

河南省农业品牌建设赋能乡村振兴的现实困境与优化路径

冯京

河南中州集团有限公司, 中国·河南 郑州 450000

摘要: 乡村振兴, 品牌先行。推动河南农业品牌建设, 既是引领农业供给侧结构性改革、推动农业高质量发展的重要举措, 也是提升农业竞争力、带动农民致富的有力抓手, 对全面推进河南乡村振兴、加快河南农业农村现代化具有重要意义。论文旨在深入分析河南省农业品牌建设赋能乡村振兴的价值意蕴及现实困境, 并提出相应的优化路径, 以期对河南省农产品品牌建设和实现乡村振兴赋能添智。

关键词: 农业品牌建设; 乡村振兴; 现实困境; 优化路径

The Realistic Dilemma and Optimization Path of Empowering Rural Revitalization Through Agricultural Brand Construction in Henan Province

Jing Feng

Henan Zhongzhou Group Co., Ltd., Zhengzhou, Henan, 450000, China

Abstract: Rural revitalization, brand first. Promoting the construction of agricultural brands in Henan is not only an important measure to lead the structural reform of the agricultural supply side and promote high-quality agricultural development, but also a powerful lever to enhance agricultural competitiveness and drive farmers to become prosperous. It is of great significance for comprehensively promoting the revitalization of rural areas in Henan and accelerating the modernization of agriculture and rural areas in Henan. The paper aims to deeply analyze the value implications and practical difficulties of empowering rural revitalization through agricultural brand construction in Henan Province, and propose corresponding optimization paths, in order to add wisdom to the construction of agricultural product brands and the empowerment of rural revitalization in Henan Province.

Keywords: agricultural brand building; rural revitalization; realistic dilemma; optimized path

0 前言

“品牌强农”已经成为提升河南省农业竞争力, 实现产业升级、乡村振兴的战略选择。农业品牌建设不仅是产业扶贫的主要手段, 也是满足人民美好生活需要、推动乡村振兴的有效抓手。根据河南省“十四五”乡村振兴和农业农村现代化规划, 到 2025 年《河南省知名农业品牌目录》农业品牌将达到 1500 个, 创建国家级农产品品牌 30 个。

1 农业品牌建设赋能乡村振兴的价值意蕴

农业品牌化建设是调整产业结构、实现农业高质量发展的关键举措。农业品牌建设带动了产业链升级, 推动了产业快速发展。信阳毛尖已孵化出 2 个国家级龙头企业和 26 个省级龙头企业, 带动河南省茶叶产业链提档升级; 灵宝苹果采取“区域公用品牌+企业品牌”母子品牌联动模式, 带动 53 家大中型果品企业共同推动区域公用品牌快速发展, 2021 年产业化集群总产值达 207 亿元。

农业品牌化建设是提升农业竞争力、带动农民致富的有效途径。王守义十三香, 仲景香菇酱, 卫龙辣条等一批耳

熟能详的品牌有力的促进了当地的经济的发展。2020 年仲景食品正式在深交所挂牌上市, 成为中国菌菇深加工产业第一股, 带动了西峡香菇产业的品牌化、价值化发展, 全县农民 60% 的纯收入来自香菇产业, 成为西峡县富民强县的第一产业抓手。

2 农业品牌建设赋能乡村振兴的现实困境

①农产品科技含量有待提升。一是农产品深加工技术滞后, 农业品牌建设必需有过硬的质量作为基础, 而过硬的质量又需要强大的科技作为后盾。为确保农产品的高质量, 农业企业应提升农产品的深加工技术。二是农产品内在价值未得到充分展现, 对一些特色农产品的品牌潜力挖掘不够充分。

②品牌推广维护不足。一是农业品牌意识淡薄, 西方国家农产品的生产经营多数是交由专业的农业合作组织或者农业企业来负责, 经营团体的农业经济意识强, 与农民形成利益共同体; 省内部分农村产业认识到了品牌效应的重要性, 但没有对建立的品牌进行有效的推广和维护, 大规模的

