

品牌扶贫·走进农业农村部定点扶贫县

品牌沙龙

把人文历史资源转化成品牌内核

王小川

对中国这样有着数千年历史的大国来说,各地农特产品有点历史并不稀奇。正因为此,很多地方在农业品牌创建过程中常踏入认识误区,以为把所在地的历史故事、人文资源与农产品简单捆绑,可以在市场上“乘风破浪”,以致最后错失发展良机。

五常大米清远鸡,怀来葡萄砚山梨,相较于其他产品品类,从这些命名即可看出,农业品牌本身具有极强的“在地性”,即任何一个农业品牌都是地理物产与历史文化的双重结合。可以说,能否将处处皆有的“普惠性历史资源”,有效转化为市场认可的独特品牌内涵,提高农产品文化附加值,才是农业品牌成功的关键。

打造农业品牌文化价值要注重“讲好故事”。农产品想要卖得好,要做好营销。在讲求差异化营销的今天,挖掘农产品的历史内涵,赋予其文化附加值是一条重要途径。重庆万县萝卜有关王母娘娘捣桃宴的神话故事让糖水萝卜有“仙萝卜”的美誉;甘肃秦安把梨治好唐太宗李世民的传说,让长把梨成为千年“贡品”。人皆有源,家必有谱。一个农产品经历的时间越长,其历史文化就越丰富多彩,农产品的历史文化,不仅仅是产品本身的写照,更是人们生活方式的历史写照,是中国农业社会人们寓情于物,借物托情的精神生活的再现。

各地政府只有充分挖掘品牌独特价值,讲好品牌背后故事,利用好媒体平台,学会在农产品的特色风味里叙述本地的特色风情和特色故事,才能更大拓展农业品牌文化价值的蕴藉空间,增强农业品牌市场竞争软实力。

打造农业品牌文化价值要注重“场景传播”。“场景化”是最近几年的热门概念,大量的传播实践表明,在一定的场景中,品牌的诉求能获得目标对象更有效的认同,甚至品牌的性格与品格也可以同消费者的心境产生深层次融合。可以说,场景化传播的价值就是在此过程中产生的各种“赋能”。

农业品牌具有“在地性”,这种特有属性使其在品牌宣传中对“现场场景”有着强烈诉求。试想,当消费者震撼于查干湖冬捕的低沉号子声,徜徉在眉山春播的柔美树荫下,这些乡村元素构建起的传播场景,无疑会凝聚起更强大的品牌文化内涵,肯定会唤起消费者更多的情感共鸣。

世界上没有一个品牌是没有文化的,没有历史的。没有历史的品牌、没有传承的品牌、没有文化的品牌,也很难长久的。将当地的人文历史简单嫁接到农产品身上,很可能“结出”并不为市场认可的果实,徒然浪费资源。更何况,在当地人所共知的历史典故,在全国范围内能有多大的知名度,究竟能给予农产品多大的品牌加持,恐怕也值得琢磨、掂量。

说农产品不能抱着“历史”当饭吃,并不是否定人文历史的市场价值。恰恰相反,对农产品来说,生而有历史、有故事,是难得的好事。能将人文历史资源有效转化成实实在在的牌内核,能不能将历史讲故事的音量铸造成取硬碰硬的份量,能不能将特色资源转化成一往无前的品牌胜势,这才是值得关注的焦点。也就是说,如何用对、用好这些资源,是决定市场成败的关键。

业界动态

广西南宁青秀区 龙头带动肉牛产业品牌化

近日,走进广西南宁市青秀区刘圩镇四野牧歌肉牛产业示范区,成群的岭南牛在悠闲地吃食、散步,牛舍干净整洁。该示范区瞄准现代品牌农业,以肉牛产业和微生物技术为核心,建设多条生态循环链,形成了集生态种养、肉牛新品种研发、智慧养殖、加工销售、休闲旅游为一体的综合型产业示范区,带动了周边贫困户脱贫致富。

