

# “静宁苹果”品牌建设方案

为加强“静宁苹果”品牌建设，主动应对新形势下品牌发展机遇与挑战，破解品牌保护、形象统一、价值提升等难题，全面提升品牌核心竞争力，打造百亿级苹果产业集群，特制定本方案。

## 一、发展现状

静宁地处北纬 35° 苹果黄金种植区，被评为“黄土高原优生苹果最佳栽植区域”。经过 40 多年的发展，历经零星栽植、探索起步、政府引导、示范推广、规模扩张、转型升级、品牌引领、集群发展，已在产业基础与品牌影响力上构筑起坚实优势，成为推动地方经济发展的支柱产业。全县果园面积稳定在 100 万亩以上，产量 125 万吨，全链产值 133 亿元，认证绿色食品基地、出口创汇基地、GAP 基地 69.4 万亩，产地收购价连续 20 年领跑全国，果品收入占农民人均收入 75% 以上。品牌价值 181 亿元，先后荣获“中国驰名商标”等 9 张国家级名片和 21 项国家级大奖，被列入《中欧地理标志协定》保护清单，通过“马德里”国际商标注册。静宁苹果品质卓越、口碑卓著，占据国内高端果品市场，出口欧盟、中亚等 23 个国家和地区，累计出口 36 万吨、创汇 25.5 亿元。

虽然我县在苹果产业发展和品牌建设中取得了显著成效，但仍然存在着一些不容忽视的问题。一是品牌保护体系需持续完善，

**规范发展任重道远。**目前市场中仍存在异地仿冒、商标使用不规范及部分主体品牌意识有待加强的情况，需进一步强化全链条监管，更好维护品牌信誉与消费者信心。**二是品牌标准化应用有待深化，品质协同还需加强。**品牌标识使用的统一性程度仍有提升空间，部分生产经营主体在技术规程执行上需进一步规范，以推动果品品质更趋稳定均匀，持续增强品牌美誉度。**三是包装形象整合还需加快推进，价值传递效能有待提升。**当前包装设计风格较为多元，部分包装在材质选择与设计呈现上需进一步优化，以更精准体现产品高端品质与地域文化特色，强化品牌价值传递。**四是部门协同机制还需进一步健全，联动效能有待释放。**市场监管、林草、公安等职能部门在品牌保护与品质监管中的协作联动有待加强，需持续打通工作衔接环节，推动形成更强工作合力。

## 二、工作目标

构建“政府引导、部门联动、协会主导、企业主体、市场运作”的“静宁苹果”品牌建设与保护工作格局。以提升品牌价值为核心，以强化全链条保护和统一品牌视觉形象为两翼，推动“静宁苹果”品牌建设迈向标准化、法治化、国际化。到2030年末，力争使“静宁苹果”品牌实现质的飞跃。

**（一）统一包装形象，塑造规范标识。**构建全县统一、规范且具备防伪功能的“静宁苹果”包装体系，让每一份包装都成为品牌形象的鲜活载体，通过统一视觉语言传递品牌价值，提升消费者对

品牌的辨识度与认同感。

**（二）提升品牌价值，擦亮金字招牌。**推动消费者信任度与市场美誉度大幅提升，实现品牌价值稳步增长并突破 200 亿元；完成“静宁苹果”统一品牌视觉识别系统（VIS）与包装设计体系的打造与全面推广，让品牌影响力辐射更广范围。

**（三）增强产业效益，赋能果农增收。**助力“静宁苹果”产业实现可持续发展，新增入选“甘味”农产品目录企业商标 10 个以上，确保授权企业规范使用商标比例达到 100%，以产业发展带动果农收入稳步提升，实现经济效益与社会效益双赢。

**（四）筑强保护屏障，遏制侵权乱象。**建立跨部门联合打假维权长效机制，实现商标侵权、假冒伪劣等违法行为根本性遏制，让“静宁苹果”品牌在规范有序的市场环境中健康发展，切实维护品牌声誉与消费者权益。

### **三、重点任务**

#### **（一）品牌保护与标准体系建设**

一是完善法规制度体系。制定《“静宁苹果”地理标志保护产品专用标志使用管理办法》，通过“五个统一”模式（统一产品标识、统一宣传口号、统一包装标准、统一溯源系统、统一品牌授权）全面规范地理标志使用管理。同时，修订《关于进一步加强静宁苹果品牌保护工作的实施意见》，明确违规使用品牌的法律责任和处罚措施，设立品牌保护专项基金，为品牌保护工作提供充足资金保

障。

**二是健全标准体系。**构建覆盖全产业链的标准体系，加快《地理标志保护产品静宁苹果》地方标准的修订进度，完善从果园标准化管理、苹果品种、立地条件、理化指标到采收贮藏、包装运输的全流程质量标准。重点强化果园标准化管理，制定并推广涵盖建园规划、土壤管理、肥水调控、树形修剪、花果管理、病虫害绿色防控及防灾减灾等各环节的标准化技术规程，建立全县统一的果园标准化管理档案系统。在生产环节，全面推广《绿色食品苹果生产技术操作规程》，大力推行“树形改良、测土配方、均衡施肥、综合防治、单果管理、防灾减灾”等提质增效技术标准，使果园盛果期单产达 3500 千克，果品商品率和优果率分别达到 95%和 80%。

**三是强化监管维权。**建立市场监管、林草、公安等部门联动执法机制，定期开展苹果营销市场专项整治行动，重点打击假冒伪劣、商标侵权、虚假宣传等违法行为。设立投诉举报平台（电话：0933—2530315），鼓励社会监督侵权行为。指导包装企业建立商标印制备案登记制度，规范企业商标包装装潢使用行为，引导静宁苹果授权使用企业申请使用地理标志保护专用标志。同时，创新开展“保险+服务”模式，为静宁苹果品牌保护提供金融保障。

**四是强化电商渠道品牌保护。**针对电商平台存在的假冒伪劣、虚假宣传、包装滥用、品质不符等问题，建立“线上巡查+线下查处”联动机制。明确电商平台主体责任，督促平台加强对“静宁苹

果”品牌授权商户的资质审核与商品信息管理。推动“静宁苹果”官方旗舰店建设，规范授权电商企业使用统一包装、统一标识、统一溯源二维码。开展电商专项治理行动，重点查处未经授权使用“静宁苹果”商标、包装及地理标志标识的行为，严厉打击以次充好、虚假发货、刷单炒信等扰乱市场秩序的行为。

## **（二）包装设计规范化**

包装是品牌形象的重要载体，也是品牌保护的第一道防线。当前静宁苹果包装存在规格不一、设计混乱、品质参差等问题，亟需统一规范设计，提升品牌整体形象。

**一是统一包装设计体系。**基于《静宁苹果包装用瓦楞纸箱》（DB62/T 2144-2011）地方标准，结合现代消费趋势和品牌升级需求，对静宁苹果包装进行系统规划与设计。

**二是设计原则与理念。**包装设计应体现“静宁苹果”的地域特色和品质优势，遵循“美观、实用、环保、防伪”四大原则。在设计风格上，突出静宁黄土高原的地域文化元素，融入现代设计语言，打造高端农产品品牌形象；在功能上，强化包装的保护性能和便利性，适应长途运输和电商销售需求；在材料选择上，优先使用环保可降解材料，响应绿色发展理念；在防伪方面，集成二维码追溯系统，实现品牌保护与信息追溯的双重功能。

**三是包装规范要求。规格统一化。**针对不同销售渠道和市场需求，设计多个系列多种规格的标准包装，包括高档礼品装（2.5kg、

5kg)、常规零售装(10kg、15kg)和电商特供装(1kg、3kg)。所有包装严格按照《静宁苹果包装用瓦楞纸箱》标准执行,确保材质、强度和规格的统一性。**视觉系统化。**聘请专业机构,设计包含Logo、标准字、标准色、辅助图形在内的品牌视觉识别系统,通过建立完整的包装视觉识别系统,统一使用“静宁苹果”品牌Logo和地理标志标识,规范色彩体系(以红色、绿色、白色为主色调),固定字体和版式设计。包装正面醒目位置突出“静宁苹果”品牌名称和地理标志产品标识,背面清晰标注产品特点、品质等级、产地信息等内容。**信息标准化。**严格执行《静宁苹果“三品一标”发展规划》要求,在包装上统一标注产品名称、品质等级、果径规格、产地来源、生产企业、地理标志使用许可编号等信息。推行“一果一码”溯源系统,每个包装附设专属二维码,消费者可通过扫码验证真伪、了解产品从种植到销售的全过程信息。**源头治理化。**制定《“静宁苹果”包装使用管理办法》,强制要求所有授权企业使用经审核备案的统一包装,对包装的印制、申领、使用和回收进行全流程管理,从源头杜绝包装物流入非授权渠道。**防伪技术集成。**采用多重防伪技术,包括专用防伪纸张、隐形标识、二维码追溯等,提高包装仿冒难度。与专业防伪技术公司合作,开发“静宁苹果”专属防伪系统,实现生产可记录、源头可追溯、身份可查询、责任可认定的品牌保护目标。

