

沛县品牌强农有效路径

苗文倩/江苏省沛县人大常委会办公室

江苏省沛县近年来积极培育区域公用品牌，提升特色优质农产品的知名度和美誉度，大力支持有生产规模、有地方特色、有发展潜力的新型农业经营主体开展绿色食品、有机农产品和地理标志农产品认证，提升品牌影响力和农业综合竞争力，取得明显成效。

沛县农业品牌发展现状

绿色优质农产品基地建设快速推进。以龙固镇、杨屯镇、大屯街道、沛城街道、胡寨镇、魏庙镇、五段镇 7 个沿湖镇（街道）为主要基地，建成 20 万亩“全国绿色食品原料（麦稻）标准化生产基地”；以湖西农场、杨屯镇、汉兴街道、魏庙镇、五段镇、张庄镇、张寨镇、朱寨镇、安国镇 9 镇为基地镇，建成 30 万亩“江苏省绿色优质小麦、水稻基地”。建立“沛县陈油坊葡萄”“沛县莲藕”等区域品牌资源储备库，积极引导农产品生产企业、经济合作组织、家庭农场申报绿色食品、有机产品，申报地理标志证明商标，依托沛县地域文化及农业产业基础，打造一批知名品牌。

区域特色农产品品牌持续壮大。在蔬菜产业培育了“耀佳”“草庙”等知名蔬菜品牌；稻麦产业培育了“云雪”“广勤”“育龙”等优质米、面品牌；畜禽产业培育了“忠意”“汉戎堂”“鑫珂旺”“樊吟”“香道”“大屯李家”等知名畜产品加工品牌；果品产业培育了“汉唐绿之源”“全滋味”“陈油坊”“龙城水乡”等品牌。“忠意”“鑫珂旺”肉鸭品牌 2017-2018 年已列入省名牌目录，“广勤”“契旭”牌大米列入 2020 年江苏省品牌名录。截至目前，有机认证企业 9 家，认证产品 15 个；绿色食品获证企业 17 家，认证产品 55 个。

农产品品牌影响力不断提升。云雪面粉被评为全国百家绿色食品示范企业；徐州广勤米业有限公司获江苏省“水韵苏米”集体商标使用权，“广勤”系列米获江苏苏米集体商标使用权；敬安辣椒科创小镇是黄淮海地区最大的辣椒制种基地；徐州农垦湖西有机大米获江苏省首届“稻米博览会”江苏好大米优质农产品称号；“洪福渔”获批江苏省水产品质量安全追溯产品；“沛县狗肉”“沛县黄皮牛蒡”获得国家地理标志农产品保护；“沛县大米”“沛县牛蒡”“沛县冬桃”获批国家地理标志证明商标。“天下丰沛”沛县区域公用品牌 2022 年正式启用，徐州广勤米业有限公司等 10 家主体被第一批授权使用“天下丰沛”区域公用品牌。

品牌建设存在问题

经过多年努力，全县农产品品牌建设取得了明显成效，但距离品牌强县发展战略要求，还有一定的差距。

品牌建设能力不足。受传统经营模式影响，部分经营者对农产品品牌建设的重要性认识不足，个别农户和农业企业重生产、轻销售，没有意识到品牌对于提升农产品附加值和市场价值的巨大作用，缺乏创建品牌、发展品牌的内在要求和新思维、新方法、新手段。有的企业虽然认识到品牌对于企业发展的重要意义，但因企业规模较小，经济实力相对较弱，没有独立打造品牌的能力，而农民专业合作社、行业协会等发展还相对薄弱，没有形成风险共担、利益共享的利益联结机制，一定程度上制约了农业品牌发展。

品牌发展基础支撑不强。农业生产规模化、组织化程度较低，标准化基地覆盖面有限，难以形成有统一标准和良好品质保障的品牌产品。农业产业化程度不高，产业链条较短，缺少精深加工，多数农产品仍以初级产品销售为主，转化增值能力较弱。农业科技成果转化不足，特别是在优良品种选育、农业新技术推广、先进设备引进使用等方面还相对滞后。

