

乡村振兴背景下江西省农业品牌化 发展现状及对策研究

骆鑫¹

(江西科技师范大学, 江西 南昌 330038)

【摘要】: 乡村振兴战略背景下大力发展江西“赣”特色农业品牌化是实现乡村振兴农业现代化的途径之一,对江西省农业品牌的发展情况进行梳理发现,“赣”特色农业品牌化现处于政策不完善、监管保护机制不健全、企业自身品牌化意识及维护意识淡薄、缺乏新颖及特色和资源整合不到位等问题。由此提出了大力构建农业标准化提高品质;完善农业品牌化体系推广农业品牌;结合互联网+农业品牌,打造“赣”特色,带动市场消费,增加收入等对策。

【关键词】: 乡村振兴 农业品牌化 发展现状 对策

【中图分类号】 F323.5 **【文献标识码】** A

2021年2月,《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》发布。回顾历年文件内容,“农业品牌化”曾多次被提及。最近几年,全国各地也都在进行农业品牌化的建设,积极创建特色农业品牌。构建了以品牌为特色,以特色谋发展,以发展保质量的新型农产品发展道路。而江西自古以来都是农业大省,针对乡村振兴背景下的江西省农业品牌化发展的研究是尤其重要的,早日建成“赣”特色农业品牌,助力乡村振兴。

1 乡村振兴背景下“赣”农业品牌化的必要性

1.1 “赣”农业品牌加快农业农村现代化步伐

乡村振兴战略提出至今在江西省农村和农民之间显有成效,但是“赣”农产品在农业现代化的道路上相较周边地区发展晚。2018-2022年乡村振兴战略规划中写道:“品牌化是农业现代化的标志”,因此在构建“赣”农业农村现代化的道路上,江西省还要大力开展自身农产品品牌化建设。与此同时,江西省应该发挥以农业龙头企业为带头作用,对周边家庭农村、新型职业农民等群体的帮扶以促进农业现代进程。所以说,“赣”农业品牌加快农业农村现代化步伐。

1.2 “赣”农业品牌助力农业供给侧改革

2021年“中央一号文件”再次强调深化农业供给侧改革,现阶段,国内农产品竞争大,国际农产品竞争相较竞争较低。同时,大众消费观念的转变也使得消费结构发生了改变,消费结构再反作用农业品牌化。历史悠久的传统农业品牌具有竞争力但是其自身缺乏创新性,打不开新市场。江西省可以在改革红利下,对外寻求合作,借鉴传统农业品牌的技艺,对传统农业在供给侧

作者简介: 骆鑫(1992-),男,江西南昌人,硕士研究生,主要研究方向:“三农”经济管理。

基金项目: 江西科技师范大学研究生创新专项资金项目(编号:YC2020-S591)

改革的背景下进行革新。早日革新具有“赣”特色的农业品牌，进而改良农业供给侧的结构。农业品牌化就是提高农产品的高质量发展的试金石，也是助力农业现代化，加速农业产业的更新发展必经之路。

1.3 “赣”农业品牌增强企业综合实力

简而言之，“赣”特色农业品牌化就是提高收入，加强企业综合实力的途径之一。农产品在品牌化发展下，不仅仅提高了农产品的质量，还带来了品牌效应，进而提高了农民收入。更反向促进了农产品向更高质量、特色品牌化发展。开拓了新的市场，给企业带来可观的收入，减少了产品的堆积。品牌是企业符号，打造“赣”农业品牌给江西带来了新名片，企业也可以更好地获得资金和政策的帮助，企业也可以得到更好的长远发展。

2 江西省农业品牌化发展存在的困难

江西省农业品牌化道路是一个完整、系统化的工程，涉及广，实施过程难免遇到重重困难。目前，国家战略下农业品牌化发展详细计划还在制定中，江西省农产品制造企业在农业品牌意识逐渐提高，同时问题也较突出，主要表现在以下几个方面。

2.1 基于政府视角下“赣”农业品牌化的困难

首先，江西省农业品牌化道路建设起步晚，重视程度低，资金、政策扶持力度较低。2020年赣府发〔2020〕12号指出江西需要唱响“赣”特色农业品牌，大力发展实施“生态鄱阳湖·绿色农产品”品牌战略，盘活“老字号”“贡字号”品牌、做大做强优势农业产业品牌、自主创造企业自身品牌。将重点放在“江西米”“鄱阳湖水产品”“四绿一红”等品牌。其次，依据以往经验，农产品加工多为中小型企业，龙头企业数量少且弱。从申报农业产业化国家重点龙头企业名单中江西省仅有12家企业申报，由于缺乏政府政策的扶持，江西省农业龙头企业在创建自己品牌的道路上还有许多困难。最后，农业品牌命名雷同。我们不难发现同一名称可能会被用于不同行业，比如说江西是“鄱阳湖”就被用于水产品也有被用于蔬菜。由此可见，该现象问题较突出，由于保障机制的缺失，会影响农业品牌的长远发展。

2.2 基于企业自身视角下“赣”农业品牌化的困难

第一，重视品牌的注册，轻视经营。企业管理层对自身农产品品牌意识薄弱，我们调查研究发现农业企业大多数有品牌的却没有品牌管理的部门。由于没有品牌推广和品牌建设，导致农业品牌雷同现象严重。第二，江西农产品种类多，由此生产出的农产品也种类繁多。与地理标志农产品存在差距，特色不鲜明。第三，宣传力度小，消费者总是对重复次数多的宣传所吸引，江西省现有宣传力度大的农业品牌是“绿滋肴”，而其余农业品牌数量多，但缺乏宣传，仅在本地有良好的口碑，外地销路打不开。第三，创新不足，在农产品上下游相关产品没有涉足，导致产品单一，农业品牌竞争力弱。不充分利用当地资源开发，仅仅只依靠地名打造的农业品牌就想在市场上占据一席之地。缺乏吸引力的农业品牌，只能止步不前。

