

西藏贡觉县农畜产品品牌建设现状与发展建议

刘翠¹, 泽仁巴宗¹, 蒋军伟¹, 索朗¹, 扎西处色¹, 索朗达杰¹, 米玛¹,
次仁曲珍¹, 达瓦¹, 格桑旦增¹, 次卓嘎¹, 甘春玲^{2*}

(1. 西藏贡觉县农牧科技推广服务中心, 西藏 贡觉 854200; 2. 西藏昌都市畜牧站, 西藏 昌都, 854000)

摘要: 农牧业是贡觉县的基础产业, 是农牧民收入的主要来源。国家乡村振兴战略的持续推进给当地农牧产品的发展提供了良好环境, 同时带来了机遇和前所未有的挑战。笔者通过对贡觉县农牧产品品牌建设情况进行分析, 结合现有的农牧产品现状提出在推进农牧产品品牌化、特色化、优质化过程中, 注重培育农牧产品品牌, 保护各类商标, 通过品牌提升农畜产品质量, 将品牌与产业相结合, 使品牌带动产业发展, 从而实现农牧业产业结构调整, 加快地方经济发展。

关键词: 农畜产品; 品牌建设; 现状; 发展建议; 贡觉县

中国分类号: F304.3

文献标志码: C

Current Status and Development Suggestions for Agricultural and Animal Products Brand Construction in Gongjue County

LIU Cui¹, Zerenbazong¹, JIANG Junwei¹, Suolang¹, Zhaxichuse¹, Suolangdajie¹, Mima¹,
Cirenquzhen¹, Dawa¹, Gesangdanzen¹, Cizhuoga¹, GAN Chunling^{2*}

(1. Gongjue Agriculture and Animal Husbandry Science and Technology Extension Service Center, Tibet Gongjue 854200, China; 2. Changdu Animal Husbandry Station, Tibet Changdu 854000, China)

Abstract: Agriculture and animal husbandry are the foundation industries of Gongjue County, serving as the main source of income for farmers and herdsmen. With the continuous promotion of the national rural revitalization strategy, it has provided a favorable environment for the development of local agricultural and animal husbandry products, while also brought opportunities and unprecedented challenges. By analyzing the brand construction of agricultural and animal husbandry in Gongjue County and combing the current status of agricultural and animal husbandry products, the author proposed that in the process of promoting the brand, characteristic and quality of agricultural and animal husbandry products, we should pay attention to cultivating agricultural and animal husbandry product brands, protect all kinds of trademarks, improve the quality of agricultural and animal products through brands, combine brands with industries, and make brands drive industrial development, so as to realize the adjustment of agricultural and animal husbandry industry structure and accelerate the development of local economy.

Key Words: agricultural and animal products; brand building; Status quo; advice; Gongjue county

西藏自治区昌都市贡觉县地处西藏东部, 地域辽阔, 农畜产品种类丰富。该县的农畜产品以其天然、有机、绿色无污染等优良特性而闻名, 其中包括阿旺绵羊、牦牛肉、人参果、松茸和牦牛奶等多个地方特色产品, 逐渐形成了具有“藏东特色”的品牌商标。但是, 由于农畜产品地域性限制和农牧业小规

模分散经营等因素, 该区域的优势农牧业产品的社会认知度并不高, 品牌建设的发展也相对滞后。事实上, 品牌建设是提升农牧产品产销对接的重要手段, 它能够促进农牧业转型升级, 提高产品质量和市场竞争能力。因此, 发展农牧产品区域公用品牌是提升农牧产品知名度和竞争力、推动农牧业发展的最佳选择^[1]。农牧业产业高质量发展需要以品牌工程为引领, 品牌工程是农牧业发展的核心力量, 更是我国农牧业现代化、信息化、产业化的重要标志^[2]。品牌建设内涵丰富, 主要包括注册商标、产业名牌、认证标志、区域公用品牌、质量安全认证和

