

构建区域品牌：农村经济高质量发展的路径选择

——以“丽水山耕”为例

章元红



“绿水青山就是金山银山，对丽水尤为如此”是习总书记的殷殷嘱托。丽水市始终牢记嘱托，立足生态、力谋发展，在农村经济高质量发展的道路上走出了独具丽水特色的路子。笔者以“丽水山耕”这个区域品牌为例，对农业产业区域品牌的构建作深入分析，试图从区域品牌构建角度探讨农村经济高质量发展的路径选择。

构建区域品牌之必要

时代发展需要。我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。十九大报告中，习近平总书记就乡村振兴擘画了美好愿景，产业兴旺是乡村振兴的核心要求，其基本路线就是高质量发展。而构建区域品牌则是实现高质量发展的重要抓手，是当前进入新一轮产业革命的时代呼唤。

区域发展需要。丽水拥有中国香菇之乡、中国杨梅之乡、中国田鱼之乡等多个国家级农业特色精品之乡称号，其丰富的自然生态资源，为生态精品农业发展提供了坚实的环境支撑。构建区域品牌是破解山区资源向生态产品转化的重要手段，是推动经济后发山区繁荣致富的现实需要。

产业发展需要。农业产业的显著特点是大多需要一定周期，特别是种植业与养殖业从下种到收成往往需要历经几个月时间，茶叶、山茶油、石蛙等则大多以年计数。这种周期性生产带来的“达产时滞”问题，需要在布局农业产业时立足高端，以免“达产”遇上“时滞”、中端变成低端、低端变成废品。构建区域品牌是农业产业向高端发展的需要。

构建“丽水山耕”之做法

“丽水山耕”区域品牌创立于2014年9月，是丽水市践行“两山”理论而打造的覆盖全品种、全产业链的全国首个地级市产品区域公共品牌。其构建的具体做法如下：

（一）构建母子关系的品牌链

品牌链中的母子关系是指以一个区域性大品牌作为公共品牌，吸收所辖区域范畴及以下区域的公用品牌、企业品牌，彼此形成“金字塔状”的母子关系。“丽水山耕”作为丽水市这个区域的大公共品牌，吸收了丽水市所辖九个县（市、区）及以下区域的各种品牌。这种“丽水山耕+县域品牌+企业品牌”的母子关系品牌链的构建，使得链上的产品在销售渠道、物流运输、国家扶持政策等方面都可资源共享，促进农产品溢价，有助于推动丽水农村特色农产品高质量发展。

（二）构建品牌产品营销体系

“丽水山耕”作为一个区域品牌，产品丰富，县（市、区）最具特色的农产品应有尽有，无所不有。如何成功销售“丽水山耕”的产品，以实现最终的价值化？“丽水山耕”构建了这样的营销体系：利用互联网平台，将电商、微商与实体店商结合，形成“三商融合”的营销模式。线上线下双线并行，产品进入超市与农产品门店，旅游景点产品店与高速服务产品店同期宣传，多渠道打开产品销售门路。

展示“丽水山耕”产品，提升“丽水山耕”知名度。每年举行的浙江省农博会、浙江（上海）名特优新产品交易会、丽水生态精品农博会等，“丽水山耕”都以重要主角亮相其中。这些活动不但扩大着“丽水山耕”区域品牌的社会影响力，更吸引了许多媒体的关注报道，对品牌传播无疑有着极大的积极作用。

加强与知名企业合作，布局更优销售网点。2017年，“丽水山耕”与浙江省机关后勤经济发展中心合作，共同出资成立了浙江畅享生态农业有限公司，并通过该公司在杭州开设了80多个营销网点；同年又与省旅游局合作，在杭州成立“丽水山耕”旅游地商品（杭州）体验中心及4家社区店。这样的营销网布局，让“丽水山耕”农产品走出丽水，在杭州及全省得以推广。

（三）构建质量安全追溯体系

严把合作标准。明确标准，规范加入“丽水山耕”品牌合作的要求和程序。明确子品牌的主体、产品、基地、购物网点，把控具体的申请认定标准。按照“产地直供，检测准入，全程追溯”要求，由企业自愿提出合作申请，经业务主管部门现场检查，产地产品检验合格，建立产品质量追溯体系，并且成为丽水市生态农业协会会员后，方可推荐加入“丽水山耕”品牌合作。