**四是实施步骤。设计升级阶段(2025年10月—12月):**聘请

专业设计公司，基于现有标准开展新一轮包装设计，组织专家评审，确定最终方案。**推广过渡阶段（2026年1月—3月）**：组织召开新包装发布会，向授权企业宣传推广新包装；设立3个月的过渡期，逐步淘汰旧包装。**全面实施阶段（2026年4月起）**：全面启用新包装系统，市场监管部门加强巡查，对违规使用包装行为进行查处。

### **（三）质量管理与追溯体系**

质量是品牌的生命线，标准化生产和全程可追溯是保障静宁苹果品质的关键举措。通过构建从田间到餐桌的全程质量控制体系，确保每一颗静宁苹果都符合品牌标准。

**一是提升产品品质。**依托《平凉市“静宁苹果”产品布局中长期规划（2025—2035年）》指引，优化品种结构，实现“鲜食为主、加工为辅，早中晚品种均衡、红黄绿色系搭配、名特优新占主导”的产品发展方向。具体措施包括：区域差异化布局。重点发展晚熟红富士，打造全国最大红富士产业带。到2030年建成西部静宁精品红富士样板区。品种与栽培优化。调优早中晚熟比例至3:7，新优品种占比超20%，按地类推广大矮化密植、乔化短枝等栽培模式。大力推广“宽行窄株、矮化密植”栽培模式，配合行间绿肥、立架栽培、机械耕作等创新技术，实现从种植到采收的全程数字化管理。智慧果园建设。在城川镇、威戎镇智慧果园等示范基地，集成智能灌溉系统、大数据平台，实现精准测土配方、水肥一体化管理、病虫害防治等，全方位多维度提升苹果品质。

**二是构建全程可追溯体系。**建立“从田间到餐桌”覆盖市、县、乡三级的全程质量监管体系。创新推行“合格证+追溯码双标识制度”，实现农产品“来源可查、去向可追”。生产档案电子化。建立完善“一企一档”动态管理数据库，加强追溯码关键信息采集力度，全程采集记录种植、施肥、用药、采收、贮存、流通等关键环节信息。检测数据实时化。集成快速检测设备与追溯平台，实现产品检测数据实时上传与共享，确保只有合格产品才能使用“静宁苹果”品牌。合格证管理数字化。所有生产主体必须通过追溯平台开具电子合格证，消费者扫码即可获取产品全生命周期信息。

**三是建设果品质量监测检验专业机构。**配齐配全技术人员、设施设备，建设全县果品质量检测检验中心，健全完善全县果品质量监测检验体系。

#### **（四）品牌推广与市场拓展**

有效的品牌推广和市场拓展是提升“静宁苹果”品牌价值和市场竞争力的关键所在。充分把握《平凉市“静宁苹果”产业布局中长期规划(2025-2035年)》《平凉市“静宁苹果”产品布局中长期规划(2025--2035年)》《平凉市“静宁苹果”市场布局中长期规划(2025-2035年)》三个《规划》提供的战略指引，构建全方位的品牌传播和市场营销体系。

**一是品牌宣传策略。**围绕打造具有全国影响力和市场话语权的“静宁苹果”品牌核心目标，到2030年实现高端市场销售份额提

升至 30%，品牌价值突破 200 亿元。**深挖文化内涵。**组织专家学者深入采风，创作高质量文稿，讲好静宁苹果故事，创新运用“小切口”展现“大产业”的叙事方式。如何将一颗小苹果打造成致富一方的支柱产业，如何通过科技创新提升传统农业价值，这些都是静宁苹果品牌的动人故事。**多元媒体矩阵。**统一开设大会专题专栏，强化市县融媒体联动；积极运用“两微一端”及短视频平台，策划网络话题，联动网络达人，实现精准传播和广泛引流。同时，在交通枢纽、会场及主要街道规范设置广告牌、宣传标语和网红打卡点，增强视觉冲击力。**节会展览推广。**每年精心举办“中国苹果产销峰会暨静宁苹果招商推介大会”等重大活动，集中发布和展示静宁苹果品牌形象。积极组织苹果产销协会、企业参加中国绿色食品博览会、品牌会、兰洽会、中国苹果产业协会年会等展销活动，集中推介“静宁苹果”地域品牌。

**二是市场开拓路径。**依据《平凉市“静宁苹果”市场布局中长期规划（2025—2035 年）》，实施多层次市场战略，到 2035 年占据成渝、粤港澳等国内核心市场主导地位，建成全球销售网络。**国内市场巩固行动。**在国内一线城市的重要农贸市场开设静宁苹果档口，增设静宁苹果销售窗口，增加静宁苹果曝光度。深耕成渝、粤港澳核心市场，拓展长三角、京津冀高端市场，构建协同高效销售网络。与大型连锁超市、高端水果专营店建立战略合作，设立静宁苹果专柜、专区，提升市场可见度和占有率。**国际市场拓展行动。**

东南亚市场利用 RCEP 政策推进“电商+文化”营销；欧美市场申请有机与碳足迹认证；中东市场主推耐储型礼品果。目前，静宁苹果已获得世界地理标志产业绿色发展示范品牌，被列入首批受欧盟保护的中国地标产品，通过马德里商标国际注册，果品远销欧盟、中亚等 23 个国家和地区。**电商渠道创新。**整合现有电商资源，构建“静宁苹果官方旗舰店+授权经销商网店”的电商销售体系。与主流电商平台合作，开展“静宁苹果主题营销活动”，利用直播带货、社交电商等新模式，拓展线上销售渠道。

**三是产业融合发展。**推动苹果产业与旅游、文化、教育等产业深度融合，构建集种植、加工、销售、旅游于一体的完整产业链条。鼓励发展苹果观光采摘、苹果文化体验等新业态，建设苹果主题公园、苹果博物馆等设施，延长产业链，提升附加值。

#### 四、职责分工

**（一）强化法治保障，构建品牌保护新格局。建强协同机制，夯实联动基础。**严格落实《关于加强“静宁苹果”国家地理标志证明商标司法综合保护的意見》，完善案件线索移送、信息共享、联合执法闭环机制，明确跨部门协作流程，避免“各自为战”，为后续监管打基础。**强化源头监管，阻断风险隐患。**加强苹果苗木、农资（化肥、农药）市场准入监管，定期开展农资质量抽检，严防不合格投入品流入生产环节，从种植源头阻断品质风险，为品牌保护筑牢“第一道防线”。**严抓执法打击，规范市场秩序。**定期开展苹

果营销市场专项执法行动，重点打击线上电商平台、线下批发市场的假冒伪劣、商标侵权、虚假宣传行为；推行“红黑榜”制度，公示违法与诚信企业名单，通过“打击+引导”双轨制规范市场秩序。

**凝聚协同合力，构建全链保护。**统筹协调品牌保护全流程工作，负责商标维权与市场秩序规范；聚焦涉品牌刑事犯罪案件侦办，检察院、法院各司其职，分别做好审查起诉、法律监督、公益诉讼和案件审理工作；加强品牌保护普法宣传与舆论引导，营造良好社会氛围；监测处置涉“静宁苹果”品牌网络侵权有害信息，净化网络市场环境，形成“行政+司法+普法”全链条保护合力。

**牵头单位：**市场监管局、公安局

**参与单位：**宣传部、检察院、法院、网信中心、司法局、农业农村局、林草局

**（二）实施品质提升，夯实品牌发展根基。定准全链标准，筑牢生产依据。**修订完善从果园标准化管理（包括建园、土肥水管理、整形修剪、花果管理、病虫害防治等）、种植、采收、分级到贮藏、包装的全链条团体标准或地方标准，编制《静宁苹果标准化生产手册》及《静宁苹果果园标准化管理指南》，推广标准化生产管理档案，明确各环节技术规范，确保生产“有标可依”。**抓实生产优化，提升果品品质。**以果园标准化管理为核心，开展产地环境监测与种植技术指导，引进推广免套袋新优品种，优化早、中、晚熟品种比例；推广矮化密植等高效栽培模式，从品种、技术两方面提升果品

