

品牌与市场 专刊

■ 锐观察

2019中国区域农业品牌发展论坛聚焦“提升”——
区域公用品牌 要“出名”也要重实效

□□ 本报记者 房宁

农业品牌建设作为深化供给侧结构性改革、提高农业综合效益和市场竞争力的重要抓手,各级政府部门对此重视有加,诸多市场主体受政策和市场双重利好的激励,投身农业品牌建设,我国农业品牌建设驶入“快车道”,特别是区域公用品牌近年来呈现快速发展势头。

发展快,更要发展好。国务院《关于促进乡村产业振兴的指导意见》提出,实施农业品牌提升行动。12月20日,在中国区域农业品牌联盟等联合主办的2019中国区域农业品牌发展论坛上,来自政府部门、行业协会、研究机构和企业界的代表,围绕提升区域品牌发展质量进行了研讨和经验分享。

夯实品牌基础
增强核心竞争力

论坛上,中国区域农业品牌研究中心发布的《中国区域农业品牌发展报告(2019年度)》指出,我国区域农业品牌在政府背书、地域文化以及辐射带动等方面优势明显,但也存在着品牌同质化、品牌保护欠缺等“短板”,建设一哄而上、追求“一夜成名”等现象突出。

中国农业经济学会会长陈晓华提出,要把各方面发展农业品牌的积极性保护好、发挥好,避免“重炒作、轻实效”,要着重做好三件事:第一,按照“绿水青山就是金山银山”的要求,通过划定保护区、严防污染等措施切实

保护好产地环境;第二,加强投入品管控,开展农业废弃物资源化利用,做好农产品生产过程控制;第三,结合地方特点和产业实际,加快品牌农产品地方标准的制定,建立有效的激励和约束机制,政府要依法依规打击假冒伪劣,维护市场秩序。“品牌终究要靠生产者创造,靠消费者选择,靠市场来决定。”

围绕夯实品牌基础,部分区域公用品牌建设方、运营方代表分享了经验。山东临沂市用基地创建、文化创意包装、市场开拓做大“产自临沂”,其中基地建设亮眼,不仅建有570万亩优质农产品基地,还形成了沂南肉鸭、沂水食品加工等产业集群。福建南平市为筑牢“武夷山水”农产品品质基础,实施全生态种养、全品类定标、全过程追溯和全覆盖检测,已制定了14大类33小类产品的质量技术标准,建立了综合检验检测服务中心,建成上对接国家平台、下对接企业的农产品质量追溯总控平台。

浙江大学CARD中国农业品牌研究中心主任胡晓云认为,无论哪种类型的区域公用品牌,其价值都在于证明、认证、背书某区域内或区域相关内成员的优质特色农产品,提携区域内农业企业、合作社、农场、农户等共同成长,并与区域形象互为背书。核心是要科学地规范管理和运用不同类型的区域公用品牌。

丰富营销策略
把握市场先机

酒香也怕巷子深。品牌创建之后,要增

加曝光率,扩大知名度,保持市场竞争优势,必须加强品牌营销和运营。

黑龙江绥化市相关负责人介绍了“寒地黑土”开展的“五谷杂粮下江南”活动。2017年以来,绥化组织100多家企业组团赴长三角、珠三角推介,不仅在主销区设立近百家门店、仓库,还安排体验车进社区、企业、学校开展体验式营销,利用电商平台发起“我在龙江有亩田”等定制农业。线上线下结合全渠道营销为品牌引流,效果显著。

移动互联网时代,IP(知识产权)营销大热。将品牌与一部作品、一个名字、一段故事等IP要素联系起来,通过内容传达品牌所蕴含的精神和情感,通过人格化的形象特点让消费者与品牌建立情感联系,能有效提升品牌的认知度、美誉度。IP营销正越来越多地融入农业品牌营销中。

新浪微博三农业务负责人伞明分享了利用社交媒体平台服务区域公用品牌建设的有效做法。新浪微博今年11月启动了“百县千红新农人”培训计划,已经培育了800多名网红新农人,为家乡的农业品牌代言引流扩销量。

“每一件优质农产品都是源自土地的人文艺术品,要讲究趣味、人文和温度。”天下星农委创始人胡海卿认为,好的品牌就是让消费者认知、购买最鲜明的特点,要将人文融入品牌,塑造物质之外的附加值。他们为陕西延川苹果策划的“陕陕的红心”活动,就是将延安精神的价值观、脱贫攻坚的

