

# 以“四动四化”打造农业品牌



■ 刘辉

通农业生产、加工、流通、销售全产业链,提高农业综合效益和市场竞争力,全力助推农业高质量发展。

## 以顶层设计为联动,构建农业品牌“层次化”

立足我国自然资源禀赋和优势特色产业,有机结合区域公用品牌、企业品牌、农产品品牌等,加强农业品牌的顶层设计,我国初步构建起农业品牌目录制度,我国品牌建设取得了积极成效。但目前仍存在农业品牌“多而不优、杂而不亮”的问题,尚未走出一条高效、高品质的农业品牌化道路。因此,为了适应消费升级趋势,加快农业品牌建设,实现由农业大国向农业强国转变,我们需要将农业品牌建设着力点放在“做好顶层、做亮创新、做实多元、做优质量”上来,有效衔接农业品牌顶层设计、培育、营销、认证四个环节,实现层次化、特色化、市场化、履历化“四化齐抓。”以“四动四化”引领农业品牌建设,打

时,塑造一批富有特色、优质安全的农产品品牌。  
**立足省内,瞄准全国。**以农产品区域公用品牌为引领,打造一批品质好、信誉佳、影响大、溢价高的企业品牌和农产品品牌,加快提升农业品牌创建水平,实现区域公用品牌、企业品牌、农产品品牌“三位一体”发展,不断完善农业品牌化发展的格局和内涵。加强农业品牌整合,重点扶持特色农产品品牌,以“一县一特一品牌”为基础,创建特色农产品优势区,推动农业特色品牌建设。  
**立足国内,瞄准世界。**建立严格的产品标准和品质规范,实现全产业链标准化,严控安全优质农产品生产,推动高端产品“走出去”。讲好品牌故事,通过举办博览会、文化节、推介会等方式,提高中国农业品牌知名度,美誉度和影响力,打造一批“中国第一、世界有名”的农业品牌,更好满足群众消费升级和国家发展需要。

# “阿京腾百”能成商标吗?

■ 刘琛

据“州日报报道,看到“阿京腾百”这四个字,你会想到什么?这四个字乍一看没什么毛病,仔细一看却是阿里巴巴、京东、腾讯、百度的首字。在监测到他人公司全类别注册“阿京腾百”商标之后,四家公司联合委托代理公司对45件“阿京腾百”商标向商标局提出异议申请。8月25日,历时18个月,

## 品牌评价国家标准宣贯教材 I (连载九十八)

# 品牌总论

## ——品牌评价国家标准宣贯教材

■ 谭新政 朱则荣 杨谨萱 著

7.1 领导品牌特征  
 媒体舆论的中央舞台、各界人士关注的焦点话题、引发市场追随的流行中心、领导品牌意味着所有关注的焦点全部集中,作为品牌的领袖代表着整个产业(行业)领域的未来,占据最大的市场份额,权威感是企业地位、最有力量的发言权。领导品牌是市场格外突出的领导者形象,以领导魅力带动整个市场营销,掌控市场所有最佳资源。

对于消费者和企业,领导品牌表示着:首选、必选、必需品、必备元素、放心购买、排他性购买、重复性购买、消费者重复多次传播、自适应销售、最期待的投资回报、市场资源最大化、市场利润最大化、市场规模最大化、市场未来空间最大化、局部市场防御能力最强。

7.2 领导品牌示例  
 路易·纯正英伦血统。  
 惠顾 GL,经典产品的诞生。  
 Google:致力于全球最好的搜索引擎。  
 新势力:美国正宗新势力鞋。

AK47:世界经典武器的诞生。  
 7.3 领导品牌能力元素表

品牌属性	品牌能力	品牌能力	品牌能力	品牌能力	品牌能力
品牌知名度	品牌美誉度	品牌忠诚度	品牌竞争力	品牌影响力	品牌美誉度
品牌美誉度	品牌忠诚度	品牌竞争力	品牌影响力	品牌美誉度	品牌美誉度
品牌美誉度	品牌忠诚度	品牌竞争力	品牌影响力	品牌美誉度	品牌美誉度
品牌美誉度	品牌忠诚度	品牌竞争力	品牌影响力	品牌美誉度	品牌美誉度
品牌美誉度	品牌忠诚度	品牌竞争力	品牌影响力	品牌美誉度	品牌美誉度

8 国际品牌 (International Brand)  
 定义:达到国际水准,实现全球到达,达到品牌生态平衡发展阶段。  
 目标:国际品牌是一流品质、高可靠性

## 以创新培育为驱动,推进农业品牌“特色化”

农业品牌培育的核心在于理念创新,要有故事、有态度、有文化、有情怀,挖掘地方民俗文化,打造精、特、名、优农业品牌,将“名牌”变“王牌”,防止出现农业品牌同质化现象,唤醒潜藏财富的“沉睡”品牌。  
**打造融合理念,突出“特色强农”。**积极发掘农业农村的生态涵养、休闲观光、文化体验等功能和价值,发展乡村旅游、文化、观光休闲等新兴产业,创新“打造品牌+生态农业+农旅融合”模式,推动乡村资源全域化整合,做大做强地域品牌,推广“新品牌新物种,增加品牌农业产品供给。打造农产品精深加工产业链,促进产业要素集聚,引导产业集群发展,搭建融合新载体,依托产业空间上的融合,构建供应渗透、交叉和重组的全供应链发展新模式。