基础品质。重点推动果园管理精细化、标准化，提升整体生产水平。**建强追溯体系，守护消费信任。**大力推广“一箱一码”“一果一码”追溯系统，要求生产主体在采收后完成溯源信息录入，实现“从田间到餐桌”全程可查；鼓励企业申请绿色、有机、GAP认证，为品质提供权威背书，让消费者“买得放心”。**严格监督落地，确保标准见效。**监督全链条标准执行情况，对未达品质标准的产品禁止使用“静宁苹果”品牌标识；落实属地责任，组织种植户开展标准培训，建立“乡一村一户”三级落实机制，并配合做好标准化生产、品质管控成效的宣传报道，树立优质可靠品牌形象，确保标准“落地见效”。

**牵头单位：**农业农村局、林草局

**参与单位：**宣传部、网信中心、市场监管局、各乡（镇）人民政府

**（三）统一品牌形象，打造静宁苹果高颜值。定精视觉标准，锚定品牌基调。**聘请专业机构设计“静宁苹果”品牌视觉识别系统（VIS），包含Logo、标准字、标准色（红色、绿色、白色）、辅助图形（黄土高原、苹果元素），确保视觉风格高端统一、彰显地域特色，为品牌形象定“基调”。**规实包装规范，打造形象载体。**依托“中国纸制品包装产业基地”，依据《农产品物流包装容器通用技术要求》，设计推广分级分类包装体系（礼品装、电商装、大宗批发装），明确包装材质、工艺、印刷规范；结合生产贮藏需求

优化包装功能，对接电商平台确保符合物流标准，让包装成为“形象载体”。**建严管理机制，立牢统一规矩。**制定《“静宁苹果”包装使用管理办法》，筛选定点包装生产企业，实行“统一印制、按需申领、全程溯源”管理；强制授权企业使用备案包装，杜绝非授权包装流入市场，为形象统一建“规矩”。**促深协同落地，保障形象不走样。**组织企业参与包装设计评审与推广培训，引导龙头企业带头使用统一包装并反馈市场情况；审核包装生产企业资质、监管生产质量，负责统一品牌形象与包装规范的宣传解读与推广，提升公众认知度；加强线上平台品牌形象应用的规范引导与监测。形成“设计—生产—使用—反馈”的协同推进机制，确保形象“落地不走样”。

**牵头单位：**市场监管局

**参与单位：**宣传部、网信中心、农业农村局、林草局、商务局、工信局、苹果产销协会、涉果企业

**（四）创新整合营销，讲好静宁品牌故事。挖深文化内涵，筑牢品牌灵魂。**深挖“静宁苹果”产业文化与地域特色（如成纪文化、黄土高原种植史），运营苹果文化馆、科创馆；开发“苹果采摘+文化体验”旅游线路，推动“产业+文化”融合，为品牌营销找“灵魂”。**定严宣传规范，统一品牌声量。**提炼品牌核心价值与广告语，统一对外宣传口径；审核宣传内容合法性，规范品牌标识使用，确保线上线下（广告、展会、电商页面）信息传递一致，增强消费者

记忆点。**拓广市场渠道，推动品牌入市。**统筹市场拓展与电商培育，巩固商超专柜、品牌形象店等传统渠道；发展直播带货、社交电商等新型模式；针对东南亚、欧美、中东市场制定差异化策略（如 RCEP 政策利用、有机认证），提升国内外市场覆盖率，让品牌“走进市场”。**聚强协同合力，提升营销实效。**提供产品品质背书，协助筛选参展优质产品；组织企业参与绿色食品博览会、兰洽会等展销活动；统筹品牌宣传推广，策划主题宣传活动，组织媒体进行深度报道；拓展网络宣传渠道，运用新媒体精准推送品牌信息，提升线上营销效果。发挥桥梁作用协调企业资源共享，形成“文化赋能+规范传播+多渠道销售”的协同推广格局，提升营销效果。

**牵头单位：**宣传部、商务局、文旅局

**参与单位：**市场监管局、农业农村局、苹果产销协会

**（五）强化电商品牌保护，净化线上市场环境。聚焦线上侵权，构建监管闭环。**建立电商平台动态监测机制，利用技术手段对主流电商平台、社交电商、直播带货等线上销售渠道进行常态化巡查，及时发现并处置侵权链接、虚假宣传、非授权使用包装等行为。**明确平台责任，规范经营行为。**推动电商平台建立“静宁苹果”品牌专区，实行“白名单”管理制度，对入驻商户进行资质核验与品牌授权核查。**强化执法协作，打击线上乱象。**开展电商专项执法行动，重点查处跨区域假冒、包装滥用、品质不符等行为，对查实的违法违规主体依法依规予以曝光、下架、封店等处理，形成震慑效应。

**畅通投诉渠道，提升维权效率。**在现有投诉举报平台基础上，增设电商侵权专项举报通道，鼓励消费者、企业和社会公众参与监督，构建“线上发现、线下查处、社会共治”的电商品牌保护体系。

**牵头单位：**商务局、市场监管局

**参与单位：**网信中心、公安局、农业农村局、林草局、苹果产销协会

## 五、保障措施

**（一）健全组织领导机制，凝聚工作合力。**成立由县政府主要领导任召集人，分管领导任副召集人，市场监管局、农业农村局、林草局、公安局、商务局、文旅局等相关部门及各乡镇（镇）人民政府主要负责人为成员的“静宁苹果”品牌建设工作专班，办公室设在县市场监督管理局，负责日常统筹协调工作。专班每月召开工作例会，每季度召开专题推进会，及时研究解决品牌建设中遇到的政策衔接、资源调配、跨部门协作等重大问题；建立“任务清单+责任清单+时间清单”工作台账，明确每项任务的责任主体、推进步骤与完成时限，确保各项工作有序推进。

**（二）完善考核督導體系，压实工作责任。**将“静宁苹果”品牌建设工作纳入相关部门和乡（镇）的年度绩效考核，设置品牌保护成效、包装规范推广、品质提升成果、市场拓展业绩等核心考核指标，权重不低于年度考核总分的15%。引入第三方评估机构，每年对品牌建设工作成效进行客观评估，将评估结果作为考核奖惩的

重要依据。建立“月督查、季通报、年考核”机制，由县政府督查室联合领导小组办公室，对任务落实情况开展常态化督查，对工作推进迟缓、落实不力的单位和个人进行通报批评，对成效显著的予以表彰奖励，切实压实各级各部门工作责任。

**（三）拓宽经费投入渠道，保障工作开展。**县财政每年从农业产业发展专项资金中划拨专项资金作为“静宁苹果”品牌建设专项经费，重点用于品牌保护执法、包装设计推广、标准体系建设、品牌宣传推广等工作；设立品牌建设发展基金，通过政府引导、企业参与、社会资本注入的方式，吸引龙头企业、合作社等市场主体出资，基金规模逐年递增，为品牌升级、技术创新、市场拓展提供长期资金支持。同时，积极争取国家、省级农产品品牌建设、地理标志保护等相关项目资金，对获得绿色、有机认证、国际市场准入认证的企业给予资金补贴，对在品牌保护、市场开拓中作出突出贡献的单位和个人给予专项奖励。

**（四）营造社会共治氛围，激发参与热情。**开展“静宁苹果品牌保护宣传月”活动，通过市县融媒体中心、微信公众号、短视频平台、户外广告等渠道，宣传品牌保护法律法规、品质标准、防伪知识，提升消费者辨别能力与品牌保护意识；在中小学校开展“苹果文化进校园”活动，通过课堂教学、实践体验等形式，培养青少年对本土品牌的认同感与自豪感。建立“静宁苹果品牌监督员”制度，面向社会招募果农代表、行业专家、消费者等担任监督员，对

品牌使用、品质把控、市场秩序等情况进行监督，形成“政府监管、企业自律、社会监督、公众参与”的社会共治格局，让爱护“静宁苹果”品牌成为全社会的自觉行动。开展“静宁苹果品牌保护宣传月”活动，重点加强对电商渠道的品牌保护宣传，通过市县融媒体中心、微信公众号、短视频平台等渠道，宣传电商平台品牌使用规范、真伪辨别方法、投诉举报途径，提升消费者对线上假冒伪劣行为的识别能力和维权意识。

**（五）强化人才队伍建设，夯实智力支撑。**建立“静宁苹果”品牌建设专家智库，邀请农业种植、品牌策划、市场营销、法律维权等领域的专家学者，为品牌建设提供技术指导、战略咨询和法律支持；与国内知名农林科技大学等高校合作，开设“静宁苹果产业定向班”，培养懂技术、会管理、善营销的复合型人才，每年为产业输送专业人才不少于30名。定期组织相关部门工作人员、企业负责人、种植大户开展培训，内容涵盖品牌保护法律法规、标准化生产技术、电商运营技巧等，每年开展培训不少于10场次，培训人数不低于1000人次，为“静宁苹果”品牌建设提供坚实的人才保障。