农产品品牌市场竞争力较弱。农产品品牌弱、小、散问题比较突出，在国内叫得响、传得开的大品牌相对较少。另外，同质化竞争问题比较突出，部分农产品品牌“诸侯割据、各自为政”，没有形成合力，缺乏以产业集群为基础的市场竞争力，缺乏整体的产业规划和品牌打造。

品牌建设推广营销持续性较差。很多品牌缺乏后续有效宣传。有些地方把农产品品牌建设搞成了面子工程、形象工程，止步于方案公布、LOGO 出街、广告语上墙。谋划不落地，方案悬半空。存续的品牌也仅仅注重识别功能和促销功能，品牌营销手段单一、传统，品牌知名度不高，对新的电商形式利用不够充分。另外，重品牌、懂技术、会营销的专业人才相对缺乏，没有形成线上线下一体化的品牌营销推广体系。

沛县品牌强农对策建议

要以品牌战略为指导，树立新的农业发展理念，进一步强化品牌意识，充分利用农业资源优势，以创建农产品区域公用品牌为统领，建立健全农产品品牌建设体系，集中优势、合力攻坚，努力推动全县农业品牌建设实现新跨越。

推进标准化生产。根据国家标准、行业标准和生产需要，制定、修改、完善品牌农产品的生产技术规范和操作规程，做到“有规可依”。制定完善农业投入品管理、产品分等分级、产地准出、包装标识等方面的标准，建立起完整的农业标准化生产体系，保障农产品质量的稳定性。建立健全农产品质量追溯体系，建成产销一体化的农产品质量安全追溯信息网络，实现生产记录可存储、产品流向可追踪、储运信息可查询，确保农产品质量安全。加大农产品投入品监管力度，严厉查处违禁农药、兽药、渔药的生产、销售、使用等违法行为，提高品牌农产品的质量安全水平。突出绿色、有机农产品认证，积极引导生产质量控制能力较强的生产主体申报，打造绿色、有机农产品产业带。

着力打造特色品牌。以获批江苏省农产品质量安全县为契机，充分发掘地方优势、特色产品，结合沛县文化、产品特色、品牌自身内涵，设计具有地域特色和文化底蕴的农产品品牌符号，塑造鲜明的品牌个性。在提高产品质量的前提下，积极做好申报工作，力争早出、多出地理标志和名特优产品，形成特色产业带和农业块状经济新格局。

强化宣传推介。加大品牌宣传力度，在各类主流媒体平台和新兴媒体的重要时段、节点播放特色优质农产品的宣传片和农产品品牌形象广告；充分利用每年的暑假和国庆节、春节等旅游黄金期，大力发展能够满足不同旅游消费需求的农产品品牌，利用广大游客的口碑宣传，扩大品牌影响力。建立农产品品牌微信公众号，开展丰富多样的线上宣传推广活动，营造品牌宣传的良好氛围，不断扩大品牌农产品的对外影响力。

拓展销售渠道。加快农产品物流体系建设，重点围绕优势特色产业强化冷链运输，扶持引导一批重点物流主体加快冷藏、冷贮、冷运等冷链体系建设。积极发展新媒体运营，广泛建立“线上+线下”的农产品销售模式。线下建立协会组织、农业企业与农户的利益联结机制，通过行业协会、龙头企业的渠道优势、市场优势、价格优势拓宽农产品销售渠道；线上支持企业与阿里巴巴、盒马生鲜等知名大型电商企业合作共建“特色农产品专区”，利用快手、抖音等新媒体平台发展网红直播带货等。紧盯高端市场和高端展会，通过组织企业参加农交会、亚果会、绿博会等国内外各类知名农产品展会，不断创新流通和销售模式，促进优质农产品“走出去”，进一步提升特色农产品品牌的市场知名度和美誉度。