



经济特刊

JINGJI TEKAN 2023年10月17日 星期二



近日,洛南县城关街道杨川村的洛水泉豆制品专业合作社,工人正在制作“洛南豆腐”。该合作社成立于2020年8月,主要生产豆腐、豆腐干、豆腐皮,年生产豆制品1800吨,产品销往洛南县的3个超市、西安市的5个蔬菜批发市场及8个小型零售摊点,年销售收入近千万元。(本报通讯员 郭夏季 摄)

打造特色农产品品牌 助推农业高质量发展

文/本报通讯员 齐昌王敏 胡清健 图/记者 杨鑫



商州区食用菌产业实现工厂化生产

推广,成功创建全国首批“国家农产品质量安全市”。

加强产品认证,树牢品牌信誉。全市累计认证“三品一标”471个,其中无公害农产品319个、绿色食品100个、有机农产品40个、国家农产品地理标志登记保护产品12个。商洛核桃、商洛香菇入选全国农产品区域公用品牌目录、中国特色农产品优势区,柞水木耳、镇安板栗获首批陕西省特色农产品优势区认定。柞水木耳、商洛香菇、秦岭泉茗、洛南核桃被认定为陕西省农产品区域公用品牌。成功创建全国名特优新农产品试点市,75个农产品入选全国名特优新农产品名录,位居全国地级市之首。2022年中国品牌价值评价结果显示,“洛南核桃”品牌价值达30.68亿元。食用菌全产业链(厦门)创新博览会发布了2022年中国食用菌区域品牌榜单,“柞水木耳”“商洛香菇”品牌价值分别达到30.42亿元和18.51亿元,在156个食用菌区域品牌中位列第15位和30位。据初步统计,全市核桃产业累计带动7.3万户、25.5万人实现产业增收;柞水依托木耳地理标志,带动69个村4860户参与木耳种植,户均年增收1.5万元。“柞水木耳”品牌带动全县木耳销售率100%。

培育产业集群,增强产品竞争力。我市大力实施果菜茶全产业链培育工程,引导各地立足自身优势,错位发展,不断增强产业集群的特色优势,形成了以商南茶叶、柞水木耳、镇安板栗、洛南核桃、山阳食用菌、丹凤肉鸡为代表的区域特色主导产业集群,全市培育规模以上农业龙头企业168家(国家级3家、省级42家),现代农业园区152个(国家级1个、省级28个)。创建省级农业产业化联合体4个。发展农民专业合作社5166个,其中示范社227家(国家级25家、省级83家);发展家庭农场2781家,其中县级以上示范家庭农场332家(省级60家、市级85家)。创建国家农业产业强镇5个,商南茶叶、猕猴桃入选全国优势特色产业集群。累计创建国家级休闲农业示范点1个,中国美丽休闲乡村8个,全国“一村一品”示范镇村17个。发展休闲农业经营主体498家,接待320.35万人次,营业收入1.18亿元,利润总额1900万元。

加大宣传营销,提升品牌影响力。精选茶叶、木耳、香菇等山地特色农产品,组织企业先后到北京、南京、杭州等全国30多个城市举办参加各类展销推介活动76场次,现场销售农产品累计达到2266.03万元,举办特色农产品推介活动28场次,签订协议313份,涉及金额87.3亿元。开展了中国农民丰收节、特色农产品展示展销等活动,唱响“山地农产在商洛”品牌。加强与京东、天猫等线上平台联系,开展大型直播带货活动,销售农产品2800万元,全市规模化农产品企业均设立电商销售窗口,实现电商销售农产品15.45亿元,有力提升了农产品知名度和品牌影响力。优选特色精品农产品,聚集商务、海关部门力量,商洛特色农产品持续进军国际市场,走上了国际餐桌,出口2.22亿元,较2021年增长42.16%,创历史新高。

许多农产品品牌“养在深闺人未识”

我市农业资源优势明显,虽然经过多年努力,特色农产品品牌建设取得了一定的成绩,但许多农产品品牌却始终“养在深闺人未识”。

认知程度不高,合力没有形成。近年来,各级政府部门加强协助,努力扶持企业争创品牌,有组织地对优质品牌农产品开展宣传推介和市场营销,但缺少对品牌建设的整体规划和指导,在品牌策划、品牌宣传、产品设计、市场开拓等方面缺乏政策和资金扶持,自创品牌的积极性、主动性发挥不充分。部门间协调机制不完善,创建合力不强,创建方式方法比较传统、简单,导致我市农产品品牌建设滞后。部分经营者对品牌建设认识不足、推动乏力,不愿投、不敢投,存在重生产、轻品牌现象,很少花精力挖掘产品的文化、历史、故事等无形价值,抓品牌建设的强烈愿望和紧迫意识尚未形成。如全市木耳文化挖掘不够,与休闲农业、乡村旅游等结合还不紧密。