# “静宁苹果”品牌宣传保护工作方案

为全面提升“静宁苹果”的品牌知名度和市场竞争力，进一步加大品牌宣传与保护力度，及时、有效、妥善处置“静宁苹果”品牌面临的各类舆情风险，切实保护静宁苹果品牌声誉，推动静宁苹果高质量发展，助力乡村振兴与农民增收，特制定本方案。

## 一、总体目标

以提升“静宁苹果”品牌知名度、美誉度和市场竞争力为核心，以构建“静宁苹果”品牌大宣传、大保护为目标，立足静宁苹果果实硬度高、糖分足、货架期长等品质优势，通过全方位、多维度、深层次的宣传推广，深植“吃遍天下苹果，还想静宁苹果”的品牌印记，进一步巩固“静宁苹果”在国内中高端苹果市场的领先地位，持续提升品牌溢价能力。同时，建立健全“静宁苹果”舆情信息应急处置工作机制，快速、有效应对各类负面舆情，最大限度降低舆情对“静宁苹果”品牌形象、市场销售及产业发展造成的不良影响。积极推动苹果产业与文旅等产业深度融合，实现品牌价值与产业效益同步提升，助力乡村振兴与县域经济高质量发展，让“静宁苹果”成为全国苹果产业的标杆品牌和静宁县对外展示的核心名片。

## 二、重点任务

### （一）品牌形象系统塑造

依托“静宁苹果”品牌 logo、宣传标语等，突出静宁地域特色、文化内涵和产品品质优势，形成统一、规范且具有辨识度的品牌形象，明确适用宣传场景、产品包装、品牌定位、核心价值和宣传规范等内容，为各乡镇、部门、企业开展宣传工作提供指导。加强静宁苹果标准化生产、绿色有机认证、质量安全追溯体系建设的宣传，通过权威机构认证、专家解读、消费者真实测评等方式，强化品牌品质背书；收集整理优质客户案例、种植户致富故事、产业助力乡村振兴典型事迹，通过多渠道传播，塑造“有温度、高品质”的品牌口碑。

## （二）多元化宣传渠道拓展

**传统媒体宣传：**在中央、省级主流电视媒体、报纸等平台投放公益广告、专题报道，重点展示静宁苹果的种植环境、生产过程、品质特点及产业发展成就，提升品牌权威性和公信力。

**新媒体矩阵运营：**运用微信公众号、视频号、抖音、快手、小红书等新媒体账号，定期发布产品动态、种植技术、产业故事等优质内容，通过直播带货、短视频挑战赛、话题互动等形式，增强品牌与消费者的粘性，扩大年轻消费群体覆盖面。

**线下场景宣传：**在全国重点城市的大型商超、农产品批发市场、高铁站、机场等场所设置“静宁苹果”品牌广告牌，举办产品推介会、品鉴会；结合丰收节、苹果节等节庆活动，打造沉浸式品牌体验场景，吸引消费者关注。

### **（三）产业融合宣传推广**

推动苹果产业与文化、旅游、电商等产业融合宣传，打造“苹果+乡村旅游”精品线路，开发苹果文创产品；与知名电商平台、物流公司合作，开展“静宁苹果”线上专项促销活动，宣传推广电商销售新模式，拓宽销售渠道，同时提升品牌线上影响力。

### **（四）市场拓展与品牌合作**

针对国内一线城市、长三角、珠三角等重点市场，以及东南亚、中东等潜力国际市场，制定针对性宣传推广策略，组织企业参加大型农产品博览会、展销会；积极寻求与知名品牌、大型连锁企业开展跨界合作，通过联合宣传、联名产品等方式，借助合作方资源提升“静宁苹果”品牌知名度和市场覆盖面。

### **（五）保护措施**

#### **1. 信息监测与预警。**

**（1）日常监测：**各相关单位按照职责分工，通过社交媒体、新闻网站、短视频平台、消费者投诉平台等多种渠道，对涉及“静宁苹果”的各类信息进行监测，重点关注产品质量、虚假宣传、消费者投诉等方面的内容。

**（2）信息收集与分析：**指定专人负责汇总各渠道监测到的舆情信息，对舆情的传播范围、传播速度、关注度、影响程度、发展趋势等进行全面分析，形成舆情分析报告。

**（3）预警发布：**根据舆情分析结果，及时向品牌宣传保护工

作专班汇报，向相关单位发布信息，明确舆情情况和处置要求。

## 2. 调查核实与处置。

**(1) 成立调查组：**根据舆情涉及的领域和内容，由品牌宣传保护工作专班指定单位组成调查组，迅速开展调查核实工作。调查组要坚持实事求是、客观公正的原则，全面收集相关证据和资料，确保调查结果真实可靠。

**(2) 制定处置措施：**根据调查核实情况，结合舆情影响，品牌宣传保护工作专班研究制定针对性的处置措施，包括问题整改、消费者权益保护、舆论引导等，处置措施要明确具体、切实可行。

**(3) 落实处置工作：**各相关单位按照处置方案和职责分工，迅速落实。对存在的问题要立即进行整改，对相关责任人要依法依规进行追究，对受到影响的消费者要及时进行安抚和补偿。

## 3. 信息发布与舆论引导。

**(1) 信息发布原则：**坚持及时、准确、透明、权威的原则，统一信息发布口径，由宣传部统筹协调，通过官方网站、微信公众号等正规渠道发布信息，避免信息混乱和谣言传播。

**(2) 信息发布内容：**包括舆情基本情况、调查核实过程、处置措施、整改结果、责任追究情况以及相关专业知识解读、消费提示等内容。根据舆情发展分批次发布，及时回应社会关切。

**(3) 舆论引导方式：**组织主流媒体进行深度报道和正面宣传，解读相关政策，展示“静宁苹果”品牌优势；邀请专家学者、行业

代表、消费者代表等发表权威观点，增强舆论引导的说服力；及时回应网民关切和疑问，对不实信息进行澄清和驳斥，引导公众正确认识舆情事件。

#### 4. 后期评估与总结。

当舆情得到有效控制，相关问题得以妥善解决，社会舆论趋于正面，组织各相关单位对舆情处置工作进行全面评估和总结，分析舆情发生的原因、处置过程中的经验教训以及存在的问题和不足，形成舆情处置总结报告。针对暴露的问题，完善相关制度和措施，建立健全长效机制，防范类似舆情再次发生。

