2 鼠品牌论坛Brand Forum

打造新时代农业品牌 路径是什么? 核心在哪儿? 这场论坛说明白了

储运、食品加工、农业装备、农业科技、农 产品期货'六大中心',让粮食生产这张王 牌更加闪亮、这个优势更加彰显!"在本次 党代会的报告中,对未来五年河南农业发

中原熟,天下足。河南粮食产量占全 国十分之一,小麦产量占全国四分之一 什么?答案就是政府主导、企业主营的双 强,是当之无愧的农业大省,却不是农业 轮驱动,和省市县三级联动。 遇到的瓶颈。河南农业如何从大向强迈 进? 在 10 月 27 日第四届郑州农博会期间 举办的 2021 首届大河农业品牌高峰论坛 中国农业现代化、品牌化的必然选择。 福来战略品牌咨询机构董事长娄向鹏提 牌开始。宁夏枸杞、寿光蔬菜、伊川小米

品"? 就是区域公用品牌、企业品牌、产品 代表产业和品牌进行市场经营。比如河南 力。

展壮大后,开始反哺区域公用品牌,助力 "面",以省为主,服务、倒逼地方。例如"宁 工业是河南省工业第一大支柱产业,河南 一定要从大而多、先而快到强而久,升级 祝福。"我相信在大家的共同努力下,这个

和发展理念,也是如今农业品牌打造的一 一个主导产业,避免全品类、全域性的品 10月26日,中国共产党河南省第十 个基本途径。"娄向鹏直言,像五常大米— 牌打造误区。农产品区域公用品牌必须实 -次代表大会在省人民会堂隆重开幕。 中粮一福临门,涪陵榨菜—涪陵榨菜集 名制。他称,地域名称是区域公用品牌的 "扛稳粮食安全重任,实施新时期粮食生 团一乌江,都是以"新三品"的路径发展 核心资产和价值金矿,每一个地名都价值

新时代农业品牌创建的根本道 路:双轮驱动、三级联动

政府主导,首先要从打造区域公用品 的经营蓝图

的好想你和双汇等。每一个区域或者产 首先,区域公用品牌夯实产业基础,业,都需要以这样的联合体企业为支点,

起到示范引领作用。当企业和产品品牌发 的就是"面、线、点"。省市农业服务品牌是 区域公用品牌的价值提升与可持续发展。 夏枸杞""兴安盟牛肉"等品牌。而一县一 是全国重要的农产品生产加工大省,1/2 进入3.0时代。

> 首先"服务品牌","服务"是每一个物企 安身立命的根本,缺少优质服务的品牌,总是

时代邻里王萌:品牌建设的核心

是从服务中来,到服务中去

时代邻里控股有限公司执行董事兼行政 将美好生活,注入客户的每个日常。

"新三品是一种全新的品牌结构模式 业的品牌是"点",是主战场,要聚焦打造 "艺名、假名、虚名",这是农产品区域公用 品牌建设的基本原理和底层逻辑。

个字:战略寻根、品牌塑魂。"娄向鹏向大 "没有政府主导,产业就像一盘散沙, 家分享了他的品牌打造秘笈。什么是战略 没有企业主营,政府主导落不到实处。"娄 之根?是生存和发展的根基,是安身立命 向鹏称,政府和企业,要从互怼到互爱,实 的事业地盘。它明确了做什么不做什么, 的火腿肠、1/3 的方便面、1/4 的馒头…… 现优势互补,相互协力、共同驱动,这也是 先做什么后做什么。围绕战略之根,进行 河南农业以及农产品加工业的全国领先 酱"的例子。从提出"300粒香菇,21种营

多的业态、更多元化的业务。以"营销活动"和

系列的思想和行动 IP,去塑造时代邻里的三 广阔的天地当中,也将服务触角延伸到了更

显得华而不实,时代邻里持续坚守服务初心, 创新服务 IP 化,打造智能化、有生命力的业



"好想你为何要卖掉百草味?就是因 以我更要呼吁河南要正视自己的问题和 终呈现出仲景香菇酱扎着两个辫子的可 工协作为前提,以规模经营为依托,以利 灵魂。品牌灵魂是基于消费集体意识洞 牌真正有影响力的较少。"比如我们的铁 酱的原料——西峡香菇,年综合效益150 益联结为纽带,以企业品牌为抓手,形成 察,直击消费者的强大心智共鸣和消费动 棍山药、信阳毛尖,这些全国知名的农产 亿元以上,西峡县60%的农民从事香菇产 牌打造的"新三品"概念。什么叫"新三 实体化、法人式的一体化新型经营主体, 因,也是决定品牌现实与未来的竞争原 品,在网上一搜连一个真正合格的logo都 业,占领了日本70%的市场。而这,都源于

