

高质量推进农产品区域品牌建设

作者简介

韩旭东 四川大学公共管理学院
喻志军 中国人民大学继续教育学院
郑风田 中国人民大学农业与农村发展学院

核心提示

质量兴农、品牌强农是发展农业新质生产力的重要内容与建设农业强国的重要途径。农产品区域品牌已成为消费者品质消费的选择依据、生产者品质供给的辨识标志。构建“打造一个区域公用品牌+创建若干区域私有品牌”的农产品区域品牌建设框架,必须发挥政府主导作用,调动龙头企业、合作社、家庭农场与专业大户等市场主体品牌建设的积极性,并尽可能吸纳分散的小农户,促进农产品质量安全与品质升级,保证区域品牌的增值与增效。

农产品区域品牌的内涵与分类

品牌表现为一个名称、标记、象征或符号,其本质是生产者与消费者之间的关系性契约,既是生产者的市场承诺,也是消费者公认的结果。品牌还是产品品质的象征,能够有效降低信息的不对称,体现并保护产品质量。因此,以产品质量为支撑,能够促进品牌发展壮大;以品牌为途径,能够激励产品质量提升与效益倍增。可见,品牌与产品质量是互为支撑的关系。从经济理性的角度来看,只有高质量产品才会选择打造品牌以提高市场溢价,获得更高回报。

按照品牌使用范围,农产品品牌可以分为区域品牌与非区域品牌;按照品牌拥有主体的不同,农产品品牌包括私有品牌和公用品牌。因此,区域品牌可分为区域私有品牌与区域公用品牌。农产品区域公用品牌是某一地区内,由该地区集体或组织内成员长期共同维护的质量安全信誉所形成的标识,并得到了消费者的广泛认可。它代表了一种整体印象,属于公共物品,具备公用品的属性,通常以“区域名+产品名”的形式出现,如通江银耳、烟台苹果、中宁枸杞、斗南花卉、赣南脐橙、涪陵榨菜

等。农产品私有品牌可分为区域私有品牌和非区域私有品牌,是生产经营主体为特定农产品建立的个性化品牌,属于私人物品,具有竞争性和排他性。其中,农产品区域私有品牌是经营主体以区域农产品为依托创立的个性化品牌,通常以“私有标识+区域名+产品名”的形式出现,如狮牌西湖龙井、蟹王宫阳澄湖大闸蟹等。非区域农产品品牌只有私有品牌,通常以“私有标识+产品名”的形式出现,如中粮集团的农产品品牌福临门系列、香雪面粉等,以及一些知名超市、电商平台创建的农产

品品牌等。由此形成了不同类型的农产品品牌供给,这些不同类型的农产品品牌反映了产品的不同品质与质量安全水平。

在同一地区,农产品区域私有品牌与区域公用品牌的形成逻辑通常是:先建立区域公用品牌(尤其是知名的传统区域品牌),再发展区域私有品牌。因此,区域私有品牌是建立在已有的区域公用品牌基础上,并形成有别于同一区域其他私有品牌的专用性资产,有助于更清晰地向消费者传递信息,获得消费者信任。如果区域私有品牌能够保障农产品质

量安全,则可进一步提升区域品牌的整体信任度。毕竟,区域私有品牌是区域品牌的重要组成部分。如果同一区域私有品牌质量不保,必将导致区域公用品牌名誉受损,也会使区域私有品牌的市场可信度受挫。因此,在推动区域公用品牌建设作为中国农业现代化发展主流趋势的同时,应鼓励区域私有品牌提供更高质量、更安全的产品,促使区域公用品牌与区域私有品牌之间形成相互支撑、相互促进的良性互动,如此才能更好地推动区域农产品的高质量发展。

高质量农产品区域品牌建设政策建议

以标准化生产提升农产品质量

优质安全的农产品是维护区域品牌的基本前提,标准化生产则是确保农产品品质的有效手段,要对选种育种、要素投入、田间生产等环节建立严格的标准,保证产品品质符合市场需求和消费者对品牌的预期。一是通过农业科技创新,发展特色产业,提升产品质量。首先,政府在农业科技创新上要发挥基础性作用,要加大科研投入,尤其在良种选育上,着力解决“卡脖子”难题;其次,地方政府要携手科研部门,加强对本地特色农产品的研发力度,并积极推动这些科研成果的广泛应用;最后,积极倡导并激励社会资本向农产品技术创新部门流动,加速科技成果的市场化进程与产业化转化,推动形成创新驱动的农产品发展模式。二是规范要素投入,发展绿色优质农产品,促进农产品提质增效。首先,地方监管部门加大力度打击假农药、假化肥,严惩制售假劣农资违法行为;其次,规范化学药品投入,推广农药购买、储存、销售电子台账制度,严格规范施

