

# 威海市海洋与渔业局 关于印发《三大品牌宣传推广实施方案》的通知

威渔海字〔2017〕203号

各区、市海洋与渔业（主管）局、威海市海参产业协会：

现将《三大品牌宣传推广的实施方案》印发给你们，请认真贯彻落实。

威海市海洋与渔业局

2017年9月19日

（此件公开发布）

# 三大品牌宣传推广实施方案

近年来，我市通过开展多种形式的宣传推介，提高了“威海刺参”、“荣成海带”、“乳山牡蛎”三大区域性品牌在全国的知名度和影响力。为切实加强品牌建设，推动供给侧结构性改革，提高经济发展质量和效益，进一步提升三大品牌价值，增强产品竞争力，实现资源优势向产业优势、产品优势向品牌优势的转化，促进企业增效、渔民增收。根据威海市第十五次党代会提出的“实施品牌和质量强市战略”和《威海市人民政府关于加强品牌建设的意见》（威政发〔2016〕30号）精神，结合我市实际，制定本方案。

## 一、总体要求

（一）指导思想。深入贯彻落实党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，充分发挥品牌推动供给结构和需求结构升级的引领作用，以市场为导向，以企业为主体，以创新为动力，以质量为核心，统筹渔业品牌建设整体布局，以我市渔业文化、海洋渔业资源禀赋及特色渔业产品为基础，通过融媒体宣传、文化内涵挖掘等手段，走出一条独具我市特色的渔业品牌发展路线。

（二）基本原则。一是坚持市场主导、政府推动。强化政府服务意识，加强品牌战略规划引导，增强企业品牌建设原动力和创新活力，增创品牌发展动能。二是坚持优化供给、引导消费。

强化品牌引领作用，提升产品品质和档次，扩大优质优价高效供给，提高全民质量安全意识，创造新需求。三是坚持自主创新、以质取胜。突出质量导向，弘扬精益求精的工匠精神，引导企业提升自主创新能力和质量管理水平，增强品牌竞争力，推动自主品牌发展。

（三）主要目标。发挥中国海洋食品名城、中国海参之都、中国海带之都、中国牡蛎之乡等品牌效应，利用各类媒体，推介海洋渔业行业品牌，突出“威海味”（威海卫），叫响“威海海产，领鲜四海”的创意口号。加大“威海刺参”“荣成海带”“乳山牡蛎”等品牌的宣传推介力度，丰富文化内涵，打造全国知名的地域品牌。

## 二、重点任务

（一）威海刺参。一是组织开展“威海市十佳刺参品牌”、“威海市海参生产基地”、“威海市海参行业诚信经营单位”总结评比活动，提高优质企业的模范带头作用；二是加大网络推广力度，委托专业搜索引擎优化公司对“威海刺参商城”进行关键词优化设置，将“威海刺参商城”稳定在首页，提高宣传效果和上线率；三是制定《威海刺参商标规范使用手册》，规范使用“威海刺参”商标，进一步规范全市海参会员单位的用标意识和行为；四是加快推进“中国海参交易中心”和“中国海参之都文化馆”建设，将品牌宣传、产品销售、文化传播、旅游体验相结合，全方位展示宣传“威海刺参”品牌。授权“中国海参交易中心”使用“中国海参之

都”名称用作海参文化馆的冠名。（责任单位：市海洋与渔业局、威海市海参产业协会、环翠区海洋与渔业局）

（二）荣成海带。一是推动威海国际海洋商品交易中心（荣成海洋食品博览中心）建设，扩大海带产品现货期货交易、线上线下交易，加强与旅行社合作，开发旅游市场，打造成集展示、交易、旅游、电商于一体的“荣成海带”宣传推广平台；二是打造大宗商品交易 B2B（企业到企业）模式，探索垂直电商发展新路径，建设“荣成海带 B2B 直购体验店”，融合线上与线下交易，拓展平台的辐射力，拟在国内区域中心城市建立 3-5 个示范店。（责任单位：荣成市海洋与渔业局）