人的他对今日的河南非常自豪。农产品加 里发展品牌。他表示,河南农业品牌发展 达了他对河南农业未来发展的期望以及

在这其中,娄向鹏分享了"仲景香菇

辽源袜业 推动产品向品牌转变

为推动辽源袜业产业转型升 级、提升企业市场竞争力,10月25 系列活动——品牌建设座谈会在辽 辽源棉袜地理标识、做好辽源袜业 源市的东北袜业纺织工业园召开, 品牌建设工作,首先,企业要树立正 就如何创建品牌、打造辽源棉袜地 确品牌意识,在保证品质的基础上 理标识进行了交流讨论。

演讲。她表示,品牌不是空中楼阁,也不是虚 服务体系, 指引一线开展服务行动和社区活 是一个简单求和的公式, 而是一个能持续相 义的战略发展目标,而我们也建设与之匹配 的服务就在哪里。立足物业服务,我们从社区 代邻里品牌建设与创新的核心理念是品牌从 相关业务交流、培训等活动,让企业 了此次座谈会。

能够充分了解政策、明白政策、运用

品牌评价国家标准宣贯教材 | (连载一百四十八)

务"、"业务"和"企业"三大品牌维度的打造。 的服务品牌

总裁王萌做了题为《解构物企品牌公式》主题

品牌总论

一品牌评价国家标准宣贯教材

■ 谭新政 朱则荣 杨谨蜚 著

品牌诠释的方式一般是显性化、明示 性的,较少使用隐性化、暗示性的解释。通 过品牌文化内涵的明示化塑造,品牌最终 名、具像、象征、演绎、外延、感知、实现七 背景等用于帮助人们延伸理解品牌形象, 使之成为品牌的扩展化塑造。

统认识或使用经验。

牌意识的传承关系,也是未成型的思想反 移化:实现是模移化。 体现自己的追求与未来。

能认为这是一项充满意义的工作,符合高 表达,是能够让人感受到的境界感。 是品牌文化最主要的表现形式,是人类理 品牌价值。无论一个品牌市场规模或大或 的变化,其品牌广告等解释仅限于对产品 水平人才心灵上的需求。品牌要获得文化 具像:具像是品牌图形的成像系统,解、认识、记录并记忆一个品牌,将自己的 小,实现后的品牌就具有了生命迹象,达 和对消费对象进行的解释。这种解释是针 内涵上的发展,其本身就需要将品牌原型 包括了标识、品牌形象系统、应用图形系 精神、情感、意识融入一个品牌中的文化 到品牌一代代可以进行传承、长远发展所 对实体化产品物质的解释,并且主要是在 创造成为一种共同的文化遐想、共享的文 统、文化关联符号和图像,是具体对品牌 贯通过程。 化价值、蓬勃发展的文化前景与快乐美好 成像化的过程,是构成品牌符号化的主 外廷:外延是具体的产品和服务形 7品牌三元文化结构 的文化氛围。正如两个苹果改变了世界, 体。标识(LOGO)是符号化的主标识、标志、 态,任何品牌产品和服务,都是通过内涵 -颗是砸到牛顿头上的苹果,一颗是被乔 徽记。品牌形象系统是以 CI(企业形象识 附加到具体产品和服务形态上体现出来 业管理者和投资者将品牌视为二元的市 牌部门一般隶属于市场部门之下,企业重 布斯咬了一口的苹果,苹果的文化内涵, 别系统)为主,由 VI、BI、MI 等组合的形象 的。产品的物质形态或虚拟形态,都不可 场表现结构,即:品牌是在企业方和市场 点研究市场竞争形式、消费者购买习惯, 是从苹果出发,而演绎发展建构起的品牌 规范识别和动态管理系统;应用图形系统 能独立存在,否则不具备品牌属性,只是 端消费者之间的发展过程,品牌存在利润 进行产品的促销、统计销售结果,并以财

