业链各个主体的分工协作，另一方面，依托区域公用品牌政策体系，支持和鼓励区域内产业分工协作，净化产业内部竞争环境，坚决抵制有损产业共同利益的同质化恶性竞争。

二、采购项目预（概）算

总 预 算： 3184014.00 元

三、采购标的汇总表

序号	标的名称	品目 分类编码	计量 单位	数量	是否 进口	分包 要求
1	<u>2023年崖州农业区域 公用品牌建设项目</u>	C99000000	项	1	否	不允许

四、建设内容

（一）产业调研与评价

1. 信息调研

没有调研，就没有发言权。产业调研是农业区域公用品牌工作的基础支撑，后续所有的工作都要靠前期调研的数据和资料来作为支撑。调研工作是很严谨

的，前期必须根据调研对象概况，做好调研数据模型，明确调研目的。

结合崖州区的实际情况，本次调研将对海产产业链开展体系化深入调研，对崖州 8 大产业调研。

调研地理范围：除了崖州以外，还包括产业比较发达的省内其他地区。

调研对象包括：产业上游各类服务商、产业中游涉农主体和产业下游消费市场相关主体，数量不少于 130 个。

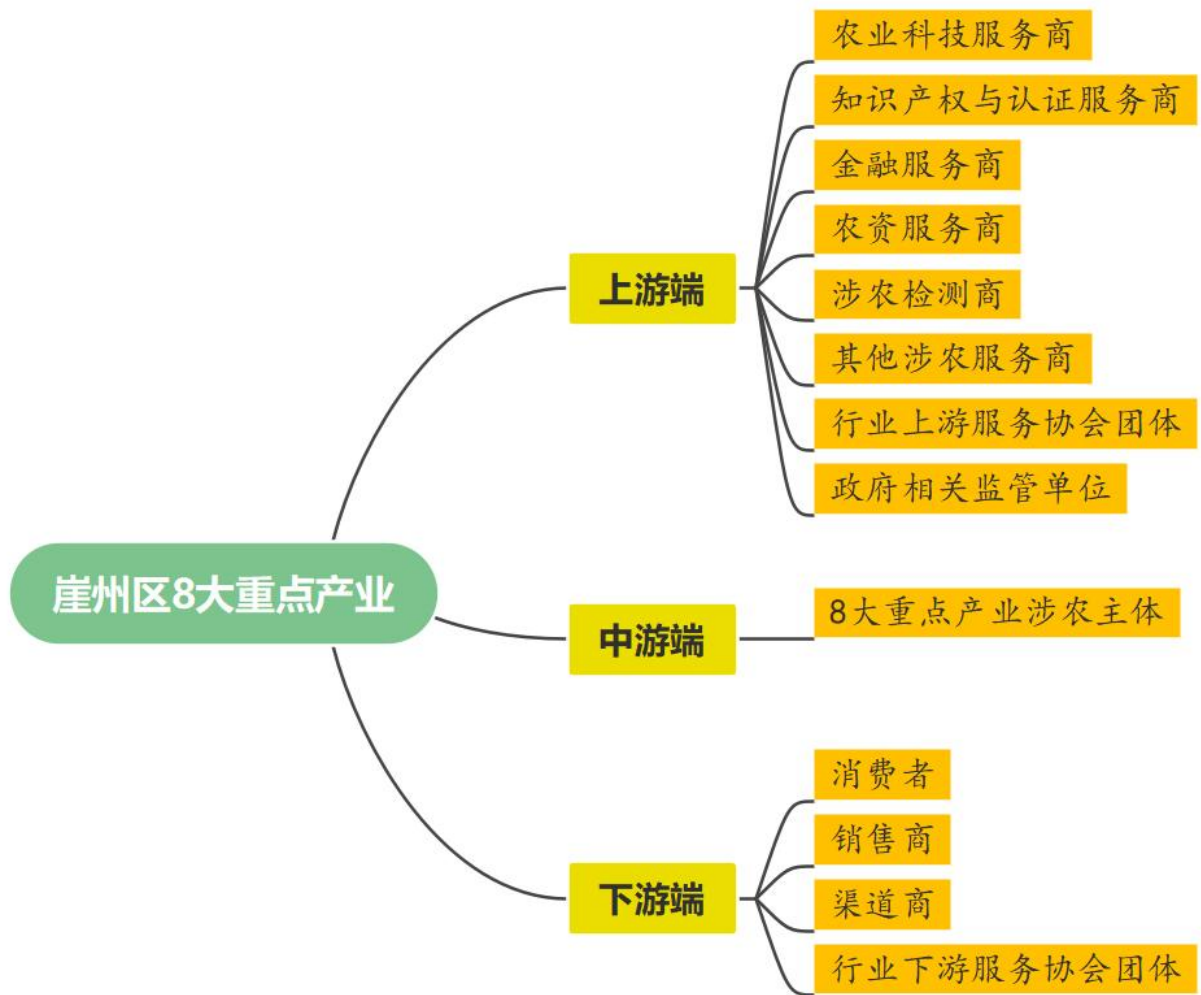


图 2

调研主要数据表：不同的产业、不同产业链端的调研对象的业务特点和关注点存在差异，根据调研对象的特点设计不同的调研数据表。精准高效收集调研数据。共计需要不少于 20 个数据表，其中上游端不少于 8 个，中游端不少于 8 个，