品牌效应难以实现。二是契合实际的农业品牌运作模式有待探索,现代化信息时代下的农业品牌发展面临的关键问题在于“酒香也怕巷子深”,产品质量再好,缺少了有效的品牌运作也只能在有限的范围内发展,难以登上更大的农业发展舞台。

③品牌集聚效应不显著。一是农业品牌融合度和集聚度较低。存在重数量、轻质量的现象,农产品品牌数量不少、知名品牌不多,全国性具有影响力的品牌更少。品牌分散、融合度较低;品牌影响力弱化,能够覆盖全国、全品类、全产业链的农产品通用品牌数量不足。以省内茶叶产业为例,传统名茶和新创名茶品类繁多,除信阳文新茶叶之外有影响力的名优茶品牌少之又少。二是农产品品牌建设规模化程度低,我省人均耕地面积少,山区面积占比较大,适合工业化、机械化生产的大规模经营用地资源相对较少。制约了我省农业现代化、规模化、集约化经营的发展,农业产业集群效应不明显,导致河南当前农产品品牌建设规模化程度低,缺乏标准化程度较高的农产品品牌,高品质特色农产品品牌集群更是凤毛麟角。

④品牌市场形象不突出。一是农业品牌文化内涵的凝练不够。不同的地域赋予农产品不同的特色,除了水土、气候、地理等自然因素外,风俗、习惯、人文、历史、文化、传统等社会文化因素也会附着于农产品之中,其丰富而独特的蕴含成为沟通农产品品牌与消费者之间的一种特殊的纽带。省内的农业品牌建设对区域品牌历史文化价值的整理发力不够,使得部分农业品牌建设缺乏文化底蕴的支撑而内涵不足。二是农业品牌形象维护不力。有些品牌虽有一定的文化底蕴,但由于维护不力,或过度透支,导致品牌形象蒙尘,消费者信任度降低,品牌价值难以充分体现,全省范围内在行业具有全国影响力的品牌数量较少。

⑤品牌建设专业人才欠缺。一是大量农村剩余劳动力转移到城市。城镇化的迅速发展,大量青壮年劳动力进城务工,满足品牌化建设需要的既能够运用新技术又熟悉市场营销以及品牌管理的农村专业人才日趋减少。二是品牌建设者的专业素养亟待提升。我省农村地区农民对品牌推广与运营的相关理论了解甚少,应对品牌发展中产业经营的现实问题的能力较低,农村品牌的培育举步维艰,亟须为他们提供高质量的专业教育。

3 农业品牌建设赋能乡村振兴的优化路径

①培优农业品牌品质,夯实品牌发展基础,助力乡村振兴。一是要培优品质,夯实品牌发展基础。让更多农业品牌亮起来强起品质是关键,品质是品牌的前提和基础。消费者选择品牌农产品,看中的也是品质有保障。二是要严把质量关,提升农业品牌核心竞争力。坚持质量第一,坚持绿色发展,推动减肥减药、农业废弃物资源化利用,加快绿色食品、有机农产品认证,完善全产业链质量安全追溯体系,增

强农业品牌核心竞争力。三是注重梯次推进,打造省内特色品牌。立足粮食、畜牧、油料等我省优势产业,培育一批“大而优”的大宗农产品品牌;聚焦蔬菜、水果、食用菌、中药材等特色产业,创建一批“小而美”的特色农产品品牌。

②强化品牌推广维护,提高品牌运营水平,推动乡村振兴。一是树立“一县一业”“一村一品”的特色农业品牌发展理念。政府部门要科学规划、精心布局,根据各地实际,力争实现一个县一个特色产业,一个村一个特色品牌。二是要强化品牌意识,优化品牌定位。品牌形象是产品的重要标签,通常承担着质量保障、社会责任、经营管理等多项作用,是消费者选择产品的有效参照。品牌形象的建立需要时间的检验,因此要持之以恒做好品牌文化的推广和品牌口碑的维护。三是要加强农业品牌运营管理,树立科学的品牌管理理念,打造科学的品牌管理模式,运用系统化的品牌运营手段,提高品牌的运营效率和运营效果。四是完善自身的信用体系,使自身的品牌更受消费者信赖,与消费者建立品牌联系。只有彻底落实好品牌的推广与维护,才能够使农村特色农产品的品牌屹立不倒,取得较好的品牌效应。