#### 5. 应对策略。

##### (1) 产品质量方面

**快速响应：**立即组织农业农村、市场监管、林草等部门开展抽样检测，在最短时间内获取权威检测结果。暂停涉事批次产品的销售，对库存产品进行全面排查。

**调查核实：**深入调查涉事产品的种植、加工、流通等各个环节，查明问题原因和责任主体。

**信息发布：**第一时间向社会公布检测结果，如检测合格，详细说明检测过程和依据，消除公众疑虑；如检测不合格，如实公布问题情况、涉及范围以及已采取的召回、销毁等处置措施，并向消费者致歉。

**舆论引导：**邀请农业专家解读苹果种植过程中质量安全监管措

施，展示“静宁苹果”质量安全追溯体系建设成果；组织媒体记者实地走访种植基地、加工企业，报道质量安全管理情况；及时回应消费者投诉，妥善处理消费者诉求。

## **(2) 虚假宣传方面**

**调查取证：**由市场监管局牵头，对涉事企业或商家的宣传内容进行调查取证，核实是否存在虚假宣传行为。

**依法处置：**对确认存在虚假宣传的主体，依法责令其停止违法行为，消除影响，并处以相应的行政处罚；要求其公开进行道歉，纠正不实宣传内容。

**行业整顿：**组织开展“静宁苹果”品牌宣传专项整顿行动，规范企业和商家的宣传行为，统一宣传口径和标准，加强对宣传内容的审核和监管。

**舆论引导：**通过官方渠道发布消费提示，提醒消费者理性看待产品宣传，增强自我保护意识；宣传“静宁苹果”的真实品质和优势，提升品牌公信力。

## **(3) 价格波动方面**

**原因调查：**由发改、商务、市场监管等部门联合调查价格波动的原因，区分是市场供求关系变化、生产成本上涨等正常因素，还是存在囤积居奇、价格欺诈等违法违规行为。

**稳定市场：**如属于正常市场波动，通过官方渠道发布市场分析报告，解读价格变化原因，引导市场理性预期，组织企业和商家保

障市场供应。如存在价格欺诈等违法行为，依法进行严厉查处，曝光典型案例。

沟通协调：加强与经销商、零售商和消费者的沟通协调，及时了解市场动态和各方诉求，做好解释说明工作，化解矛盾纠纷。

#### **（4）品牌仿冒方面**

调查取证：由市场监管、公安等部门联合开展调查，摸清假冒产品的源头、流通渠道和销售网络，收集相关证据。

严厉打击：对假冒伪劣产品进行查封、扣押，对涉事企业和个人依法进行严厉处罚，涉嫌犯罪的移交司法机关处理。加强与外地相关部门的协作，开展跨区域打假行动。

品牌保护：开展品牌保护宣传活动，提高消费者的品牌保护意识和辨别能力。

舆论引导：及时向社会公布打假成果，展示政府保护“静宁苹果”品牌的态度和决心。

#### **（5）果品包装方面**

调查取证：由市场监管局牵头，对涉事企业或商家的苹果包装纸箱或果筐进行调查取证，核实是否存在刻意加重行为。

依法处置：对确认刻意增加纸箱或果筐重量的主体，依法责令其停止违法行为，并处以相应的行政处罚。

行业整顿：组织开展“静宁苹果”包装用纸箱和果筐专项整治行动，加大对纸箱和果筐生产企业的执法检查力度。

舆论引导：通过官方渠道发布消费提示，提醒消费者在购买静宁苹果时，区分清楚“毛重”和“净重”区别，按“净重”计价交易，保护自身合法权益。

### 三、组织机构与部门职责

成立“静宁苹果”品牌宣传保护工作专班，由县政府分管领导任组长，宣传部、市场监管局、林草局、农业农村局、公安局、法院、商务局、文旅局、融媒体中心、网信中心及各乡镇（镇）人民政府主要（常务）负责人为成员，办公室设在市场监管局，负责日常品牌宣传保护工作。研究制定宣传保护方案和策略，指导各相关单位开展舆情处置，对接上级相关部门及各类媒体资源，开展宣传保护工作。

**1. 宣传部：**牵头统筹“静宁苹果”品牌宣传工作，协调各部门、各单位开展宣传活动，统筹主流媒体和新媒体宣传资源，组织开展重大主题宣传和节庆活动宣传，营造良好舆论氛围。

**2. 融媒体中心：**围绕静宁苹果种、产、销各环节，组织开展多角度、全方位的宣传报道，讲好“静宁苹果”品牌故事；加强“静宁苹果”品牌与重要媒体、重要平台和重点领域的深度合作，深度培育挖掘静宁苹果文化，培塑“静宁苹果”形象；加强网上宣传引导，监测、研判网络舆情及网络谣言。

**3. 市场监管局：**宣传静宁苹果质量安全监管措施、标准化生产规范、质量追溯体系建设成果及静宁苹果包装物产品质量；打击假

冒伪劣“静宁苹果”行为，维护品牌市场秩序；协助开展品牌认证、商标保护等宣传，提升品牌公信力。查处舆情涉及的市场流通环节的假冒伪劣、虚假宣传、价格欺诈等违法违规行为。

**4. 林草局：**宣传静宁苹果种植技术创新、品种改良、标准化种植基地建设、绿色有机生产等方面的成果；组织农业专家开展技术解读、科普宣传，提升种植户标准化生产水平。对涉及种植规范、病虫害防治使用等专业问题的舆情进行技术鉴定与事实澄清；组织行业内专家进行权威解读与科普。

**5. 农业农村局：**收集整理产业发展数据、典型案例，为品牌宣传提供素材支撑。组织开展农产品质量安全检测，及时公布检测结果。

**6. 公安局：**负责打击利用舆情实施的违法犯罪行为，如恶意造谣、诽谤、敲诈勒索等；对网络上的恶意攻击、煽动性言论进行溯源追查，依法处理相关责任人；维护舆情处置过程中的社会秩序和公共安全。

**7. 法院：**针对“静宁苹果”购销中的合同纠纷、质量争议等问题，建立涉农纠纷多元化解机制，充分发挥巡回法庭作用，将调解平台延伸到田间地头，快速解决果品购销中的合同纠纷。

**8. 商务局：**推动“静宁苹果”线上销售渠道建设，协调电商平台、物流公司开展联合宣传促销活动；宣传静宁苹果市场流通体系建设成果，提升品牌市场影响力。规范抖音、快手直播带货行为，

对接电商平台、大型商超等销售主体，及时处理消费者投诉和退换货问题。

**9. 文旅局：**负责推动苹果产业与文旅产业融合宣传，打造“苹果+文旅”特色产品和线路；将静宁苹果元素融入地方文旅活动宣传推广中，举办具有特色的苹果文化旅游活动，提升品牌文化内涵和旅游吸引力。

**10. 网信中心：**监测网络舆情动态，及时处置不实信息和恶意炒作行为；负责把握舆情引导方向，协调各级媒体及网络平台，发布权威信息，引导舆论走向。

**11. 各乡（镇）人民政府：**负责本乡镇苹果产业发展成果、种植户故事、特色种植基地的宣传推广；组织开展本乡镇苹果品鉴、采摘等基层宣传活动，加强对辖区内果农、果品经济人和企业的日常管理和指导，动员农户、企业积极参与品牌宣传；做好本辖区内“静宁苹果”相关舆情的初步排查和上报工作。

**12. 苹果产销协会：**发挥行业自律作用与诚信建设，推广《静宁苹果订购合同》规范使用，建立健全果品质量追溯体系，动员行业力量配合调查与正面宣传引导。

**13. 涉果企业：**负责自身产品的宣传推广，严格遵守品牌宣传规范；积极参与各类展销会、推介会。及时回应涉及本企业的舆情问题，配合相关部门开展调查核实工作，加强企业内部管理，规范生产经营行为，提升产品质量和服务水平。

## 四、工作要求

**（一）提高思想认识，加强组织领导。**各乡镇、各部门要充分认识“静宁苹果”品牌宣传保护对推动产业发展、助力乡村振兴的重要意义，要树立“一盘棋”思想，按照职责分工，密切协作、相互支持。宣传部要加强统筹协调，定期召开工作推进会，及时解决工作中存在的问题；各责任单位要主动对接，共享宣传保护资源，形成全方位、多层次的宣传保护格局。

**（二）注重宣传实效，突出品牌特色。**宣传保护工作要立足静宁苹果的品质优势和地域文化特色，避免形式主义，注重内容的真实性、针对性和吸引力。要聚焦消费者需求，创新宣传方式方法，不断提升宣传内容的传播力、引导力、影响力，确保宣传效果达到预期目标。

**（三）加强队伍建设，强化督导考核。**整合“执法+技术+宣传”三类核心人员，组建一支舆情复合型处置专家队伍，为品牌宣传保护和舆情处置提供专业支持和决策咨询。建立健全督导考核机制，将品牌宣传保护工作纳入各单位年度绩效考核内容，定期对工作进展情况进行督查评估，对工作成效显著的给予表彰，对工作不力的予以通报批评并督促整改。

**（四）加强品牌保护，维护良好形象。**各乡镇、各相关部门要加强对“静宁苹果”品牌的宣传保护，严厉打击侵犯“静宁苹果”品牌的违法行为，规范市场秩序。建立健全“静宁苹果”品牌建设

和管理相关制度，加强对种植、生产、加工、流通等各个环节的监管。引导企业强化品牌意识，诚信经营，共同维护“静宁苹果”的良好品牌声誉。

# 静宁苹果供应链企业培育方案（2025—2030年）

为全面落实“六县共治”产业强县战略部署，有效解决苹果产业供应链环节龙头企业带动能力较弱、外贸渠道相对狭窄、产业链协同性不强等问题，全力推动静宁苹果产业链优化升级，助推静宁苹果产业高质量发展，结合我县苹果产业发展实际，特制定本方案。

## 一、总体目标

到2030年，建成层次分明、功能互补的供应链体系，静宁苹果全产业链综合产值突破180亿元，果品年贮藏能力达到75万吨，果农人均果品纯收入达到11000元。其中国家级龙头企业增至3家，省市县级龙头企业分别达到10家、30家、55家；外贸型龙头企业出口额占总销售额比重提升至5%，新增出口国家和地区10个；内外贸一体型龙头企业高端市场销售份额达到30%；合作社型龙头企业带动农户覆盖率达到80%以上，标准化种植水平达到90%以上。