收稿日期: 2024-01-29

作者简介: 刘翠 (1986-), 女, 高级畜牧师, 主要从事畜牧兽医技术推广工作, E-mail: 645077536@qq.com; *为通信作者: 甘春玲 (1986-), 女, 兽医师, 主要从事畜牧兽医工作, E-mail: 969843776@qq.com。

农产品地理标志登记等^[3]。随着质量兴农、绿色兴农、品牌强农战略的提出,农牧业产品品牌化将成为未来农牧业生产发展的主要趋势,而贡觉县拥有优越自然环境、充足的耕地资源、广袤草场以及丰富林下资源等优势,在品牌建设中具有较为广阔的发展前景。

1 农产品品牌建设现状

近年来,贡觉县积极推进品牌战略,将农畜产品品牌建设与农畜产品质量认证工作紧密结合起来,打造规模化、标准化的农畜产品生产基地,加快“三品一标”和“区域公共品牌”申报步伐,以提升产品竞争力。贡觉县藏东生物科技有限公司在标准化建设和“三品一标”申报方面取得显著成果,已成功注册昌都阿旺绵羊地理标志商标,此外,包括三岩夏龙合作社和西北农畜产品等合作社在内的多家单位累计注册商标20余个,认证绿色产品5个(分别为昌都阿旺绵羊牌精品羊排、精品羊腿肉、精品纯羊肉、精品羊肉和精品羊蝎子);同时还获得了2个有机产品认证,分别为阿旺绵羊(活畜)有机认证和人工种植牧草有机认证。此外,县域内全面实施食用农产品合格证制度,全县食用农产品合格率稳定在98%以上。2021年,全年带证上市农产品达到52 t。尽管取得了一定进展,但在品牌建设过程中仍存在农牧业结构不合理、产业规模小、市场竞争力弱、效益低等问题。目前,西藏地理标志商标数量占全国总量的比重不足1%,存在知名度不高、企业实力弱、产业链条短、精深加工能力不足和产品附加值低等问题,这些都严重制约了西藏特色农牧产品品牌建设的进程,同时表明西藏农牧产品在品牌整体水平和竞争力方面还有很大的提升空间^[4]。

2 主要经验做法

2.1 政府引导,企业参与,共同推动品牌建设

贡觉县农业农村局、乡村振兴局以及市场监督管理局积极组织和引导新型农业经营主体按照标准化生产组织经营,大力支持配合新型农业经营主体开展品牌建设,提升农产品质量。按照“政府培育区域公共品牌、企业培育产品自主品牌”的思路,鼓励支持当地企业、农牧民新型经营主体积极参与品牌建设工作。在建设中将农牧文化、民族文化和非遗文化等资源融合,围绕“基地规模化,生产标准化,产业特色化,产品品牌化”的发展理念,建设具

有高原民族特色的现代农牧业示范基地,引领全县品牌农牧业的发展。

2.2 政策补贴与援藏干部协助,促进品牌建设

贡觉县政府实施了一项激励政策,对于取得农畜产品品牌认证的经营主体给予一定程度的经济补贴,旨在减轻产品检验的费用负担,同时激发农牧民参与品牌认证的热情。例如:经中绿华夏认证的绿色或有机产品,每个产品可获得5万元的补贴,成功申报的科技型小企业则能一次性得到10万元的补贴。此外,来自各个省份的援藏干部帮助企业、新型经营主体开展品牌认证,通过发放宣传资料、开展专业培训等形式,带动企业、新型经营主体开展品牌认证。

2.3 定期开展农牧业品牌认证培训

自治区、昌都市及贡觉县农业农村局充分利用各类资源,积极开展农产品质量提升和品牌认证的线上线下培训,2021年度累计培训达5余次,受益主体达30余家。此外,农业农村局还定期组织相关专家到基层开展科技讲座和专业技术培训,具体从生产管理到疫病防控等各方面提供技术指导服务,以期提高农畜产品质量,确保农畜产品从源头到出售均符合质量要求,推进品牌建设,实现农产品品牌建设价值。