青秀区注重培育品牌农业,鼓励龙头企业开展“造血”式扶贫,助力打赢脱贫攻坚战。该区刘圩镇积极引导土地合理流转,引进广西四野牧业有限公司投资建设产业示范区,把肉牛养殖作为全镇脱贫主导产业,建成谭村、那度村、那木村等3个肉牛养殖脱贫示范基地示范区。四野牧业先后与广西大学、自治区品改站、广西畜牧研究所等科研机构共同研发出优质肉牛新品种“岭南牛”,引入先进的发酵床牛舍,使粪养发酵后变成有机肥用于周边甘蔗等农作物种植;开发智慧养殖系统。

目前,四野牧歌肉牛产业示范区已发展种植牧草及经济饲用作物3200亩,建有标准化牛舍23栋,年产良种牛犊2600多头,年育肥出栏优质肉牛6000余头,年产秸秆饲料6万余吨、有机肥3万余吨。示范区生态循环肉牛养殖模式带动当地成立种养专业合作社9家、入社农户1660户。入股的169户贫困户每年分红4000元。另有54户贫困户加入肉牛养殖小区建设,签约认领养殖特色肉牛增收。

吕琪瑞 卢青燕

贵州道真县 打造“菜县菇乡”产业名片

日前,贵州道真侗族自治县县委书记路斌、县长杨润民双双走进淘宝直播间,变身“店小二”“导购员”带货,共同为道真农特产品代言,短短2个小时的淘宝直播,共吸引了203万余网友观看,销售产品17760份,销售总金额85.99万元。

道真县土壤富含硒、锶等微量元素,特殊的土壤和气候非常适合一些特色农产品生长,道真硒锶茶、“吃山贡米”“道真灰豆腐”“道真辣椒”等特产一直享有盛誉。近年来,道真县因地制宜发展产业,按照“兴菜(菇)、稳烟、固茶、强药”的农业产业发展思路,到2021年,实现常年投放菌棒2亿棒,中药材种植30万亩、种植商品蔬菜(辣椒)20万亩,生态茶园投产10万亩、烟叶稳定收购10万吨、畜牧渔业产值10亿元,着力打造“菜县菇乡”产业名片,带动群众稳定增收致富。2019年,道真县已实现贫困人口脱贫“清零”目标,并顺利通过贫困县脱贫退出专项评估,正式退出贫困县序列。

据悉,下一步该县将立足资源禀赋,发挥比较优势,坚持调结构、富口袋、增收人“三个同步”,重点发展商品蔬菜、食用菌等“短平快”产业,着力巩固发展茶叶、中药材、花椒等长效产业,进一步建立健全“合作社+基地+农户”的利益联结机制,开辟群众增收致富的新路子。

邹季芳 伍明海

湖北来凤: 凤头姜里的“致富经”

向相辉 本报记者 王小川

凤头姜是湖北恩施州来凤县独有的地理标志保护产品,因形似凤凰而得名,种植历史逾300年。来凤位于龙凤盆地,酉水贯穿而过,温润的气候和富硒黄棕沙壤造就了凤头姜无筋脆嫩、美味多汁和营养丰富的特质。

顺沅江漂流,伴着竹排下洞庭,凤头姜的名声传到了武汉、长沙和长三角,成为载入农业教科书的珍贵品种,袁隆平院士曾亲自为凤头姜题词。来凤姜农世代种姜,因姜致富。近年来,湖北来凤县全力发挥来凤凤头姜品牌优势,凤头姜在助力农户脱贫致富上持续发挥重要作用。

一亩地种出万元户

立夏小满,江满河满。来凤县绿水镇周家湾村大湾,绿油油的凤头姜已经长到一拃长,姜农周行发正在田间除草。

据来凤县志记载,来凤凤头姜其姜柄如指,尖端鲜红,略带紫色,块茎雪白。鲜仔姜无筋脆嫩、富硒多汁、辛辣适中、美味可口。

在当地农民眼里,凤头姜一直是致富的宝贝。凤头姜每年3月播种,6月中旬到11月可收获,一亩地能产生姜4000斤以上,亩产值在1万元左右。因种植时间短,产值可观,凤头姜深受当地农民的青睐。“我们这里,一亩姜地就能产生一个‘万元户’。”生姜种植户汪西香说。