6 品牌文化内涵过程

会成为一种显性文化特征,随时能够唤起 个过程,由三分法组成:(1)符号化与内涵 对应品牌特征,增强感知的一系列关联品 人们记忆中存储的涉及一个品牌的象征、 化分工:命名、具像、象征是符号化过程, 牌具像,如带有品牌主标识的科幻或史诗 特别是品牌产品的感知体验体会上,是品 三元秩序,是一种以模因化模态化结构进 传说、做工、服务等全立位的品牌文化系 演绎、外延、感知是内涵化过程;(2)模因化 风格的手绘作品。 与模态化分工:命名、具像、象征、演绎是 没有品牌诠释系统的品牌,就没有品 模因化,外延、感知、实现是模态化;(3)模 含义,用于表达品牌到底代表什么意义。 品牌及其产品和服务的具体形态——体

的企业品牌、服务品牌、业务品牌;通过打造 走向了美好的城市,把美好的生活带到了更 服务中来,到服务中去。"王萌总结道。

被具体描述的品牌毛坯,这些品牌没有生工义、语态、语境,这也是构成品牌文案和艺工意、象征含义、主体品牌风格,象征是品牌工外延文化表达的实现方式。 命力,是处于休眠封冻中的品牌,没有人 术表达的引伸源头。其中,语义:该命名字 文化内涵中的核心。 愿意对这些品牌燃起热情,也唤不起用户 面上的解释上什么,实指什么、代指什么、 对这些品牌的深刻理解。典型的情况是品 特指什么。语态:该命名及关联主题词语, 神话、传说、故事、诗歌、表演、电影、游戏、 六个过程之后,品牌具有了文化意义上的 品牌上只完成了品牌标识和 VI 视觉形象 牌对人才的吸引,没有梦想和文化内涵的 其语言的动态发展的状态和形势、特征, 建筑等各种史学研究和文学艺术表现手 赋值,从而在终成产品、市场终端及消费 规范上的具像就结束了,不进行任何品牌 品牌无法吸引到高水平的人才,这无关于 是品牌命名一旦在市场上高速运动起来 法对品牌文化内涵进行的系统挖掘,并进 者感知上才能完成最终的品牌化,使之成 文化内涵和外延上确立。随后,将品牌的 薪酬,他们认为自己不值得为这些品牌工 所表现出和达到的运动状态。语境:该命 行表达、表现和再现的系统过程,是运用 为真正意义上的品牌,具有了品牌文化消 标识标识到具体的产品上进行静态定义, 作,既没有灵魂也没有乐趣,当然也无法 名及其辅助描述语言让人感受到什么意 多种技艺、手法、先进科学技术对品牌文 费的价值和品牌投资、品牌物质收藏、品 此时其品牌所指的是具体的"物",品牌由 识、体会、感观、感悟和认识上的意境,是 化实施保护性发现和发展的过程。其作用 牌推荐购买等多种形式的最终结果实现。 外部外质形态向内部质量等性能延伸,产 只有品牌加入了特定的意义,人们才 品牌生命力的体现,是用流畅的语言美学 是丰富品牌文化内涵,展示品牌文化,也 品牌因此在资本市场上体现出其具体的 品研发变化仅是功能、外观、包装、形式上

界面系统等图形化的系统;文化关联符号 体现出来,"物"才会上升到精神层面,从 产品和消费者之间的关系。只有极少的品

通过具体的意义性描述,明示品牌的特殊 察性感知、反应和记忆过程。这是品牌在 问题的视角主要是由二元对立性质决定, 命名:命名的品牌文化内涵包括了语 意义,以此表达品牌的真挚感情和深刻寓 完成文化内涵以后,通过物化感知来完成 这就造成了多数品牌专家和企业家对品

象征:象征是为品牌做出具体指向的 觉、体觉等和心理感观,综合感受到一个 展的系统。

实现:实现是最终完成的品牌产物, 演绎:品牌的演绎是通过史料、考古、 在经历命名、具象、象征、演绎、外延、感知 需要的品牌内涵要求。

包括了数字符号、数字标识图形系统、UI 一般意义上的"物",而品牌内涵经由"物" 等经济化要求,是供应给市场,并产生在 务数据来评估经营业绩。 (**待续**)

