

以高质量赛事助力农企强牌——第二届江苏省农业企业知名品牌 30 强大赛启动

刘俊逸 姜华 / 本刊记者

2023年8月1日，备受瞩目的“苏垦杯”第二届江苏省农业企业知名品牌30强大赛暨2023年品牌农产品包装应用争霸赛在南京农创中心正式启动。本届大赛由江苏省农业农村厅指导，江苏省农业品牌大赛组委会主办，江苏省农业农村厅副厅长曹丽虹出席启动仪式并发布《江苏农业品牌发展报告（2021-2022）》。

曹丽虹副厅长介绍，《江苏农业品牌发展报告（2021-2022）》从6个方面总结了2年来江苏农业品牌建设成果，展示各地农业品牌发展风采，宣传优秀品牌的特色亮点和典型做法，汇编农业品牌法律法规及政策文件，记录了江苏农业品牌工作开新局、迈新步的点滴历程。《发展报告》显示，省委省政府高度重视农业品牌工作，各地深入贯彻绿色发展理念，保障粮食等重要农产品有效供给，从提高农业质量效益和竞争力的现实需要出发，深入实施“品牌强农营销富民”工程，以产业壮大品牌、以质量塑强品牌、以文化传播品牌，兴化大闸蟹、阳山水蜜桃、宜兴红等一大批品牌全国闻名。

“本届大赛既延续了高起点、公益性、专业性、综合性的鲜明特色，又强调了以赛扬名、以赛强牌、以赛赋能、以赛促销的全新导向。”启动仪式上，大赛组委会办公室主任樊宝洪对大赛作了进一步解读。他表示，“高起点”表现在参赛对象必须同时满足市级及以上农业产业化重点龙头企业、注册登记3年以上、无不良记录等多个条件，可以说已经具备一定的产业带动力和核心竞争力；“公益性”体现在省农业农村厅联动市县农业农村部门共同搭台，以赛代训、以训促赛，体现大赛的公信力，不向参赛企业收取任何费用，确保赛事公开透明、客观公正；“专业性”是指大赛继续采取“一核二审三结合四参与”的赛事模式，同时引入第三方专业团队，按照团体标准《江苏农业企业知名品牌评价规范（试行）》，从品牌背景、品牌质量、品牌形象、品牌个性和品牌贡献5个方面25项指标，对参赛企业申报材料进行统一测算打分，评分结果作为评选的主要依据；“综合性”则体现在赛事覆盖种植、畜牧、果蔬、渔业和初加工等产业业态和粮油、果蔬、畜禽、水产品、中药材、食用菌、茶叶等农产品生产加工企业。



活动现场，桂花鸭、卫岗、蟹园、三生友杏、华绿之珍等“苏垦杯”首届江苏省农业企业知名品牌 30 强大赛的获奖品牌也到场助阵。在与企业负责人交流后得知，不少品牌通过大赛强化了品牌建设推广和品牌价值增值，取得了经济效益和品牌含金量双提升。江苏苏北粮油股份有限公司旗下“蟹园”品牌，随着品牌知名度、美誉度、影响力不断攀升，3 年来企业年销售额从 4.2 亿元增加到 7.7 亿元，并在 2022 年 9 月进入新三板创新层。同样获得首届 30 强的“三生友杏”品牌负责人范文杰信心满满地说，大赛提高了自家品牌知名度和产品曝光率，帮助企业快速成长为银杏全产业链龙头企业，还支撑企业获评“江苏精品”“江苏省专精特新‘小巨人’企业”等称号，2023 年继续申报参赛争取再次获奖。

作为“品牌兴农、品牌强企”的佼佼者，江苏省农垦集团再次成为大赛的独家冠名单位。王立新副总经理表示，经过 70 多年耕耘，集团已成功打造了“苏垦”主品牌和一系列产业特色子品牌，苏垦麦芽荣获 2022 年度江苏省省长质量奖，苏垦大米获得 2023 年江苏省省长质量奖提名奖，“大华”跻身全球种企销售 20 强，“葵王”成为葵花籽油品类头部品牌。对标农业强省建设任务，江苏农垦将主动承担国企责任，以更加积极的姿态参与农业品牌建设和全省农业产业发展，以冠名大赛为契机，同全省农业品牌企业一道，提升品牌内涵、擦亮品牌底色，为做大做强做优江苏农业品牌贡献力量，为全省农业现代化走在前注入强大动力。





据悉，接下来的几个月，组委会将通过组织发动、自愿报名、审核推荐、行业评价、公众投票、现场评审等程序，有序推进30强大赛，并于12月上旬举办决赛路演，最终评出第二届江苏省农业企业知名品牌30强等系列奖项。

与此同时，组委会还同步举办了2023年品牌农产品包装应用争霸赛这一附加赛事，通过企业自主报名、专家评审、网络投票等环节，将决出争霸赛金奖2个、银奖3个、铜奖5个，以此引导品牌主体强化农产品包装意识，遵守法律法规和行业标准，规范使用农产品包装标识，更好地体现品牌价值，便于消费者对品牌和产品产生良好认知和鲜明记忆，促进品牌农产品市场销售。