
苏州区域公用品牌强农之路

——以“苏州大米”为例

秦伟 王芳 张翔

江苏省苏州市农业农村局

江苏省苏州市积极探索在有限的耕地空间里，实现农业高质量发展的有效途径、模式，通过强化农产品区域公用品牌建设，提升单位面积耕地产出效益，实现了苏州农业的产业兴旺和农民的生活富裕。截至 2019 年 8 月，全市共打造具有鲜明地方特色和市场知名度的农产品区域公用品牌 9 个，其中以“苏州大米”为引领的年销售额超亿元农产品区域公用品牌 3 个、超 5000 万元品牌 6 个，农产品区域公用品牌集群雏形初现，农产品区域公用品牌建设推进农业高质量发展增值增效的苏州模式正在形成。

建设推广模式

建设模式。采用“政府引导+企业主体+协同共建”模式。政府引导：明确苏州市农业农村局在农产品区域公用品牌建设推广中的角色定位。在“苏州大米”区域公用品牌建设推广中，苏州市农业农村局作为战略引导者、产业维护者、资源协调者和市场监管者确立和承担战略指引、公共服务供给、公共资源配置和市场秩序监管的对应职能。企业主体：明确企业是“苏州大米”区域公用品牌建设的主体力量。在苏州市农业农村局引导下，通过“苏州大米”区域公用品牌的培育、保护、质量管理、市场创新等方式，引导水稻生产、加工、销售基地、合作社、农场主、农业公司、大户创建“苏州大米”企业品牌，通过系列科研确定“苏州大米”各产品企业生产标准，以企业标准带动“苏州大米”产业标准的确立，进而实现苏州水稻产业优质生态高效的转型升级。协同共建：构建政府引导、部门联动、协会统筹、企业担纲、社会参与、协同发展的“苏州大米”区域公用品牌建设机制，推动组建苏州大米行业协会，充分发挥政府的引导推动作用、企业的主体担当作用、大米协会的协调统筹作用，实现创牌的共建多赢。

发展策略。核心理念：聚焦苏州乡村振兴产业发展需求，突破产业发展耕地资源瓶颈限制，以“苏州大米”区域公用品牌建设为突破，以创新、协调、绿色、开放、共享发展新理念推进全市农业供给侧结构性改革，努力走品牌引领、安全高效、生态外向的现代农业发展道路。建设方向：以创塑“苏州大米”农产品区域公用品牌为抓手，推动各市、区培育、壮大一批农产品区域公用品牌。通过导入形象、推动创牌、质量追溯、标准引导、立体传播五大体系支撑，创建“苏州大米”“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的品牌矩阵。融合发展：在全市水稻产业大力推广绿色优质生态高效种植模式，夯实质量基础。融合拓展品牌功能，构建系统的品牌运营管理体系，线上线下多方位立体营销，深入挖掘苏州稻作地域文化，有效利用旅游、文化等资源，推动多产业融合，拓展农业多种功能、延伸产业链。

主要做法。建立机制：落实“苏州大米”区域公用品牌培育机制，明确各成员单位职责，组建区域公用品牌管理体系，明确区域公用品牌管理许可制度，实施区域公用品牌目录管理，为区域公用品牌建设后续工作打好组织基础。导入形象：充分挖掘“苏州大米”区域公用品牌的内在价值，注重应用全新的品牌价值体系、符号体系、包装体系，辅以独创性的符号设计，确保“苏州大米”区域公用品牌有系统完整的视觉形象体系。通过战略发布会、品牌农业与市民互动、网络推广营销等一系列措施引起广泛关注，快速叫响市级公用品牌。推动创牌：在创建“苏州大米”区域公用农产品品牌基础上，推动各市、区“苏州

大米”企业品牌建设，将苏州市范围内产业化程度相对较高、现代农业基础好、产业规模体量大、品牌有一定知名度的生产、加工、销售企业列入第一批重点培育推广品牌序列范围；产业规模体量不大的生产、加工、销售企业，列入后续培育品牌序列，构建“区域公用农产品品牌+企业品牌”的二级品牌架构。2018年11月，苏州市开展“苏州大米品牌价值评估评价”活动，评选出“2018苏州大米十大价值品牌”。质量追溯：强化“苏州大米”区域公用品牌基地建设，深化各水稻产业园区提档升级，加强水稻企业质量溯源体系推广维护，规范企业品牌包装应用管理，完善品牌产业新型职业农民人才培养计划，推动市级农产品质量安全追溯平台完善和使用。通过保障消费者对“苏州大米”企业品牌安全的信息知情权，营造出每一个消费者都是“苏州大米”监督者的外部大环境，最终实现以“苏州大米”区域公用品牌反向倒逼水稻生产、加工、销售企业普及良好生产规范。以“苏州大米”区域公用品牌的溢价，释放品牌协同效应，吸引更多水稻生产、加工、销售企业投入区域公用品牌建设。突出标准：在“苏州大米”区域公用品牌推进过程中，苏州市积极制定完善农业地方标准，突出优质安全绿色导向，进一步完善具有苏州地方特色的农产品质量安全标准体系，夯实品牌农业发展基础。仅2018年，就废止55项标准，修订27项标准，1项标准确认继续有效。2019年编辑出版了《苏州大米良作良方》，确立了苏州大米农产品区域公用品牌绿色生态标准的系统化，实现了苏州水稻产业绿色发展质的提升。2019年，全市新申报绿色食品企业253家，申报绿色食品面积20万亩。全市绿色优质农产品高质量发展指标走在全省前列。立体传播：“苏州大米”区域公用品牌建设系统运用产品包装、销售渠道、传统媒体和新媒体、网络及各类节庆活动，作为品牌传播的有力媒介，协同多方力量，整合各类传播媒介，构建上下联动、内外协调、动静结合的立体传播方式。产品包装采用世界同步食品级、可降解复合包装材料。在传播渠道上采用覆盖车体广告、电视广告等形式，运用高炮、灯箱等广告媒体，H5微信微场景、主流APP，形成产地和销地的媒体传播。在活动宣传上，借助国内外大型农业博览会、品牌博览会宣传苏州区域公用农产品品牌。2019年，苏州市农业农村局与中国邮政集团公司苏州市分公司签署框架合作协议，把邮政纳入苏州农产品区域公用品牌推广营销主要渠道。