品牌文化内涵的具体过程包括了命 图像系统包括了符号、摄影、手绘、桌面、 而完成文化内涵到外延的物化,从内到外 牌学者和品牌创始人发现品牌以三元文 化结构存在,即品牌是在品牌梦想、文化 感知:品牌感知主要体现在品牌性能 内涵和品牌用户之间的一种稳定平衡的 牌用户运用自身的视觉、触觉、嗅觉、声 行整体品牌模移的自然生态可持续性发

牌学本身的判断出错,从而造成了一系列 的品牌建设重大失误。 一般的品牌和产品通过二元表达,在

材质、工艺、用途上所做出的功能性解释, 一般层次上,品牌专家或企业家、企 人们识别该产品从属于某个品牌旗下,品

昆明聚焦"高品质"推动旅游产业转型升级

省委、省政府关于"旅游革命"和旅游业 店项目选址已确定,正在策划包装高品 争建成一批环境优美、设施齐全、服务优 质的高品质酒店、半山酒店、国家级旅游 品牌项目,串点成线,推动云南旅游产业 造,积极申报五星级酒店。

目标明确:2023 年每个县建

家,国际品牌酒店16家,覆盖昆明市内8 策划,全面推进半山酒店规划建设各项 个县区。目前,安宁、石林、富民、寻甸、禄 工作,力争到 2025 年,建成营运具有昆

对此,昆明市将通过"招商引资新建 际品牌酒店分别不少于1家,实现昆明 酒店 市"每个县建设一个高品质酒店"的目

驻管理;石林县年内将开工建设融创石 理品牌,争取实现连锁经营。

公司筹划两年多的购买济宁如意品牌投

牌股权,若交易完成,在上市公司"体外"

的 CERRUTI1881、GIEVES&HAWKES、

泰式度假酒店; 东川区正在建设中青旅 近年来, 昆明市认真贯彻落实云南 温泉度假酒店。寻甸县、富民县高品质酒

科学规划:有计划有步骤推进

作为云南旅游的集散中心,2020年 经梳理, 昆明市现有五星级酒店 5 3月, 昆明市率先完成半山酒店项目选址

目前,昆明市按照建成营运一批、开

如意集团宣告终止收购济宁如意品牌

建设,并计划引进国际知名酒店品牌入 设,还将积极治引进青普、安曼等酒店管 全国旅游资源规划开发质量评定委员会 极开展品牌创建申报工作,扩大品牌效 推介申报评定,等待接受国家评定。九乡 应,推进旅游产业健康发展。

KENT&CURWEN、D'URBAN、Aquascu—目前市场环境,经与交易对方友好协商, 今年前三季度的业绩预告,公司预计今

tum等国际高端时尚品牌,将正式纳入上 为切实维护公司及全体股东利益,经审 年前三季度实现归属于上市公司股东的

合未来的发展需求,进一步完善产业布

一直持续的疫情同样也给公司业绩

10月26日晚,如意集团发布公告,市公司麾下。曾有业内人士分析称,此次 慎研究,公司决定终止筹划本次重大资 净利润为亏损4319万元至4355万元。

介机构开展各项工作的难度较大。结合 带来不小的影响。根据公司此前发布的

风景区已启动申报前期准备工作。 和国家 5A 级旅游景区一样,有着

"国字号""金字招牌"的国家级旅游度假 区对一个地方的旅游产业, 乃至经济发 展起着重要的支撑作用。为助推全省旅

司还表示,将继续加大海外市场开拓力

由云南省临沧市人民政府主办、市打造 一流绿色食品牌工作领导小组办公室承办的 2021 年临沧市"十大名品"等评选活动全面

活动按照评选管理办法规定,将从茶叶 核桃、临沧坚果、畜牧、蔬菜、中药材、咖啡、水 果等绿色食品重点产业、电商和市内从事生 产、经营、服务,示范带动作用明显,有较大影 响力的农村常住居民中,评出"临沧市十大名 茶""临沧市十大绿色农产品""临沧市十佳名 优农产品加工企业""临沧市优秀农产品电商 (直播)""临沧市十佳新型职业农民"。

