

浙江省“三品一标”公共品牌培育成效、措施及建议

方丽槐 李政

(浙江省农产品质量安全中心, 浙江 杭州 310003)

【摘要】介绍浙江省“三品一标”农业公共品牌培育的成效及采取的措施,并结合发展实际,提出4条发展建议。即加大政策扶持,深化品牌宣传,拓展电商平台和加强追溯管理。

【关键词】三品一标; 品牌; 浙江

【中图分类号】S 37; F 320

【文献标志码】A

【文章编号】0528-9017(2015)11-1705-03

农产品品牌化是现代农业实现生产标准化、管理科学化、产品规模化、经营产业化的重要标志。“三品一标”(无公害农产品、绿色食品、有机农产品和农产品地理标志)是我国在不同发展阶段,针对特定形势,立足各自侧重点发展起来的安全优质农产品公共品牌。实践表明,发展“三品一标”是推进“产出来”和“管出来”有机结合的有效载体,是通过品牌化引领提升农产品质量安全水平,促进农业增效农民增收的有效途径。

1 成效

1.1 品牌培育环境持续优化

“三品一标”品牌承载了政府的信誉。2003年始浙江“三品一标”工作先后被列入省政府生态省建设、浙江省文明县(市、区)、浙江农业现代化等重要考核体系,并设为省级示范性农民专业合作社、浙江名牌农产品等评定的前置条件。2010年浙江省委十二届七次全会《关于推进浙江生态文明建设的决定》和2014年省委十三届五次全会《关于建设美丽浙江创造美好生活的决定》,都把“三品一标”作为加快发展生态经济和生态循环农业的重要内容列入其中。2014年浙江省政府办公厅《关于加强农产品质量建设加快打造绿色农业强省的意见》,明确把发展“三品一标”作为深入推进农业生态化、标准化、品牌化的重要内容。政府的强力推动,有效促进了“三品一标”产业健康持续发展。

1.2 “三品”产业素质不断提高

2003—2014年浙江省无公害农产品从457个发展到5071个(不含渔类产品),绿色食品从160个发展到1311个,年均增长率分别为24.5%和21.1%,有机农产品达699个。截至2014年底,浙江省有效期内“三品”总数7081个,“三品”累计产地认定面积104.058万hm²,约占主要农产品种植面积的43%。获证“三品”产品中,种植业与养殖业产品数量比为4:1;种植业产地中耕地、茶园、果园面积分别占51%,8%和17%,蔬菜、茶叶、水果等主导产业申报产品所占比重较大,突显浙江农业优势;体现了较为合理的种植结构。

收稿日期:2015-09-20

作者简介:方丽槐(1957—),高级经济师,从事国有农场经济管理、农产品质量安全管理工作。E-mail:fyflh@163.com.

通信作者:李政(1983—),农艺师,从事农产品质量安全管理工作。E-mail:lzhbt@126.com.

1.3 认证产品质量稳定可靠

按照监管工作程序化、制度化、规范化建设要求，以企业年检、质量抽检、标志市场监察、颁证前告诫性谈话、专项整治、企业内检员培训、协会引导行业自律等多项制度为主要内容的监管长效机制逐步完善^①。2014 年浙江省共抽检无公害农产品 277 批次、绿色食品 143 批次，合格率分别为 99.28% 和 99.3%。多年来，浙江省“三品”抽检合格率稳定保持在 98% 以上，未发生“三品一标”质量安全事件。事实证明，认证一个产地，可以带动一片标准化生产，认证一个产品，可以保障一方质量安全。

1.4 农产品地理标志品牌特色鲜明

至 2014 年底浙江省共有国家农产品地理标志登记产品 35 个，登记保护产品呈现出鲜明的特色。

地域特色突出。35 个登记产品分布于全省 11 个市 25 个县，既有东海之滨的舟山晚稻杨梅，也有浙南山区的缙云米仁，地域分布广泛。

产业特色明显。登记产品中种植业产品 28 个，养殖业产品 6 个，初加工产品 1 个，基本涵盖了浙江省农业十大主导产业。

品质特色显著。金华两头乌猪被列入首批 6 个“全国农产品地理标志示范样板创建试点单位”之一；千岛银珍、泰顺三杯香茶、金华两头乌猪等 3 个产品作为首批中欧地理标志互认产品通过农业部审核。

2 措施

2.1 树立大监管、打好组合拳，提升品牌公信力

浙江秉持大监管的理念，坚持认证入口把关和证后严格监管两手抓，“产出来”和“管出来”两手硬，全力夯实品牌质量基础。

依法组织认证，强化程序规范、制度规范、行为规范，确保认证的有效性。每年组织一次检查员素质提升培训班，及时宣传贯彻新知识和新要求，并严格落实检查员签字负责制；建立省级“三品一标”审核专家库，充分发挥专家作用，从源头严把质量关；建立绿色食品颁证前与生产主体负责人告诫性面谈制度提高法律意识，增强法制观念，切实落实主体责任。