3 存在不足

在广阔的市场中,西藏的特色产品仍然属于一个非常小众的类别,其独特的价值资源并未成功转化为市场竞争力。在实行标准化生产政策和推进农牧业供给侧结构性改革的过程中,贡觉县深入落实品牌强农战略,发挥品牌创建、引领和促进消费等作用,在农牧业品牌建设工作方面取得了较好的成绩。但在理论、路径和方法上仍存在较多误区,品牌引领特色产业方面后劲不足,品牌建设申报主体生产规模较小,难以形成规模效益,不利于产业整合和形成优势品牌^[5]。

3.1 农牧民品牌意识淡薄

当地企业与新型经营主体普遍存在以下问题:品牌意识淡薄,没有真正认识到品牌建设的意义,无法做到对已有品牌进行合理维护和管理。有的经营者甚至是跟风注册品牌,未能体现出西藏特色农产品的特性。贡觉市地域特色产品特性鲜明,然而在获得品牌认证后,如果不合理规划和有效使用品牌,将难以实现品牌价值最大化,造成资源浪费。

3.2 农畜产品加工程度低

品牌建设是一种无形资产,对于农牧业产品而言更是至关重要。由于农牧业产品普遍具有前期投资大、回报速度慢,以及产业链长等特征,因此面临着自然和社会双重风险^[6]。虽然当地农牧业产品种类繁多,质量上乘,但由于受传统观念的束缚,农畜产品的加工程度低,导致其在市场上以最原始的状态流通。正因如此,农牧民对品牌建设的意识尚显不足,知识产权保护观念也相对落后,产品包装、产业链建设和价值链提升等方面工作均亟待全面提升。

3.3 品牌建设效益不显著

在品牌建设的过程中涌现出一批先进企业与农牧民新型经营主体,虽然他们成功申报了各类品牌,但由于申报主体生产规模小、农畜产品季节性明显、产量不足,以及交通不便等因素,这些主体难以形成规模效益,这不利于产业的整合和优势品牌的形成。同时,受地域限制,一些当地农产品虽然在一定区域较为知名,如阿旺绵羊在昌都市乃至西藏自治区享有盛誉,但在内地市场却没有品牌影响力与竞争力,处于劣势地位。因此品牌所带来的社会效益和经济效益依然不够显著。

3.4 企业与合作社实力有限,制约品牌发展

贡觉县拥有2家企业和40余家农牧民专业合作社。规模化的生产基地是品牌建设的关键要素,然而近几年来,尽管贡觉县企业合作社数量持续增加,但生产规模小、标准化程度低、辐射带动范围小等问题显著,严重制约了品牌建设的发展。此外,经营者在品牌建设中动力不足,很多经营者在品牌建设中不愿投入太多,这不利于品牌标准化、产业化、规范化管理,从而在一定程度上阻碍了品牌建设的进程。

4 品牌建设建议

当今的消费者对于农业的各个环节,包括研发、生产、加工、流通和消费体验,都展现出了浓厚的兴趣,不再满足于食物背后的“黑箱效应”。农牧业品牌建设将在乡村振兴战略中扮演愈发重要的角色。乡村振兴品牌先行,以品牌共建共享为纽带,形成品牌拉动资源聚集、品牌带动品质提升和品牌赋能乡村振兴的良性循环的良好局面。面对现代农牧业发展新形势和新要求,贡觉县在品牌建设方面任重道远。

4.1 加强技术指导服务,提升产品质量与消费体验

各部门应充分依托现有资源,根据本地实际需要,对规模适度、条件具备的经营主体开展技术培训,从品牌宣传、维护、使用等多方面、多渠道强化政策保障。鼓励引进先进技术和标准规范,实现资源共享与共同发展,进一步提升品牌的市场竞争力^[5]。为了实现长期品牌建设战略,鼓励各类经营主体积极参与品牌建设,特别是对具有地域特色和民族特色的本地农畜产品,应开展广泛的推介活动。同时,根据实际开展产业链建设,将资源优势转化为产业优势。在人民政府和相关业务主管部门的支持下,加大区域公共品牌申报力度,加速申报进程。针对企业、合作社等经营主体开展品牌认证培训,确保品牌认证工作顺利开展。