使命融入产品中,吸引更多消费者持续购买延川苹果。

争取话语权
助更多品牌“走出去”

我国是农业生产大国,却是农业品牌小国,农产品品种多而不优、品牌杂而不亮、产业大而不强是我国农业品牌建设的现实,多数农业品牌的知名度只限于本区域内,在国际上知名的品牌更是寥寥。

“全球经济已进入品牌时代,我们要大力培育品牌,树立中国品牌的形象,参与全球品牌经济竞争。”中国品牌建设促进会理事长刘平均表示,近年来,我国品牌评价取得国际突破,中国特色品牌评价机制基本建立,中国品牌价值提升取得阶段性成果,但品牌建设依然任重道远。他认为,要利用我们已经掌握的品牌评价话语权,培育中国茶叶、中国食用菌、中国丝绸蚕桑等优势产业集群;培育区域品牌,引领区域经济高质量发展;利用每年5月10日的“中国品牌日”,大力宣传中国品牌正能量。

十二届全国政协经济委员会副主任石军认为,区域品牌发展要用融合思维引领,学习借鉴国际先进经验,推动品牌发展所需的各种元素融合,提升产业发展水平和层次;用协同方式推进,注重机制协同、科技协同和规则协同,特别要发挥科技驱动的作用,在品牌评价体系等方面对接国际标准,使中国农业品牌走向国际的路更加畅通。

■ 区域风采

“武清果蔬”有品有趣有市场

□□ 王绍芳

“以前,我们村种萝卜卖不上价。实施特色农业走品牌路线后,现在一亩地的年收入轻轻松松就过万元。村民腰包鼓了,更有开了开发新品的积极性。”说起近几年村里走品牌路带来的甜头,天津市武清区大良镇田水铺村村民崔福全乐得不拢嘴。

据大良镇田水铺村村委会主任张书义介绍,区农委帮村里注册了“小兔拔拔水果萝卜”商标,联系了农产品品牌策划公司。去年1月,区政府举办发布会,“小兔拔拔水果萝卜”推介大获成功。今年村里试种了新品种“紫美人”,如果效果好,明年就推广种植。

据武清区相关负责人介绍,该区加快推进农产品品牌建设,优化产品和产业结构,以品牌经济带动全区农业增效、农民增收。先后推出了

“小兔拔拔水果萝卜”“小熊掰掰水果玉米”“小鹤登枝水果番茄”“雍贝金果梨”,以“武清果蔬”区域公用品牌为统领,近20个特色品牌农产品在京津市场取得了良好销售业绩。

在武清,畜牧养殖业的品牌战略也同样带动了农民增收。存栏奶牛规模2000头、年产鲜奶4800吨的武清区新世纪牧业有限公司,依靠畜牧业产业链带动近三万名农民增加了收入。企业负责人郝俊强说:“我们通过奶牛养殖及饲料生产等带动周边玉米种植面积3万亩,种植农民达两万余人,解决了当地玉米收购问题。不算养殖收入,仅玉米种植一项就使这些农民总收益增加200万元。”

今后,该区将进一步发挥“武清果蔬”的品牌效应,不断增加有品质、有含义、有趣味的新成员,使品牌建设再发力,并以此带动全区果蔬的市场影响力。

其市场认可度和美誉度也在逐步提升。

“栾川印象”好山、好水、好食材

位于伏牛山中心地带的栾川县是个典型的山区县,今年上半年刚刚宣布脱贫。县委县政府经过调研,提出以一个总品牌来统领栾川县具有“山货”特质的农产品。这个品牌即为“栾川印象”,目前正在初审公告阶段,商标权属归栾川县农业产业化龙头企业协会,经营由洛阳市川宇农业开发有限公司统一进行。

据栾川县副县长朱晓庆介绍,栾川印象的内涵是好山、好水、好食材,主要包括高山杂粮、食用菌、林果、果酒、中药材等6大类107款产品。

栾川县农业产业化龙头企业协会会长、洛阳市伊水湾农产品开发有限公司董事长梁小宝说,来栾川的游客购买的东西中有一半是农产品,从市场反应来看,“栾川印象”的认可度不错,说明路走对了。河南省市场监督管理局巡视员陶洪臻介绍,自2016年以来,河南全省每年平均新增有效注册商标10万件,增速位居全国中西部省份前列。截至2019年第三季度,全省有效注册商标量达82.1万件,驰名商标274件,地理标志35件,商标申请注册总量位居全国第八位。

