

泰州农产品品牌建设路径分析

陆仁峥 赵金洪 吴小管

江苏省泰州市深入推进品牌强农、营销富民工程,持续瞄准消费需求,开展农产品品牌建设三年行动计划(2018-2020),初步形成“两品一标”为基础、企业品牌和产品品牌为主体、区域公用品牌为龙头的农产品品牌体系。全市拥有11件农产品地理标志、16件地理标志商标、6件中国驰名商标,一批具有泰州特色的农产品品牌走出“深闺”、走向市场。

泰州农产品品牌发展现状

支撑体系不断加强。龙头企业快步发展,加快推进初级产品向加工、流通环节延伸,鼓励和培育新型农业经营主体转变发展方式,市级以上农业龙头企业总数达到243家,其中,国家级农业龙头企业4家、省级农业龙头企业66家。产业载体不断加强,获批创建2个国家现代农业产业园区,创成8个省级现代农业产业园区、5个省级农产品加工集中示范区。科技能力持续提升,加强现代农业科技综合示范基地建设,推动农业提质增效,建成1个国家农业科技园区、4个省级现代农业科技综合示范基地、18个省级现代农业产业技术体系推广示范基地。

培育力度不断加大。将农产品品牌建设纳入农业农村目标管理评价体系,各地相应出台品牌扶持政策,兴化市每年安排1000万元,建立农产品品牌专项,纳入年度财政预算。出台泰州农业品牌目录制度,打造“杏润”银杏植物蛋白饮料、“兴化龙香芋”等一批特色品牌,做强“黄桥烧饼”“靖江猪肉脯”等传统品牌。推介传播造势,充分利用传统媒体、新型媒介、展览展销,多频次宣传推介,“兴化大米”“兴化大闸蟹”“溱湖簰蟹”等一批农产品品牌先后上榜,叫响市场。

建设基础逐步加强。推进标准化生产,组织制定地方农业标准,建立农产品产地环境、采收贮运农业标准体系。支持指导企业、合作社、家庭农场等实施标准化生产,推进农业标准化示范区(基地)建设。加强质量安全管控,开展食用农产品“治违禁、控药残、促提升”三年行动(2021-2023),姜堰、高港创成国家农产品质量安全县,泰兴、靖江创成省级农产品质量安全县。推动追溯体系建设,搭建农产品质量安全追溯管理信息平台,推广电子追溯码技术,农田到餐桌全程质量可追溯体系初步建成。

泰州农产品品牌建设中的存在问题

品牌培育保护有待进一步加强。品牌规划指导不够,超前培育意识不强,部分地区满足于就产品抓品牌,为考核抓申报。宣传引导力度不足,部分农业企业、生产经营主体认识上有误区,认为“有商标就有品牌”。品牌创建投入不足,重视程度和投入力度不平衡,较周边地区支持力度相对较弱。品牌保护意识不强,部分区域公用品牌、地理产品标志授权使用不严格,后续监管跟不上,少数生产经营者急功近利,影响区域公用品牌形象。

品牌带动作用有待进一步加强。农产品品牌“小、散、弱”现象突出,现有区域公用品牌和产品品牌影响力、号召力居全国、全省前列的不多,仅兴化大闸蟹、兴化大米两个区域公用品牌年综合产值超过10亿元。产品品牌影响力不强,部分品牌影响力仅停留在本地或周边地区,一些地产农产品品牌本地超市难见踪影。区域公用品牌效应发挥不够,与产品品牌联结不紧,“区域公用品牌+”机制尚未有效建立。

营销推广能力有待进一步提升。生产经营单位品牌创建、品牌宣传、营销推广能力不足,产品创意、包装创意、品牌创意不强,缺乏网红产品、创意产品。品牌宣传、品牌包装、品牌推介等方面投入力度不大,以农产品交易会、展销会等传统方式推介

居多，直播带货等网络新媒体展示营销还需进一步突破。

泰州农产品品牌建设路径思考

提升品牌意识，彰显品牌价值。强化规划指导，加强农业产业和农产品品牌的统筹规划，超前谋划，强化指导，注重培强优势品牌、驰名商标和名牌产品。在现有基础上，力争年销售额10亿元以上品牌数能有较大突破，推动形成产业特色鲜明、产品优势突出、品牌影响显著的品牌发展格局。加强宣传引导，开展法律法规宣传，宣讲品牌创建作用，支持和鼓励各类经营主体开展品牌创建，引导使用区域公用品牌。推动标准制定，加强区域公用品牌、产品品牌的地方标准和企业标准制定，推进标准化生产，在树品牌、保质量的同时，推动更多符合标准的经营主体入围使用区域公用品牌，提高公用品牌的规模效应。

强化创新创优，树立品牌形象。打造优势特色，提高优质稻米、生态虾蟹等农业优势产区、优势产品的附加值、影响力、知名度。加强特色打造，挖掘旱杂粮、银杏、香葱、芋头等特色农产品价值，加大技术创新、包装创新、形象创新。加强品牌运营，挖掘农业资源，加强“两品一标”认证力度，加大“区域公用品牌+企业（产品）品牌”的建设力度，整合产品品牌，推动建立区域公用品牌运营中心，做强区域公用品牌和企业（产品）品牌。规范品牌使用，抓好区域公用品牌、知名农产品商标形象标识的授权使用，引导成立行业协会、产业联盟作为区域公用品牌的经营主体，加强品牌资源整合、标准标识统一，建立合理进出机制。强化质量监管，大力推行产地标识管理、产品条形码制度，做到质量有标准、过程有规范、销售有标志、追溯有平台；抓好农产品生产源头管控，强化对农业资源、生态环境、投入品使用的监管；加强农产品生产、加工、流通、销售等环节的质量检验检疫，确保农产品质量品质。

强化宣传推介，提升品牌影响。强化政府推动，充分利用各类媒体，宣传推介农产品品牌和企业品牌，正确引导消费，提高农产品品牌的竞争力；“政府搭台、企业唱戏”，组织企业参加各类展销会、“农民丰收节”，构建线上线下相结合的品牌营销体系，全方位、多层次、持续性地集中宣传，扩大农产品品牌知名度和影响力。强化主体推进，支持农民专业合作社、农业企业等新型经营主体建设展示展销中心、专营店、品牌营销专区，推动经营主体利用网络直播、网红带货、短视频等形式打造网红农产品，促进“产超”对接，推动生产企业与大型超市合作，扩大品牌受众面。讲好泰州故事，将区域特色、民俗特色等文化内涵融入品牌建设，打造具有地方特色的农产品品牌文化，升华泰州农产品品牌的精神气质与文化内涵。

加大政策扶持，落实保障措施。加大资金支持，发挥项目资金引领作用，积极争取各类品牌建设项目，推动农产品品牌建设。加大财政投入力度，推广兴化做法，设立农产品品牌建设专项，纳入年度财政预算。鼓励金融机构向农业企业提供以农产品品牌为基础的商标权、专利权等质押贷款产品。加强业务培训，加大对经营主体知识产权、品牌维护、品牌保护等方面的培训力度，提高商标、品牌保护意识和能力。强化人才保障，引进专业电商、职业经理人，培养服务型和应用型农产品品牌优秀人才，打通优秀人才服务基层绿色通道，为提升农产品竞争力和实现乡村产业振兴提供坚实的人才保障。