

电商农产品品牌打造道与术

县域农产品化妆师

讲师：刘渊



▼ 刘渊 Leyden

前阿里员工 27216

中国商务部电子商务中心第二批客座专家；

四川省人社厅客座电子商务专家讲师；

淘宝大学“走进大卖家”图文首发分享者，认证讲师

淘宝特色中国*四川馆 馆长

天猫四川原产地官方旗舰店

阿里集团“兴农扶贫”四川站

老枝花卤 电商部总经理

老枝花卤2015年4月获华谊兄弟总裁王中磊在内天使轮千万，2015年销量破千万，《天下网商》评最受风投喜爱淘宝店铺；

2015年8月四川迄今为止最大的网络销售案例“[食色四川](#)”，组织四川58家特产商家，创造了3天直接销售推荐产品1300万，带动店铺成交总额达到3000万；

2018年“寻味四川”总策划，1000万成交，37.6万个包裹

曾成功策划“甜过初恋”淘宝首届水蜜桃节，单日销售超过龙泉水蜜桃超过50000斤；

双12当天“金红柚惑”濠阳现场销售120吨红心蜜柚；

蒲江整体猕猴桃上行活动“猕恋蒲江”线上总策划；

天猫16年、17年年货节，暨“天猫腊味节”策划及视觉实施

2017年 聚划算小聚寻农第一期 青川木耳 总计销售75000单农产品帮助青川103户贫困种植户实现3天达到全年收入。

课程目的：

根据农产品上行中品牌建设进行梳理
了解农产品品牌打造的核心内容

课程价值：

能够让政府人员和电商从业者知道农产品品牌上行的问题
以及应对措施

目录

1. 为什么需要电商农产品品牌打造
2. 县域农产品电商品牌现状
3. 农产品上行企业诉求
4. 农产品品牌上行成功案例分析
5. 县域政府在品牌打造中的角色

01 | 为什么需要电商农产品品牌打造

主办单位：中国品牌建设促进会、经济日报社、中国国际贸易促进委员会、中国资产评估协会

2016

中国品牌价值 评价信息发布会



县域公众品牌简述组成

2016年中国品牌价值评价信息

（一）茶叶类地理标志产品

序号	品牌名称	品牌强度	品牌价值 (亿元)
1	安溪铁观音	906	1424.38
2	武夷岩茶	931	627.13
3	普洱茶	916	612.73
4	都匀毛尖茶	868	211.49
5	太平猴魁茶	885	186.11
6	凤凰单丛(枞)茶	903	184.47
7	蒲江雀舌	835	174.26
8	横县茉莉花茶	830	132.11
9	湄潭翠芽	807	102.17

（二）酒水饮料类地理标志产品

序号	品牌名称	品牌强度	品牌价值 (亿元)
1	贵州茅台酒	953	2755.90
2	烟台葡萄酒	849	905.06
3	洋河大曲	851	848.02
4	宁夏贺兰山东麓葡萄酒	844	140.96
5	双沟酒	818	94.10
6	枝江酒	803	89.67
7	互助青稞酒	785	87.34

(五) 加工食品类地理标志产品

序号	品牌名称	品牌强度	品牌价值 (亿元)
1	郫县豆瓣	918	649.84
2	镇江香醋	900	450.27
3	东坡泡菜	783	104.62
4	南溪豆腐干	884	85.79
5	富顺香辣酱	772	62.31
6	自贡冷吃兔	755	33.66

茶叶类	酒水饮料类	初级农产品类	畜禽水产类	加工食品类	工艺品及其他类	中药材类	
序号	企业名称	品牌强度 (百分制)			品牌价值 (亿元)		
1	贵州茅台酒	953			2755.90		
2	烟台葡萄酒	849			905.06		
3	洋河大曲	851			848.02		
4	宁夏贺兰山东麓葡萄酒	844			140.96		
5	双沟酒	818			94.10		
6	枝江酒	803			89.67		
7	互助青稞酒	785			87.34		