用无毒或低毒农药,做好农药购买实名登记;最后,推行绿色发展理念,推广测土配方技术,鼓励经营者施加有机肥、复合肥。三是制定严格的特色农产品生产规范,遵循操作流程,标准化生产。首先,企业需制定并严格执行生产规范,确保操作遵循标准化生产流程;其次,各类生产经营经营者必须坚守国家标准的底线,同时遵循行业与企业标准,积极采用现代化生产技术,提升产品质量;最后,企业和合作社要建设标准化生产基地,确保从生产源头到市场终端的每一个环节都达到既定质量标准,以提升产品的市场竞争力,在消费者心中树立稳固的品牌形象。

以组织化经营打造品牌共同体

为防止农产品品牌建设中的“搭便车”行为,亟待以农业组织化经营与集群化发展,建立多主体联结机制,打造品牌共同体,延伸农业供应链与品牌价值链,实现资源的高效整合与优化配置。一是加强多主体联合经营。首先,引导农户加入合作社,加强

合作社与企业之间的联系,建立农户、合作社、龙头企业之间的良好协作机制,提升农业生产经营组织化程度,通过多主体联合经营激励农户生产优质安全的农产品;其次,通过政策倾斜、信贷服务等方式鼓励合作社发挥连接带动作用,通过社会化服务推动社员标准化生产和产业化经营,实现农业规模经济。二是加强农产品供应链管理。优质农产品品牌打造和价值实现都需要发挥龙头企业的引领作用。首先,政府应将品牌建设作为核心抓手,深化对企业的支持措施,提供品牌建设指导、市场推广资源以及必要的财政补贴和政策优惠,助力企业拓宽市场边界、推动业务持续发展;其次,政府应积极推动多元主体间的紧密合作与利益协调,协同打造农产品供应链,通过签订长期合作协议、设立风险基金、实施利润分成制度等措施,构建“风险共担、利益共享”的机制,促进资源的高效整合与优化配置。三是促进农产品价值链延伸。首先,鼓励和支持企业围绕品牌农产品,积极延伸产业链条,发展加工业、商贸服务

业、仓储物流运输业等相关产业,形成上下游紧密衔接的产业链条;其次,推动品牌农业与旅游等的深度融合,发展生态旅游、餐饮娱乐等新兴产业,进一步丰富产业结构,促进产业集群发展,提升品牌农产品的综合效益。

以严格化监管确保生产端安全

政府在监管上的失灵是导致农产品质量安全事件与农产品区域品牌乱象的重要原因。因此,政府要遵循“预防为主、源头治理”的原则,建立全过程全链条长效监管机制,强化对产品质量的严格监管。一是加强农产品质量检测。首先,地方政府应当采用专业的检测仪器与技术手段,加大对产品质量的随机抽查力度,增强其质量监管力量;其次,引入第三方监管机构参与农产品质量监控工作,进一步提升监管效能;最后,对于所有使用区域品牌标识的商家,强制要求其建立并实施产品溯源系统,以提升优质、安全农产品的市场信誉与消费者信心。二是严格市场准入,建立最低质量标准。首

先,政府需综合考虑产品质量和生产情况,确定合理的质量达标线,并据此构建一套严格的最低质量标准体系;其次,对于申请使用区域品牌的产品,进行严格的审查与评估,均须无条件满足最低质量标准,以此作为市场准入的一项硬性规定,进一步推动市场规范化发展。三是加大对农产品违法行为的处罚力度。首先,针对监管中发现的农产品质量问题,政府要立即采取果断措施处理同批次产品,确保其不会流入市场,并对后续批次实施更为严密的监管,确保问题得到根本解决;其次,对责任生产者实施严格的问责与惩戒机制,以警示行业并维护市场秩序,同时建立生产者信誉记录系统,将违规行为记录在案,作为未来监管与合作的参考;最后,对违规使用区域品牌的生产者实施严格的品牌使用限制,包括暂时或永久取消其品牌使用权,保护区域品牌的声誉与价值。

(摘编自《中国人口·资源与环境》)