性,助力乡村振兴。

做肥皂做冰淇淋"广东名米"花式变身

出,由于标的公司的境外经营实体较多,

受境外新冠肺炎疫情影响,公司及各中

■ 杨再睿 罗定宣 文 / 图

霜降过后,云浮罗定市田间的稻谷 悄悄成熟,由青转黄,农民们也开始忙碌 起来。在广东省罗定市苹塘镇,奇峰叠翠 的喀斯特地貌与金色的稻浪相互交错, 游客们纷至沓来, 欣赏这一派丰收的田

为提升"罗定稻米"品牌影响力和竞 争力,10月28日,为期3天的2021广东 云浮·罗定稻米节(云展会)暨广东丝苗 米产业发展交流活动在云浮(罗定)农产 品交易博览中心拉开序幕。这是罗定连 续举办的第10届稻米节。

打造区域品牌 稻米飘香四方

播种面积达到 51.65 万亩,总产量达 定市的一张标志性的"名片"。 23.35 万吨。今年水稻播种面积增加 2100 亩,增长0.4%。

好山好水出好米。作为广东省重要的 粮产区和首个全国绿色食品原料(水稻) 标准化生产基地,罗定曾五次荣获全国粮 食生产先进县称号。2014年至今,"罗定稻 者看到,连片的稻米在山间田野间延伸, 米"先后被评为"国家地理标志保护产品" 黄澄澄的一片,长势喜人。这里种植的水 磨成米浆调制成肥皂等日用品,还有可 品加工企业加快技改提升科技水平,促 "广东省名特优新农产品区域公用品牌" 稻整个种植过程都不施用化肥、农药,采 能成为有机养殖鸡的饲料,形成一条有 进农民增收,带动 218 户进行丝苗米种 "2017 最受消费者喜爱的中国农产品区域 用自主研发的有机肥快速发酵技术、灯 机食物链。 公用品牌""2018中国十大大米区域公用 光诱杀控虫技术,配套以水稻健生栽培 品牌""2020年中国气候生态优品""2021 法等,生产优质的有机大米。 年广东省特色农产品优势区"等。

近年来,罗定市先后扶持和培育出 品牌示范基地、为文品牌示范基地作为云 灿米露"等绿色有机食品使"农业工业 化的粮食需求。



●连片的稻米长势喜人。

罗定市稻香园农业发展有限公司、罗定 浮市丝苗米品牌示范基地上榜。 罗定因盛产优质稻米被誉为"岭南 市旺家农业有限公司、罗定市丰智昌顺 主要以素龙街道、罗镜镇、太平镇、罗平 龙"等为代表的"罗定稻米",已成为享誉 优新特农产品。随着罗定稻米区域品牌

现代农业技术 生产优质大米

来到泗纶镇"亚灿米"生产基地,记

"亚灿米"的丰智公司在大米深加工上作 在不久前举办的 2021 广东丝苗米文 了颇多探索,不断推陈出新。2013 年,以 负责人表示,下一步将加快推进项目投 这一系列的荣誉,极大提高了"罗定 化节上,广东省农业农村厅公布了2021 亚灿米牌稻谷作为酝酿原料之一的"定 产的各项工作,加快粮食制品、米制品的 稻米"的知名度,提升了"罗定稻米"的市 年广东丝苗米品牌示范基地名单。其中, 台玉液"牌有机白酒面世,随后推出有机 研发,生产出品种更丰富、口味更多样的 场竞争力和附加值,品牌效益彰显。 罗定市的丰智昌顺品牌示范基地、稻香园 醋"灿神一号",首创的"亚灿冰淇淋""亚 食品,进一步拓展市场,满足消费者多样

消费者欢迎。

做肥皂做冰淇淋

在罗定,稻米可以用来酿酒;也可以



●罗定稻米让当地农民增收。

为提升罗定稻米在广东以及全国的 该公司还推出新亚灿米日用品系列产 粮仓"。早在2400年前,罗定就已经种植 科技有限公司(以下简称"丰智公司")等 影响力,罗定市将每年10月23日定为 品,包括亚灿米环保米酵素玻璃清洁液、 水稻,是岭南地区最早种植人工栽培稻 一批"罗定稻米"龙头企业,培育出"亚 "罗定稻米节",至2021年已连续举办了 亚灿米肥皂、亚灿米环保护肤洗手液等, 的地方之一。如今,罗定常年水稻播种面 灿""聚龙""金瓯""罗镜"等数十个"罗定 10届。"罗定稻米节"吸引了大批省内外 大大丰富了大米的深加工产品,创造出 积在49万亩以上,良种覆盖率达98%, 稻米"知名子品牌。其中,以"亚灿""聚 知名企业参展,展出大批品牌大米及名 更好的效益。 今年7月,罗定市丝苗米产业园丝 镇等平原地区为主要产粮区。去年水稻 南粤乃至全国的高端稻米品牌,成为罗 逐渐形成,影响力和知名度日益扩大,产 苗米初精深加工项目正式投产。该项目