下游端不少于 4 个。

2. 撰写调研报告

完成 8 大产业调研后，结合调研数据，研讨、整理，撰写调研报告，将调研结果传达给相关部门，为相关部门提供决策依据。同时，也能帮助相关部门发现产业现存问题、验证假设、改进策略等，从而更好地适应市场或行业环境。

3. 产业评价

在有限的资源下，8 大产业难以做到同步发展，围绕产业和企业，建立产业客观全面的评价模型开展产业评价，明确产业发展优先顺序，明确重点培育企业名单，为后续各项工作打下基础。

编制《崖州重点农业产业评估模型及评价指标体系建设》，通过该体系建设，确定重点产业评价得分，通过客观数据确认重点农业产业重要排序，明确发展先后顺序。

在《崖州重点农业产业评估模型及评价指标体系建设》的支撑下，研究、编制、发布《崖州区品牌农业重点培育主体清单（2023-2024）》。

（二）视觉体系建设（乡镇/区级）

1. LOGO 征集

面向全国开展崖州农产品区域公用品牌标识（logo）征集活动。要求融入崖州人文历史、地理地貌、优势农业产业文化和现代美学。

活动设立一等奖 1 名，奖金 5 万元（税前）+证书+发布会当天邀请到现场，优秀奖 3 名，奖金 5000 元/名（税前）+证书+发布会当天邀请到现场，入围奖 6 名，区域公用品牌纪念品+证书。

征集渠道：媒体 10 家，高校合作渠道。

LOGO 征集数量：确保征集数量不低于 80 个。

阅读量：确保阅读量不低于 1 万次。

主要事项：第一，确保作品版权；第二，确保第一名作品商标注册可通过；第三，注册类别为 29 类、31 类、35 类、37 类、39 类、44 类等涉农相关领域类别。

评比方式：专家评分+网络投票

发布方式：征集结果在品牌发布会中发布。

2. 品牌 VIS 使用规范手册

VIS 系统设计包含 VI 基础系统部分和 VI 应用系统部分。

VI 基础系统部分，主要包括：标志图形、标准字、标准色、辅助图形；VI 应用系统部分，主要包括，以下几个子系统：办公应用系统、媒体广告系统、产品包装系统、服饰系统以及公关礼品系统。

商标注册：对设计的标志图形进行商标注册，共计注册 5 大类。

3. IP（卡通形象）设计

在品牌宣传中，IP（卡通形象）是当前比较流行、比较容易打动受众群体的方式。比如比较有名的熊本熊、喜洋洋等。融入崖州人文历史、地理地貌、优势农业产业文化，通过手绘为“崖州善农”（初拟）区域公用品牌设计一款 IP（卡通形象）形象。为后续品牌宣传打下基础。

以该 IP 为基础，延展出 2 款手办，设计 1 套微信常用表情包（20 个表情）。

4. 公用品牌宣传册设计与印刷

将公用品牌简介、地理环境、区位优势、农业、旅游、文化历史、投资环境、发展规划等元素融合，设计一套品牌宣传册，（不少于 48P）并印刷 1000 册。

5. 公用包装设计与印刷

为崖州 3 个重点产业各设计一款新颖的公用包装。并各印刷 1000 个。

6. 产业宣传册设计与印刷

融入崖州历史、人文、地貌、产业等要素，为崖州 8 大产业分别设计 1 款产业宣传册。每款 16P。并为 8 个产业分别印刷 500 个。

7. 易拉宝设计与制作

融入崖州历史、人文、地貌、产业等要素，为崖州 8 大产业分别设计 4 款易拉宝。共计 32 款，每款制作 1 个，共制作 32 个。

（三）品牌政策体系

围绕《三亚市崖州区农产品区域公用品牌建设实施方案》落地的各类配套政策。包括各类管理办法、实施细则、评价体系、奖补方案、标准规范等。共计编制不少于 10 个政策。候选政策清单如下：

1. 品牌政策类

- （1）关于成立崖州农业公用品牌建设工作领导小组的通知
- （2）崖州区农产品公用品牌建设三年行动计划（2023—2025 年）
- （3）2023 年崖州区农业品牌人才培养实施方案
- （4）崖州区农产品公用品牌保护管理办法
- （5）崖州区农产品公用品牌商标授权管理办法
- （6）崖州区农产品公用品牌标识授权使用协议
- （7）崖州区农业“品牌码”管理办法
- （8）关于在全区推行品牌码的通知
- （9）关于在全区推行数字化农产品交易结算的通知
- （10）崖州区农产品公用品牌示范基地认定办法