国家知识产权局商标局党委书记、副局长姜瑞斌表示,近年来国家层面所进行的商标注册便利化改革激发和释放了改革的红利;商标授权确权效率有效提升,商标注册平均审查周期从法定时限9个月缩短至现在的5个月;商标业务办理更加便捷,如网上办理,今年前三季度其比率已高达94%,同时,全国还有212个商标受理窗口可就近办理商标业务;商标授权确权程度更加公开,从2018年12月26日起,已累计向社会公开全部商标存量4000多万件,主动接受社会监督。



近日,安徽省淮北市相山区渠沟镇大梁楼村500亩水果萝卜开始收获上市。近年来,当地引进富硒水果萝卜新品种,实施科学管理,绿色生产,保证果品质量和口感,在满足城乡居民消费需求的同时,也有效增加了村民的收入。图为村民在蔬菜大棚里收获水果萝卜。 李鑫 摄

牌子到手快 市场反应好
——河南省商标注册便利化改革改出新变化

□□ 本报记者 刘强

商标是企业参与市场竞争的“通行证”。记者从国家知识产权局商标局在河南多地进行的商标注册便利化改革集中宣讲活动中了解到,三年来,商标注册便利化改革大力推进,减费用、简程序、缩周期、拓渠道,为实施商标品牌战略和创新发展战略提供有力支撑。

“裴李岗”商标批下来了

12月2日,郑州商标受理窗口,郑州红人帮文化传媒有限公司的一位员工正在办理商标注册申请业务,公司申请的商标叫“红人帮”,包括信息传送、电视播放、广告宣传等类别,费用为2970元。受理业务的工作人员小吴说,窗口自2017年10月18日开放以来,郑州和周边县市的企业办业务方便多了,有些程序还可以在网上传,不用一趟一趟地跑。费用也减少了,比如,商标申请业务一个类别由以前的300元降到了270元,续展一个类别则由1000元降到了450元。

说话间,小吴欣喜地告诉记者,“裴李岗”商标批下来了,并一张一张打了出来。裴李岗是新郑市新村镇的一个村子,因此在此发现了中原地区最早的新石器文化遗址而出名。村里成立了河南省裴李岗实业有限公司,在郑州市市场监督管理

局的帮助下申请了“裴李岗”注册商标,类别包括除草剂、肥料、家具、建筑、珠宝首饰等。

郑州市市场监督管理局商标处处长张绍辉介绍,郑州商标受理窗口是国内首批开通变更、转让、续展等后续业务的商标受理窗口。窗口开通了电话咨询业务,网上信息公开,并于今年6月在全国率先开通网上申报业务;同时在材料提交时多提醒、多审核,材料填报时多辅导,平时多宣传。截至目前,共办理商标业务4255件。

郑州商标审查协作中心是经批准设立的五个京外商标审查协作中心之一,承担为河南及周边省份商标申请人办理商标注册、变更、续展、转让等25项业务。自2018年10月23日挂牌运行以来,已形式审查108万余件,首次实审140万余件,签文共125万余件。

乐氏同仁药业科技集团有限公司是一家集中成药研发、生产、销售及中草药种植、流通为主业的大型医药公司,集团还以“乐家老药铺”国医馆的形式提供中医诊疗服务。河南省乐氏同仁老药铺有限公司董事长、总经理郭海洲介绍,在2014年,乐氏集团正式注册了“乐”和“乐氏同仁”两个商标。截至目前,老药铺里共有480多种常规药材,还在三门峡、禹州两地分别建设了60万亩、20万亩的中药材种植基地,助农增收。

■ 业界动态

湖南贫困地区
农产品(北京)产销对接活动举行

日前,由湖南省农业农村厅、湖南省商务厅、湖南省林业局、湖南省扶贫开发办公室、湖南省粮食和物资储备局、湖南省供销合作总社共同主办的“2019湖南贫困地区优质农产品(北京)产销对接活动”在北京市全国农业展览馆举行。

本次对接活动以“脱贫攻坚、品牌强农”为主题,旨在搭建贫困地区特色优质农产品产销对接平台,宣传推介湖南省贫困地区优质农产品,促进湖南省贫困地区农产品与北京市和京津冀地区市场的有效衔接。