加强溯源建设。规范和提升溯源建设，委托第三方公司帮助子品牌进行产品溯源信息的建立，并定期组织品牌开展溯源知识培训，及时更新并完善溯源信息，定期归口管理产品检测报告。

规范标识使用。规范“丽水山耕”品牌标识的使用，由政府部门农旅转化办工作人员指导企业明确对“丽水山耕”品牌的认识，并对不规范使用标识的企业提出整改和指导意见，逐步建立和完善“丽水山耕”标识使用登记和备案。

构建“丽水山耕”之成效

（一）引领精品农业发展

在“丽水山耕”品牌构建以前，由于山区地貌特征的限制，丽水市农业产业发展呈现效益低、规模小、布局散的特点，单个农户在市场中“单打独斗”勉强维持生计的情况广泛存在。“丽水山耕”的出现，整合了县（市、区）九大主导产业资源，通过政策激励和宣传引导等方式，使发展生态精品农业的思路深入人心，转而在生态、特色、精品上做文章，追求更高的附加价值。

品牌效应引领精品农业发展。一是生产经营主体精品化。一批有情怀、有文化、有创意的新农人不断涌现，带动农业增效、农民增收。如丽水市百味农产品专业合作社坚持走生态精品农业发展道路，种植精品稻香米和精品处州白莲，产品高价销往上海、杭州等大城市；又比如丽水市润生苔藓科技有限公司通过苔藓立体栽培，亩产超10万元，货源供不应求。二是生态农产品精品化。农产品旅游地商品、示范农产品数量不断丰富。丽水水果、蔬菜在省市各类评比中屡屡获奖。2018年，丽水市莲都区百果家庭农场的蓝莓在浙江农业之最蓝莓擂台赛中喜获冠军；丽水市怡峰水果专业合作社的中桃5号入选“浙江省十佳桃”；同年，仅莲都一区送选的产品，就在浙江精品果蔬展销会上斩获16个奖项。丽水广大山区精品农产品正借“丽水山耕”区域品牌航母，抱团闯市场，实现了好产品卖出好价钱的目标，2018年累计实现销售额67.3亿元，产品溢价率超30%。

思路一变天地宽，作为华东地区重要的生态屏障，丽水市生态资源得天独厚，是长江经济带、长三角经济区和海西经济区共享的“大花园”，消费市场潜力巨大。随着新兴电商渠道不断畅通、高铁路网不断铺设，农业旅游不断融合，丽水精品化农业发展道路将越来越宽广。

（二）实现生态价值转化

丽水市委书记胡海峰强调，丽水要牢牢扭住“生态是最大优势，发展是最重任务”的基本市情，用好三把“金钥匙”（跨山统筹、创新引领、问海借力），打通“两山”通道，实现GDP和GEP规模总量协同较快增长、GDP和GEP之间转化效率实现较快增长，释放更多的生态红利，让老百姓享受更多的发展红利。

“丽水山耕”这一区域公共品牌为生态价值的转化搭建平台，为丽水农村农业产品高质量发展提供路径选择。松阳高山红花山茶油集色、香、味于一体，备受崇尚健康品质的家庭青睐，在加盟“丽水山耕”之前，零售价格在80元1斤左右。加盟“丽水山耕”后，高山红花山茶油建立了生产基地，产品统一标识、统一标准、统一包装、统一价格，由“丽水山耕”的运营公司负责销售。2018年，山茶油定价108元1斤，产品溢价超过30%，真正实现了好货高价卖。

这样的例子举不胜举，“丽水山耕”这一区域公共品牌的构建，为丽水农业产品附加的生态价值经济化拓展了一个广阔空间，将生态要素变为生产要素、生态价值变为经济价值、生态优势变为发展优势，原生态环境与高质量发展、高品质生活有机融合，在农村经济高质量发展道路上走出了丽水自己的路子。

