
涪陵区地理标志农产品的开发现状与利用

黎单丹^{*1} 李鑫 张鑫月

(长江师范学院 管理学院, 重庆 408000)

【摘要】:通过走访涪陵区地理标志农产品基地、白茶基地、榨菜办等,调查了解涪陵区地理标志农产品发展情况,结果显示,涪陵区地理标志农产品认知度、使用性偏低,除榨菜外其它地理标志农产品均无龙头企业,管理机构和营销体制也有欠缺。提出营建地理标志品牌运营环境、塑造知名品牌并加强品牌推广、培育龙头企业、搭建完善地理标志农产品营销体系、加强地理标志农产品品牌保护等建议,以推动涪陵区整体农业经济的发展。

【关键词】:地理标志农产品;开发现状;建议;涪陵区

【中图分类号】:F327

【文献标识码】:A

1 涪陵区地理标志农产品发展现状

1.1 地理标志农产品注册情况

根据重庆市工商行政管理局发布的重庆市地理标志名单(2016年第三季度):重庆市截至目前共有地理标志商标206件,其中涪陵区共有地理标志商标10件,与永川地理标志商标数目并列位于整个重庆市地理标志商标数量排名的第五名。其中,彭水以22件位于第一,位于涪陵区前列的还有合川13件、南川13件、丰都11件。涪陵区地理标志农产品有6件种植业商标和4件养殖业商标(如表1所示)。

¹ 收稿日期:2017-03-21

作者简介:黎单丹(1996-),女,重庆开县人,长江师范学院本科生。

表 1 涪陵区地理标志农产品注册情况

| 类别 | 商品 | 注册人 / 所有人 | 注册时间 |
|----|--------------|-------------------------|------------|
| 29 | 榨菜 | 重庆市涪陵区榨菜管理办公室 | 2000.04.21 |
| 29 | 榨菜 | 重庆市涪陵区榨菜管理办公室 | 2006.04.07 |
| 31 | 青菜头 | 重庆市涪陵区榨菜管理办公室 | 2010.02.21 |
| 31 | 龙眼 | 重庆市涪陵区南沱镇睦和果品 专业技术协会 | 2011.06.28 |
| 31 | 萝卜 | 重庆市涪陵区江北街道办事处 胭脂萝卜协会 | 2011.11.21 |
| 31 | 黑猪 (活的) | 重庆市涪陵区南沱镇生猪养殖 专业技术协会 | 2012.01.14 |
| 31 | 土鸡 (活动物) | 重庆市涪陵区增福土鸡协会 | 2012.12.21 |
| 30 | 白茶 (茶) | 重庆市涪陵区蔺市镇农业服务 中心 | 2012.12.27 |
| 31 | 水牛 (活动物) | 重庆市涪陵区畜牧技术推广站 | 2013.03.21 |
| 31 | 黑山羊 (活动物) | 重庆市涪陵区畜牧技术推广站 | 2013.03.21 |

数据来源于重庆工商行政管理局公众信息网重庆市商标信息查询
地理标志数据 (截至 2016 年 10 月)

