

# 临海农业品牌建设问题探讨

王丽娟 张玺玲

深谋临海农业品牌建设，需加快农产品品牌整合、参加国家农业品牌目录遴选、完善农业品牌工作机制、加强品牌宣传推介

农业品牌建设是经济高质量发展的迫切要求，是推进农业供给侧结构性改革的现实路径，是提升农业竞争力的必然选择，也是促进农民增收的有力举措。2018年6月，农业农村部专门下发了《关于加快推进品牌强农的意见》，提出了“力争3-5年，我国农业品牌化水平显著提高，品牌产品市场占有率、消费者信任度、溢价能力明显提升，中高端产品供给能力明显提高，品牌带动产业发展和效益提升作用明显增强。国家级、省级、地市级、县市级多层次协同发展、相互促进的农业品牌梯队全面建立，规模化生产、集约化经营、多元化营销的现代农业品牌发展格局初步形成”的发展目标。笔者以临海市为例，探讨县市层级农业品牌建设的问题和对策。

## 临海农业产业发展概况

临海市农业主导优势产业非常明显，拥有柑桔、杨梅、茶叶、西兰花等四大传统主导产业，近年来又发展了葡萄、桃、草莓、油茶、南美白对虾等五大新兴产业。2018年，临海市柑桔种植面积19.84万亩，产量25.76万吨；杨梅种植面积13.27万亩，产量8.3万吨；茶叶种植面积5万亩，产量1300吨；西兰花（包括花椰菜、松花菜）面积10万亩；葡萄种植面积9600亩，年产量8000多吨；桃种植面积24100亩；草莓种植面积5000亩；油茶种植面积15200亩；南美白对虾养殖面积7000亩，产量达5000吨。

临海市主导产业农产品品质优良，在各级评比中屡屡获奖。如临海蜜桔连续十七届获浙江省农业博览会金奖，连续三届获浙江农业之最擂台赛品质最佳柑桔冠军；杨梅被评为全国十大精品杨梅、浙江省十大精品杨梅，连续获浙江省农业博览会金奖；西兰花多个品牌获中国绿色食品发展中心“绿色食品”认证，多次荣获中国国际农业博览会名牌产品、浙江省农业博览会金奖；南美白对虾已九次获国家、省农业博览会金奖。

## 农业品牌建设面临的问题

临海农业经营主体对品牌建设的重要性认识较早。早在1995年涌泉镇岩鱼头桔场就在全省率先注册了“岩鱼头”商标，进行品牌化运作取得了十分显著的成效。经过数十年的培育和发展，临海农业经营主体和各级政府牢固树立了品牌强农意识，农产品品牌数量大幅增加，区域公用品牌和企业品牌全面发展，品牌农业初具规模；农产品品牌知名度大为提升，涌现出一批美誉度好、带动农民增收能力强的“小而美”的农产品品牌；农产品品牌附加值大为提高，品牌农产品的价值得到实现。全市拥有“中国无核蜜桔之乡”“中国西兰花之乡”“中国杨梅之乡”“中国名茶之乡”“中国白对虾之乡”“中国胖头鱼之乡”等6张农业品牌“金名片”，喜提“临海蜜桔”“临海杨梅”“临海蟠毫”“临海西兰花”“临海葡萄”“大石葡萄”“羊岩勾青”等7个农产品地理标志证明商标，收获“羊岩山及图”“忘不了”“临海蜜桔”等3个中国驰名商标以及浙江名牌产品16个、浙江名牌农产品10个。

但是，临海市在拥有数量众多的优质农产品和农产品品牌的同时，在农业品牌建设和推广营销上存在

分散、杂乱、缺乏有效整合等问题。主要表现为以下 4 个方面：一是产业内品牌没有实现有效整合。以柑桔为例，临海柑桔有 300 个以上企业品牌，同时又有“临海蜜桔”“涌泉蜜桔”两个农产品品牌，近年来临海市农业部门在全力打造“临海蜜桔”区域公用品牌，但“涌泉蜜桔”的知名度和市场接受度却远远高于“临海蜜桔”，以至于全市范围内的桔农普遍不愿使用“临海蜜桔”区域公用品牌，“临海蜜桔”和“涌泉蜜桔”面临整合的难题；再如茶叶“临海蟠毫”区域公用品牌尚未在市场上打响，近年开发的“道茶”茶叶品牌有待推广。