来凤县位于湖北西南边陲,历来是鄂、湘、渝、黔四省市边区传统的物资集散地,区位优势明显。据当地农业部门介绍,全县每年约有40%的嫩姜销往黔江、恩施、利川等地,20%左右的老姜销往湖南、重庆,以及宜昌和四川达州等地。

中秋节前后,凤头姜集中大量上市。不仅外销,当地的姜农还被外地请去当“姜师傅”,到湖南、贵州、重庆等地传播生姜种植技术和加工方法。

来凤县委、县政府十分重视特色产业的发展,早在1998年,就把生姜列入发展规划,作为县农业支



6月9日,湖北省农科院胡洪涛博士(左)在来凤县香沟村指导凤头姜培管技术。

向相辉 摄

柱产业发展。2000年以前,凤头姜的种植面积一度逼近5万亩,达到历史巅峰。

2007年,“来凤凤头姜”被原国家质检总局认定为地理标志保护产品,翔凤镇、绿水镇、漫水乡、百福司镇、大河镇、旧司乡、三胡乡、革勒车乡8个乡镇都有一定种植面积。在绿水镇香沟村,生姜种植面积占全村耕地面积近一半。

“凤头”振翅带动强

凤头姜主要有三种销售渠道。一是县凤头食品公司“订单购买”一部分;二是周边县城消化一部分;三是省外客商采购一部分。据当地农业部门介绍,全县每年约有40%的嫩姜销往黔江、恩施、利川等地,20%左右的老姜销往湖南、重庆,以及宜昌和四川达州等地。

来凤县凤头食品公司是该县最大凤头姜生产加工企业,于1998年成立,原来是来凤县农业局下属经济实体。2002年底,凤头食品公司实现了全民营化。

为开拓山外市场,公司总经理田延富尝尽辛酸。“凤头”牌姜问世后,他带着产品到武汉乐福园大酒店推销,酒店老板一口拒绝:姜制品从来都只作调料,哪能摆上餐桌当菜吃?吃了“闭门羹”的田延富依然坚持上门促销,终于使“凤头姜”摆上了乐福园大酒店的餐桌。田延富先后6次拜访武汉小蜜蜂食品有限公司,以求联营合作。凤头食品公司与重庆西南农大、华中农业大学、湖北民族大学合作成功开发以速溶姜汤、姜糖、姜茶等高附加值新产品。

“凤头姜作为来凤县的特色产业之一,核心示范基地的建设对带动标准化种植、提升农产品质量十分重要。通过与科研院所的合作,新技术、新产品的开发与应用,丰富产品品种,可以为特色产业带来新生机。”来凤县凤头姜食品公司负责人田延富说。

随着生姜加工技术的不断成熟,凤头食品公司已陆续开发出五大类56个系列产品。凤头食品公司现已发展成为恩施州重点农业龙头企业。

“湖北省名优菜”“湖北老字号”“湖北非物质文化遗产保护产

品”……随着凤头姜逐年收拢各项美誉,加工企业也如雨春笋般兴起,当地龙头企业凤头食品有限公司加工产品“凤头姜”“凤头姜汤”,相继被评为“湖北名牌产品”“中国名优晒产品”。“每年仔姜刚上市时,田间收购价高达10元一斤,老姜收购价也在2.5元左右。”田延富介绍,在“农户+种植大户+合作社+加工企业”模式下,凤头姜成为当地农民增收致富的支柱产业。

“姜山”成了致富山

绿水镇周家湾村,和来凤县大多数地方一样,人多地少,人均耕地仅0.5亩。今年57岁的张厅春,曾是该村贫困户,过去靠着1亩多薄田,无法负担妻子的医药费和两个孩子的学费,2019年在村干部的帮助下种了2.7亩生姜,年底才脱贫。

