
乡村振兴战略下关于四川省巴中市 特色农产品发展现状及规划探讨

李跃洋 王媛媛 许里锋 陈治宇¹

(西藏民族大学, 陕西 咸阳 712000)

【摘要】: 围绕四川省巴中市特色农产品产业, 探讨在乡村振兴战略下四川省巴中市大力发展特色农产品的价值意义, 并结合市政府的政策引导路向, 市区域品牌巴食巴适的建设发展, 分析特色农产品产业发展困境及其发展规划建议。

【关键词】: 巴中市 乡村振兴 特色农产品 巴食巴适

【中图分类号】 F724.6 **【文献标识码】** A

1 推动巴中市特色农产品发展意义

1.1 省内重要的脱贫地

四川省巴中常住人口 332.20 万人, 城镇人口 119.03 万人, 乡村人口 193.17 万人, 城镇化率 41.85%。巴中市总 GDP645.88 亿元, 仅高于甘孜州和阿坝州, 人均 GDP 为 1.9486 万元, 为四川省各市倒数第一, 农村住户基数大且村内无主要经济来源, 是 2020 年重要的扶贫战略地, 亟须村内产业的发展。

1.2 乡村振兴战略发展

乡村振兴靶向在农村, 农村是一个包含复杂系统的有机整体, 若想丰富社会、文化、经济、生态等各方面, 则需要与城市相融合发展, 这有类于党的十六大提出的“统筹城乡”。农产品企业可使得农村农业现代化, 解决农村劳动力向外流失严重, 促进城市文明向农村辐射, 使得农村人口向城镇聚集或农村城镇化, 能够填补巴中大量农村劳动力就业空白, 实现农村与城市发展互利共生, 凸显农村资源价值。

1.3 农产品企业发展空间大

巴中拥有誉为中国银耳之乡的通江县, 以及产自恩阳区的恩阳川明参、南江县的南江天麻、通江县空山坝的空山核桃等, 这部分巴中很具特色的农产品到目前依然体现出很强的发展潜力。巴中农业的发展得益于拥有优质的气候与地理条件, 北秦岭阻塞冷空气, 霜雪少见, 土壤富硒, 有利于生产优质农产品, 有广阔的栽培空间。拥有四川农业大学等科研院校和单位农业优秀团队提供科技支持, 协调好政府-企业-农村-科研单位的发展纽带, 也会更好发展农产品。

作者简介: 李跃洋(2000-), 男, 四川巴中人, 本科在读。

2 巴中市现发展背景与计划

2.1 政策引导

2019年巴中市政府出台的《2019年全市特色农业产业发展推进方案》等相关三农政策中，明确指出四项具体工作，一是栽培方面，建设好产业基地，即在市內围绕建立一批试验品比基地、农产品繁育大棚，引进新优品种，并进行品种生产试验和区域试验，增加对本地优良品种选育和推广投资力度。二是加工方面，强化主体培育，抓好当地企业特色农产品加工，着力提升农产品加工能力，引导扶持产业重点村应用初加工，组织建设一批自动化、连续化、清洁化的加工流水线。三是监管方面，强化农产品整体质量监管，加强企业品牌打造，推进农产品企业品牌提升、紧抓对于现代化原料基地等的认证监督工作，建立区县企业负责区域品牌、市级企业负责区域品牌、企业负责产品品牌的分级分层运营推广机制。四是销售方面，强化产销对接，抓好特色农业市场拓展，实施“互联网+实体店”营销战略，建设配套齐全的体验店、专卖店等，推动银耳、黄羊肉、核桃、川明参等各农产品发展，使得产品在知名网络销售平台全覆盖。

2.2 当地区域品牌建设

自2013年起，巴中市开始成立并运营由市农业局管辖的巴食巴适产销协会，近几年持续作为四川省的支持重点建设品牌，由市农业局对巴食巴适体系建设与产品营销等不断工作，市值于2019年已突破十亿，创建著名商标31个、驰名商标5个，全市农业新型经营主体近四年来新增3000余家，发展壮大龙头企业163家。巴食巴适在互联网方面与淘宝等大型电商平台设立了巴食巴适专售店，使得农产品区域品牌影响力不断扩大，知名度有所提高。巴食巴适估计为全市农产品企业所带来的经济效益，5年内提升了35%以上，且计划2020年内，3亿元企业突破10家以上，实现2至3家公司跻身上市公司。