依法实施监管，健全发现问题机制，强化淘汰退出机制和企业自律机制，加强风险预警，打好证后监管“组合拳”。修订《浙江省绿色食品企业年度检查工作实施办法》，把绿色食品企业年检工作重心从市级机构下移到县级农业部门，切实提高年检工作质量和效率；举办百家企业法人培训班，请省农业执法总队队长宣布取消标志企业名单，并通过新闻媒体公开曝光，形成强大的震慑力；组织开展以“检查排查要严密、处理打击要严厉”为总要求的“三品规范提质百日专项行动”，将绿色食品企业年检、标志市场监察、无公害农产品现场检查等各项制度捆绑落实，督促生产主体 100% 签订质量安全承诺书，100% 落实“三上墙、两规范、一手册”要求（安全责任制度、内检员责任制度、质量安全承诺书三上墙，生产记录、农资管理两规范，监管巡查要有手册），不断提升全过程、全方位监管能力，切实维护好“三品一标”品牌公信力。

2.2 编好“连续剧”、演好“折子戏”，扩大品牌认知度

浙江以“三品一标”宣传周作为扩大品牌认知度的创新载体，编好持久宣传“连续剧”，演好当年宣传“折子戏”。

自 2009 年起，省中心连续 6 年组织开展“三品一标”宣传周活动，每年聚焦一个主题，举办一个仪式，开展一次培训，通过省市县“三品一标”管理机构、新闻媒体、生产企业纵横向联动，通过“三品一标”进社区、进超市、进学校、进影院等形式与消费者互动，引导城乡居民科学消费安全优质农产品，扩大品牌认知度。

2014 年宣传周以“绿色生产美田园、安全优质美生活”为主题。一是充分利用广播、电视、报刊等多种媒体广泛宣传“三品一标”安全优质的品牌形象。省中心组织召开了在杭部分新闻媒体“三品一标”座谈会，浙江卫视新闻联播、浙江日报、中国新闻网、新华网、凤凰网、农民日报等 22 家主流媒体都对浙江省“三品一标”发展成效进行了正面报道。二是利用省内官方权威杂志专版宣传，影响有影响力的人。在《浙江人大》杂志上专版宣传“三品一标”知识和发展成效，省市县乡 8 万人大代表人手一册。在省农办主办的《新农村》杂志上开展宣传，积极争取领导重视。利用《农村信息报》向广大生产主体宣传，并开展致农业龙头企业、示范性农民专业合作社一封信活动，引导规范化主体发展“三品一标”。三是利用微博微信等新媒体开展品牌传播。在浙江农业官方微信和微博平台上开展专题宣传，每天发布各市宣传周动态，以网络互动形式，营造全社会关心“三品一标”、共享美好生活的良好氛围。四是开展“三品一标”进社区、进高校等活动。先后赴中央和省领导视察过的王马社区、省直机关府苑新村社区开展现场宣传咨询。与浙江大学后勤集团联合主办“三品一标”进高校活动，省内 30 多家“三品一标”企业在浙大玉泉校区进行产品展销，省中心主任专门为浙大教职员进行“三品一标”及农产品质量安全知识讲座，受到广泛欢迎。五是省市县上下联动。金华市开展了“三品一标”知识百场电影进社区、进基地、进学校巡回宣传活动；绍兴市联合大专院校开展了“绿色食品基地行”活动；台州市开展了大型广场“三品”宣传活动；丽水市通过农村频道专家热线栏目专题讲解“三品”知识。通过上下联动宣传，形成合力，扩大影响。

2.3 立足大市场、融入大平台，拓展品牌影响力

围绕“三品一标”精品定位，广拓渠道，不断提升市场竞争力和品牌影响力。近年来，在浙江省政府每年主办的“浙江农业博览会”上，都突出“三品一标”产品展示与销售，大力宣传“三品一标”发展成效。在杭州绿色农产品城设立绿色食品挂牌示范店和专柜，探索专营渠道。2010 年，经中国绿色食品发展中心批准，组织成立中国绿色食品有机食品国际直销中心，立足杭州，服务全国，连接海内外，为供需双方搭建联动平台。2014 年，省绿色农产品协会在积极组织会员参展“中国绿色食品博览会”“中国国际有机食品博览会”等国内外展会的同时，主动发力、借梯上楼，以协会冠名的形式，与武义县人民政府联合承办了“第五届中国（武义）国际养生博览会”，与浙江新农都实业有限公司共同主办了以“让‘三品一标’走进饭店、端上餐桌”为主题的“第二届中国（浙江）优质食材博览会”，与杭州市农办、滨江区政府共同举办了“2014 年第二届祖名豆制品文化节”，为促进产销衔接和提升品牌竞争力构筑起新的平台。同时，协会还组织召开了全省“三品一标”企业诚信体系建设大会，100 多家会员企业代表参加，探索建立符合绿色农产品行业特点的诚信管理体系，并向全省“三品一标”企业发出《诚信与自律倡议书》，社会反响良好。