（三）促进农民增收致富

发展是为了让老百姓过上美好幸福的生活。在构建“丽水山耕”这个区域品牌的过程中，丽水市立足生态做文章，积极推进“两山”转化，变“GEP”为“GDP”，真真切切提升老百姓的获得感、幸福感。

规模发展，流转土地。土地合理流转，是整合农业生产要素、促进农业产业化发展的有效途径，是促进农业专业化、规模化经营的现实选择。“丽水山耕”引领的精品农业，打破了“小、散、乱”的农业生产方式，走向产业化、规模化，而规模化的基地建设，就对土地流转提出了需求，转包、租赁、入股等应运而生。土地流转，不仅利于企业主体发展，在一定程度上也促进了农民增收，尤其是一些外出务工的

家庭，土地闲置，不产分文，流转出去，就是收入。

强化品质，溢价增收。品质为王是经商获胜的一大法宝，尤其是在产品数量已远远满足人们需求的前提下，人们追求的是无污染、绿色健康的新时代产品。“丽水山耕”这一区域品牌，通过一系列严格的营销管理体系，从生产、销售、物流、监管等方面对产品品质进行全方位把控，确保优质优价，给生产者溢价。

输出模式，共同致富。今日，“丽水山耕”已享誉省内外。但“一枝独秀不是春”，丽水市利用“丽水山耕”平台优势，自 2016 年始向新疆和县、河南商丘等贫困地区输出营销模式，帮扶当地农产品多渠道销售，开创了品牌扶贫的新模式，改变以往扶贫结对的“输血”模式，促进跨品牌间的融合，实现共同致富。



构建“丽水山耕”之启示

“丽水山耕”作为一个区域品牌，如今已是声名远播，2017 年其品牌评估价值计人民币 26.59 亿元。全国“互联网+农业”百佳实践案例评选时，“丽水山耕”成功入选；2018 年浙江省评选优秀农产品区域公用品牌最具影响力十强品牌时，“丽水山耕”位列区域农业品牌形象品牌类榜首，品牌指数 96.76。回望走过的路程，启示如下：

顶层设计重创新。顶层设计的创新性首先体现在“品名”的设计上。“丽水山耕”作为区域品牌的一个“品名”，丽水市在顶层设计时特别强调一定要注重生态精品农业的发展。浙江大学 CARD 中国农业品牌研究中心设计“品名”的指导思想就是坚持九个县（市、区）的九大龙头农业产业发展为总定位，融入丽水地域资源、农耕文化等元素。在这种创新性顶层思想的指导下，既能体现“山”是丽水最大的自然特征，又能体现“耕”是丽水传统生产方式的品名——“丽水山耕”及标识水到渠成地完成。

品牌打造重生态。品牌打造重生态是“丽水山耕”在千千万万品牌中致胜、赢得商机的一大法宝。丽水是华东地区的生态大屏障，有着独特的生态优势：空气清新，有“天然氧吧”之誉；水质优良，近 5 年丽水市各地地表水环境功能区水质达标率 99%，位居全省前列；植被完好，2018 年丽水市林地面积和森林面积位列全省各市第一；生态天然，山地面积多，日照充分，昼夜温差大，农作物种植病虫害少。依托这种得天独厚的自然禀赋，本着“生态经济化，经济生态化”的发展理念，丽水市在打造“丽水山耕”这个品牌时，瞄准食品安全这一焦点，立足生态，大力发展原生态农产品，以此回应“消费升级”“绿色消费”这一以“健康”为时尚的现实需求。

业态发展重多元。历经 5 年时间的发展，“丽水山耕”已经形成多元的业态。利用“丽水山耕”的品牌效应，走向工、农、旅、文融合发展，将“山耕”向“山景”“山居”延伸；让丽水宁静闲适的独特“山

景”借“山耕”走出大山，走进喧嚣浮躁的大都市人的心里；让原始质朴的“山居”借“山耕”转为古朴与现代完美统一的靓丽民宿，构建别具丽水特色的“三山”文化。如“丽水山耕”授权的商企百兴菇业，融合“三山”文化，借用食用菌产业链，打造“新六产”文化，积极构建科学完整的生态产品价值实现文化体系。