主要成效

经济效益突出。“苏州大米”区域公用品牌的导入，成为苏州水稻产业绿色发展、标准生产、质量追溯、品牌推广的巨大市场推力，推进了水稻产业的供给侧结构性改革。据评估，“苏州大米”区域公用品牌的建设推广，直接为苏州水稻产业增加产值6.574亿元，为苏州稻农增加经济效益5.379亿元。苏州大米区域公用品牌建设的实践，探索了沿海发达地区在耕地资源紧缺、农业产业规模小基础上提升单位面积耕地产出效益的产业兴旺、生活富裕高质量发展可复制路线。

生态效益突出。“苏州大米”区域公用品牌的推广，直接推进了水稻产业绿色优质农产品基地建设与农产品区域公用品牌培育的紧密结合，《苏州大米良作良方》推动了苏州大米农产品区域公用品牌标准的宣传和贯彻。水稻生产绿色防控技术、模式的全域推广，突出了有机肥、生物农药替代，让农业投入品减下来；突出了农业废弃物资源化利用，让生态环境“美”起来；突出了耕地轮作休耕推广，让农业资源“养”起来。促进了苏州本土水稻优质种质资源的扩繁，传承了鱼米之乡的农业农村文化，有力推动了苏州农业农村生态、生产、生活的相得益彰。

社会效益突出。“苏州大米”区域公用品牌的推广是高质量发展理念在苏州水稻产业的具体实践。围绕“苏州大米”区域公用品牌建设，苏州水稻产业一批环境优良、按标生产、全程管控、产品优质基地加速形成，栽培管理、投入品使用、质量追溯等全链条的绿色生产技术和管理规范深入人心，一批生产规模大、带动能力强、有影响力的绿色、有机农产品的水稻产业企业的知名度和竞争力上升明显，“苏州大米”“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的品牌矩阵影响力正在扩展。在总结“苏州大米”区域公用品牌建设经验基础上，苏州市政府制定并下发了《苏州市农产品区域公用品牌建设实施意见》，有力推进了全市品牌强农工作的深入贯彻，各地紧密结合特色农产品优势区建设，以绿色优质农产品基地为基础，大力培育一批具有鲜明地方特色和市场知名度，能带动特色产业发展、传承苏州乡村文化，覆盖市级、县级不同区域的“苏”字头精品特色农产品区域公用品牌集群。截至2019年8月，全市共打造具有鲜明地方特色和市场知名度，覆盖市级、县级不同区域的农产品区域公用品牌9个，农产品区域公用品牌集群雏形初现。

区域公用品牌强农的启示

认识上要有质的飞跃。经济社会的高质量发展，要求农业高质量发展。农业部门要主动适应社会对农产品质量、特色、品牌的新要求，引导农业减少低端无效供给，增加绿色优质农产品，更好地满足人民日益增长的对美好生活的需求。把区域公用品牌建设的认识提高到提升农产品质量、形成区域特色、提升农业产业整体竞争力、促进农民增收的高度。

角色上要有新的定位。在农产品区域公用品牌建设中，农业农村部门是引导者，要敢于负责、勇于承担，积极做好战略引导者、产业维护者、资源协调者和市场监管者的角色，履行战略指引、公共服务供给、公共资源配置和市场秩序监管等职责。同时，引导优秀企业成为区域公用品牌建设主力军、社会各界共同参与，更好发挥好政府的引导推动作用、企业的主体担当作用、协会的协调统筹作用，实现共建多赢。

品牌上要有实的基础。区域公用品牌建设，要紧紧围绕各地优势和特色农业产业发展需要，按照“集中力量、整合资源、强化培育、扶优扶强”的思路，科学布局，着重培育一批具有鲜明地方特色和市场知名度，能带动特色产业发展、传承当地乡村文化，覆盖不同区域的精品特色农产品区域公用品牌，在此基础上，引导并支持当地相关产业创建企业品牌和产品品牌，构建农产品“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的品牌矩阵。

保障上要有实的内容。将品牌建设工作纳入当地乡村振兴战略考核内容，并组织开展农产品区域公用品牌工作的督查指导。加大资金投入，各级财政设立农产品区域公用品牌发展资金，资金主要用于农产品区域公用品牌矩阵建设。完善政策体系，推进农产品区域公用品牌与农业、金融、商贸、科技等产业政策的深度融合，形成整体推进农产品区域公用品牌建设的政策合力。

推广上要有新的形式。适应品牌推介新变化加强宣传推介，积极打造一批有影响、有实效的宣传推介平台，在充分运用报刊、电台、电视台媒介形态和高炮、社区灯箱等广告媒体基础上，通过自媒体、农博会、品牌推介会、产销对接会、网商对接会等渠道，开展形式多样、丰富多彩的农产品区域公用品牌宣传推介，支持企业建设农产品区域公用品牌专营店、专区、“互联网+”等销售模式，形成多样化的媒体传播，有效提升农产品区域公用品牌集群的整体影响力。