序号	企业名称	品牌强度（百分制）	品牌价值（亿元）
1	赣南脐橙	897	668.11
2	五常大米	878	639.55
3	烟台苹果	912	476.60
4	盘锦大米	860	273.19
5	怀山药	741	268.03
6	蒙阴蜜桃	882	266.44
7	南丰蜜桔	892	209.70
8	金乡大蒜	808	202.58
9	灵宝苹果	859	183.40
➡10	安岳柠檬	850	173.61
11	苍山大蒜	781	172.71
12	沂源苹果	785	149.33
13	静宁苹果	800	132.15
14	乌兰察布马铃薯	720	114.91
➡15	蒲江猕猴桃	892	102.35
16	眉县猕猴桃	871	98.28
17	新乡小麦	700	97.21
18	平谷大桃	880	94.39
19	方正大米	731	89.39
20	通河大米	695	83.21
21	泰安花椒	714	75.91
22	福安巨峰葡萄	694	71.39
➡23	龙泉驿水蜜桃	770	70.69

互联网下半场

消费升级

中产阶级觉醒

地道溯源需求

消费者

亚文化

90后

品牌获取渠道

七分故事三分宝

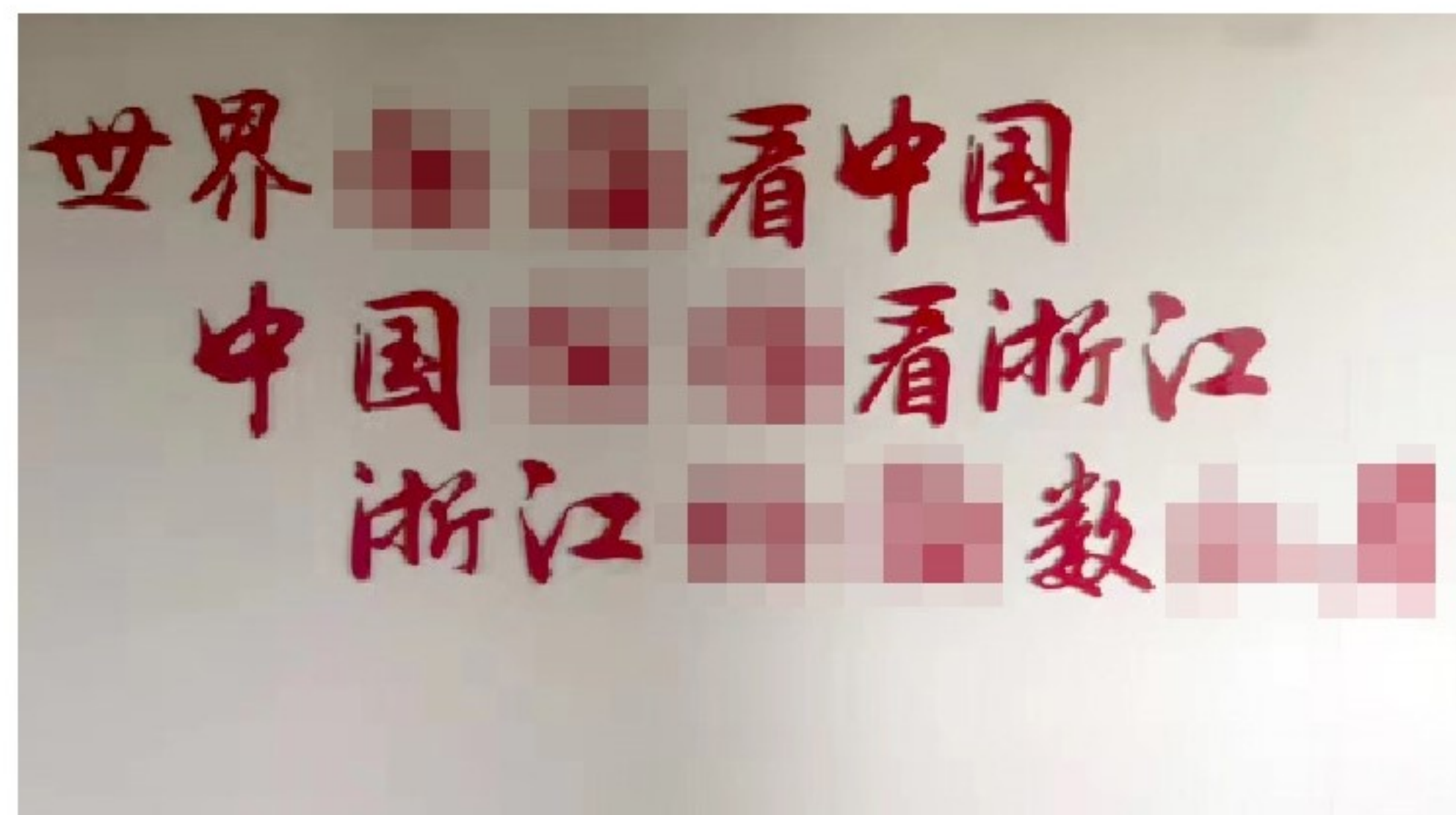
02

县域农产品电商品牌现状

县域电商品牌现状

公式：

1. 全球最好的***在中国
2. 中国最好的***在四川
3. 四川最好的***在****
4. 不好意思，我恰好就是****人



县域电商上行困境与机遇



团队

03 | 农产品品牌上行案例分析

农产品案例分享—小聚寻农青川木耳



农产品案例分享



农产品案例分享

聚

juhuasuan.com

今日团购 > 商品团 > 食品

查看更多同类商品 ▶

量贩团



加入购物车

加入聚收藏

分享



青川黑木耳干货180g (每个ID限购20件)