- (11) 崖州区品牌农产品质量安全追溯体系建设实施方案
- (12) 崖州区品牌农产品质量安全追溯管理办法
- (13) 崖州区品牌农产品溯源申办指南
- (14) 崖州区农产品公用品牌标识及宣传口号征集公告

2. 品牌服务类

- (1) 崖州区农产品公用品牌综合服务中心工作制度
- (2) 崖州区农产品公用品牌综合服务中心业务受理流程
- (3) 崖州区农产品公用品牌综合服务中心工作指南
- (4) 崖州区农产品公用品牌综合服务管理平台使用指南
- (5) 崖州农业品牌码服务内容清单

3. 规范类

- (1) 崖州区农产品公用标识使用规范
- (2) 崖州区农产品公用品牌评价体系

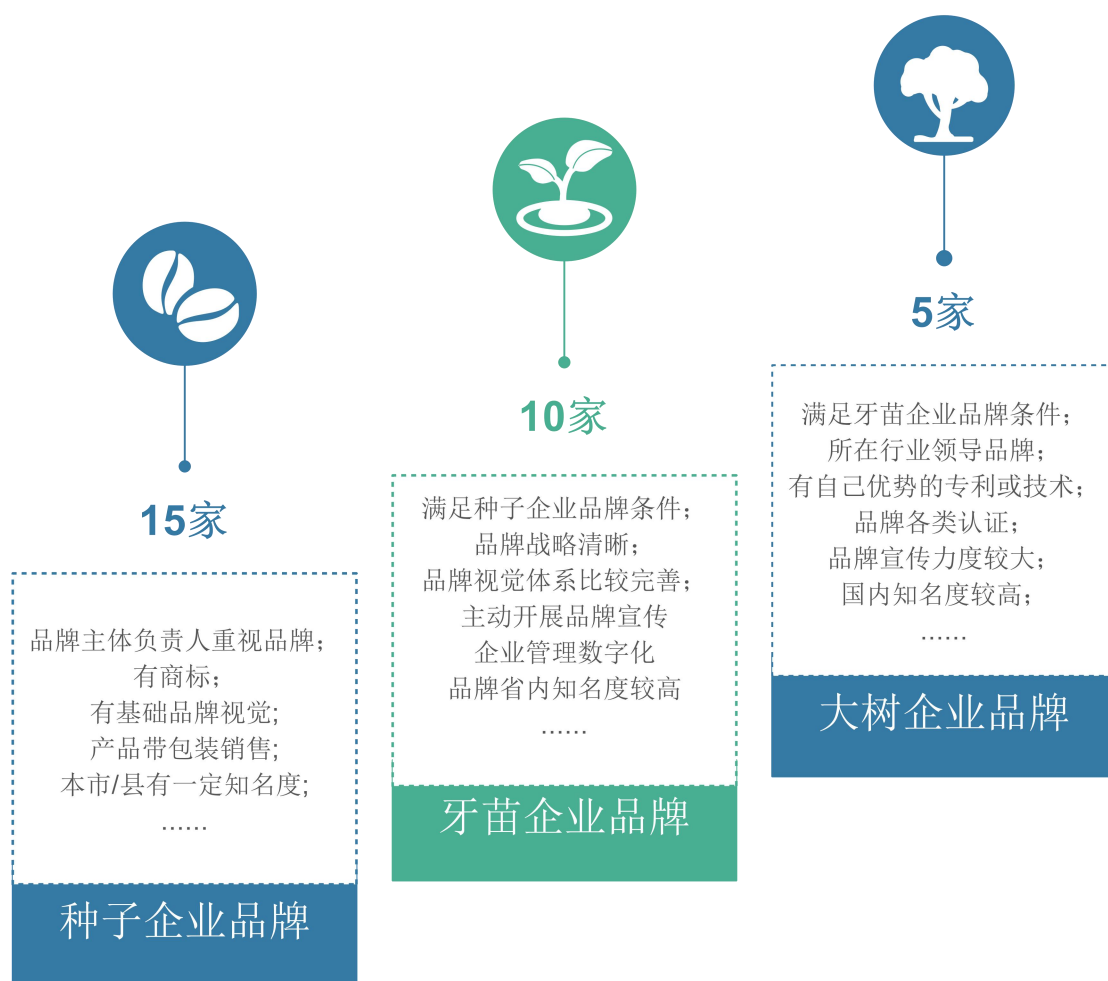
4. 奖补类

- (1) 崖州区农产品公用品牌宣传推广补贴管理办法
- (2) 崖州区农产品公用品牌包装印刷补贴管理办法
- (3) 关于鼓励“一村一品”主导产业建设的奖励补贴办法
- (4) 崖州区农业标准化示范基地品牌文化建设奖励申报指南
- (5) 崖州区农产品品牌认证及奖励申报指南
- (6) 崖州区农产品公用品牌营销推介补贴实施方案