“产品加工,生姜品质是根本。之前因为姜瘟病,公司自有核心基地只有200亩左右规模。这几年,我们一直在想办法,如今局面即将得到改善。”田延富说。

田延富所说的姜瘟病,学名为

区域风采

江苏射阳: 兴桥西甜瓜的“甜蜜密码”

吴新星 陈昌荣 本报记者 李朝民

“甜蜜蜜你笑得甜蜜蜜,好像花儿开在春风里,开在春风里……”这是电影《甜蜜蜜》里的插曲,用它来比喻江苏射阳县兴桥镇农民现在的生活可谓非常贴切。

为什么?兴桥镇党委书记路红升的一番话给出了答案。他说:“兴桥镇种植西甜瓜1.3万亩,一亩西瓜大棚用工约20个,每个工150元,仅此一项全镇就可净增农民工资性收入近4000万元。西甜瓜产业不仅实现了土地效益和农民增收‘双提高’,还有效激发了乡村振兴新动能。”

建园区、拓基地——西甜瓜生产经营有了“新主体”

在兴桥镇幸福路沿线,记者发现路边的瓜摊、运瓜的车辆逐渐多了起来,幸福现代农业产业园标牌格外醒目。

“我们这里是油泥土和沙土混合土质,适合种瓜。以前,村民种的瓜品种多而杂,籽多皮也厚。赚钱很少,就落个‘肚子圆’。”谈起种瓜的历史,幸福居委会书记丁雨艾不无感慨。

悠悠万事,富民为先。如何才能增加瓜农收入?兴桥镇委、镇政府经过多次调研后,决定建园区、拓基地。

“农业示范园具有引领、示范的作用。”兴桥镇镇长戴玉清说,“去年以来,全镇以市场需求为导向,深入推进农业供给侧结构性改革,主攻以大棚西瓜种植为主的高效设施产业,让政府‘有形的手’和市场‘无形的手’共同发力。”

据幸福园区负责人、镇组织委员韩金霞介绍,园区规划建设1万亩,其中道路、桥梁、电力等设施将进行高标准配套,1500平方米的服务中心将集产品展示、研发、检测于一体。对

有实力、有技术的能人大户来园区发展设施大棚西瓜的,3年共给予2000元/亩补贴……在优惠政策的引导下,家庭农场、专业合作社、龙头企业等新型生产经营主体顺势而生,成为千家万户致富的“领头雁”,有效推动了高素质农民的成长。

丁雨艾就是其中一员。他和朋友成立的新田果蔬专业合作社,因为用的是新品种,施的是有机肥,浇的是深井水,今年102亩“幸田”牌甜瓜丰产又丰收,每亩平均收入7500元。在当地,走亲访友带上几箱“幸田”牌甜瓜,是一件很体面的事情。丁雨艾说,今年纯收入在40万元左右。

2019年,丰谷家庭农场朱长春看到兴桥西甜瓜俏销市场,就投入100多万元建起120个瓜棚,转型当起了瓜农。“虽然是第一年种瓜,但我一点也不愁销路。”朱长春说。“我家土地都流转给朱长春了,平时还可以到瓜棚打工,一年收入是自己种地的七八倍。”已经脱贫奔小康的村民王恒秀说。

如今,在兴桥镇种植西甜瓜已不再靠千家万户,而是“专业的人”干“专业的活”,大大提高了土地产出效益。

强科技、创品牌——西甜瓜提档升级有了“新外援”

“买瓜的希望买到绿色、安全的瓜;卖瓜的希望卖个高价钱,钱包鼓鼓的。”兴桥镇副镇长侍君成说。

近年来,兴桥镇聘请了中国农科院、南京农业大学的专家教授作为“科技外援”,引进南京农业大学“全元生物有机肥”;邀请市、县有关部门定期对种植土壤、水质等生产环境和产品进行检测,确保生产标准化、绿色无污染。