包邮

退货赔运费

第二份14.4元

• 第二份14.4元 买就送调味料神器

• 发泡率超高 一斤可发泡约17斤

• 百年古法种植 野外自然生长

⌚ 还剩: 0天 0小时0分31.4秒

🔥 28481件已付款

¥28.80

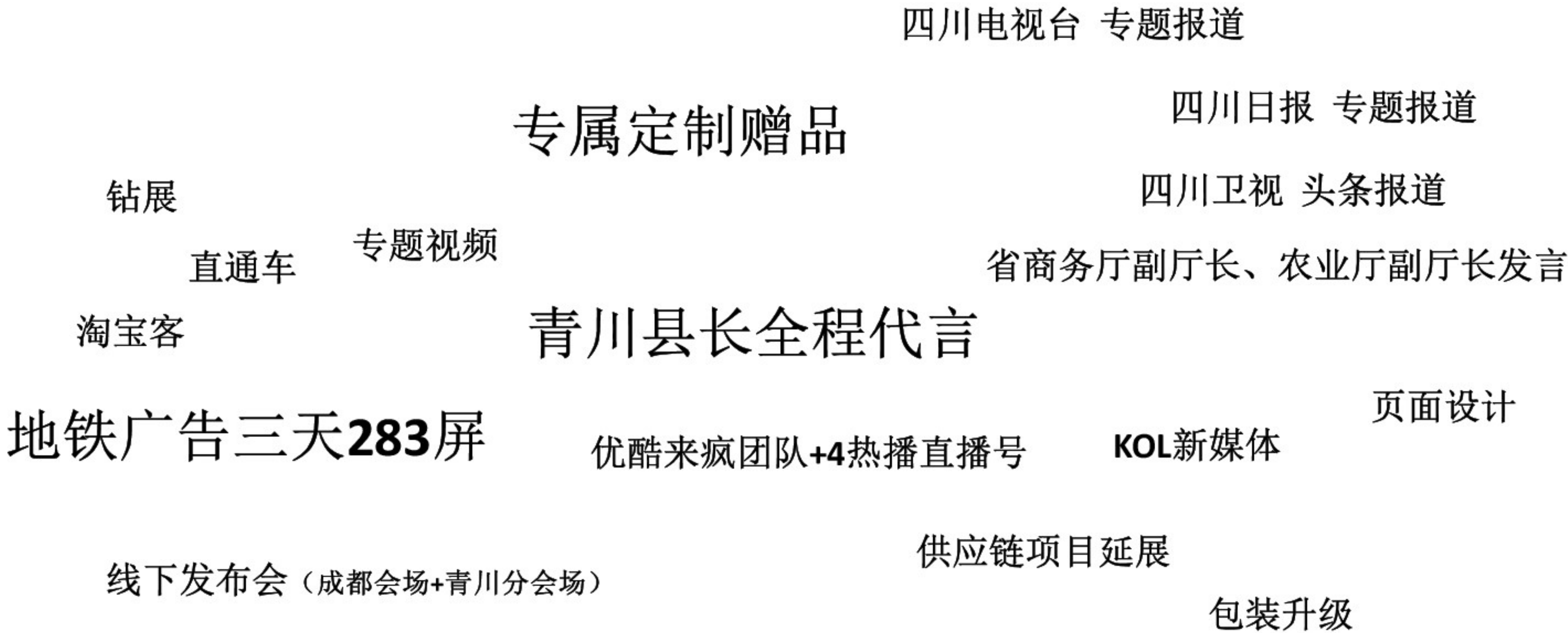
¥68.00

马上抢



扫码下载手机客户端
享受手机专属优惠机会

农产品案例分享



农产品案例分享—产品考察



农产品案例分享—产品考察



农产品案例分享—故事升级



农产品案例分享——包装升级

海伶山珍 四川原产地
只卖山里人的东西 四川原产地商品官方旗舰店甄选



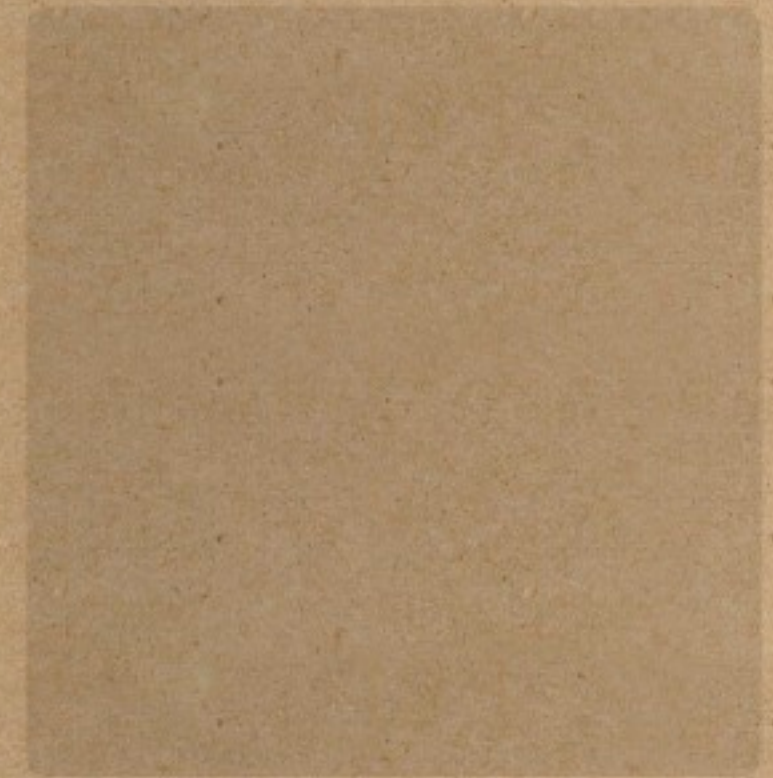
珍品



此物祇應深山有
一路輾轉到卿手
山寶有靈性
足以慰風塵

净含量:250g

海伶山珍 四川原产地
只卖山里人的东西 四川原产地商品官方旗舰店甄选



此物祇應深山有
一路輾轉到卿手
山寶有靈性
足以慰風塵

净含量:250g

海伶山珍 四川原产地
只卖山里人的东西 四川原产地商品官方旗舰店甄选

食用方法：
干货在烹饪前先用温水泡发一个小时候，揉洗干净后使用；
1.取适量木耳，以冷水泡发10—20分钟左右；
2.可凉拌、炒肉、炖汤等多种吃饭。

温馨提示：
1.禁忌人群：有出血性疾病、腹泻、孕妇慎食。
2.纯天然菌类没有任何的化学药物及防虫防腐剂，如存放不当容易生虫。
开袋后请尽快食用。有太阳的时候可以拿出来晒晒，有助于放的更近。

配料表：木耳
净含量：250克
保质期：18个月
生产日期：见包装
储存方式：放置于通风阴凉干燥处

产地：四川·青川
公司名称：青川海伶山珍商贸有限责任公司
公司地址：四川省广元市青川县
联系电话：0839-7207997
官方网址：http://www.hailingshanzhen.com