(四) 示范企业品牌培育

在企业品牌建设上，计划用 2 年时间培育崖州区涉农企业品牌阶梯矩阵。该

品牌阶梯矩阵由 5 家大树企业品牌，10 家牙苗企业品牌，15 家种子企业品牌构成。



为了强化涉农企业品牌建设示范效应，本项目将结合崖州实际，打造两个示范企业品牌。

1. 示范企业体系化培育

为了强化品牌示范，编制《崖州区 2023 年度示范企业品牌打造遴选公告》，结合实际制定遴选标准，从《崖州区品牌农业重点培育主体清单（2023-2024）》中，挑选 2 家企业进行示范企业品牌培育，为后续其他企业品牌培育提供示范案例。其中为 1 家示范企业品牌创建 1 个特色农业品牌示范基地，为该基地申请绿色食品认证和有机食品认证，在该基地全面推行绿色、有机标准化生产和全程质量控制，质量检测合格率达到 100%，使得该企业品牌达到牙苗企业品牌的标准

（详情见表 1）。为另外一家企业品牌提供 GAP 认证和绿色食品认证，在该企业全面推行绿色和全程质量控制，质量检测合格率达到 100%，使得该企业品牌达到种子企业品牌的标准（详情见表 1）。每家示范品牌实现企业有商标、品牌有特色、产品有包装、安全可溯源、产地有认证、销售有渠道的目标。

种植类品牌等级划分指标体系

序号	一级指标	二级指标	种子企业品牌	牙苗企业品牌	大树企业品牌
1	品牌人才	负责人品牌重视	√	√	√
2		负责人参加品牌培训	√	√	√
3		品牌运营专员培育		√	√
4		品牌代言人			√
5	品牌文化	企业品牌故事	√	√	√
6		企业体检	√	√	√
7		品牌使命		√	√
8		品牌定位		√	√
9	品牌视觉	品牌 LOGO	√	√	√
10		产品包装	√	√	√
11		企业宣传册	√	√	√
12		产品三折页	√	√	√
13		企业名片	√	√	√
14		产品海报	√	√	√
15		企业工服	√	√	√
16		企业宣传片		√	√
17		产品宣传短视频		√	√
18		企业基地品牌文化建设		√	√
19		品牌 IP 形象			√
20		品牌手提袋			√
21	品牌策划	GAP 认证	√	√	√
22		产品溯源	√	√	√

23		产品检测	√	√	√
24		绿色认证		√	√
25		标准化示范基地品牌文化建设		√	√
26		产品服务组合策划		√	√
27		有机认证			√
28		品牌消费体验基地			√
29		产品生产管理创新			√
30		产品品种创新			√
31	品牌营销	带品牌销售占比 10%	√		
32		订单生产	√	√	√
33		公户收支	√	√	√
34		品牌宣传策划		√	√
35		带品牌销售占比 25%		√	
36		有目标客户群体		√	√
37		品牌农旅融合体验基地			√
38		带品牌销售占比 60%			√
39	品牌数字化	单据数字化	√	√	√
40		进销存数字化		√	√
41		审批数字化			√
42		基地管理数字化			√
43	品牌资产	所在市/县零售商、收购商知名度高（10%）	√		
44		产品增值 20%以上	√		
45		所在省零售商、收购商知名度高（10%）		√	
46		产品增值 25%以上		√	
47		国内零售商、收购商知名度高（10%）			√
48		产品增值 30%以上			√

表 1

2. 重点涉农企业品牌视觉升级以及 GAP 申报

除两家示范企业品牌以外，再对 3 家涉农企业开展品牌宣传册设计，5 家涉农企业开展包装升级，5 家企业 LOGO 升级，3 家企业申报 GAP 认证。

3. 公益性标准化涉农品牌设计服务（不列入验收内容）

依托管理平台的公益服务设计师模块，在区政府、农业农村局的支持下，由品牌运营主体负责实施，建立《崖州区涉农企业公益性品牌设计服务结对帮扶机制》，实施“一企一设计师”公益行动。邀请各个设计师，积极参与到崖州区涉农企业品牌标准化设计公益行动，推动整体性解决崖州区农业企业产品裸奔的问题。

4. “一企一设计师”公益行动启动仪式

在崖州区举办“一企一设计师”公益行动启动仪式，届时邀请区有关职能部门领导、区涉农企业、公益服务设计师、媒体、设计行业协会等 70 人左右到场。围绕政策发布、行业论坛、协议签订、证书颁布等环节开展策划。打造我省首例设计服务乡村振兴的优质案例。

（五）知识产权体系建设

1. 商标注册

围绕崖州 8 大产业，开展涉农主体商标产权申请行动，计划商标注册 30 个。每个注册 1 个大类。注册类别为 1 类、7 类、29 类、31 类、35 类、37 类、39 类、44 类等涉农相关领域类别。