二是产业间品牌缺乏整合。临海的柑桔、杨梅、茶叶、西兰花、葡萄、南美白对虾等主导产业都建有各自的区域公用品牌，但各产业的品牌都分散进行推广，并没有形成合力，导致任何一个区域公用品牌的知名度都不是很高。

三是农产品品牌与旅游文化品牌缺乏整合。临海市是浙江省首个获批国家历史文化名城的县级市“，老台州府”是其特有的地理文化标签，临海旅游业的发展也正依托其历史文化资源优势，全力打造“台州府城”国家 5A 级旅游景区。临海在农产品品牌策划和开发中忽略了和临海的历史文化特色相结合，导致打造的品牌没有地方特色，品牌识别度不高。

四是品牌管理部门缺乏整合。目前临海市农产品品牌管理分散在农业农村局的各产业管理科室，比如柑桔、茶叶、杨梅、葡萄等的品牌管理在特产技术推广总站，西兰花等的品牌管理在种植业管理科，没有专门承担农产品品牌管理职能的科室和人员来统一牵头实施品牌建设、管理和推广。品牌建设和管理缺乏有效整合，不仅分散了用于品牌建设的有限的人力、物力和财力，还弱化了品牌推广效果，影响了农产品品牌在消费市场中的知名度和美誉度，并进一步影响了农产品品牌的溢价能力。例如“临海杨梅”在品牌宣传力度上不如“仙居杨梅”，导致临海杨梅平均价格比仙居杨梅便宜了 2 元/斤。

## 深谋下一步农业品牌建设

加快农产品品牌整合。实施农业品牌整合提升行动，通过政府购买服务等方式，聘请专业化的品牌服务中介机构、专业技术人员开展品牌咨询服务，加强顶层设计和统筹谋划，研究编制全市农产品品牌发展规划，统一指导全市农产品品牌建设发展。在品牌策划中，应结合“老台州府”等临海特有的地理文化属性，集中资源打造 1 个覆盖全区域、全行业、全产业链的叫得响、过得硬、有影响力的农产品区域公用品牌。同时加快构建区域公用品牌和企业品牌之间的协同发展机制，建立差异化竞争优势的品牌战略实施机制，构建特色鲜明、互为补充的农业品牌体系。

参加国家农业品牌目录遴选。2018 年农业农村部发布的《关于加快推进品牌强农的意见》提出建立农业品牌目录制度完善品牌发展机制；2019 中国农业品牌目录农产品区域公用品牌征集工作已经完成，浙江省有 10 个农产品区域公共品牌入选。临海应借国家农业品牌目录制度建设的契机，加快农产品区域公共品牌建设，积极参加国家级农业品牌目录遴选，打造国家级农业品牌。

完善农业品牌工作机制。加强顶层设计与制度安排，完善农业品牌建设工作机制。一是建立品牌建设协调推进机制。建议成立农产品品牌发展工作领导小组，整合相关部门资源，增强协同能力，解决品牌农业各环节管理中可能出现的多头管理、监管缺位、重复管理现象。二是建立品牌运营管理机制，构建“政府主导、企业主体、部门监管”的品牌运营管理机制，加强区域公用品牌授权管理和产权保护，积极与商务、市场监管等部门沟通协调，加大对套牌和滥用品牌行为的惩处力度。三是设立农业品牌发展专项资金，完善农业品牌政策支持体系。

加强品牌宣传推介。充分利用各类品牌农产品公共服务平台，借助农业品牌建设中介服务组织和服务平台，开展农业品牌营销。深入挖掘品牌文化内涵，讲好农业品牌故事，充分利用各种传播渠道，大力宣传推介农业品牌。创新品牌营销方式，充分利用农业展会、产销对接会、电商等营销平台，借助互联网、大数据、云计算等现代信息技术，有计划、有步骤、成规模地开展系列推介宣传，加强品牌市场营销，提升品牌农产品市场占有率。开展农业品牌展示营销平台建设，建立市外特色农产品营销窗口，完善“品牌+连锁经营”的农产品营销体系。