执行标准：GB/T6192-2008
生产许可证：QS5108 1601 0761

四川原产地商品 溯源防伪标识

海伶山珍 只卖山里人的东西

扫一扫 查溯源 更放心
扫码请使用淘宝/天猫APP

青川黑木耳

6 954762 130465

国家地理标志保护产品
四川原产地官方标准出品 生产许可

青川海伶山珍商贸有限责任公司荣誉出品

农产品案例分享--包装升级



农产品案例分享—品质升级

国家地理标志保护产品

原产地官方溯源追踪

从源头到舌尖 全程正品保证

产地证明商标

地理保护产品专用标志

四川原产地商品 溯源防伪标识

扫一扫 查溯源 更放心
扫码请使用淘宝/天猫APP

青川黑木耳

溯源防伪码

四川原产地商品 溯源防伪标识

扫一扫 查溯源 更放心
扫码请使用淘宝/天猫APP

海岭山珍®
只卖山里人的东西

中华人民共和国地理标志保护产品
PGI
PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

青川黑木耳

农产品案例分享—售卖升级

吃木耳很简单，滴一滴，拌一拌，即是拿手好菜！

只需滴上几滴，无需再加任何调料，即可畅享美味！简单到办公室也能吃！



很大的一包 比超市的价格还便宜 看评价都说不错 果断买下了 谢谢卖家给的赠品 细心的卖家还打印出青川黑木耳的生长介绍 这么好的东西也会分享给朋友的



农产品案例分享—服务升级

评价趋势

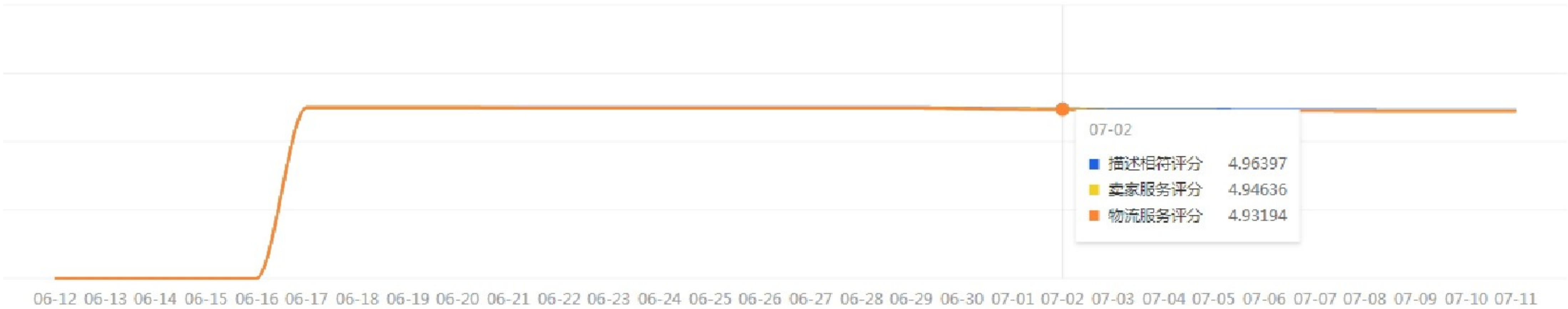