## 二、重点任务

分为国家省市县级龙头企业、外贸型龙头企业、内外贸一体型龙头企业、合作社型龙头企业培育4个层面，进一步明确发展目标、发展路径和推进措施。

### （一）国家及省、市、县级龙头企业培育

#### 1. 国家级龙头企业。

**(1) 发展目标：**2025 年至 2030 年发展形成 3 家国家型龙头企业，新建果库贮藏量 5 万吨，改造提升库容量达到 10 万吨以上。

**(2) 发展路径：**充分发挥“静宁苹果”品牌优势，制定国际化发展规划，逐步在欧美等高端市场建立稳定的销售渠道。依托现有的种苗繁育基地，培育优质矮化苗木，加大智能采摘、产后保鲜加工等领域的研发投入。加强与国际供应商和高校合作，开展国际商务、市场营销等专业的人才培养。加强与科研机构合作，在苹果深加工、新产品开发等领域创新突破。强化国际化品牌建设，拓展多元化的国际市场，优化国际供应链管理，重点完成东南亚市场防潮包装适配，进一步提升冷链物流的国际化水平。

**(3) 推进措施：**一是**种植端加强标准化基地建设（2025—2027 年）：**由国家级龙头企业实施矮砧密植示范基地扩建项目，新增高标准基地 3000 亩，配套建设智能灌溉、气象监测系统，联合静宁县果树果品研究所推广“成纪 1 号”“静宁 1 号”等新品种及矮化密植技术。引导国家级龙头企业聚焦中南片果品核心产区，整合周边万亩果园建设标准化基地，推广统一修剪、统一植保技术规范，2028 年完成新增绿色食品认证基地扩面 10000 亩。二是**营销端拓展市场空间（2025—2030 年）：**每年投入品牌推广资金不低于 500 万元，扎根西南市场，深耕长三角、珠三角、京津冀等地区，新增品牌形象店 20 家，升级电商运营中心，开通跨境电商旗舰店。引导供应链企业新建或对现有保鲜库进行智能化改造提质扩容，确保

静宁苹果供应链韧性。鼓励企业在全国各大城市新建静宁苹果销售档口 10 个，引导各经销商深化与各大型销售市场的深度合作，为静宁苹果市场开疆拓土。**三是奖补标准：**凡是参与静宁县供应链企业奖补的企业必须注册成为“甘味企业”。新建万吨以上的果库，由农业农村部门一次性奖励 100 万元；商务部门根据奖补标准最高不超过项目总额的 30%进行奖补，最高不超过 40 万元；由省级龙头企业晋升为国家级龙头企业一次性奖励 10 万元；由省级龙头企业晋升为国家高新技术企业一次性奖励 50 万以上；对新引进分拣线的企业给予一次性奖励 10 万元；对有自主知识产权的发明专利、实用新型专利以及外观设计按奖项排名进行适当奖励。

## 2. 省级龙头企业

**(1) 发展目标：**2025 年至 2030 年发展形成 10 家省级龙头企业，新建果库贮藏量 6 万吨，改造提升库容量达到 5 万吨以上。

**(2) 发展路径：**基于现有的发展基础上扩大经营规模，构建完整产业链，强化科技创新，推进静宁苹果品牌与标准化建设，拓宽市场与融资渠道。

**(3) 推进措施：****一是建设标准化基地：**2026 年完成静宁苹果基地扩建，建立基地土壤墒情实时监测系统，实现生产数据全程可追溯。**二是提升冷链设施：**在现有万吨气调冷库基础上，新建及改造提升库容 11 万吨；**三是强化数字赋能：**优化静宁苹果产业链平台功能，新增数字化服务农户 10000 户，平台年交易额突破 4.5 亿

元。**四是配套奖补标准：**凡是参与静宁县供应链企业奖补的企业必须注册成为“甘味企业”。由市级龙头企业晋升为省级级龙头企业一次性奖励标准5万元；新建万吨以上的果库，由农业农村部门一次性奖励100万元；商务部门根据奖补标准最高不超过项目总额的30%进行奖补，最高不超过40万元；由市级龙头企业晋升为省高新技术企业一次性奖励10万以上；对新引进分拣线的企业给予一次性奖励10万元；对有自主知识产权的发明专利、实用新型专利以及外观设计按奖项排名进行适当奖励。

### 3. 市、县级龙头企业

**(1) 发展目标：**2025年至2030年发展形成85家市县级龙头企业，新建果库贮藏量9万吨，改造提升库容量达到15万吨以上。凡是参与静宁县供应链企业奖补的企业必须注册成为“甘味企业”。由县级龙头企业晋升为市级龙头企业给予一次性奖励1万元。对新引进分拣线的企业给予一次性奖励10万元；对有自主知识产权的发明专利、实用新型专利以及外观设计按奖项排名进行适当奖励。

**(2) 发展路径及推进措施：**重点开展老果园改造与初加工设施建设每家企业至少完成老果园改造1000亩，建设简易保鲜库2000吨以上，与链主企业建立稳定的原料供应关系。

#### (3) 项目支撑

**①静宁县老果园改造提质项目：**总投资1.5亿元，由林草局牵头实施，相关片区乡镇具体负责实施，改造老果园5万亩，建设达

标示范园 50 个。

②**苹果精深加工产业园项目**：总投资 3000 万元，位于城川镇靳寺村，由陇原红牵头建设，建设 HPP 果汁扩能、多酚提取等生产线 2 条。

③**智慧冷链物流中心项目**：总投资 1.5 亿元，组织供应链企业，建设自动化仓储库 20 座、智能化分选车间 2 个，配套物流专线 4 条，2030 年底前投用，实现仓储能力 1 万吨、年周转量 4 万吨。

④**静宁苹果直营店奖补项目**：计划由财政局、农业农村局、林草局、商务局结合产业推广、品牌营销、产销对接等，根据直营店建设面积、产品销售，结合东西部协作及产业帮扶等专项资金对供应链企业新建的静宁苹果直营店进行奖补。单个直营店奖补在 20 万—80 万之间，计划投资 1600 万元，在长三角、珠三角、京津冀、西南大市场等一线大城市新建 20 个直营店，2030 年底前投用。

⑤**静宁苹果档口奖补项目**：计划由财政局、农业农村局、林草局、商务局结合产业推广、品牌营销、产销对接等，根据档口建设面积、产品销售，结合东西部协作及产业帮扶等专项资金对供应链企业新建的静宁苹果档口进行奖补。单个档口奖补在 40 万左右，计划投资 400 万元，在新发地、西南大市场等一线大城市新建 10 个档口，2030 年底前投用。

## **（二）外贸型龙头企业培育**

1. **发展目标**：外贸型龙头企业出口额占总销售额比重提升至

5%，新增出口国家和地区 10 个。

**2. 发展路径：**一是拓展高附加值出口品类，构建全球化布局网络，实现线上线下融合发展。二是从苹果初加工向多元增值升级，丰富产品矩阵。三是强化科技应用与合规管理双向支撑，筑牢发展根基。四是借力“静宁苹果”区域公用品牌 IP，提升国际市场竞争力。五是坚持巩固存量与开拓增量并重，科技、人才双向发力，推动苹果产业从单一鲜果向多元品类延伸。

**3. 推进措施：**一是**资质完善方面：**到 2028 年完成出口食品生产企业备案，取得美国、印尼等目标市场准入资质。二是**渠道建设方面：**与大湾区禹佳精选跨境电商平台达成合作，依托现有国内销售网络，拓展外贸代理渠道 3 家，实行单果套袋、分级采收，确保出口果品合格率 100%。委托加工果汁、苹果脆片等深加工产品，占出口总额的 2%；开发小包装便携果干，适配跨境电商渠道。三是**跨境布局方面：**入驻阿里巴巴国际站“RCEP 优选商家”栏目，线上跨境交易额突破 500 万元；在尼泊尔新增专柜 2 个，扩大南亚市场份额。四是**数据驱动方面：**建立海外市场需求数据库，每季度更新主要出口国消费偏好、关税政策等信息，动态调整产品策略。五是**新生力量储备方面：**到 2028 年新培育出口企业 8 家，每家企业完成至少 1 项国际认证，实现出口额不低于 500 万元；在现有县级外贸协会的基础上组建静宁县外贸企业出口联盟，由陇原红、顺民、盛源果业牵头，共享海外渠道、认证资源，降低单个企业出口成本 10%

以上。

#### 4. 项目支撑

**(1) 静宁苹果产业省级外贸提质增效项目：**总投资 1500 万元，实施期 3 年。依托国家外贸转型升级基地（苹果类）载体优势，主要用于新建或改造符合标准的冷藏库、保鲜库；开展技术改造、设备更新，配套完善基地防灾减灾设施，提升生产加工能力和产品质量；建立海外高端果品展示点，创新出口产品、拓展出口市场；通过政策赋能与项目带动，助力企业突破国际贸易壁垒、提升核心竞争力，力争 2030 年实现苹果相关产品出口额突破 5 亿元。