2. 外观专利

（1）包装外观专利：为 3 款公用包装申请外观专利。

（2）IP 外观专利：为设计的 IP 申请外观专利保护。

3. 申报地理标志产品

根据崖州地理标志产品申报的需求，申报地理标志产品 1 个。

（六）区域品牌运营基础

品牌运营服务管理是区域公用品牌核心组成，占据了区域公用品牌生命周期绝大部分时间，而在品牌运营服务管理中，区域公用品牌运营主体又是重中之重。本团队以品牌长效化、高效化服务管理为原则推动崖州农业区域公用品牌的管理工作。

1. 营主体搭建

品牌运营主体的组建是比较复杂和困难的，必须同时具有以下 5 个条件：

- A. 对区域产业中有服务和管理能力；
- B. 有全程参与品牌建设的基础；
- C. 区域产业中有一定权威性；
- D. 有公益性和公平性；
- E. 在管理服务中灵活度高。

区域公用品牌的特性是非营利性和公益性，这就决定了区域公用品牌没有盈利能力，也不能有盈利能力。品牌不能产生利润来支撑品牌运营，如果全由政府主管单位独立运营，虽然解决了服务管理、权威性、公益性和运营费用问题，但是也丧失了运营管理的灵活性；如果全委托第三方运营，虽然解决了服务管理和灵活度问题，但是难以兼顾权威性和公益性。

为实现区域公用品牌战略定位，以就近服务为原则，搭建崖州本地品牌运营团队。

2. 微信公众号代运营

依托崖州区农业农村局官方微信公众号，承担公用品牌建设记录、品牌活动

宣传的功能，实现精准信息推送和持续地宣传公用品牌产品、活动等，同时定期将后台产生的数据整理成运营报告，以此调整公众号的建设思路，扩大宣传推广效果。计划编制原创软文 96 篇、转载软文 96 篇；根据节假日及重大活动设计海报共 40 张；制作 4 个 H5 并出具 2 份运营情况报告。

3. 区域公用品牌宣传视频拍摄

应品牌宣传需要，融入区域公用品牌定位、规划、产业特点、农业科技、历史人文、地理地貌等元素，策划拍摄脚本，组织专业拍摄团队通过机位特写、航拍等方式，拍摄并剪辑一套宣传视频，包括 3 分钟左右的宣传片和 30 秒的广告片。

4. 微信公众平台视频号代运营

在微信公众视频号的基础上展开代运营建设。微信公众视频号同样是公用品牌建设的重要宣传平台，承担品牌建设记录、品牌活动视频宣传的作用，能实现精准信息推送和持续地直观宣传公用品牌产品、活动等。计划重点围绕 8 大产业，以产品销售和品牌营销为重点，共计拍摄剪辑短视频 48 条，每条时长 30 秒—60 秒。后续也可根据实际需要，将新媒体矩阵扩展到抖音、快手、小红书等平台。

5. 区域公用品牌管理服务平台

崖州区农产品公用品牌综合服务管理平台（以下简称：管理平台），一共分为监管端、涉农主体端、下游市场端、上游服务端、公益服务设计师端、游客端。其中监管端是 PC 登录，其他 4 个功能模块均为微信小程序形式。

监管端：使用用户为主管单位。主要功能是对涉农企业信息、产品信息、基地信息、品牌黑白名单、品牌码、品牌信息等进行管理、查询和导出；对品牌准入、品牌退出、系统用户开户信息审核、涉农申请等各类审核信息进行审核；负责整个系统的运营管理。

涉农主体端：使用用户是各个涉农生产主体。主要功能有基本信息管理、基地信息管理、品牌信息管理、主体品牌码、上市预警、滞销预警、公益品牌设计服务申请等功能。

下游市场端：使用用户是各个下游销售主体。主要功能有上市信息查询、滞销信息查询、基地信息查询、品牌码识别、涉农种养殖户查询、关注产品管理、信息推送等。

上游服务端：使用用户是上游各个服务商。主要功能是涉农企业信息查询、基地查询、合作伙伴查询、经营情况查询。

公益服务设计师端：我的帮扶对象、需求商城、承接设计需求、成果反馈。

游客端：使用用户是无需登录的所有人。主要功能是登录、用户注册、基地查询、上市信息查询。

平台采用以租代建的方式建设，由团队负责建设和维护，崖州区农业农村局使用，每年使用费和数据维护费为 18 万，3 年后，平台属于崖州农业农村局，每年需要支付 3 万元的平台管理费。

（七）品牌发布

为崖州农产品公用品牌在海口举办一场高端品牌发布会，届时将邀请政府有关职能部门领导、农业领域权威专家、销售渠道商、企业、电商企业和各界媒体人士等 150 余人到场参与公用品牌发布会，快速曝光农产品公用品牌新形象，扩大农产品公用品牌的影响力，提升市场竞争力。