下载 趋势 | 列表

180天指标

已选 3/3 清空

☒ 描述相符评分 ☒ 卖家服务评分 ☒ 物流服务评分

■ 描述相符评分 ■ 卖家服务评分 ■ 物流服务评分



农产品案例分享—宣传升级



农产品案例分享—成都线下发布会



农产品案例分享



农产品案例分享



农产品案例分享—青川发布会



农产品案例分享



农产品案例分享



农产品案例分享—传播升级



农产品案例分享—传播升级



农产品案例分享—传播升级



农产品案例分享—传播升级

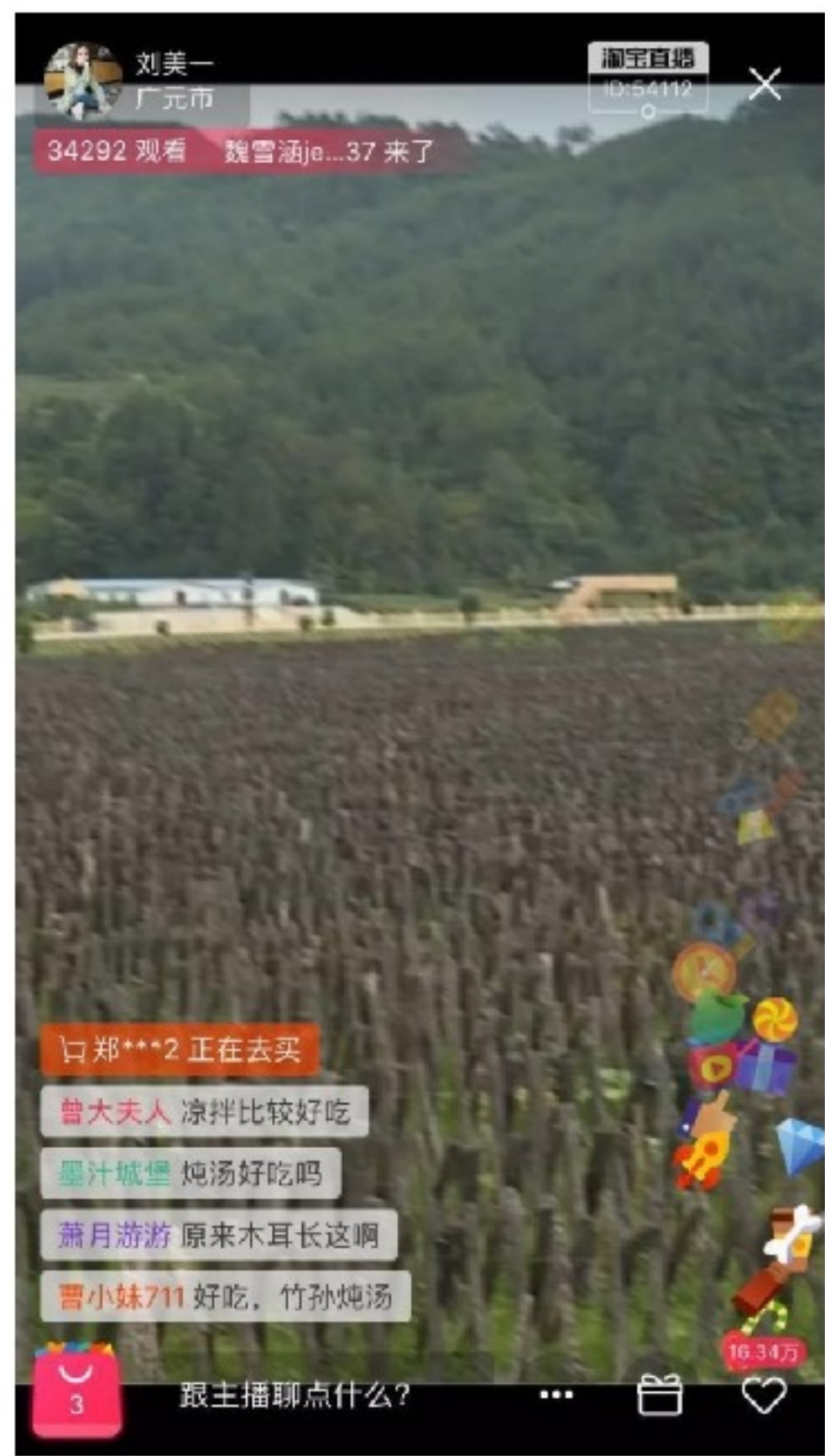
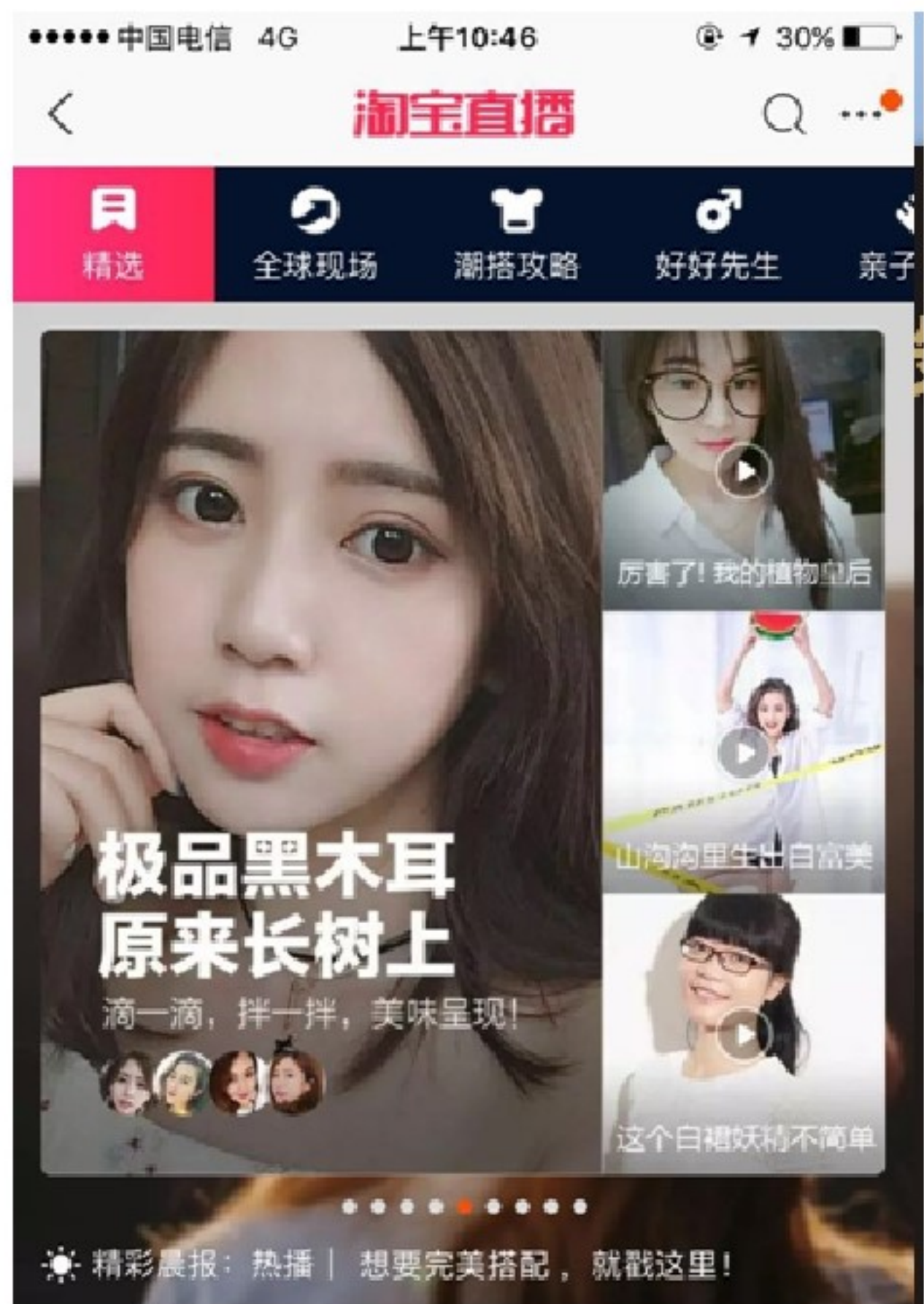