**(2) 支持企业加快海外仓建设项目：**总投资 600 万元，实施期 3 年。严格对标国家跨境电商、海外仓建设等外贸扶持政策导向，精准发力破解企业发展痛点。一方面助力企业降低融资门槛与成本压力，为跨境电商业务拓展提供资金保障；另一方面推动内外贸一体化与海外仓建设深度融合，通过配套新建（租赁）尼泊尔、越南等重点市场 6 个海外仓，搭建覆盖仓储、物流、配送等环节的海外服务节点。进一步完善全县外贸综合服务体系，助力跨境电商出口额占比稳步提升至 2%，持续增强静宁外贸在国际市场的渠道优势与综合竞争力，为县域外贸高质量发展注入强劲动力。

**(3) 企业提升国际化经营能力项目：**每年投资 40 万元，重点支持企业通过参加各类展会（国际性线下展会、国际市场考察、国际性线上展会）、建设各类平台，提升国际化经营能力。

### **（三）内外贸一体型龙头企业培育**

**1.发展目标：**到2030年，培育内外贸一体型龙头企业8家，实现“国内市场稳根基、国际市场扩增量”的格局，高端市场销售额占比达35%，内外贸业务协同效率提升40%。

**2.发展路径：**借助跨境电商与海外仓突破国际市场，打造“静宁1号”“成纪1号”等品种的全球知名单品，2030年实现销售收入20亿元以上，出口创汇超5亿元以上。以“供应链基础设施投资+产业整合+品牌运营”为定位，聚焦冷链物流、市场平台与品牌赋能，打造静宁苹果内外贸流通核心枢纽。以冷链物流园为载体，整合产销两端资源，通过品牌联名与跨境渠道建设，打通“国内主销区+海外重点市场”双循环，2030年建成西北苹果产业最大的内外贸综合服务平台。

**3.推进措施：**一是**巩固提升国内市场（2025—2027年）：**在三、四线城市发展经销商50家，进入社区团购平台，2030年国内销售额突破2亿元；聚焦京津冀、长三角高端市场，2030年在北京、上海开设2家品牌形象店；与盒马鲜生达成直供合作，进入10家门店销售。2030年在深圳、武汉新增2个区域配送中心，覆盖周边12个大中城市；线上在天猫开设旗舰店，年销售额1200万元以上。二是**协同推进供应链建设（2028—2030年）：**扩大10万级净化组培中心规模，到2030年将“双脱一抗”种苗年产量提升至400万株，辐射带动4万亩标准化果园建设，推广矮化密植与智能防冻技

术。新增果酒、苹果多酚提取生产线，依托仁大生物能颗粒厂，将果园废弃物年处理量提升至1万吨，形成“鲜果+加工品+环保能源”多元产品矩阵。联合首杨集团、亿泽达果蔬等企业建立供应链联盟，实现国内外仓储、物流资源共享，2030年供应链成本降低20%。

**三是持续拓展外贸市场：**优化出口产品结构，2030年高端鲜食果出口占比提升至10%；在曼谷海外仓配套分选、包装设施，实现“本地仓直发”订单占比达10%。复制南亚市场成功经验，2030年重点拓展RCEP成员国市场，新增新加坡、澳大利亚等5个出口国；深加工产品通过跨境电商进入欧美商超体系，出口占比提升至5%。依托“静宁苹果”区域公用品牌，联合海外经销商开展“黄金果品”推广活动，重点攻坚欧美高端市场。

**四是持续加强品牌建设及综合服务：**统一使用“静宁苹果”地理标志专用标志，2030年投入200万元用于国内高铁广告、海外社交媒体推广，推动企业自主品牌价值突破6亿元。2030年前实现村级综合服务社全覆盖，升级农特产品集采集配中心，新增5个乡镇冷链前置仓，构建“县—乡—村”48小时流通圈。扩大“三支队伍”（农资配送、农技培训、农机作业）规模，年服务农户超2万户，推行“测土配肥+无人机防治+订单收购”全周期服务。线上运营“供销优选”电商专区，线下参与“甘味入鲁”“央企消费帮扶”等活动。

**五是主动融入双循环战略：**2030年国内营收20亿元，外贸营收5亿元，内外贸占比达到4:1。

#### 4. 项目支撑

**(1) 静宁苹果双循环营销体系建设项目：**总投资 5000 万元，由商务局牵头，常津果品、红六福果业等企业实施，2025—2029 年在国内建设 20 家品牌形象店、5 个区域配送中心，在东南亚布局 6 个分销中心，线下年销售额突破 5 亿元。

**(2) 静宁苹果东西部协作消费帮扶项目：**计划每年投资 200 万元，由农业农村局牵头，商务局、财政局配合，凡是开展生产、加工、销售经营静宁农特产品的企业、合作社及个体户，根据线上、线下销售以及跨境电商销售静宁苹果及系列产品的销售额，参照静宁县年度东西部协作消费帮扶项目奖补办法相关标准，进行定额奖补。

**(3) 静宁苹果品牌推介及展示展销项目：**计划每年度投资资金 60 万元，由农业农村局牵头，商务局、财政局配合，重点支持静宁苹果供应链企业参与“双品牌塑造+形象升级”、多渠道宣传推介、举办或者参与大型展示展销活动、构建全域营销网络，强化品牌。通过静宁苹果品牌推介和展示展销，强化静宁苹果品牌塑造、科技赋能，提升静宁苹果品牌影响力和销量。

**(4) 全渠道供应链整合项目：**总投资 2000 万元，由陇原红果品公司负责，建设数字化供应链管理平台，整合国内外仓储、物流资源，在 2030 年实现订单响应时间从 48 小时缩短至 24 小时。

#### **(四) 合作社型龙头企业培育**

到 2030 年，培育国家级示范合作社 10 家、省级示范合作社 20

家，合作社型龙头企业实现标准化种植全覆盖，带动农户年增收超3000元，形成“合作社+基地+农户”的紧密型利益联结机制，培育县级以上示范合作社226家，合作社带动农户亩均增收突破2000元，实现“生产标准化、销售组织化、利益共享化”。

## 1. 国家级示范社

**(1) 发展目标：**标准化生产巩固核心优势，升级“静宁苹果”品牌价值，通过“高端内销+深耕外贸”双渠道拓展市场。到2030年，实现10户“种植标准化、供应链专业化、产销一体化”的国家级标杆合作社。

**(2) 发展路径及推进措施：**一是**标准化生产经营管理：**2027年前引进2—3个早中晚熟优质品种，优化品种结构；推广矮化密植、无人机植保、节水灌溉技术，2030年绿色认证苹果种植面积占比提升至80%。扩建8个千亩优质果品基地，新增30个标准化示范园；升级区块链溯源系统，实现“种植—采摘—检测”全环节信息可查，确保产品100%通过绿色认证。扩大技术培训规模。2030年前整合周边果园，建设标准化基地15万亩，其中“三品一标”认证面积达4.5万亩；推广统一品种、统一技术、统一管理模式，社员果园优质果率提升至80%以上。2030年前年培训农户超4万人次；组建专业农技团队，为社员提供“测土配肥+病虫害绿色防控”全周期服务。二是**设施改造及新建：**2026年前建成万吨级智能分拣中心，新增清洗、分级、精品包装生产线，精品果率从当前60%提升

至 85%以上。2027 年前新增 3 座万吨级恒温冷库，配套产地预冷设备，延长产品保鲜期至 12 个月以上，保障全年稳定供应。投资建设共享式初加工车间 3 个，配备分选设备 3 套、小型保鲜库 15 座，总仓储能力达到 4.5 万吨，2030 年底前投用。2028 年前布局苹果干、果醋等初加工产品生产线，试点苹果多酚提取等精深加工项目，形成“鲜果+加工品”多元产品矩阵，提升抗市场风险能力。

**三是全方位市场对接：**深化与德美地缘、常津果品等龙头企业的订单合作，2030 年订单收购量突破 9500 吨；对接本地商超 60 家、电商平台 30 个，自主销售占比提升至 80%。深化与北京 SKP、上海盒马等高端商超合作，2030 年前实现全国 300+城市专柜覆盖；壮大社区团购与直播电商业业务，联合头部主播打造“产地直供”IP，单场直播销售额目标突破 500 万元。依托现有尼泊尔销售中心，2029 年前在泰国、俄罗斯增设 2 个海外仓；入驻亚马逊、速卖通等跨境平台，重点推广有机礼品果与加工品，2030 年出口量占比提升至 10%。

**四是奖补标准：**凡是参与静宁县供应链企业奖补的企业必须注册成为“甘味企业”。由省级合作社晋升为国家级合作社一次性奖励 2 万元；对新引进分拣线的企业给予一次性奖励 10 万元；对有自主知识产权的发明专利、实用新型专利以及外观设计按奖项排名进行适当奖励。

