

运城市人民政府办公室文件

运政办发〔2021〕22号

运城市人民政府办公室 关于打造“运城面粉”“运城苹果” “运城蔬菜”三大区域公用品牌宣介直销 网点的实施意见

各县（市、区）人民政府，市直各有关单位：

为贯彻落实省委对运城打造“三个强市”的战略部署，深入实施农产品特优战略，加快农业供给侧结构性改革，推动运城农业区域公用品牌建设。特制定本实施意见。

一、指导思想

坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧盯现

代农业强市战略定位，加大“运城面粉”“运城苹果”“运城蔬菜”三大区域公用品牌（以下简称“三个运城”农业品牌）宣传推介力度，实施公司化运营，逐步设立覆盖全国省会城市和有关大城市的宣介直销网点，有效提升运城优质农产品的品牌知名度和市场占有率。

二、目标规划

“三个运城”农业品牌公司化运营分为两个阶段实施。

第一阶段：2021年在太原和北京重点区域分别开设5家宣介直销网点，在上海和深圳各开设1家；并在国家级媒体上开展品牌宣介，在太原、北京、上海、深圳多频次开展品牌推介展销活动。2022年在巩固原有门店的基础上，继续扩大宣介直销网点所在区域的覆盖面，并完成全省各地级市中心城区宣介直销网点全覆盖。

第二阶段：2023年拓展其它省会城市及有关大城市市场，扩大“三个运城”农业品牌的辐射面和影响力。随着营销网络的逐步扩大，不断培育和引进龙头企业，发展精深加工，开发功能性食品，延长产业链条，提升农产品附加值，确保该项目进入完全市场化、持续化运营。

三、运营方式

“三个运城”农业品牌公司化运营实行建设和运营双轨制，

运城市供销社联合社（以下简称市供销社）全资子公司运城市供销社资产运营中心（以下简称市供销社资产运营中心）作为公司化运营主体，负责公司化运营中的建设及固定资产的投入，确保国有资产安全；选择具有成熟经验的公司作为合作运营方，负责公司化运营中的品牌宣介、品牌运营工作，运营中涉及到的流动资金由合作运营方负责投入，确保公司化运营的灵活性。公司化运营中涉及到重大资金支出、品牌宣介方式、运营方向把控等重大事项，由市供销社党组进行决策，确保公司化运营方向不偏移。

四、财政投入及退出机制

市财政资金主要用于公司化运营中的建设投入、品牌宣介和运营费用。（包含：宣介直销网点/产地仓/销地仓的设计费、租金、装修费、硬件设施、配送车辆、数据平台建设、宣传费用、运营费用等），宣介直销网点和店内固定资产的法人财产权归市供销社资产运营中心，如停止经营，相关资产参照国有资产管理办法进行处置。

从2021年起在资金支持上实行财政资金分年度退出机制。三年培育期内，每年新建宣介直销网点的建设及运营费用由财政全额支持，第2年、第3年运营费用由财政分别承担70%、50%，2025年市财政资金全部退出，“三个运城”农业品牌公司化运营完全实现市场化运作。

五、管理及考核

为确保“三个运城”农业品牌公司化运营中财政资金的安全使用，以及运营过程中以品牌宣介为主的方向不偏移，市供销社要建立“三个运城”农业品牌公司化运营办法、运营管理办法、运营考核办法（附后），并定期对公司化运营工作进行考核，对品牌的宣介工作进行评估。

- 附件：1. “三个运城”农业品牌公司化运营办法
2. “三个运城”农业品牌公司化运营管理办法
3. “三个运城”农业品牌公司化运营考核办法

运城市人民政府办公室

2021年6月8日

（此件公开发布）

附件 1

“三个运城”农业品牌公司化运营办法

第一章 总则

第一条 为规范“三个运城”农业品牌公司化运营，确保以品牌宣传为主的运营方向不偏移，通过品牌运营、品牌宣传、品牌保护、供应链建设、数据平台建设等方式，有效提升运城优质农产品的品牌知名度和市场占有率，结合工作实际，制定本办法。

第二章 品牌运营

第二条 市供销资产运营中心组织专业人员建立品牌标准，从产品的种植、施肥、养护、加工、包装、存储、运输等方面建立统一标准，实行标准化管理。

第三条 合作运营方对符合条件的本地种养殖基地、合作社、加工企业严格考察验收，合格后签订产品供应合同；市供销社定期组织专业人员从种植收割、分级分拣、加工工艺等方面进行检验检疫和质量检查，严格把控每一道生产流程。

第四条 合作运营方对所有在宣介直销网点展示、销售的“三个运城”农业品牌产品，逐步实现六统一，即“统一形象、统一标识、统一包装、统一配送、统一销售、统一运营”，确保