3 发展建议

农产品品牌是附着在农产品上的独特标记符号，在市场经济下，有了过硬的品牌才能有好的市场。推动农业品牌化、标准化、电商化“三化”联动发展，已成为浙江农业转变发展方式、提升农产品质量安全水平、促进农民增收的必然要求。今后一个时期，全省“三品一标”工作将紧紧围绕建设“两美”农业和打造绿色农业强省的总要求，持续深入开展“三品一标”公共品牌建设。

3.1 加大政策扶持

“三品一标”是各级政府和农业部门经过 20 多年努力，逐步树立起来的安全优质农产品公共品牌，要持之以恒地把她精心培育好、悉心保护好、用心发展好，必须通过政府、市场、法律、行业协会等综合性措施予以引导提升。各地应把发展“三品一标”列入本地区、本部门农业农村经济“十三五”发展规划和年度目标任务，将产品培育、品牌宣传、质量监管等所需

经费列入年度财政预算；把发展“三品一标”纳入当地强农惠农政策体系，加强与重要农业建设项目挂钩，加强奖励扶持，确保财政支持力度不减，进一步营造形成良好的政策氛围和工作导向，引导各类主体积极发展“三品一标”。绿色农产品行业协会要逐步建立和完善“三品一标”企业诚信管理体系，从制度上形成良好导向，充分调动企业创建品牌、维护品牌的积极性。

3.2 深化品牌宣传

持续深入开展“三品一标”宣传周活动，利用电视、广播、报刊等传统媒体和互联网、移动终端等新兴媒体，广泛宣传“三品一标”产地环境优良、认证程序严格、监管法制健全、产品安全优质的品牌形象，积极引导城乡居民科学消费农产品，提高消费者对“三品一标”品牌的信任度，增强品牌的社会公信力，以品牌引领生产，以信誉促进消费。充分发挥展会在宣传品牌、促进贸易方面的作用，组织企业参加“中国绿色食品博览会”“中国国际有机食品博览会”“浙江省农博会”等国内外贸易推介活动，推进产销对接，提升“三品一标”市场竞争力。继续配合武义县政府承办好“中国武义国际养生博览会”，积极为“三品一标”企业搭建营销平台，扩大品牌认知度，提升品牌影响力。

3.3 拓展电商平台

农产品电子商务是将现代电子商务技术运用于农产品营销过程的一种新型业态，它可以通过互联网将农户的“小生产”与消费者的“大市场”相连接，可以解决买卖过程中的信息不对称问题^①，降低营销成本，提高品牌传播效率。“三品一标”产品营销和品牌提升，要善于运用“互联网+”这个有力工具，依托农业龙头企业和“三品一标”特色产品，积极培育绿色农产品电子商务经营主体和区域平台，通过标准化生产、品牌化发展、电商化销售“三化联动”发展，促进“三品一标”产业优化提升。

3.4 加强追溯管理

我国农产品经营呈现“远距离、多环节、大流通”的特点，农产品责任主体不仅是生产者，还涉及收购、储藏、运输、销售等多个主体，质量安全风险因子复杂多变^②，一旦发生“三品一标”质量安全事件，如果不能及时追溯到责任主体和问题原因，容易给整个区域或整个品牌贴上标签甚至致命打击，加强“三品一标”质量安全追溯管理，对于保护公共品牌公信力具有重要意义。目前浙江省农产品质量安全追溯平台已经投入运行，根据工作安排，“三品一标”生产主体要带头先行，积极探索生产过程追溯，示范带动农业生产主体开展农产品质量安全追溯建设，为构建全程可追溯体系积累经验，农产品质量安全追溯体系将成为“三品一标”品牌信息化监管的有效手段。

参考文献：

- ① 方丽槐. 浙江省“三品一标”品牌发展现状与对策研究 [J]. 农产品质量与安全, 2014 (5) : 10 — 12.
- ② 康春鹏. 电子商务中农产品质量安全模式研究 [J]. 农产品质量与安全, 2015 (3) : 12 — 15.
- ③ 罗斌. 我国农产品质量安全追溯体系建设现状和展望 [J]. 农产品质量与安全, 2014 (4) : 3 — 6.