## 2. 省级示范社

**发展路径及推进措施：**建设标准化基地 5000 亩以上，取得“三

品一标”认证1项以上；建设小型保鲜库2—3座，仓储能力达2000吨以上。与龙头企业建立稳定订单合作，2026年订单收购量占比达70%以上；开展电商销售的合作社占比达80%，线上销售额突破500万元。建立利益联结机制，2025年带动农户均超1000户，户均分红不低于2000元。凡是参与静宁县供应链企业奖补的企业必须注册成为“甘味企业”。由市级合作社晋升为省级合作社一次性奖励1万元；对新引进分拣线的企业给予一次性奖励10万元；对有自主知识产权的发明专利、实用新型专利以及外观设计按奖项排名进行适当奖励。

### 3. 市、县级示范社

**推进措施：**（1）**市级示范社：**在县级基础上，2025年实现“三品一标”认证全覆盖，建设小型保鲜库1座以上，自主销售占比达20%，带动农户超500户，户均增收不低于1800元。（2）**县级示范社：**2025年每家建设标准化基地1000亩以上，加入龙头企业主导的产业联合体，订单收购量占比达80%以上；带动农户超300户，户均增收不低于1500元。

### 4. 新建及薄弱合作社

（1）**推进措施：**2025年新培育合作社100家，重点发展“乡土人才+合作社+农户”“村两委+合作社+农户”等模式，每家吸纳社员不少于50户。薄弱合作社通过加入产业联合体、接受示范社帮扶，2025年底前实现标准化生产覆盖率达100%，与龙头企业建

立订单合作。

## **(2) 项目支撑**

**①合作社标准化基地建设项目（2025—2027年）：**总投资2.8亿元，由农业农村局牵头，五州供销等50家示范合作社实施，建设标准化基地25万亩，配套建设共享式初加工车间40个、小型保鲜库150座，2025年完成8万亩基地及10个初加工车间建设。

**②合作社联农带农提升项目：**总投资2亿元，建立利益联结监管平台，建设“合作社+农户”实训基地10个，2025年带动12万户果农参与产业化经营，户均增收突破2200元。

**③合作社服务能力建设项目：**总投资1.5亿元，为100家合作社配备分选设备、冷链运输车等设施，建设数字化产销对接平台，2025年底前投用，提升合作社市场议价能力。

## **三、部门职责**

**1. 农业农村局：**牵头申报省级现代寒旱农业苹果产业项目，为企业老果园改造争取专项奖补资金；协助企业申报绿色食品认证，认证费用给予补贴。通过健全品牌与标识规范供应链企业管理，推动企业建立安全追溯体系规范企业仓储管理流程。简化“三品一标”认证流程，对合作社认证费用给予补贴。建立龙头企业储备库，培育链主企业与产业联合体。对企业冷链物流等生产设施建设给予政策倾斜，降低企业运营成本。建设供应链平台，支持企业打造区域农产品供应链平台。

**2. 财政局：**统筹衔接资金，对果品精深加工项目给予固定资产投资补贴；对果品仓储智能化改造给予补贴。协调银行机构对龙头企业实行差异化信贷政策，国家级龙头企业贷款利率较基准利率适当下调。落实研发费用加计扣除政策，协调农业银行、农村信用社等金融机构，为内外贸一体化企业提供授信额度。推动保险公司开发“出口信用保险+国内产品责任险”组合产品，降低企业经营风险。

**3. 林草局：**提供“静宁1号”等优质苗木，对企业采购自主品种苗木给予补贴。指导企业开展果园生草覆盖、防护林建设，对符合生态标准的示范园给予生态奖补制定标准化基地建设考核办法，对企业建设的高标准示范园实行季度督查、年度验收，验收合格的给予额外奖补。实施合作社规范化建设项目。组织示范社负责人赴外地考察学习3次，开展合作社运营管理、市场营销培训2场次，培训人员2000人次；依托新型职业农民培训项目，优先培训合作社社员。

**4. 税务局：**根据国家税务政策，对供应链不同主体量身定制减免方案，对果农和合作社宣讲自产农产品免征增值税政策重点聚焦农产品免税政策、发票管理规范、涉税风险防范等供应链企业高频关注问题。对存在在育苗环节的供应链企业提供种苗繁育专项税惠指引，加工环节辅导规范核算研发费用申请减免，全方位降低供应链各环节税务成本。为出口苹果及相关加工品的企业提供“一对一”

跨境涉税辅导，完善跨境结算、单据备案等出口退税所需资料，规避退税风险。同时构建“15分钟办税服务圈”，手把手辅导门店开票，针对线上电商环节开展增值税申报辅导，帮助企业和从业者系统掌握涉税事项办理技能，从源头规避漏报漏缴问题。

**5. 商务局：**根据省商务厅政策，对企业出口给予补贴；单个企业年补贴上限不超过规定额度。组织企业参加境内外各类展会，展位费给予差额补贴；组织企业精准招商，拓宽销售渠道，帮助企业解决客源不足的问题。建设县级跨境电商公共服务平台，为企业提供报关、退税、物流等“一站式”服务，2029年平台服务企业超3家。通过申请外贸专项补助，夯实外贸发展基础。

**6. 市场监管局：**2028年底前完成“静宁苹果（红富士）出口系列团体标准”编制，与国际标准接轨。建立出口产品质量追溯平台，实现“源头可溯、全程可控”，每季度开展出口产品抽检，合格率确保在99%以上。加强“静宁苹果”地理标志国际保护，查处侵权假冒行为，维护出口品牌形象。简化合作社注册登记流程，实行“一窗受理、当日办结”；为合作社提供商标注册指导。

**7. 招商服务中心：**重点对接东南亚市场，2028年前达成合作项目至少1个，引进外资用于海外仓建设及渠道拓展。组织企业与跨境电商头部企业洽谈合作，2030年促成至少2家企业入驻主流跨境平台。

**8. 科技局：**重点对高新技术企业、有自主知识产权的企业根据

标准进行奖补；结合“三区人才”以及科技特派员政策，组织专业化人才对果农进行业务指导和培训。对主动引进应用新技术的供应链企业，在科技项目申报、奖补资金申领上给予倾斜。

**9. 文旅局：**挖掘苹果文化内涵，打造“苹果采摘节+乡村旅游”融合项目，2026年底完成接待游客719.89万人次；制作多语言品牌宣传视频，在海外社交媒体平台投放；编辑《静宁苹果文化手册》（中英双语版），在海外仓、推介会发放。

**10. 融媒体中心：**开设“静宁苹果双循环”专题栏目，每周推送企业动态、产品介绍；在抖音、视频号打造“苹果故事”IP，2025年累计播放量突破700万次。组建专业团队，为企业提供直播策划、技术支持，年内协助企业开展大型直播活动不少于2场。

**11. 供销社：**为合作社提供农资供应、冷链物流等托管服务，供应优质农资，帮助合作社降低生产资料成本。组织合作社参加产销对接会2次，对接采购商5家以上；帮助合作社入驻供销社电商平台。推动合作社组建联合社，实现资源共享、抱团发展。

**12. 金融机构：**其中农业发展银行聚焦供应链基础设施建设提供低成本、长期限信贷支持；对接“一带一路”外贸布局，为苹果出口企业提供跨境融资、出口信用保险配套贷款，支持海外仓与国际销售网点建设。工行、农行、中行、建行等机构，围绕果品发展开发专属产品，覆盖种植、收购、初加工等环节经营主体，满足“短、频、急”资金需求。搭建“数字金融+供应链”服务体系，为龙头

企业提供“一企一策”综合金融服务，助力产业链整合。

#### 四、保障措施

**（一）强化组织领导。**成立由县政府分管领导任组长，县农业农村局、商务局、财政局等部门主要负责人为成员的静宁苹果供应链企业培育工作专班，建立“一对一”包抓机制，定期召开联席会议，解决企业培育中的用地、资金、人才等突出问题。

**（二）强化服务保障。**整合各类涉农资金，设立苹果产业发展专项资金，重点支持企业技改、设施建设、品牌推广等。落实税收优惠政策，对龙头企业、示范合作社实行所得税减免；推行“土地指标优先保障、用电价格优惠、用水成本补贴”等政策，降低企业经营成本。

**（三）强化监督考核。**建立企业培育动态监测机制，每月调度重点企业发展数据、项目进展情况，定期通报。将企业培育工作纳入相关部门年度考核，权重不低于20%。委托第三方机构每年对企业培育成效进行评估，评估结果作为政策调整、资金分配的重要依据。对带动作用突出、发展成效显著的企业，在项目申报、资金扶持等方面予以倾斜。