3 巴中市特色农产品现发展困境

3.1 特色农产品挖掘不深

现巴食巴适品牌旗下的特色农产品共有生态畜禽、食饮巴药、椴木耳菇等共八大类，但除了通江、南江推广发展出了的特色农产品外，其他大部分地区都未能形成当地独特的农产品。当地由种植不适宜地区水土气候的农产品、技术不到位等原因，而收获不了有竞争力的优势品种，此为农产品的初步栽培困境，则即使该农产品广泛品牌推广，终究会因华而不实而慢慢消磨。

3.2 企业品牌意识不强

许多巴中农产品企业对于自身品牌意识淡薄，品牌化农产品是农业现代化的销售要点，也是21世纪农产品贸易中的巨大竞争力，但部分农产品受初步栽培困境的影响，且巴中农产品加工企业数量多而不强，多为机械化低、设备落后的小作坊，制作方面机械化程度低，加工能力有限，商品质量参差不齐，使得品牌无法体现竞争优势，影响品牌信誉度。

3.3 区域品牌现状不理想

巴中区域品牌巴食巴适建立初期目的是为扩展企业思维文化，协助品牌的运营现状与发展方向，以及政府补贴资金的发放，但在建设过程中，部分企业家与巴食巴适思想方面凝聚力不强，另一方面，区域品牌在资金和政策方面时常得不到相应的支持，资金对企业发放未落实处或时常拖延，使得部分减弱了区域品牌的公信力。巴中市供销社于2014年组建了巴食巴适产业发展公司，区域品牌出现多头管理，但未制定出较完善的体制，各部门之间任务分配缺乏协调，这使得各管理主体沟通时滞，很大程度影响了品牌经营状况。在品牌保护方面未有制定严格的标准，曾出现巴食巴适被恶意抢注品牌商标案例，品牌遭受滥用的情况给巴食巴适自身发展带来了负面影响。

4 发展规划及建议

4.1 壮大农村人才队伍

重视农村技术与思想教育，巴中作为农业大市，农村人口众多，相比于传统农民，新型职业农民更加为现代农业所需要，可以乡或县为单位将当地的种植大户、销售商等人组织起来，发展一支特色农产品带头队伍，对队伍在种植、管理、销售方面进行培训，再对农户进行指导，改善传统种植销售方法。建议在巴中各职业学院设置相关课程、专业，发展多批专业乡土人才回乡就业，成就农业专业人才，施展自身才能，发展家乡本土经济。

4.2 合理加强企业加工监管工作

有关部门严格履行市政府出台三农政策，健全企业生产技术标准，督促农产品企业标准化生产加工，完善农产品安全质量追溯体制，协助解决企业品牌杂、小、乱的问题。对于市政府申报的有机农产品、无公害农产品、绿色食品和产品地理标志为主的“三品一标”，认真落实其认证与奖励扶持政策。加强部分可发展农产品企业的品牌意识，让产业发展拥有更坚固的基础。

4.3 大力发展合作组织

培育技术人才，吸引当地优秀可发展人才进入培育基地学习、培训，建立知识共享发展平台，邀请省内四川农业大学等学术研究院或团队在培养种植、加工储存等方面沟通讲解、达成共识，实现院校实地考察调研与政府企业知识共享双赢，扩充优质农业技术人才队列，不断解决各地区的种植农产品的选择与技术问题。

4.4 区域品牌产业规划

巴中市实施区域品牌建设，需对于企业品牌管理的规范、品牌意识的输出做出更大的努力，巴食巴适产销协会这一品牌聚集地带动了巴中品牌不断扩宽市场，是巴中农产品走出巴中，走向四川及全国的重要基石，所以更需树立坚固的品牌认知、内部完善清晰企业的工作机制和品牌发展策略，担当好销售领导人的责任，强化区域品牌文化，完善自身与协助企业了解相关法规纲领。建议能够邀请产销协会内尹家牛肉、老廖家等现巴中知名成功品牌传授经验扶持其他待发展企业，共同展现出区域品牌众多销售商的优势，壮大巴中知名农产品品牌行列，打造出巴中名片。

参考文献:

- [1]唐任伍. 新时代乡村振兴战略实施的路径[J]. 经济研究参考, 2018(12).
- [2]李锦华. 四川巴中在京推介“巴食巴适”区域品牌[J]. 农村工作通讯, 2014(18).
- [3]陈锡文. 实施乡村振兴战略, 推进农业农村现代化[J]. 中华儿女, 2018(13).
- [4]杨佳利. 农产品区域品牌构建的问题与对策研究[J]. 中国市场, 2017(07).
- [5]彭光福, 杜琼. 恩阳区发展早实薄壳核桃的措施[J]. 四川农业与农机, 2017(06).
- [6]周宅贤. 四川省农产品加工业发展研究[J]. 四川农业科技, 2017(05).