品牌杂乱弱小,缺乏有效整合。政府主导品牌申报培育力度不强不硬,不能满足企业产品推介需求,企业各自为战、自创自报品牌,导致同一区域同一产品品牌多样,恶性竞争,难以形成组团出击、集中打响本地特色品牌的有利局面。从全市农业整体来看,缺乏区域农业公用品牌,同一区域企业(合作社)各叫各的名、各创各的牌,缺乏区域品牌打造意识,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。以茶叶为例,全市注册茶叶类商标1509个,在2013年注册了“秦岭泉茗”商标作为商洛茶叶区域公共品牌,因运营不力,名存实亡。仅商南茶叶就有泉茗、仙茗、乌龙等

品牌92种,一个品种多种品牌,品牌“多杂弱”问题严重,市场辨识度不高,没有形成统一的、有影响力和市场竞争力的品牌产品。

主体实力较弱,带动能力不强。从数量规模看,全市农业企业总体呈现“小散弱”的特点,大型的龙头企业少,多数都是中小型生产主体,经济实力不强,技术和管理水平相对落后。且大部分农业企业主要集中在农产品粗加工上,精深加工率仅为29%左右,低于全省平均水平。规模以上龙头企业仅占全省的7.56%,与汉中、安康相比,无论是数量还是质量上均不占优势。从经济效益看,不少企业运营效益不够理想。规模以上龙头企业中,年销售收入过5亿元的只有3家医药企业,过亿元的企业只有13家,过千万元的企业有119家,过500万元的企业有15家。从利益联结看,大部分产业化龙头企业和农民专业合作社延续家族式的管理模式,经营管理不规范,与基地、农户之间还是一种简单松散的合作关系,没有形成利益共同体,对产业带动作用弱。这势必对我市龙头企业的发展壮大和品牌建设造成不利影响。

科技含量不高,基础不够牢固。大部分农产品的科技含量仍然偏低,相关科技供给与现实需求存在结构性矛盾。目前,核桃、食用菌、板栗等特色农产品在产后保鲜、贮藏、加工等环节先进技术运用滞后。对品牌农业发展有重大影响的科技成果较少,部分关键性技术开发应用不足,产品的开发方面只停留在初级阶段,深加工和深度开发不足,产品供给仍以大路货为主,优质绿色农产品占比较低,高附加值产品相对较少,竞争优势不明显,品牌效益难以提高。如“商洛香菇”被认定为国家农产品地理标志产品,产品研发、深加工环节薄弱,70%以上鲜品直接销售。同时,农业经营主体绝大多数是农民,学历偏低,年龄老化。农业种植的多为老年人和妇女,文化程度不高,缺少专业知识,有些具有多年耕作经验的农业经营户,虽然有一定的实践经验,但缺乏理论知识和新科技知识。

扩大特色农产品市场占有率

我市的土地资源有限,农业总量不大,不可能像其他地方一样以量取胜,必须走精而优的路子,品牌建设就显得尤为重要。

加强顶层设计,明确品牌定位。建立推进机制,成立由市政府领导任组长,各县区、市级相关部门、行业协会等为成员的品牌农业发展领导小组,建立联席会议制度,细化责任分工,制订实施方案,健全相关工作制度,抓好各项工作落实。制定发展规划,围绕商洛生态资源、农耕文化、产业特色,以“山地农产在商洛”为主题,聘请国内知名专业团队,编制全市品牌战略发展规划,设计出商洛农产品区域公用品牌形象,包括品牌名称、LOGO、包装体系等,制定重点产业品牌创建方案和年度工作计划,稳步推进品牌创建工作。培育区域公用品牌,围绕9个特色首位产业,进行品牌资源整合,打造区域公用品牌,实现共创共享的品牌效应。坚持“政府主导、产业融入、专业运作、主体加盟”的原则,培育叫响区域公用品牌,加快商洛农业由产品质量优势向品牌优势转变。

壮大经营主体,争创名优品牌。注重招大引强,充分利用商洛资源优势,大力开展农业招商,引进一批规模大、带动能力强的加工龙头企业,借助企业的先进技术、生产设备和营销渠道等资源,提升商洛特色农产品声誉。做强做大本土企业,对重点企业和品牌农产品给予重点培育和扶持,支持引导龙头企业企业在发展战略上牢固树立品牌意识,把创建品牌与企业的发展有机结合起来。鼓励农业企业、农民专业合作社以品牌为纽带,开展土地、劳动力、资金等要素入股,辐射带动基地和周边农户,提高农业产业化水平。推进农业产业集群发展,聚焦打造绿色食品、健康医药两个百亿级产业集群,加大龙头企业引育力度,配套发展上下游精深加工企业,支持中小微企业和其他经营主体发展壮大,扩大绿色、有机、地理标志和名特优新农产品生产,着力打造区