（八）品牌人才培育

品牌相关人员培训总人数 130 人。培训内容包括理论与实践。每场培训共 6

天。

五、效益分析

1. 提高了农业产业产值

通过农业区域公用品牌的带动，提高农业产业知名度和品牌度，加快农业产业升级转型，预计可提高 10%以上的产值。

2. 加快了农业产业品牌化进程

通过“1+7+1+3+N”农业区域公用品牌架构的带动，逐步实现不低于 24 家涉农企业品牌化，进一步提高这些涉农企业的竞争力，带动其他企业品牌化发展。

3. 保护了区域产业利益

以芒果为例，在芒果上市高峰期，在电商上大量广西芒果假冒三亚崖州芒果在网上销售，在缺乏监管的情况下，如若商家以次充好，或者服务不到位，往往对区域产业带来极为负面的影响，通过区域品牌实行品牌准入管理，开展品牌执法最大限度保护区域产业利益。

4. 提高了区域以及区域产业影响力

在农产品销售中，通过统一规范公用品牌 LOGO 使用，使得消费该产品的每个用户都可以看到公用品牌，进一步提高了区域以及区域产业在消费者心中的影响力。

5. 加快推进乡村振兴

本项目中专门为乡村振兴产业设立了崖州乡村振兴创新单品类区域公用品牌，通过该公用品牌选择 3 个条件较好的产业，开展品牌化培育，加快带动崖州区乡村振兴产业品牌化发展。

六、技术商务要求

（一）商务要求

1、服务期限和地点：

1.1 服务期限：自合同签订之日起，有效期 3 年，其中建设期 1 年，运营期 2 年

1.2 服务地点：采购人指定地点。

2、付款方式：

2.1.支付项目启动资金。项目合同签订后，采购人收到供应商提交的等额合

法发票后 15 个工作日内支付项目金额的 30% 作为项目启动资金；

2.2.支付项目进度款。项目执行满 1 年，且完成《服务报价明细》（附件一）中的第一、二、三、四、五、七、八部分工作后，采购人自收到供应商提交的等额合法发票后的 15 个工作日内，支付项目金额的 40% 款项；

2.3.支付项目进度款。项目执行满 2 年，且完成《服务报价明细》（附件一）中的第六部分工作的 50%后，采购人自收到供应商提交的等额合法发票后的 15 个工作日内，支付项目金额的 15% 款项；

2.4.支付项目尾款。项目执行满 3 年，且完成所有项目工作内容，并终审验收合格后，采购人自收到供应商提交的等额合法发票后的 15 个工作日内，支付项目金额的 15% 款项。

3、验收方法和标准

3.1 本项目严格按照政府采购相关法律法规以及《财政部关于进一步加强政府采购需求和履约验收管理的指导意见》(财库〔2016〕205号)的要求进行验收。须符合国家有关规定、《竞争性磋商文件》要求、《响应文件》承诺内容以及本合同约定。

3.2 本项目由采购人组织验收，供应商按照采购人要求准备验收所需材料(包括但不限于合同、成果资料等)。

3.3 项目终审供应商应向采购人提交服务成果文件，详情见附件一中‘输出成果’一列。

4、其他要求

4.1.采购合同签订时间及要求：供应商自成交通知书发出之日起 7 日内与采购人签订采购合同。

4.2.供应商服务从业人员在服务期间发生伤亡事故，或在服务过程中造成第三人伤亡的，责任由供应商承担。

4.3.供应商在项目执行过程中定期及时向采购人通告本项目推进期间的重大事项及其进度。

4.4.接受项目行业管理部门及政府有关部门的指导，接受采购人的监督。

(二) 技术服务要求

详见附件一《2023 年崖州农业区域公用品牌建设计划时间表》。

附件一

2023年崖州农业区域公用品牌建设计划时间表

序号	名称	描述	规格	数量	计划完成时间	输出成果
一	产业调研与评价					
1	信息调研	围绕崖州8大产业开展调研，调研分为本区内调研和海南省内调研。全部调研对象数量不少于130个。	个	8	2024年1月	1.《崖州农业调研报告》 电子版放在U盘中交付，同时装订2册交付。
2	调研报告	完成8大产业调研之后，结合调研数据，研讨、整理，撰写调研报告。	篇	1	2024年1月	
3	产业评价	以调研数据为支撑，以产业为单位，建立评价模型，对崖州8大产业开展评价。编制《崖州重点农业产业评估模型及评价指标体系建设》，在调研和产业评价的基础上，研究、编制、发布《崖州区品牌农业重点培育主体清单（2023-2024）》。	批	1	2024年2月	1.《崖州重点农业产业评估模型及评价指标体系建设》，电子版放在U盘中交付，同时装订2册交付。 2.《崖州区品牌农业重点培育主体清单（2023-2024）》
二	视觉体系（乡镇/区级）					
4	LOGO征集	面向全国开展崖州农产品区域公用品牌标识（logo）征集活动。要求融入崖州人文历史、地理地貌、优势农业产业文化和现代美学。包括奖金、整体策划执行、作品评审等费用。LOGO	批	1	2024年1月	1.征集活动阅读量不低于1万次。 2.《公用品牌LOGO》原图电子版。电子版放在U盘中交付。 3.《征集作品原图汇编》电子版。电