4.2 加强示范推广与宣传,提升品牌科技含量

品牌的价值和效应都离不开品牌宣传。贡觉县的独特地理条件为品牌建设提供了得天独厚的资源。因此,在品牌建设过程中,应引导各经营主体重视品牌构建,走品牌化发展之路,总结典型案例与创新模式,发挥模范带头作用。各经营主体要立足自身发展优势,打牢发展基础,通过“公司+基地+合作社+农户”的运营模式,实现品牌价值最大化。政府要强化发展品牌战略,发掘一批品牌建设先行者,利用各类媒体渠道宣传,以点带面转变农牧民思想观念;鼓励经营主体参加县、市、自治区、国家级展销会,如“藏博会”“三江茶马文化艺术节展销会”“绿色产品博览会”“有机产品博览会”等展销,在展销中进行高质量宣传,提升产品知名度与影响力;同时在全县范围内应持续推进品牌建设、品质提升、品种保护、标准化生产等工作,将农畜产品进行精深加工与包装,打造中高端品牌,逐步扩大市场,走出西藏,面向中国,迈向世界。

4.3 培养新农人,打造品牌基地

在企业和合作社中,大部分管理者都来自当地农牧民群众,他们的文化水平普遍不高,大多数是小学学历,少数具备初中、大专以上学历,有的甚至是未曾接受过正式教育。因此,他们在科学技术和发展政策的理解与应用方面显得力不从心。同时,专业技术人员的短缺也成为制约因素,进而导致了农产品研发的滞后,品牌科技含量低。为了应对这些挑战,应注重培养专业技术人员和当地新农人,包括加大品牌在技术研发、产品包装、品牌推广等方面的投入和应用。品牌是企业的无形资产,其打造

和维护需要投入大量财力和人力^[5],资金投入是品牌建设的关键前提,并在其中发挥着至关重要的作用^[6]。鉴于此,应当加大资金投入,大力扶持农产品基地建设、标准化生产、产品研发、品牌宣传和认定等相关工作。这将有助于推动品牌的持续发展,并确保企业在激烈的竞争中脱颖而出。

4.4 加强品牌保护,实现农产品高效发展

品牌建设能够有效满足市场需求的多元化,进而推动农牧业增效与增收。各级相关部门应建立协调联运机制,确保农畜产品品牌的监督管理和依法保护工作^[7]。要定期开展农牧产品质量检测工作,实施从生产、加工到销售的全程溯源追踪,实现从源头到产品全方位管控,提升品牌信誉度,扩大品牌影响力。同时,要加大宣传力度,增加经营者对农产品品牌的自我保护意识,充分发挥品牌效应。

5 小结

贡觉县在农牧产品品牌化、特色化、优质化的过程中,高度重视培育和保护农牧产品品牌,保护

各类商标,通过品牌价值来提高农畜产品质量,将品牌与产业紧密结合,使品牌带动产业发展,这对于实现农牧业产业结构调整 and 加快地方经济发展有重要意义。在品牌建设过程中,发挥本土资源优势,强化政府引领作用,增强经营者品牌意识,打造品牌来推动农牧产品提质增效,提升市场竞争能力,适应现代化农牧业发展需求,促进农牧民收入增加,助力乡村振兴。

参考文献:

[1]王 媛,谭宏旭.内蒙古农牧产品区域公用品牌建设现状研究[J].中国市场,2021(14):131-133.
[2]许春燕.博白县农产品品牌建设现状与思索[J].农业科技通讯,2020(8):32-33.
[3]王 攀.新疆干果产品网络营销探讨[D].乌鲁木齐:新疆农业大学,2015.
[4]王珊珊,陈 鹏,周 蓉.乡村振兴背景下西藏特色农牧产品品牌建设策略研究[J].山西农经,2021(10):81-82.
[5]黄兰菊.甘肃玛曲县畜产品品牌建设现状与培育路径.农产品加工[J].2021(11):89-90.
[6]杨艺媛.广西富硒农产品品牌建设研究[D].南宁:广西大学,2019.
[7]范金旺.农产品品牌建设探析[J].江西农业学报,2007,19(11):129-131.