品牌的市场竞争力。

第三章 品牌宣传

第五条 合作运营方负责对宣介直销网点所在城市及全国其他重要城市，通过电视、广播、报纸、户外广告（公交站牌、车站灯箱）等渠道投放广告。

第六条 合作运营方负责根据消费群体位置、性别、爱好、消费习惯等属性进行精准推广，通过微信、抖音、今日头条等知名平台进行宣传推介。

第七条 合作运营方一方面通过全国各地的运城商会进行品牌推介，另一方面通过积极参加全国各类农博会、展销会等形式进行品牌推广。

第八条 合作运营方根据需要在宣介直销网点附近社区举行小规模、高频次的社区品鉴、展销活动。

第四章 品牌保护

第九条 市供销资产运营中心牵头加快推进“运城蔬菜”品牌的商标注册工作，制定“三个运城”农业品牌的推广宣传和保护制度，加强“三个运城”农业品牌动态关注，聘请专门法律顾问参与维护“三个运城”农业品牌权益事宜。

第五章 供应链建设

第十条 市供销资产运营中心负责在运城建立“三个运城”

农业品牌产品的产地仓，作为运城农产品的集散中心，结合供销社系统原有的仓储物流体系，实现基地直采、农残检测、分级分拣、标准包装、仓储物流、数据平台全程监控。

第十一条 市供销资产运营中心负责在宣介直销网点所在城市建立销地仓，所有产品通过产地仓直接配送到销地仓，再根据订单配送至宣介直销网点、各级销售渠道、客户。

第六章 产供销数据平台

第十二条 市供销资产运营中心负责建设集生产信息、品牌管控、追溯跟踪、产品查询、销售信息等功能为一体的农产品大数据平台，实现产品“产、供、销”过程可监控、链条可追溯、数据可统计，对品牌推广及运营提供数据支撑，促进“三个运城”农业品牌产业化、数字化发展。

附件 2

“三个运城”农业品牌公司化运营管理办法

第一章 总则

第一条 为规范“三个运城”农业品牌公司化运营管理，保障资金安全，控制运营风险，堵塞管理漏洞，提高资金使用效益，根据《山西省财政厅省级财政专项资金管理办法》（晋财省直预〔2020〕38号）、市政府专题会议纪要、市供销社《专项资金管理办法》要求及市财政局相关规定，结合市供销社工作实际，制定本办法。

第二条 本办法所称“三个运城”农业品牌专项资金（以下简称专项资金），是指由市级财政安排，用于支持市供销社对“三个运城”农业品牌进行公司化运营的具有专门用途的资金。

第三条 专项资金的管理应当遵循依法设立、权责明确、程序规范、公开透明、绩效优先、全程监督的原则。

第四条 任何单位和个人有权对专项资金收支管理活动中发生的违法违规违纪行为进行投诉、检举和控告。

第二章 人员管理

第五条 “三个运城”农业品牌公司化运营需引进专业团队

进行运作。市供销社要采取集体决策，选优配强运营团队，并加强指导。

第六条 要严格做好“三个运城”农业品牌公司化运营的选人用人工作。

（一）“三个运城”农业品牌公司化运营由市供销社下属全资企业市供销资产运营中心具体负责；

（二）市供销资产运营中心负责做好选人用人工作，并出台具体办法，严格按照相关办法实施；

（三）市供销社党组对市供销资产运营中心选人用人工作进行监督。

第三章 资金使用

第七条 专项资金应当坚持“专款专用，量入为出”原则，注重发挥资金的使用效益。

第八条 专项资金应当坚持“公开、公正、科学、高效”原则，按照绩效目标集中使用，突出重点，择优安排。

第九条 专项资金项目实施应当履行招标投标等程序，涉及政府采购的内容要按有关规定执行，确保项目完成质量。

第十条 市供销社可以通过项目合同约定项目实施单位或者个人的违约责任以及争议解决方式。

第十一条 使用专项资金的单位和个人应当严格执行专项

资金支出预算，按照项目实施进度、合同约定等向市供销社申请拨付资金。

第十二条 任何单位和个人不得擅自变更资金用途、项目计划和内容。不得有下列行为：

（一）未执行专项资金支出预算或者将专项资金用于工资福利支出和公用经费等一般性支出的；利用虚假票据套取资金；

（二）以虚报、冒领、伪造等手段骗取专项资金的，编造虚假合同、虚构人员名单虚报相关费用；

（三）随意调账变动支出、随意修改记账凭证、以表代账应付财务审计和检查。

第四章 固定资产管理

第十三条 固定资产是指使用期限超过一年的房屋、建筑物、机器、机械、运输工具以及其他与生产经营有关的设备、器具、工具等。不属于生产经营主要设备的物品，单位价值在 2000 元以上，并且使用期限超过 2 年的，也应作为固定资产管理。