域性优势特色农业产业集群。

加强质量监管,提升品牌竞争力。完善质量标准体系,健全覆盖农产品产地环境、基地建设、贮藏运输、包装标识等全方位农产品质量安全标准体系。制定科学合理的种植规程和操作手册,推行从品种培育到生产、加工、流通、销售的全过程质量标准。强化质量安全监测,加强农产品质量安全风险评估和检测能力建设,建立健全监测结果通报制度和质量诚信体系。强化品牌农产品标识标志管理,全面推行农产品质量安全承诺达标合格证及二维码追溯管理制度,实现全程可追溯。加强质量监管,不断完善农产品质量安全监管长效机制,建立健全农产品市场准入制度,加大对上市农产品不开具合格证和未建立生产基地记录档案的查处力度,严厉打击假冒伪劣等不正当竞争行为,确保良好的经营环境。

强化科技支撑,提高品牌附加值。建立农业科技研发体系,培育农业科研人员,搭建农业科研平台,加大农业科研投入,推动农产品品种、土壤、管理改良,为加快农产品品牌建设提供科技支撑。加强科技人才支撑,加强与高等院校、科研院所合作,开发一批具有高技术、高附加值和精深加工产品,促进产业升级,强化科技对品牌价值提升作用。健全农技服务网络,加强技术人员的实用技能培训,提升农产品种植、科管、加工能力。强化科技赋能,用足用好秦创原平台,加快科技成果转化,改变传统生产方式,进一步提高产出效益,推动农业集约化、规模化,促使低产变高产、低效变高效,加快实现量的突破和质的提升,为商洛农产品走向全国提供坚实的保障。

加大政策支持,推动品牌发展。整合项目资金,将各类支农资金整合到对相关重点农产品品牌产业的扶持,特别是对市场潜力大的农产品精深加工、高科技和外向型经营主体给予重点扶持。强化资金保障,将农产品品牌建设经费列入市级财政预算,每年安排一定专项经费用于农产品区域公用品牌宣传及市场拓展、配套设施投入、品牌创建奖励等工作,鼓励引导龙头企业、农民专业合作社和家庭农场参与农产品品牌建设。拓宽融资渠道,推动品牌农产品生产经营主体与各类金融、投资、担保机构的合作,支持产业发展融资平台建设,撬动社会资本参与产业发展,有效解决产业发展融资难题,协助品牌企业做大做强。

大力宣传推介,提升品牌形象。创新宣传策略,精选具有商洛特色的农产品和公共品牌作为突破点,与有品牌运作经验的主流媒体、新媒体签订战略合作协议,制定宣传方案,针对消费者绿色、健康以及市场、品位的需求,挖掘地域、人文、风土气息,塑造农产品品牌的个性特色。拓宽宣传渠道,开展集战略研讨、论坛交流、合作对接等于一体的农业公用品牌高峰论坛,举办大型推介会、展销会、节庆等活动,参加国家和省举办的各类农展会、农博会、招商会等活动,广泛宣传农产品品牌,提升美誉度和影响力。积极开展电商营销,加快农产品物流通道和智慧农业平台建设,邀请大型专业营销团队合作销售,建立电子网络营销平台,形成“线上线下”两个营销市场,扩大我市特色农产品的市场占有率和知名度。



洛南县蔡村镇村民在晾晒中药材



红仁核桃成为我市农民增收新亮点

特别关注

多项产业规模产量居全省第一

近年来,我市立足资源禀赋,坚持绿色兴农、质量优农、品牌强农,以培育发展农业全产业链为抓手,以“小木耳、大产业”引领“果菜茶”等特色产业发展,积极推进农业品牌建设,不断夯实产业基础,农业品牌建设取得了明显成效。

发展特色产业,筑牢品牌根基。立足资源优势,大力发展“菌果药畜茶”等特色产业。2022年,发展食用菌4.55亿袋,产值82亿元,其中木耳1.55亿袋,产值25亿元;核桃352万袋,产量15.2万吨;板栗269.47万亩,产量3.9万吨;中药材250.39万亩,产量82.89万吨。饲养生猪228.57万头,猪肉羊禽肉产量10.08万吨;肉鸡出栏2363.65万只,蛋鸡存栏759.66万只。茶园面积达60.1万亩,产量1.1万吨,产值20.5亿元。冷水鱼养殖面积超16.9万平方米,产量2964吨。食用菌、香菇、木耳、核桃、板栗、中药材、肉鸡、冷水鱼规模产量均居全省第一。累计认证无公害农产品、绿色食品、有机食品生产基地365个,认定面积372.86万亩,获得农业农村部农产品地理标志产品基地种植开发面积134.56万亩。创建生态种养标准化示范场(园)54个。

建立标准体系,夯实品牌基础。我市率先在全省颁布了《商洛市生态农业生产技术规范》,先后修订农业生产技术规范6项,编制特色产业生产技术规范13项,发布实施了《地理标志产品柞水木耳》省级地方标准,制定了全国首个农产品全程质量控制团体标准《茶叶全程质量控制规程》,围绕九大特色产业构建全产业链技术标准体系,审批立项2个省级、17个市级标准,发布实施6个市级标准。同时,推进农产品质量追溯管理和承诺达标合格证制度,推广“证码合一”,发放合格证14万份、电子合格证140万份,实现农产品来源可追溯、去向可追踪。农产品抽检合格率常年稳定在99%以上。首创的农产品质量监管“商洛模式”被全国