③深化农业品牌融合,优化品牌产业布局,促进乡村振兴。一是搭建行业平台,筹备农产品区域品牌服务联盟。筹备农产品区域品牌服务联盟,强化农产品品牌融合,发挥区域优势,突出区域特色,整合多方力量,实现协作共赢。二是强化协会指导,深化农产品区域品牌企业间协作。发挥行业协会的作用,集中打造一个区域公用品牌,杜绝无序竞争,共同维护品牌信誉。要严厉打击农产品“贴牌”“套牌”“搭便车”等现象,净化市场环境,加强农产品区域公用品牌的使用和保护,维护品牌形象。三是优化产业结构,打造特色农业品牌产业集群。农业品牌加速区域内产业集群的形成,产业集群的存在有利于提高农业品牌的影响力。农产品品牌产业链从农产品加工延伸到农产品仓储、农产品包装设计、农产品营销策划、田园观光旅游和农业科普教育等,如茶文旅的“源河模式”、沟域经济的“栾川模式”、美学引领的“修武模式”,实现“立足一产、链接二产、拓展三产”,达到农民增收、农业不断发展的目标,带动乡村不断振兴。

④讲好农业品牌故事,提升品牌外在形象,推进乡村振兴。一是挖掘农业品牌的人文历史,总结提炼其背后蕴藏的文化价值;二是讲好品牌故事,做好品牌形象设计,培育出一批富有地域特色、人文风貌、历史内涵的区域农业品牌;三是加强品牌宣传,优化品牌传播策略。农业品牌各参与主体要提高品牌意识,积极开展农业品牌开发、设计、传播和宣传活动,要系统运用传统媒体和新媒体,公共媒体和自媒体等多种品牌传播手段,线上线下结合,强化对品牌的传播,面向全国打造“豫农优品”农业品牌。

⑤加强专业人才建设,助力引才聚智增能,赋能乡村振兴。一是加大培育新型职业农民。利用农业品牌建设推动乡村振兴产业发展,专业人才不可或缺。政府要通过知识下

乡活动，以专题培训的形式为农民提供高质量就业教育，提升其在品牌营销、线上市场开拓、品牌建立、推广和维护等方面的水平和能力，打造一批爱农业、懂技术、善管理、会经营的新型农村人才。二是充分发挥涉农高校智慧力量。涉农高校发挥人才和专业优势，完善人才教育培养体系，为乡村振兴输送更多交叉复合型、应用型人才。三是制定人才引进政策。建立有吸引力的奖励机制，引导农村大学生毕业回村开展特色农产品经营活动；鼓励外出能人返乡创业。

参考文献：

[1] 刘铮,齐琦,刘欣宇.沈阳市农业高质量发展:机遇、挑战与提升路径[J].农业经济,2024(5):35-37.

[2] 闵师,青平.农产品区域公用品牌助力乡村产业振兴:理论逻辑、现实挑战与实践路径[J].世界农业,2024(12):26-36.

[3] 涂雨婷.农产品区域品牌赋能河南乡村振兴的机理、问题与路径[J].河南科技大学学报(社会科学版),2024,42(6):79-86.

[4] 褚远远.河南农产品品牌建设发展路径研究[J].农业经济,2022(3):122-124.

[5] 孙玉玲,颜锋.基于价值体系下的农产品区域公用品牌建设路径[J].商业经济研究,2022(4):150-152.

作者简介：冯京（1989-），女，中国河南原阳人，中级会计师。