1.2 地理标志农产品产值现状

涪陵区 2015 年实现地区生产总值 (GDP) 813.19 亿元, 比上年同比增长 11.9%。其中, 第一产业增加值 51.77 亿元, 同比增长 4.3%。涪陵区已成功注册 10 件地理标志商标, 目前市场接受度最高的种植类产品主要有三种。一是最早注册的涪陵青菜头, 涪陵青菜头在北方销售较好, 很受北方当地市民欢迎, 农民人均年纯收入达 1400 元, 实现了“注册一件商标, 带动一个产业, 富裕一方百姓”的目标。其二是涪陵龙眼, 对外采取适当的口碑宣传, 对内举办“涪陵龙眼文化节”采果活动等行动, 使当地鲜龙眼价格由原来的 2.5 元/kg 提高到现在的 4 ~ 5 元/kg, 农民人均年纯收入达 9200 元。此外, 为了有效地避免鲜龙眼集中上市, 市场供过于求而导致果多贱卖的难题, 出现了重庆市首家“桂圆干”加工厂, 并不断开发“桂圆干”“龙眼肉”“龙眼酒”“龙眼果醋”“龙眼蜂蜜”“龙眼豆腐”等一系列产品。其三是涪陵白茶收益也相当可观, 通过“涪陵白茶”地理标志商标的使用, 产品供不应求, 价格高达 8000 元/kg。为涪陵区地理标志农产品带来积极的宣传效果和收益的同时, 也使得人们对其的重视度加强。再者, 涪陵地理标志商标中养殖业规模也发生较大的改变, 涪陵黑猪已形成了从品种、商品猪养殖、屠宰、冷链、配送、加工、销售于一体的产业链, 涪陵黑猪销售价格也得到了大幅度的提升, 每头收入比其他生猪多 400 元以上, 2014 年 4 月, 海林协会、重庆市养猪研究所、市农委畜牧总站、区畜牧局联合签署了四方合作协议, 推行“可移动圈舍”“种养还原”的生态养殖模式, 共同培育涪陵黑猪新品种。增福土鸡年出栏 45 万只以上, 现有养殖大户 50 余户, 年产值达 2500 万元以上, 已进入重庆多家超市, 通过地理标志的注册, 销售价格提升了 8 元/kg。近年来, 由于政府对地理标志农产品进行了扩张, 在产量及产值方面都有了进一步的提高, 也为当地人们带来更好的经济效益 (如表 2 所示)。

表 2 涪陵区地理标志农产品产值数据

| 地理标志农产品 | 种植面积 /产量 | 年产值 | 数据时间 |
|---------|-----------------------------------|-----------|---------|
| 榨菜 | 47 万 t | 28 亿元 | 2016.02 |
| 青菜头 | 4.83 万 hm ² /150.6 万 t | 10.45 亿元 | 2016.02 |
| 龙眼 | 0.15 万 hm ² /0.38 万 t | 3100 万元 | 2014.10 |
| 山羊 | 3.15 万只 | 1.8 亿元左右, | |
| 增福土鸡 | 145 万只 | 占畜牧业产值 | 2016.02 |
| 黑猪 (活的) | 1.8 万头 | 比重 8.7% | |

数据来源于重庆市涪陵区人民政府关于涪陵区畜牧业发展第十三个五年规划，涪陵榨菜办。

1.3 获准使用地理专用标志的农业龙头企业开发情况

在全区现有的 10 件地理标志商标中，使用较好的有“涪陵榨菜”“涪陵青菜头”“涪陵黑猪”“涪陵龙眼”“涪陵白茶”“增福土鸡”，占现有地理商标总数的 60%。

涪陵有“中国榨菜之乡”之称，“涪陵榨菜”拥有“涪陵榨菜、Fulingzhacai、涪陵青菜头”地理标志证明商标 3 件，在使用管理方面，有专门的管理机构，制定了《涪陵榨菜证明商标使用管理章程》《涪陵榨菜证明商标使用管理办法》，对“涪陵榨菜”证明商标的监管职责作出了明确的要求，已许可 19 个加工企业使用（如表 3 所示）。

表 3 涪陵榨菜标志龙头企业使用情况

| 企业名称 | 加工品年产量 | | | 品牌名称 | 龙头企业级别 |
|-------------------|--------|--------|-------|---------------|--------|
| | 年产量 | 年销售收入 | 年出品量 | | |
| | t | 万元 | t | | |
| 重庆市涪陵宝巍食品有限公司 | 10000 | 6133.9 | 8112 | 川陵、亚龙、八缸 | 市级 |
| 重庆川马食品有限公司 | 7000 | 4550 | 5000 | 川马 | 区级 |
| 重庆市涪陵区大石鼓食品有限公司 | 6000 | 3100 | 5080 | 川东、黔水、涪客多、白鹤梁 | 区级 |
| 重庆市涪陵区凤娃子食品有限公司 | 8000 | 3500 | 5500 | 凤娃、成红、耕牛 | 市级 |
| 重庆市涪陵区桂怡食品有限公司 | 8000 | 3000 | 6000 | 游辣子、桂怡 | 市级 |
| 重庆市涪陵区国色食品有限公司 | 8500 | 5950 | 8500 | 涪厨娘 | 市级 |
| 重庆市涪陵区浩阳食品有限公司 | 10000 | 4700 | 9000 | 浩阳、奇均 | 市级 |
| 重庆市涪陵区红景食品有限公司 | 18000 | 5400 | 12600 | 渝橙、阿陶哥 | 市级 |
| 重庆市涪陵区红日升榨菜食品有限公司 | 15000 | 6800 | 11000 | 红昇、懒妹子 | 市级 |
| 重庆市涪陵区洪丽食品有限责任公司 | 20000 | 10738 | 15360 | 餐餐想、灵芝 | 市级 |
| 重庆市涪陵辣妹子集团有限公司 | 53988 | 46658 | 53920 | 辣妹子 | 国家级 |