		征集数量不低于 80 个。注册类别为 1 类、7 类、29 类、31 类、35 类、37 类、39 类、44 类等涉农相关领域类别				电子版放在 U 盘中交付。
5	品牌 VIS 使用规范手册	VIS 使用规范手册包含 VI 基础系统部分和 VI 应用系统部分。 1、VI 基础系统部分，主要包括：标志图形、标准字、标准色、辅助图形； 2、VI 应用系统部分，主要包括，以下几个子系统：办公应用系统、媒体广告系统、产品包装系统、服饰系统以及公关礼品系统。 3、商标注册：对设计的标志图形进行商标注册，共计注册 5 大类。	套	1	2024 年 1 月	《品牌VIS使用规范手册》原图电子版。电子版放在U盘中交付。
6	IP（卡通形象）设计	融入崖州人文历史、地理地貌、优势农业产业文化、消费视觉特点，通过手绘为“崖州善农”（初拟）区域公用品牌设计一款 IP（卡通形象）形象。以该 IP 为基础，延展出 2 款手办，设计 1 套微信常用表情包（20 个表情）	套	1	2024 年 1 月	1. 《公用品牌IP基础手册》电子版。 2. 《2款IP应用手册》电子版。 以上电子版放在U盘中交付。
7	公用品牌宣传册设计	将公用品牌简介、地理环境、区位优势、农业、旅游、文化历史、投资环境、发展规划等元素融合，设计一套品牌宣传册。（不少于 48P）	套	1	2024 年 2 月	《公用品牌宣传册设计》原图电子版。电子版放在U盘中交付。
8	公用包装设计	为崖州 3 个重点产业各设计一款新颖的公用包装。	款	3	2024 年 2 月	《公用包装设计汇集》原图电子版。电子版放在U盘中交付。

9	产业宣传册设计	融入崖州历史、人文、地貌、产业等要素，为崖州 8 大产业分别设计 1 款产业宣传册。每款 16P。	款	8	2024 年 2 月	《产业宣传册设计汇集》原图电子版。电子版放在U盘中交付。
10	易拉宝设计	融入崖州历史、人文、地貌、产业等要素，为崖州 8 大产业分别设计 4 款易拉宝。	款	32	2024 年 2 月	《公用品牌易拉宝设计汇集》原图电子版。电子版放在U盘中交付。
11	品牌 VIS 使用规范手册印刷	印刷品牌 VIS 使用规范手册 10 册。	册	10	2024 年 2 月	《品牌VIS使用规范手册》10册
12	IP 旅游伴手礼制作	为设计的 2 款旅游伴手礼分别制作 200 套。	套	400	2024 年 2 月	1. IP佛教文化系列伴手礼100套。 2. IP民族文化系列伴手礼100套。
13	公用品牌宣传册印刷	印刷公用品牌宣传册 1000 册。	册	1000	2024 年 2 月	《公用品牌宣传册》1000册。
14	产业公用包装印刷	为设计的 3 款公用包装各印刷 1000 个。并进行打样。	个	3000	2024 年 2 月	公用包装 3000 个。
15	产业宣传册印刷	为设计的 8 个产业宣传册分别印刷 500 册。	册	4000	2024 年 2 月	《产业宣传册》4000 册。
16	易拉宝制作	为设计的易拉宝共制作 32 个。	个	32	2024 年 2 月	易拉宝 32 个。
三	品牌政策体系					

17	政策体系	围绕《三亚市崖州区农产品区域公用品牌建设实施方案》落地的各类配套政策。包括各类管理办法、实施细则、评价体系、奖补方案、标准规范等。共计编制不少于 10 个政策。	批	1	2024 年 10 月	《政策体系汇集》电子版，电子版放在 U 盘中交付。
四 示范企业品牌培育						
18	示范企业品牌培育 1	创建 1 个特色农业品牌示范基地，为该基地申请绿色食品认证和有机食品认证，在该基地全面推行绿色、有机标准化生产和全程质量控制，质量检测合格率达到 100%，使得该企业品牌达到牙苗企业品牌的标准。	家	1	2024 年 11 月	1. 一个品牌示范基地佐证汇编电子版。 2. 一个绿色食品证书。 3. 一个有机转换认证证书。 以上全交付电子版，放在 U 盘中。
19	示范企业品牌培育 2	提供 GAP 认证和绿色食品认证，在该企业全面推行绿色和全程质量控制，质量检测合格率达到 100%，使得该企业品牌达到种子企业品牌的标准。	个	1	2024 年 11 月	1. 一个绿色食品证书。 2. 一个良好农业规范（GAP）证书。
20	重点涉农企业品牌视觉升级以及 GAP 申报	除两家示范企业品牌以外，再对 3 家涉农企业开展品牌宣传册设计，5 家涉农企业开展包装升级，5 家企业 LOGO 升级。3 家企业申报 GAP 认证。	家	1	2024 年 10 月	1. 设计原图电子版。 2. 三个良好农业规范（GAP）证书。 以上全交付电子版，放在 U 盘中。
21	公益性标准化涉农品牌设计服务（不列入验收内容）	依托管理平台的公益服务设计师模块，在区政府、农业农村局的支持下，由品牌运营主体负责实施，建立《崖州区涉农企业公益性品牌设计服务结对帮扶机制》，实施“一企一设计师”公益行动。	年	1	2024 年 12 月	《公益设计服务成果汇集》