唐氏兄弟甜瓜合作社是由国家西甜瓜产业技术体系、盐城综合试验站站长孙兴祥对接服务的,生产基地中的先进生产方式让人大开眼界,比如集中育苗、电热加温、滴水灌溉,选用市、县农业农村部门推荐的玉蕊、蜜天下等新品种,采用专家指导的双大棚、三棚四膜等栽培新技术,新模式,虽然“乱”了瓜的季节,但却“甜”透了新农人的心。

“现在我们合作社种植的成瓜脆嫩甘甜,长在棚里就被上海、南京等超市全部预订了,好种、好卖就是我现在的心情。”唐氏兄弟甜瓜合作社负责人唐登佐说,“当然,学到种瓜技术的不止我一个,比如社员陈爱中到湖北黄冈当种瓜师傅,进行品牌输出,年薪就在15万元以上。”

“品牌是拓展市场空间的‘金名片’。”为了叫响兴桥西甜瓜品牌,射阳县园艺站站长韦春彬多次组织新型生产经营主体,参加江苏国际农洽会、盐城市西甜瓜争霸赛等活动。去年,在江苏“好西(甜)瓜”品鉴推介会上,幸福农业示范园西甜瓜基地被评为“好基地”,唐氏兄弟甜瓜专业合作社斩获“特等奖”,新田果蔬专业合作社勇夺“金奖”;今年盐城市精品西甜瓜争霸赛,丰谷家庭农场荣获“西瓜中果型组银奖和甜瓜组银奖”。

路红升说,多年来,兴桥镇西甜瓜产业依靠科技,坚定不移走品牌创建之路,已经让群众感受到实实在在的实惠。目前,兴桥农民不再是一种身份,而是一种职业。

引项目、优服务——西甜瓜做大做强有了“新柱子”

产业兴旺是乡村振兴的基础。如何才能把西甜瓜产业做大做强,是摆在兴桥镇委、镇政府面前的一道考题。

解题思路在哪?兴桥镇强化政府引导,坚持

以工业化思维来发展现代农业,瞄准重点出实招,引项目、优服务,调动市场主体积极性,为西甜瓜产业做大做强引来源头活水。

走出去谈,请进来帮……诚心使得老树发“新芽”。兴桥镇红星居委会书记周士新说:“经过多方努力,59位浙江‘田把式’集体落户红星,转包3850亩土地,建成了7700个标准钢架西瓜大棚,这个项目给我们带来了新希望。”

“我们选择在红星种西瓜是有理由的。”浙江“田把式”陈道兵说,“各级农业农村部门通过土地整理项目,这里的田地已经达到‘田成方、路相通、渠相连、旱能灌、涝能排’的目标,非常利于适度规模经营。更重要的是已有6000亩流转给本地大户了,我们省去了对接千家万户的麻烦。”

“如果说项目是鱼,那么服务就是水。”兴桥镇副镇长倪德群介绍,兴桥镇不仅成立西瓜项目推进组、技术服务组、疫情防控组,而且还把镇(居)主要负责人电话向社会公布,安排镇农技服务中心3名技术员驻点,包良种良法指导到田,关键措施落实到人。

“今年种植的早茬瓜每亩5500斤上下,虽然受新冠疫情影响,但价格还不错,目前成本已收回,二三茬瓜就是赚多赚少的事了。”浙江“田把式”伍定洪感慨地说,“当地政府对我们的服务真是无微不至,来年准备再大干一场。”

受访的村民普遍反映,西甜瓜产业发展壮大让兴桥农村更有烟火气。“现在我们居住的环境干净整洁,各种便民服务应有尽有,生活非常舒心。”红星居民陈玉才说。

“产业兴,乡村美,百姓富,是我们基层党委、政府的不懈追求。”路红升说,“展望未来,我们将继续强化党建引领,以品牌强农为抓手,力争把兴桥打造成为西甜瓜产业创新发展示范区,让兴桥农村成为令人向往的地方。”