| | | | | | |
|------------------|--------|----------|--------|-----------|-----|
| 重庆市涪陵绿洲食品有限公司 | 10000 | 3000 | 5000 | 涪佳、绿洲 | 市级 |
| 重庆市涪陵瑞星食品有限公司 | 12000 | 5000 | 12000 | 仙妹子、搏风 | 市级 |
| 涪陵天然食品有限责任公司 | 20000 | 12950 | 15980 | 小字辈 | 市级 |
| 重庆市涪陵区渝杨(集团)有限公司 | 30000 | 13271.36 | 18000 | 渝杨 | 市级 |
| 重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司 | 237180 | 445900 | 231051 | 乌江 | 国家级 |
| 重庆市涪陵区志贤食品有限公司 | 15000 | 4000 | 6000 | 志贤、渝钱 | 市级 |
| 重庆市涪陵区智发食品有限公司 | 3500 | 2000 | 3000 | 红江、涪仙、川小子 | |
| 重庆市涪陵区紫竹食品有限公司 | 30000 | 13516 | 22000 | 涪枳、大地通 | 市级 |

数据来源于涪陵区榨菜办 2016 年 11 月榨菜产业基本情况汇报

2 地理标志农产品开发和利用中存在的问题

2.1 消费者对农产品地理标志认知程度低

据重庆市工商行政管理局 2016 年第三季度重庆市地理标志名单涪陵区地理标志农产品共计 10 种,除了“涪陵榨菜”的 3 件商标被人们熟知以外,其余 7 件都是缺乏认知度的,完全没有发挥农产品地理标志应有的作用。有的因获准注册时间短,还没来得及及使用;有的因产品数量较小,缺乏龙头企业的带领,也未正常使用,所以谈不上使用效果。如“涪陵水牛”属中国水牛沼泽型役用地方良种,是为了保护明优品种而注册,还没有使用。“涪陵红心萝卜”因对种植环境要求高,产量低,未成规模,也未使用。加之地理标志多为鲜活农产品,不能在延伸产品上使用,客观上也制约了地理标志的使用效果,这是地理标志使用效果不明显的主要原因。

2.2 各地理标志农产品商标注册与使用不相符

2.2.1 涪陵黑猪。“涪陵黑猪”于 2012 年 1 月由重庆市涪陵区南沱镇生猪养殖专业技术协会申请注册。通过长期的培育发展和宣传推广,黑猪产品逐渐成为全国名品,进入超市。已从涪陵、长寿、重庆走向西安、北京等市场,目前市面上超市专柜已有 16 家、专卖店已达 53 家,代理商 8 个。但在商标的使用上存在改变“涪陵黑猪”字样的案例,同时注册人还反映“涪陵黑猪”原注册为活猪,但是现在却出现大量销售猪肉、腌制品使用类别不一致的问题。

2.2.2 涪陵龙眼。“涪陵龙眼”于 2011 年 6 月由重庆市涪陵区南沱镇睦和果品专业技术协会注册,并注册有“睦和龙哥”“睦和村”“平西坝”3 件水果品牌商标。但在商标的使用上存在改变“涪陵龙眼”注册商标的文字排列,商标标识管理不规范,且有其他非会员未经许可使用其包装,也有其他地方使用“涪陵龙眼”字样。此外,当地人们想对“涪陵龙眼”进行深加工时,却由于商标使用类别不一致,导致出现无法使用“涪陵龙眼”商标等问题。

