

扎实推进农产品品牌建设 提升现代农业核心竞争力

蒋勇/江苏省镇江市农业农村局

品牌建设贯穿农业全产业链，是助推农业转型升级、提质增效的重要支撑和持久动力。作为强农富农的重要抓手，农业品牌建设已成为共识。江苏省镇江市近年来坚持把品牌建设作为提升农产品市场竞争力、提高农业附加值、增加农民收入的关键环节来抓，全面实施“质量兴农、绿色兴农、品牌强农”战略，突出品牌培育重点，积极构建农产品品牌建设长效机制，扎实推进农产品品牌建设各项工作，农产品品牌数量持续增加、品牌知名度不断扩大、品牌质量显著提升、品牌效益日益凸显。目前，全市已有农产品品牌 251 个，其中，区域公用品牌 19 个。全市已有绿色食品 222 个，认证面积 29.93 万亩；有机食品 43 个，认证面积 1.37 万亩，地理标志保护产品 5 个，农产品地理标志品牌 11 个。进入省级品牌目录 11 家、市级品牌目录 34 家。

突出重点多措并举，扎实推进农产品品牌建设

2022 年，全市新增 4 个农产品品牌入选江苏农业品牌目录，新增绿色食品 49 个。选送的“苏翠 1 号”“翠玉”“翠冠”等早熟梨荣获江苏省第四届优质早熟梨品鉴推介活动金奖。金山翠芽、茅山长青、长山剑豪、句容红茶等获得江苏省第二十届“陆羽杯”名特茶质量评价特等奖。在“2021 中国地理标志农产品（茶叶）品牌声誉百强榜”中，“金山翠芽”品牌声誉 84.31，排名 67 位；“茅山长青”品牌声誉 83.73，排名 77 位。2022 年“茅山长青”品牌价值 16.24 亿元，“金山翠芽”第三次获中国最具品牌溢价力的三大茶叶品牌之一。全市 755 家农业品牌建设主体，带动农民 32.8 万户，实现总产值 232.4 亿元，品牌溢价溢价 10% 左右，有力促进了农民增收。

紧扣资源禀赋打造地域品牌。围绕镇江市优质粮油、应时鲜果、特色水产、高档茶叶、优质畜禽产品五大优势主导产业，充分挖掘区域潜在资源，将重点聚焦于丹阳、丹徒的稻米；句容、丹徒的茶叶、应时鲜果；扬中的特色水产品；市区的香醋、肴肉为主的加工型农产品。依据各地区资源禀赋，结合乡村产业发展，鼓励县域打造独有的品牌名片，统一区域品牌，强化小农户与龙头企业之间的联系，将小农户纳入现代农业体系之中。截至目前，已有的区域公用品牌有：市级品牌金山翠芽，句容的云兔、果香白兔、莓好白兔、丁庄葡萄、茅山长青、唐陵苗木、野山小村、后白悠品、西冯草坪、宝华玉笋，扬中的扬中秧草、扬中河豚、扬中刀鱼、扬中江蟹、扬中江虾，丹徒镇江香醋、淮八样蔬菜、长山剑毫。

“标准化+技术推广”双管齐下。加大政策倾斜力度，以品牌为耕者谋利。一方面，推行标准化生产，提升品牌质量。对桃、茶叶、稻、麦等主导产品，制定了“一品一策”病虫害谱图、安全用药指南、生产模式图，依托农畜水科技入户、日常巡查、宣传培训等工作，推动标准入户，标准入户率达 100%。另一方面，加强技术推广。推广统防统治、绿色防控、测土配方施肥、健康养殖和高效低毒农兽药使用技术，仅丹阳就创成省级以上绿色防控示范区 5 个、水果标准园 1 个、畜禽养殖标准化示范场 16 个、水产标准化健康养殖示范场 5 个、省级绿色优质农产品基地 3 个。

产品品牌和区域公用品牌融合发展。品牌发展实践表明，农产品生产具有地域性特点，农业经营主体间可以发挥较强联动效应。产品品牌和企业品牌是建设区域公用品牌的坚实基础，区域品牌也会带动优势产业内企业品牌和产品品牌的快速发展。一是建立市级《镇江农业品牌目录制度》。2022 年 5 月市农业农村局印发了《镇江农业品牌目录制度（暂行）》规范性文件，补齐市级农业品牌建设标准的短板，建立市级品牌建设的扶持、推介和保护等具体制度。二是举办镇江市十大农产品品牌大赛。搭建大赛路演和展示舞台，让参赛企业充分展示品牌实力，全面展现品牌良好形象。康韵、茅山长青、白兔草莓、丁庄葡萄、有机越光大米、扬中河豚、扬子、恒顺、禾润世家、金山翠芽等农产品品牌脱颖而出。三是积极推进市级区域公用品牌建设。2022 年 7 月，市农业农村局公开征集镇江区域公用品牌的名称、宣传语及 LOGO 标识，统筹推进农业品牌融合发展，积极打造由政府、社会组织、市场经营主体等多元主体共创、共享、共管、共用，覆盖全品类、全市域、全产业链的区域公用品牌，加快形成标准化生产、产业化经营、品牌化营销的现代农业发展新格局。