农产品案例分享——传播升级

地铁广告283个屏 三天



农产品案例分享—传播升级



农产品案例分享—其他案例

大山上的馈赠
舌尖上的四川
一杯盖碗茶
金红柚惑
弥恋川蒲
四季中国
料理鲜师
美食通缉令
四川传统工艺
鲜生我要
老枝花卤
张飞的牛肉
甜过初恋
记忆中的味道
甜过初恋
川味江湖
舌尖上的淘宝
青城四绝
印象四川酒文化-泸州老窖
畅游峨眉-秀甲天下
天猫首届腊味节
仙花飘香三秋
蜀兰竹海-天下翠
旅游四川之吃货日记
遗落在民间的贡品

四川官方旗舰店
Sichuan official flagship store

JIAOYAN PANDA
椒盐熊猫

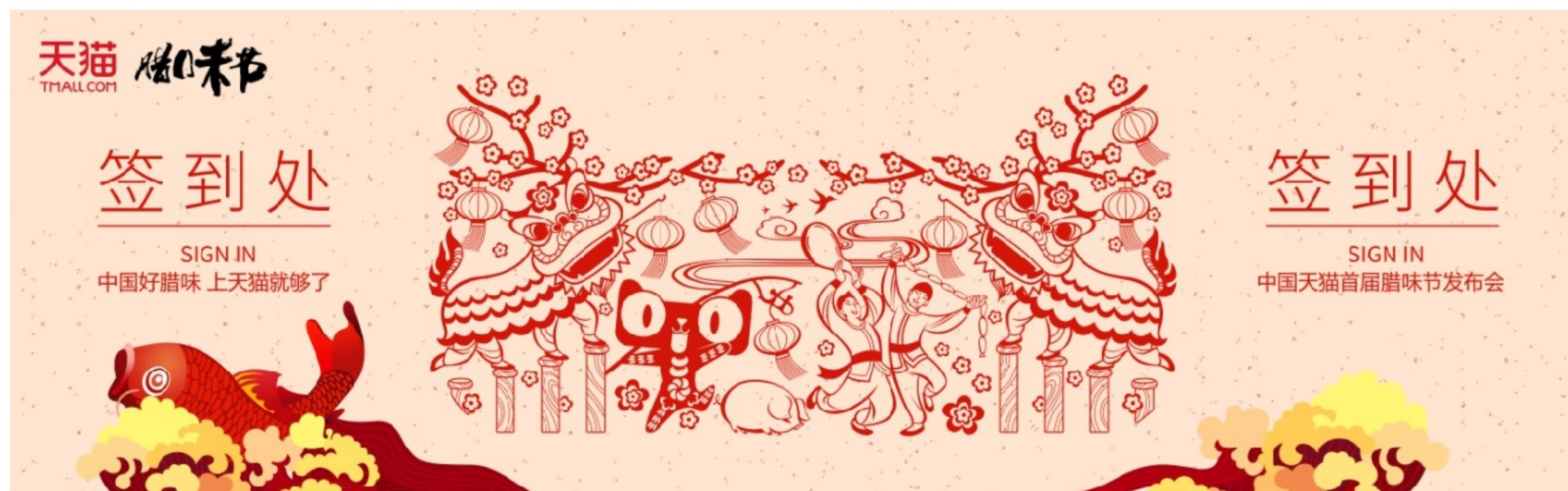
农产品案例分享—其他案例

食色四川



农产品案例分享—其他案例

首届天猫腊味节





农产品案例分享—其他案例

天天特价
县货集

汇吃
CHE TAODAO.COM

原产地直供
政府背书

淘宝首届蜜桃节

甜过初恋

免费领10元无门槛优惠券
原产地直供72小时新鲜送达

点我分享
赢最高399元
甜蜜礼包

活动时间: 6月23日-6月25日



甜
4两/个



四川龙泉长松水蜜桃 /6个

- 皮薄肉嫩沁心甜
- 绿色无公害, 奥运会推荐果品

¥119

活动价: ¥49

已被抢购10925件
立即抢购

网络销售额 1037361.05元

双12当天，西部（濠阳）农产品电商孵化园联合淘宝四川馆（成都本味）、金堂田岭润公司发起的名为“金红‘柚’惑”的专题营销活动。通过淘宝聚划算平台，分两个店铺，营销红心蜜柚。分别销售613570.47元（13936单）、423790.58元（4157单），共计144744斤。





04 | 政府在品牌打造中的角色

资源的整合支持

品牌打造 (故事挖掘、造节、民俗节日)

事件传播 (PR、GR、公益)

活动引爆 (大型线上线下联动、聚划算等)

源头土货

实时溯源

边看边买

所见所得

民俗风光

农村电商经纪人&企业

政府支持

选点选人

选品品控

脚本设计

专属包装

现场直发

最终，我们所呈现的

产品



商品



优质品牌网货



寄语

谁家酒都香，唯独你巷子深？

电商最终属于传统渠道品牌，但有前缀

卖得掉-----卖得好-----卖得俏

谢谢

THANK YOU

演讲人：刘渊

电话：17761231083



刘神 

四川 成都



扫一扫上面的二维码图案，加我微信