2.2.3 涪陵白茶。“涪陵白茶”是涪陵区农委经作站、藿市农服中心 2006 年从浙江安吉引进,在涪陵区联辉茶叶专业合作社、涪陵芝兰茶厂三年试验性种植获得成功。于 2012 年 12 月由重庆市涪陵区藿市农服中心申请注册,但在使用中不规范,有商标局地理标志的统一标识和涪陵白茶文字加标识,没按注册图形使用,存在改变图形的情况。

2.2.4 增福土鸡。“增福土鸡”于 2012 年 12 月由重庆市涪陵区增福土鸡协会申请注册。成立了专门的管理机构,统一制作了防伪标志、包装箱等商标标识,制订了《商标标识使用制度》,规范了发放和监管。现被区政府确定为全区重点养殖项目,产品已进入重庆多家超市。但因增福土鸡是活动家禽,在进行商品的运输、包装、售卖等过程都比较麻烦,进入市场投入成本相对较高,售价较高,市场接受度较低。

2.2.5 涪陵水牛和渝东黑山羊。“涪陵水牛”“渝东黑山羊”均系2013年3月由涪陵区畜牧技术推广站申请注册，均为保护性注册。因养殖规模不大，商标基本没使用。

2.2.6 涪陵红心萝卜。“涪陵红心萝卜”由重庆市涪陵区江北街道办事处胭脂萝卜协会注册，因产量较少，无龙头企业带动，加之其以鲜销为主，没有包装也就没有使用商标。

2.3 地理标志农产品商标维护与推广力度不足

2.3.1 地理标志农产品质量规范化程度较低。市场上出现一些假冒伪劣的地理标志农产品，农产品质量未得到应有的保证，也给消费者购买地理标志农产品留下了后顾之忧。由于地理标志注册人均均为事业单位、行业协会、专业合作社等，缺乏商标使用知识，除“涪陵榨菜”有专门的管理机构，建立完善了《涪陵榨菜证明商标使用管理章程》《涪陵榨菜证明商标使用管理办法》等系列管理制度，形成了完整的管理体系外，包括在使用的地理标志多数也因没有专门的管理人员，加之使用时间短，没有形成一套完整的地理标志使用管理办法，商标管理不够规范。从检查的情况看，在地理标志的使用中，有的企业只使用了注册的地理标志，而没使用商标局地理标志的统一标识；有较高知名度的企业在许可使用后，为突出企业商标而不愿使用；有的在使用过程中有改变注册商标图形的情况；有的对商标管理不严，随意他人使用。

2.3.2 推广力度不足，商标意识不强。相关企业、行业组织或相关部门对农产品地理标志的使用和推广未落到实处，没能充分发挥它的重要作用，重视注册轻视使用，后续发展乏力。多数注册人不直接使用商标，商标意识不强，有的更不知道如何使用和管理。使用人涉及的对象多为农户，对地理标志认识更是不足。有的规模不大，商品化程度不高，使用量较小。加之，我区注册的地理标志多为鲜活农产品，如涪陵红心萝卜，多数农民在就近市场上将其直接销售，不需要包装，因而没有使用商标。有的也因经费原因，没将商标用作广告宣传。

2.3.3 没有发展壮大企业品牌。企业品牌文化不够独特优秀，未能表现地理标志农产品的精品品牌。产品包装没有精致化，展现其特色。高档的地理标志农产品的开发推广，未带动中低端农产品的研究开发与利用推广。以涪陵榨菜为例，多数榨菜企业的品牌知名度不高，市场占有率低，企业销售量有限，中小企业生存困难；涪陵榨菜市场还面临着四川泡菜、浙江榨菜等同类产品的冲击，市场竞争激烈；假冒侵权涪陵榨菜严重，没有具体的打击假冒伪劣产品政策。