2.3 资源整合不到位，缺少“新颖”

现如今，互联网发达，在物联网下，农业品牌没有故事，缺少情怀。简而言之就是缺少新颖，没有和文化想结合，可能光有文化却没有理念，可能光有理念又没有文化。江西风景独好这一口号家喻户晓，农产品却不与“绿色”挂钩。资金不足，低息免息贷款难以获得，税收优惠红利在再加工环节丧失。企业无法借助高投入获得高收益。保护机制也没有跟上，贴标农业品牌经常出现，打击假冒伪劣农业品牌力度不够，严重制约了农业品牌化发展进程。

3 推动江西省农业品牌化道路建设的建议

3.1 制定标准，去伪存真

做好顶层设计，政府在推进农业品牌化的过程中对农产品质量制定相关标准，同时成立农产品质量检测和监管机构，为保证农业品牌长远发展提供制度保护。扶持江西省农业龙头企业，让他们做大做强，提供机会打造江西省“赣”特色农产品产业链。发挥农业品牌示范带头的作用，让龙头企业去推动整个行业品牌化进程。打击假冒农业品牌，给行业提供优质环境，争取早日打响“赣”特色农业品牌。

3.2 完善农业企业品牌体系

首先，我们要让农业企业的管理层有品牌意识，大力推广品牌价值，让企业从中获得优势。我们不光只考虑企业，我们还有从政府的角度、消费者的角度以及农户的角度去思考，如何将这几大利益相关者有机地统一，即政府起主导，其余相关人员各司其职。其次，企业加强自身品牌宣传，提高知名度。我们可以利用抖音、小视频等自媒体，对品牌文化进行宣传，打造好文化、好故事、高质量相结合的农业品牌化。农业企业也应该积极为脱贫作贡献，带动当地农民创业，走自主创业之路。最后，走高品质“绿色”特色农业之路，江西依托鄱阳湖等地理因素，主打纯天然、无污染、有机农产品。进军国际市场，开拓新市场，就必须要有自主特色“赣”农业品牌。

3.3 “互联网+”下可溯源的品牌特色

借助大数据，我们可以将农产品从生长到成熟全过程进行记录，再到深加工、运输的可追溯。做绿色安全的“赣”农产品，让消费者对该农业品牌的农产品吃得安心，买得放心。精准营销，与红色文化相结合，利用农博会等协会组织进行线上线下宣传，构建互联网+农业品牌营销方式，进行动态调整。发掘新的价值，对农业品牌下的品牌包装、宣传和品牌形象等周边品牌文化进行传播。

4 结语

农村产业现代化对农业行业提出了新的要求，江西省如何在品牌兴隆的时代浪潮下突破是一个值得我们思考和解决的问题。虽然，目前为止江西农业品牌有一定的效果，但是在数量上还是不多，在国内知名度尚可，国际上较弱，我们希望在乡村振兴战略下，可以早日看到“赣”特色农业品牌在农业品牌中独树一帜的日子。

参考文献:

[1]WANG J,XU Z,HUANG J,etal.Incentives to managers or participation of farmers in China's irrigation systems:which matters most for water savings,farmer income,and poverty?[J].Agricultural Economics,2006,34(3):315-330.

[2]董俭堂.宁夏优势特色农业品牌化建设的对策探析[J].中国商贸,2011(34):217-218.

[3]刘志林.新疆特色农业品牌化过程中存在问题透视[J].新疆财经,2012(06):38-42.

[4]秦欢.河南特色农业品牌化发展对策研究[D].郑州:河南农业大学,2016.

[5]周绪元,陈令军,张永涛.农业品牌化现状及未来发展思路——以山东省临沂市为例[J].农业展望,2016,12(11):38-41.

-
- [6]安书芳. “互联网+”现代特色农业品牌化发展路径研究[J]. 现代营销(下旬刊), 2017(04):148-149.
- [7]杨秋意, 高阳, 本刊编辑部. 从历年一号文件看中国农业品牌化进程[J]. 农村·农业·农民(A版), 2017(04):10-11.
- [8]周绪元, 卢勇, 解辉, 等. 地级市层面全域农业品牌化发展模式与路径研究[J]. 江西农业学报, 2017, 29(11):141-145.
- [9]潘丽霞. 浅谈我国区域农业品牌化建设实施路径[J]. 中国乡镇企业会计, 2018(12):5-6.
- [10]李忠宁. 银川市特色农业品牌化发展的几个关键问题[J]. 中国集体经济, 2019(28):74-75.
- [11]王艳荣. 乡村振兴视角下实现农业现代化的路径: 农业品牌化建设[J]. 农村经济与科技, 2019, 30(18):209-210.
- [12]卢慧, 聂园英, 李庆. 江西省品牌农业发展现状及对策研究[J]. 江西农业学报, 2020, 32(10):136-140.
- [13]张传红, 郭博恒, 周智愚, 等. 乡村振兴视域下县域特色农业品牌化发展的思考——以湖南省永顺县为例[J]. 全国流通经济, 2020(18):124-125.
- [14]张国梅, 冯香入. 沧州市特色农业品牌化发展对策研究[J]. 现代营销(信息版), 2020(02):55-56.
- [15]何潇一. 四川省“互联网+”现代特色农业品牌化发展道路浅析[J]. 新农业, 2021(05):94-95.
- [16]荣凤芝, 胡舒婷, 赵明浩. 环境信息披露对绿色债券融资成本的影响研究[J]. 会计之友, 2021(13):70-76.