（三）乳山牡蛎。一是举办“乳山牡蛎品鲜汇”，牡蛎高峰论坛对话等活动，邀请国内外知名专家、行业代表等参会交流，深入挖掘乳山牡蛎品牌文化，树立品牌标杆；二是加强乳山牡蛎追溯管理。鼓励个人、散户加入牡蛎协会，提高组织化程度，进一步扩大溯源标签使用范围；三是建设“乳山牡蛎”展览馆，以展览、体验等多种形式展示牡蛎标准规程、牡蛎文化，打造乳山牡蛎展示、宣传平台和集中培训、技术推广基地。（责任单位：乳山市海洋与渔业局）

### 三、宣传手段

（一）加大融媒体宣传力度。以互联网、电视台、报刊、广播等多种媒体资源为平台，构筑我市渔业品牌国内外宣传网络，扩大渔业品牌美誉度和影响力。一是对外媒体宣传。在央视《消

费主张》等特色栏目播放专题节目，挖掘品牌内涵；以媒体见面会或是媒体采风的形式，组织国家级媒体和著名门户网站记者来威采风、采访、参观三大品牌；**二是新媒体宣传**。建立市县及专业协会专属的微博、微信等平台，引导消费者的话题并与之互动，建立并增加目标人群感性认识；**三是本土媒体宣传**。与威海广播电视台海洋频道建立合作机制，充分利用其传统媒体宣传优势，加强宣传。（责任单位：市海洋与渔业局、各区、市海洋与渔业（主管）局、威海市海参产业协会）

**（二）提升对外营销宣传水平**。通过展会展销、电子商务、超市等媒介，加强三大品牌市场化营销宣传，迅速扩大我市三大品牌消费群体。**一是增强线下宣传能力**。组织企业参加中国国际渔业博览会、亚太水产养殖展览会等国内外知名展销会，让消费者面对面了解、品尝、感受三大品牌优质产品；组织渔业企业与家家悦集团等国内外知名超市渔超对接，通过在超市设立专区的形式，集中陈列展示三大品牌产品。**二是提高线上宣传能力**。与阿里巴巴、京东、中国水产商务网等电子商务平台合作，利用电商平台、采购平台、手机 APP 等线上资源，实现生产、经营、消费无缝链接，推动线上线下共同发展；**三是开展对外宣传活动**。利用体育赛事联合地方、协会、企业在海参、海带、牡蛎收获季节，共同举办专题活动，使品牌宣传、产品销售、文化传播融为一体。（责任单位：市海洋与渔业局、各区、市海洋与渔业（主管）局、威海市海参产业协会）

#### 四、保障措施

(一)发挥主管部门作用。成立由市海洋与渔业(主管)局主要负责人为成员的市三大品牌宣传领导小组,负责统筹推进三大品牌宣传工作。“威海刺参”属于全市所有,由市、县两级渔业主管部门合力宣传推介。“荣成海带”、“乳山牡蛎”品牌属于地方所有,其宣传推介分别以荣成市海洋与渔业局、乳山市海洋与渔业局为主。(责任单位:市海洋与渔业局、各区、市海洋与渔业(主管)局)

(二)发挥行业协会作用。充分发挥威海市海参产业协会、荣成市渔业协会、乳山市牡蛎协会等行业协会组织在品牌宣传、行业自律、标准制定、产品促销和打假维权等方面的作用。加快完善行业规范标准,强化打假维权,增强行业诚信自律;加强与中国水产流通与加工协会、食品协会等合作,扩大在流通、餐饮环节的宣传推广。(责任单位:各区、市海洋与渔业(主管)局、威海市海参产业协会)

(三)发挥企业主体作用。充分调动企业创建品牌的积极性,提升其对品牌建设重要性的认识,加强品牌建设、宣传、营销、推广。积极引导企业加大品牌宣传投入,通过媒体宣传、户外广告、参加展会、赞助赛事、聘请代言人、设立专卖店、电子商务等方式,在宣传企业产品品牌的同时,推广三大品牌。(责任单位:各区、市海洋与渔业(主管)局)

(四)发挥专业平台作用。深化与威海齐东城市品牌运营有

限公司等专业公司、威海广播电视台、威海报业集团等媒体合作，充分利用其人才优势、资源优势、信息优势和品牌宣传推介经验，合作开展三大品牌宣传推介，挖掘三大品牌文化内涵、讲述三大品牌故事，提升品牌文化内涵。（责任单位：市海洋与渔业局）