3 对地理标志农产品现状的建议

3.1 加强对地理标志农产品品牌的维护和推广

为推进地理标志农产品品牌有序开发，进一步得到消费者的认可。要逐步规范产品质量监管体系和销售体系，确保每件地理标志农产品的生产或加工符合质量标准，及每家经营主体都能按照规范出售商品。政府、企业、消费者协会三者联合建立完善的投诉中心，投诉、举报、退货、维权等全方位服务，保障投诉渠道的通畅，把维护消费者合法权益的口号落到实处。对不按照规范经营的商家和假冒伪劣商品严格处置，全面实施打假行动。工商、质检、物价、卫生防疫等部门联合成立执法机构，强化危机意识，防范与消除在各个方面对地理标志农产品品牌的伤害，建立地理标志品牌的信誉，维护地理标志农产品品牌。

3.2 以“大商标”带“小品牌”逐步发挥起品牌集群效应

依托以涪陵榨菜为首的知名地理标志农产品品牌，加大各种形式的广告宣传及口碑宣传，建立涪陵区地理标志农产品——榨菜商标为主，各本地不知名榨菜小品牌为辅的榨菜专营直销店，兼卖其他品牌的本地地理标志农产品。以涪陵区为点带动以重庆市为线以全国各省市为面的趋势发展，增强全国各地对涪陵区地理标志农产品的深入了解和认知，带动涪陵区其他地理标志农产品的全面发展。

3.3 政府企业消费者环环相扣，重视对地理标志商标的使用

政府定期召集企业开展地理标志农产品商标规范使用会议，强化企业重视使用地理标志的意识，减少企业重视对地理标志农产品商标的注册但是轻使用的问题；同时企业定期向消费者发布一些关于如何识别地理标志农产品商标的信息，注重产品在包装上对地理标志商标的使用，增强消费者对地理标志农产品商标的认知。

3.4 招商引资，培育龙头企业

以地理标志农产品作为当地的亮点，打造出涪陵区当地的优势，吸引商业人士前来投资，提供资金。随着产业的发展，产业链的多元化，人才的需求将会增多，吸收各地人才，增强地理标志农产品的发展实力。企业作为地理标志农产品专用标志的实际使用者，是发挥地理标志农产品品牌价值的主要行为人。龙头企业具备较强的扩张力和集聚力，能引导地理标志农产品产业集群发展。应该大力培育扶持，壮大龙头群体，在资金、税费、用地、能源等方面给予优惠扶持，建立重点龙头企业挂牌保护制度、领导联系企业制度、重点企业无小事制度、直通车制度等，为培育龙头企业提供良好的政策支持。采取特事特办、一事一议的办法帮助其解决发展中的困难和问题，促进了农产品加工龙头企业的发展。发挥龙头作用，促进产业化经营。按照“围绕龙头建基地、建好基地引龙头”思路，把龙头与基地、企业与菜农有机统一起来，不断探索完善一体化经营。一方面，狠抓龙头企业与基地对接，实现订单生产。对生产基地和加工企业发展进行合理规划布局，做到基地建设与企业发展相互对接。坚持谁扶持、谁发展、谁收购的原则，划片定点、合同收购原料，避免无序竞争。每年召开龙头企业与基地乡镇产销对接会议，由企业乡镇签订产销协议，明确双方的权利和义务，乡镇按订单组织生产，企业按订单进行收购。另一方面，落实龙头企业的责任。使龙头企业更好地发挥产业带动作用，改变过去单纯的买卖关系，开展如“十佳龙头企业”一类的创建活动，对基地带动作用发挥好的企业进行表彰奖励，对履责不好的企业给予惩戒，直至取消龙头企业资格。（本论文用于科研立项结项）

参考文献:

- [1] 付启敏. 涪陵榨菜旅游品牌培育[J]. 西南农业大学学报(社会科学版), 2004(03): 12-15.
- [2] 朱涛, 张钰. 重庆市农产品地理标志保护现状与问题分析[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2013(05): 38-42
- [3] 王文龙. 中国地理标志农产品品牌竞争力提升研究[J]. 财经问题研究, 2016(08): 81-86
- [4] 陈春燕, 景晓卫, 彭迎. 四川农产品地理标志保护和利用现状与发展对策研究[J]. 四川农业科技, 2015(02): 5-7