第十四条 固定资产的购置应根据“三个运城”农业品牌宣介直销网点的实际需要，由相关人员填写“固定资产申购单”，经市供销资产运营中心负责人签字批准后报市供销社党组，经市供销社党组同意后才可进行购置。

第十五条 固定资产的购置应符合政府采购的相关要求，严

格按照相关规定进行采购。

第十六条 固定资产收到后，由市供销资产运营中心负责验收，并填写固定资产“验收报告”及“验收单”，在验收清单中应详细填写固定资产名称、规格型号、金额、供货厂商。验收合格后，方可投入使用，并做好固定资产的入账工作，建立固定资产明细账，做到账实相符。

第十七条 市供销资产运营中心应围绕“三个运城”农业品牌宣介直销网点建立、出台相应的《固定资产管理办法》，对运输工具、机器、机械等与“三个运城”农业品牌直营店生产经营有关的固定资产进行规范管理。

第五章 附则

第十八条 本办法可根据市委、市政府相关政策及市财政局相关规定适时进行调整。

第十九条 本办法自印发之日起施行。

附件 3

“三个运城”农业品牌公司化运营考核办法

第一条 为规范“三个运城”农业品牌公司化运营考核工作，促进考核指标体系的科学性、连续性、稳定性，切实发挥考核的“指挥棒”作用，提高“三个运城”农业品牌市场占有率和品牌知名度，特制定本办法。

第二条 本办法适用于市供销社对市供销资产运营中心及合作运营方开展“三个运城”农业品牌工作的考核。

第三条 考核办法遵循以下原则：突出重点，把“三个运城”农业品牌宣传推广作为衡量工作的首要标准；坚持实事求是，求真务实，真实反映工作实绩；坚持客观公正，科学合理，助推工作取得实效。

第四条 考核工作由市供销社制定考核办法，由市供销社业务科、财务科、监事办、机关纪委组成考核组对市供销资产运营中心及合作运营方开展考核，同时聘请第三方评估机构参与考核。

第五条 每年1月1日至12月31日为一个考核年度，次年1月底前开展考核工作。

第六条 考核办法以证明材料、实地查验、品牌评估为基础，

主要考核以下内容：

（一）“三个运城”农业品牌推广情况。主要由第三方评估机构出具评估报告，对品牌价值进行评估。

（二）宣介直销网点建设情况。重点考核年度网点任务完成情况、财政资金规范使用情况、固定资产管理情况等。

（三）营业额情况。重点考核合作运营方年度营业情况。以2021年平均单店营业额100万元为目标任务，按照30%逐年递增。如合作运营方未完成年度任务，市供销社将对合作运营方进行约谈，扣除合作运营方当年5%的合作运营服务费用；如合作运营方完成当年任务150%以上，市供销社将增加当年5%的合作运营服务费用用于激励合作运营方。

第七条 考核办法采用评分制，满分为100分。

按照建立相对稳定考核指标体系的要求，综合考虑数据可获得性、可验证性等方面因素，针对考核内容，制定“三个运城”农业品牌公司化运营考核评分表。

第八条 市供销资产运营中心及合作运营方要按照考核办法要求，向市供销社及第三方评估机构提供相关数据和证明材料，确保数据真实准确。市供销社业务科、财务科、监事办、机关纪委结合第三方评估机构出具的评估报告及对应分值进行核实核证、汇总整理后计出总分值报市供销社党组。市供销社党组

会通过后将最终考核结果一并报市政府。市政府将对市供销社宣介直销网点建设任务完成情况进行考核。

第九条 本办法由市供销社负责解释。

第十条 本办法自印发之日起施行。

附件：“三个运城”农业品牌公司化运营考核评分表

附件

“三个运城”农业品牌公司化运营考核评分表

考核内容	考核对象	序号	指标名称	评分标准	数据来源	得分
品牌推广情况 (85分)	合作运营方	1	品牌价值评估 (80分)	由第三方评估机构对品牌价值进行评估后给予得分。	合作运营方提供相关材料、第三方评估机构出具评估报告。	
		2	营业额 (5分)	2021年目标任务为平均单店营业额达100万元,逐年递增30%。未完成目标任务为0分;完成任务100%-150%为3分;完成任务150%以上为5分。	证明材料	
宣介直销网点建设情况 (15分)	市供销社资产运营中心	3	建设任务完成情况 (5分)	完成年度建设任务为5分,未完成为0分。	实地查验及证明材料	
		4	财政资金使用情况 (5分)	财政资金使用安全规范为5分,存在问题酌情扣分。	证明材料	
		5	固定资产管理情况 (5分)	固定资产登记安全规范为5分,存在问题酌情扣分。	实地查验及证明材料	

抄送：市委办公室，市人大办公室，市政协办公室。

运城市人民政府办公室文书管理科

2021年6月8日印发