“外宣传+内节庆”双向营销。镇江农产品种类较多，特色农产品资源丰富，为提升农业品牌知名度和影响力，积极组织农业企业参加各级农展会、博览会，举办镇江市优质农产品展销会，大量优质农产品逐渐得到南京、上海等周边城市居民认可，并通过网络直播方式，将产品销售转为品牌打造，进一步提升产品质量和层次，引领产业转型升级，提高品牌知名度和影响力。在茶叶品牌营销方面，目前市级区域公用品牌“金山翠芽”，已建成5个品牌形象店。在优质桃品牌建设方面，连续多年举办镇江市优质桃评比大赛，以品牌建设及产业提质增效为抓手，培育了“杏虎村”“容福桃”“尚香敖毅”“嶂山”等多个地方特色桃品牌。2020-2021年，镇江市共举办丹阳皇塘火龙果节、“杏虎仙桃”采摘节，句容丁庄葡萄节、白兔草莓文化节、天王国际樱花节、茶文化节暨下蜀茶香节，扬中河豚文化节，丹徒上党镇桃花节、高资镇樱花节等各类农事节庆活动110多场次，以休闲农业资源助力打造具有镇江特色的农产品品牌。

巩固优势补齐短板，大力提升农产品品牌质效

镇江市农产品品牌建设成果显著，但依然存在明显短板。一是地域特色农产品规模化不明显。各市、区特色农产品特色鲜明，但规模不大。缺乏对农产品品牌的专项扶持政策，向规模大户倾斜亦不够。有些品牌取得地理标志集体商标后没有注重打造品牌效应；有些只注重种植，没有配套流通和深加工，行业协会发挥的作用有限。二是农产品品牌意识淡薄、保护不足。农产品市场质量参差不齐，同质化品牌较多、差异化品牌较少，同产品不同商标、不同品牌的现象普遍存在，有的甚至还在市场上发生相互压价恶性竞争的现象，难以形成组团出击、集中打响品牌的合力。知名农业品牌成为假冒伪劣侵蚀的重灾区，阻碍了区域公用品牌的发展。三是专业人才和营销理念缺乏。一方面，专业技术人才缺乏。农村具有专业技能的人才较少，对新知识、新技术的接受程度参差不齐；生产型人才较多，经营型人才较少；农产品品牌发展所需的专业技能人才缺乏。另一方面，先进营销理念不够。农产品生产者主要精力集中在生产一线，农产品销售尚以传统模式及订单式销售为主，农户开展网络营销的规模不大；部分开展电子商务营销的商户缺乏专业知识，打通全国市场任重道远。另外，全市农产品注册商标虽快速增长，但知名品牌不多，一些地方还缺乏品牌发展定位、品牌识别设计和品牌运作筹划等现代营销理念，品牌理念、营销水平都需要进一步提升。

未来，在农产品品牌建设上，镇江市将继续坚持品质与效益相结合、特色与标准相结合、传承与创新相结合、市场主导与政府推动相结合，挖掘和提升广大农村优质农产品资源价值，不断提升镇江现代农业核心竞争力。

积极打造农业品牌体系。引导涉农企业充分认识农业品牌建设的重大意义，树立“品牌就是竞争力、品牌就是生命力”的发展理念。以农业园区、一村一品、农业企业、农民专业合作社、家庭农场等为主，培育壮大一批农业品牌创建主体，充分发挥其品牌建设的主体作用，提高品牌化发展意识。采取宣传发动和行政考核双管齐下的措施，鼓励生产经营主体争创中国驰名商标、江苏省著名商标，充分调动生产经营主体创建农产品品牌的积极性和主动性，扶持、壮大一批农产品品牌，打造富有本地优势和特色的品牌体系。

强化农业品牌标准化水平提升。一是推进绿色优质农产品发展。积极发展绿色食品、有机食品和地理标志农产品，增加绿色优质农产品供给。巩固已建成绿色优质农产品基地成果，将绿色优质农产品列入精准监管和动态监测的重点。二是拓展主要农产品全产业链标准化工作。围绕本地草莓、葡萄、茶叶、水产品、稻麦、禽蛋、水产品等主导品种，积极推进标准化生产，着力构建主要农产品全产业链标准体系。三是加快推进标准化生产。按照新“三品一标”（品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产）提升行动要求，强化标准引领，突出品牌打造，建设一批绿色标准化农产品生产基地。

强化农业品牌宣传营销推广。一是优化营销渠道。开展优质农产品进高校、进机关、进机构、进企业活动，帮助各类经营主体拓展销售渠道，有效打响农产品品牌。组织农业品牌参加部省各级展会，开展产销对接活动。二是办好各种涉农类相关节庆活动。依托镇江资源禀赋，积极举办丹阳水蜜桃节、句容草莓节、扬中河豚节等各类农业品牌节庆活动，进一步强化品牌意识，讲好品牌故事。三是加快农产品数字化和品牌化升级。整合各电商平台资源推介镇江市优质农产品，建设镇江市农产品电商产业基地。开展农产品直播基地建设，举办农产品网络直播带货、电商平台助农帮销活动。

强化农业品牌政策支持力度。加大财政资金投入力度。强化涉农资金统筹整合，鼓励社会资本和金融部门共同参与全市农业品牌建设。积极争取各级财政资金按照先建后补的原则，专项用于农产品品牌建设与推广。切实发挥财政资金导向作用。进一步提高品牌奖补标准，对获评部级、省级、市级品牌（农）产品分别予以奖补。