**打造优质产品,突出“特色品牌”。**在打造“精致农业+”“农业+N”模式的同时,更要充分利用当地珍、野、稀、名、特等物种资源,促进“少而特”“特而精”“精而强”的产业发展,打造“特色品牌,提高农产品“身价”。实现优质农产品品牌精细化,进行科学的产品分类,高效的物流保障、严格的质量监督,从而实现产品的附加增值,提升优质产品的市场竞争力和品牌影响力。

**以质量认证为推动,实现农业品牌“履历化”**  
 农业品牌建设离不开政府扶持与保障,要认识到提高农产品质量,保证农产品安全是打造品牌的前提,需要政府赋能,形成专业的农产销测度以及法制化管理,提升“品牌公信力”,增进品牌信任。

**健全农产品标准体系,推动质量安全可监控。**加强高标准生产基地建设,围绕地方优势特色产业和企业品牌农产品,以农业龙头企业加工经营为重点,建成一批规模大、效益高、品牌响的优质农产品生产基地。实现标准化生产、产业化经营、专业化服务,以质量提升推动品牌塑造。推动农产品“两品一标”工作持续、健康发展,实施农产品认证扶持政策,扩大安全优质农产品生产规模,提升地区农产品质量水平,以质量认证打响“放心农业”品牌。

**健全农产品合格证制度,推动农业品牌可追溯。**科学利用区块链等技术,加快推进诚信体系和追溯体系建设,将农产品“身份证”升级。不仅要落实、落细生产环节档案化、信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

**建立多元化主体,打造品牌联合营销。**鉴于龙头企业是农业发展的引擎,是农业品牌建设的载体,有强大的引领作用,必须把发展农业龙头企业作为重点任务,加快带动农业集群发展。加强与企业、农业合作组织、行业协会等品牌联盟主体的培育,培养一批懂企业品牌和品牌经营的优秀企业

家,以及具有品牌意识、懂技术、会经营的新型农民。发展壮大农业品牌建设的优秀人才队伍,共同助力中国农业品牌建设。  
**建立多元化渠道,打造品牌数字营销。**打破传统品牌推介模式壁垒,利用“体验+售卖”直播方式,打造“短视频+直播带货”的营销模式,着力构建农业品牌数字营销新生态。健全农村电商交易体系,实现线上线下联动方式,让消费者、经营者和经营者可通过电商订单交易模式,快速进行农产品买卖交易。利用电商平台让品牌农产品卖的更远,卖得更多,降低农产品损耗。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

随着物联网技术的快速发展,农业品牌营销主体和渠道趋于多元化。只有在树立品牌保护意识和倒逼时,实现农业品牌数字化,服务于现代农产品流通体系,才能解决信息不对称问题,助力农产品“引进来,走出去”。

## 第4届“深圳国际品牌周”献礼深圳经济特区建立40周年 “深圳知名品牌”全新发布



■ 涂奕五

新的时代机遇下,通过品牌建设提升产品附加值已成为“广大企业的共识。8月28日,第4届“深圳国际品牌周”开幕大会和“第10届品牌建设国际高峰论坛”两大主场活动在深圳“广电集团演播大厅”举行。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

## 第4届“深圳国际品牌周”献礼深圳经济特区建立40周年 “深圳知名品牌”全新发布



■ 涂奕五

新的时代机遇下,通过品牌建设提升产品附加值已成为“广大企业的共识。8月28日,第4届“深圳国际品牌周”开幕大会和“第10届品牌建设国际高峰论坛”两大主场活动在深圳“广电集团演播大厅”举行。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

据深圳商报报道,本届“深圳国际品牌周”以“凝聚品牌力量,谱写双区华章”为主题,由深圳市人民政府发展研究中心、《中国品牌》杂志社等单位支持,深圳总工会联合深圳11区(新区、合作区)政府(管委会)共同举办。

## 500余家辽企“云端”推介辽宁品牌

让辽宁特色产品扬帆出海,走向国际,其中重要一环就是积极为企业搭建贸易平台。9月1日至4日,第十一届辽宁省跨国采购洽谈活动在大连举办,辽宁省500余家企业与来自世界各地的130家国际采购商面对面交流。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。

本次活动在省内外企业,贸易对接的产品涉及机电设备、化工医药、纺织服装、食品及农产品等。今年以来,省商务厅组织开展了系列“应对疫情保市场保订单”线上“云洽谈”活动,通过搭建“云平台”帮助企业开拓国际市场。截至目前,此类活动已成功举办20余场,涵盖防疫物资、机电装备、能源建材、服装纺织、汽车零部件、家居日用品等行业,帮助上百家企业结识新客户,开辟新市场,省商务厅相关负责人称,将通过这些活动,力争使更多境外优质采购商走进辽宁企业,帮助企业足不出户获得出口贸易订单和对外贸易发展机会。