产销对接活动室内展览面积近1.2万平方米,500多家企业带来了上千种特色农产品。按活动功能分区、产品分类,以十大千亿产业为基础,重点展示湖南地方特色农业品牌。展区共分为宣传推介展区、湖南辣椒展区、湖南茶油展区等12个功能区域。现场组织了专业采购商代表和参展企业代表进行贸易洽谈、配对,并签订贸易成交合同,成交金额13.6亿元。

据悉,在3天的对接活动中,有关单位和企业还对湖南省农产品区域公用品牌、农产品片区品牌、“一县一特”农业品牌和湖南贫困地区特色农产品举办了湖南红茶、湖南茶油、安化黑茶、麻阳冰糖橙等多场农产品宣传推介活动。 本报记者 王莹

江西绿色农产品
品牌旗舰店落户广州

12月19日,地处广东省广州市黄埔区的“江西生态鄱阳湖·绿色农产品”品牌旗舰店鸣锣开张。

据了解,该品牌旗舰店由江西省农业农村厅与广东省喜洋洋便利店有限公司合作打造。按照“1+5+N”的发展模式,除了重点在广州市打造1个品牌旗舰店外,还将带动周边城市建立5个品牌形象店。同时,依托喜洋洋便利店建立5000家以上社区加盟店,在广东全域建立最直接、最便捷的农产品产销对接渠道,让江西“生态鄱阳湖·绿色农产品”品牌叫响粤港澳大湾区。

江西省农业农村厅党委书记江枝英表示,粤赣两省山水相连、人脉相亲、情感相融,广东是南海前哨,江西是珠三角腹地。在广州市建立江西农产品品牌旗舰店,这是江西着眼全国、布局发展的第一步,是充分发挥赣粤两省地缘相近、人脉相亲优势,全面对接粤港澳大湾区的重要举措。

近年来,江西把粤港澳大湾区作为招商引资、招才引智的重要目的地,作为融入全国、走向世界的重要窗口,通过持续深入交流合作,与粤港澳大湾区经济的互补性正日益转化为发展的互助力,实现了互利共赢。 本报记者 文洪瑛

山东利津县
电商示范园促农副产品上行

今年以来,山东省东营市利津县利津街道加大对电商发展的支持力度,着力打造电商新业态,电子商务呈现出高效快速发展势头。

利津街道积极引导华宸电子商务、东营利富得食品有限公司等一批工贸企业与“好品山东”平台等知名电商企业合作,筛选工贸企业30多种产品上网集中展示交易。提出“一村一品一店”方针,引导农村放心店嫁接“乐村淘”等网络平台,实现电子商务村村通,将农村大宗产品、传统手工作品、工艺品等农副产品线上销售。通过线上宣传,目前,利津蓁家嘴果蔬、崔林老粗布等一批农副产品已经从东营走向了全国。街道在县电子商务示范园新设了面积达1000平方米的仓储配送中心,不仅加快了配送速度,而且降低物流费用20%。

为不断壮大电商经营主体,利津街道支持有条件的企业组建电子商务公司。慈母纺家纺投资1680万元建设了“好品利津”电商公司,形成集产品研发、运营管理、平台营销于一体的服务网络,目前网销金额达到750万元。利津街道投资5600万元,建设利津县电子商务示范园,引入电商产业链各环节主体,构建电商发展生态链。目前,已有京东县城服务中心、利津县乐村淘电子商务有限公司、阿里巴巴“农村淘宝”县城服务中心等10余家电商服务企业入驻,聚集了50余家个体网商,8家物流仓储企业,电商创业青年100余人,带动近千人次从事与农村电子商务相关产业。

利津街道以创业孵化区和新型农民学校为载体,加强与乐村淘、京东等电商企业合作,培育本地区电商人才,先后开展电商培训12期。同时,与农商行协调为农村电商商户提供信用卡支持和金融服务,完成了30多户农村商户开户、建账和培训,并为符合条件的电商从业者办理小额贴息贷款手续。

潘志远 本报记者 孙眉

贵州黔西县
深冬草莓引客来



数九寒天里,贵州省毕节市黔西县雨朵镇雨明社区草莓基地大棚吸引了许多市民前来采摘、拍照。2014年以来,雨明社区借鉴大棚反季节蔬菜的种植经验,发展了草莓、甜瓜等20多种果蔬大棚,成熟季节正好赶在深冬时节,深受消费者喜爱,促进了种植业与农业观光融合发展,有效带动种植户增收。图为游客在采摘草莓。 周训超 摄