22	“一企一设计师”公益行动启动仪式	邀请区有关职能部门领导，区涉农企业，公益服务设计师，媒体，海南省艺术设计协会等 70 人左右到场。在启动仪式上为设计师每人颁发“爱心设计师”证书。	场	1	2024 年 5 月	1. 《“一企一设计师”公益行动总结》电子版，电子版放在 U 盘中交付。 2. 为“一企一设计师”企业挂牌，为对应设计师颁证。
五	知识产权体系建设					
23	商标注册	围绕崖州 8 大产业，开展涉农主体开展知识产权申请行动，商标注册 30 个。每个商标 1 个大类。注册类别为 1 类、7 类、29 类、31 类、35 类、37 类、39 类、44 类等涉农相关领域类别。	批	30	2024 年 12 月	《商标注册证》电子版。电子版放在 U 盘中交付。
24	外观专利	包装外观专利：为三个公用包装申请外观专利。IP 外观专利：为设计的 IP 申请外观专利保护。	个	4	2024 年 12 月	《外观设计专利证书》电子版。电子版放在 U 盘中交付。
25	申报地理标志产品	根据崖州地理标志产品申报的需求，申报并获得地理标志产品 1 个。	批	1	2024 年 12 月	1. 《农产品地理标志登记证书》电子版。放在 U 盘中交付。
六	区域品牌基础运营					
26	微信公众号代运营	依托崖州区农业农村局官方微信公众号，承担公用品牌建设记录、品牌活动宣传的功能，实现精准信息推送和持续地宣传公用品牌产品、活动等，同时定期将后台产生的数据整理成运营报告，以此调整公众号的建设思路，扩大宣传推广效果。计划编制原创软文 96 篇、转载软文 96 篇；根据节假日及重大活动设计海报共 40 张；制作 4 个 H5 并出具 2 份运营情况报告。	2 年	1	2026 年 6 月	《微信公众号运营年度报告》电子版。放在 U 盘中交付。

27	区域公用品牌宣传视频拍摄	应品牌宣传需要，融入区域公用品牌定位、规划、产业特点、农业科技、历史人文、地理地貌等元素，策划拍摄脚本，组织专业拍摄团队通过机位特写、航拍等方式，拍摄并剪辑一套宣传视频，包括3分钟左右的宣传片和30秒的广告片。	套	1	2024年6月	公用品牌宣传视频电子版。放在U盘中交付。
28	微信公众平台视频号代运营	计划重点围绕8大产业，以产品销售和品牌营销为重点，共计拍摄剪辑短视频48条，每条时长30秒-60秒。后续根据实际需要，将新媒体矩阵扩展到抖音、快手、小红书等平台。	年	1	2026年6月	《微信公众平台视频号代运营年度报告》电子版，短视频压缩包。放在U盘中交付。
29	区域公用品牌管理服务平台	区域公用品牌管理服务平台一共分为监管端、涉农主体端、下游市场端、上游服务端、公益服务设计师端、游客端。其中监管端是PC登录，其他4个功能模块均为微信小程序形式。平台采用以租代建的方式建设，由团队负责建设和维护，区农业农村局使用，每年使用费和数据维护费为18万，3年后，平台属于区农业农村局，每年需要支付3万元的平台管理费。	年	1	2026年12月	1.《区域公用品牌管理服务平台》源代码。 2.《区域公用品牌管理服务平台运营年度报告》电子版。 3.《计算机软件著作权登记证书》 以上全部源代码和电子版放在U盘中交付。
七	品牌发布					
30	品牌发布会	邀请农业部领导、省农业厅、本区领导、品牌专家、电商平台代表、农产品渠道商、销售商、主流媒体等150人，在海口举办崖州公用品牌发布会	场	1	2024年12月	《品牌发布会总结》电子版。电子版放在U盘中交付。

八	品牌人才培育					
31	品牌相关 人员培训	品牌相关人员培训总人数 130 人。培训内容包括理论与实践。每场培训共 6 天。	场	2	2024 年 12 月	《崖州区涉农品牌培训汇集》电子版。电子版放在 U 盘中交付。