品远销广州、上海、港澳等地,深受广大 在丰智公司现有建设用地基础上,新建 丝苗米初精深加工车间 2191.35 平方米, 并引进稻米加工技术和台湾米制品新型 配套加工设备,开拓精加工米和米制品 等。项目投产后将年产米果、米饼、月饼 420吨,年产值可达 5000 多万元。

该项目的正式投产, 引领罗定农产 植, 户均增收850元; 新增就业岗位12 如何挖掘稻米更深层的价值?生产 个,年均收入50000元。

罗定市丰智昌顺科技有限公司主要

径山茶行业品牌指导服务站日前在江南 茶叶市场授牌,这是杭州余杭区首个以行业 形式建立的服务站,旨在进一步擦亮"径山 茶"这张余杭农产品金名片,促进余杭茶叶行 余杭现有径山茶茶园 7.15 万亩,产值过

9.59 亿元,区域公用品牌价值达 26.27 亿元 为推动行业健康发展,区市场监管局主动与 区农业农村局对接,以径山茶行业协会为依 托,合作建立径山茶行业品牌指导服务站,当 会员企业遇到商标侵权、商标过期等问题时 可以通过服务站进行投诉或咨询。 除了做好商标策划、品牌运营、知识产权

保护等工作外,服务站还将面向会员企业举 办知识产权培训、指导创牌策划,对各类茶企 信息进行统一建库归类存档,建立信用管理 机制,鼓励茶企诚信经营。 记者了解到,径山茶行业协会现有72家

会员企业申请了"径山茶"地理区域标志。下 一步,区市场监管局将进一步推动地理区域 标志的规范使用,推出"地标链"溯源项目,持 续促进"径山茶"产业链健康发展。

临沧市启动 2021 年

无食品安全、环保、税收、资信和法律等方面 问题和风险后,形成候选名单。候选名单在有 关媒体进行公示,公示无异议后按程序报审 通过,向社会进行通告,授予 2021 年临沧市

2019年起,临沧市已连续组织开展三届 省委、省政府打造世界一流"绿色食品牌"决 策部署,聚焦"三个示范区"建设,树立典型, 扩大影响,推动产业基地化,做大市场主体, 做强龙头企业,做优绿色品牌,将临沧打造成 世界一流绿色食品生产基地, 充分调动各类 经营主体和新型农民发展绿色产业的积极

"西盟佤乡"区域公共品牌 发布推介会成功举办

日前,"西盟佤乡"区域公共品牌发布推 介会在昆明举行,标志着"西盟佤乡"区域公 共品牌产品正式向市场化迈进, 当地农产品 发展逐步走向品牌化、专业化、标准化。 据介绍,近年来,普洱市西盟县立足资

源优势,大力发展高原特色生态农业,实施 质量兴农、品牌强农、电商助农战略, 培育 了大批优质特色农产品, 西盟肉牛入选"云 南名牌农产品"、西盟排酸牛肉入选昆明市 "十大名优农产品"、"彩蜜坊"牌山林百花 蜜荣获第十四届中国昆明国际农业博览会优 质农产品奖。

"我们始终以品牌建设为龙头、以电商平

台为载体、以安全品质为核心、以消费需求为 导向、以农产品上行生态建设为目标,打造一 批有特色、有潜力的市场经营主体,整体提升 西盟农产品的附加值和品牌影响力。"西盟县 副县长王军说。 王军介绍,"西盟佤乡"区域公共品牌的

发布,是为西盟县推介的一张集农、文、旅为 一体的县域推广金名片,是西盟县农业发展 的一件大事、一件喜事,标志着西盟县农产品 县的优势产业。

的发展迈出了关键性的一步。下一步,西盟县 将努力把"西盟佤乡"打造成全省乃至全国生 态精品的区域品牌, 切实发挥品牌对经济发 展的助推作用,把区域公用品牌做成富民强