

品牌,生产与市场行为的双重塑造

——“隰县玉露香梨”品牌发展启示录

都说创品牌难,守品牌更难。近年来,隰县主抓梨果产业,塑造了“玉露香梨”这一区域公用品牌,成为当地农民脱贫致富的有效产业。而如何在“同质化竞争”中打响隰县“玉露香梨”品牌,同时保护好这一金字招牌,避免大树底下好乘凉带来的品牌伤害,是隰县持续推进这一产业发展的双重思考。

●为品牌背书 既走出去也要请进来

“树上最多的梨是玉露香,树下最多的人是客商。”首届隰县玉露香梨采摘节举行,天南海北的梨果经销商和客商成为座上宾。请进来,不遗余力的推介成为隰县传播和守护品牌的一个举措。近几年,隰县连续举办“玉露香梨花节”、“秋季采摘节”、“全国梨果订货会”、招商推介会等活动,把大批的经销商、客商请到田间地头亲自品鉴香梨的口感、品质。隰县此举的逻辑是,通过品牌认可度建立信誉来强化品牌。客商是消费者的嘴,他们认可了才能向消费者推荐,水果客商和经销商是隰县玉露香品牌走出去的一个传播渠道。

请进来的目的是让香梨和品牌走出去,隰县政府的做法是充当客商与梨农的媒人和保人。“在采摘活动前,5亩的梨园已被订了3000斤,价钱还不低。”阳头升乡阳头升村的梨农刘丙虎说。香梨成熟时,阳头升乡镇府就把客商请来了,政府出面谈价和担保,天津的客商与他达成了每斤5.2元的3000斤订单,并提前交了2000元的押金。

“政府的中间作用无疑使客商和农户达成一个满意的价格,避免了价高伤客、价低伤农,维护了双方利益的同时也前瞻性的化解了因价格战可能带给玉露香梨品牌的损害,这赢得了客商的信任,有益于品牌长远发展。”已多次参加推介会的陕西金丰梨果品公司总经理柳卫平说。

通过客商为玉露香梨品牌背书的同时,隰县也通过电商和认购来促进品牌的市场认可和信誉。隰县在自己县域的门户网站上建设了玉露香梨原产地电商平台。目前,入驻电商400余家,线上线下销售玉露香梨200万斤。并通过梨树定制认养的销售方式向消费者展示香梨的生产过程和品质。

电商带来了交易的自主和销量的增加,一些农民会只顾眼前利益以量抵价、以次充好,进而伤害建立起来的区域品牌。为了避免这一现象发生。隰县成立了玉露香梨电商协会,并与电商企业、合作社签订了销售公约,承诺对品牌保护,对电商进行信誉评级来规范经营销售。同时,对不按照有机无公害标准种植的梨农和对消费者欺诈的电商,一经查实列入黑名单,通过门户网站公布,取消当年卖梨资格。

●为品牌正名 做好产品的身份保护

去年9月,隰县玉露香梨进京展销。除了



自身的口感引来消费者驻足品尝外,玉露香梨的二维码“身份证”引得顾客纷纷拿出手机验证。“手机一扫二维码,梨园梨农简况、香梨的种植信息和联系方式就会呈现,可以验证隰县玉露香梨的货真价实,保证买得放心。”隰县县长王晓斌向顾客介绍。

这样的信心源于隰县政府投资为该县香梨印二维码的做法。“不是所有的玉露香都叫隰县玉露香。”隰县政府建立了二维码追溯体系,为每个香梨印制了二维码身份证。2016年,隰县印制了3000万个二维码发放到农民手上。政府出钱、农民受益,实现生产溯源的同时,也提升了农民的品牌利益共享和共担意识,进一步推进梨果的生产标准和水平。通过二维码,用产地来为产品背书,打上了浓厚的地标特色,为品牌增加了一层保护伞。同时也促进了玉露香梨的营销。二维码连接着电商平台和农户,消费者可以直接向农户购买,也可以通过电商来下单。

商标保护,也是品牌保护。2016年6月,隰县正式认证并启用了以产地冠名的“隰县玉露香梨”地理标志证明商标,并出台了商标使用办法,要求果品质量必须符合生产标准才能贴上统一印制的这一商标出售。这为玉露香梨又增加了一重法律身份。

一个品牌打造需要几年甚至十几年,而毁掉它只需要一朝一夕。农业规模化、产业化之后,品牌化是农产品赢得市场青睐的路径。塑造品牌的同时,也要注重品牌的合理保护。隰县果业局局长王淳峰说,鉴于农产品区域品牌具有外部性,农民们不可能进行有效监督,区域品牌的维护工作只有由政府来承担,通过加强品牌产地辨识度和法律保护,避免出现“一只老鼠坏了一锅汤”的悲剧。

●为品牌发展 生产与市场机制双重完善

黄土高原的独特沟壑地理条件使隰县被农业部规划为黄土高原优质水果带的县域之一。结合区位优势和市场效益,2013年,隰县开始

主推山西农科院的研发品种——玉露香梨,完成高接换优后,玉露香梨成为县域的主打产业,种植面积达20万亩。

把区域优势转化成特色产品,进而再将产品特质赋予区域品牌,隰县完成了梨果产业发展的第一步。而把品牌特质转化为标准,把标准转化为区域品牌的精神内核,并为其立好制度基础,成为隰县政府接下来的共识。

品牌是质量和安全的象征,质量和安全又是品牌的保障。隰县选择用标准建立保障,免费发放玉露香梨接穗,为近10万亩的老劣果园高接换优,采取补贴的方式为农民购买玉露香梨种苗。连续几年实施玉露香梨果提质增效活动,推进果水配套、果肥配套、果与科技配套、果与林下经济配套,以示范园带动果品品质提升。这换来的是,玉露香梨每亩产量控制在4000斤左右,每株产量100斤左右,每棵树留200颗左右的果子,用定量、定产确保优质。

品牌创立既得益于市场行为也被生产行为塑造。标准化生产机制是品牌的内涵,而市场机制的完善更利于品牌的持久。

“电商联盟的思路是对的,但还要向上游生产链延伸。”山西省农业厅一位专家建议,可以借鉴国外一些国家通过建立发挥行业协会与专业协会来扶持维护区域品牌的经验。这些协会是联结政府、市场和农民的重要桥梁,一头连着政府,把政府的意志转变为行动,另一头连着千千万万的分散农民,为农民提供及时的市场信息,组织形成规模经济,维护区域品牌。

同时,专家建议,在完善品牌维护的市场机制方面,政府还要着重培育支撑区域品牌的龙头企业,企业是市场的主体也是擎起品牌大伞的旗手,既能使政策出台有的放矢、引领标准化生产,也是品牌发展的市场坐标,为品牌路线定位、营销战略、资源配置等方面提供参考。

隰县玉露香梨的品牌发展实践揭示,品牌的塑造与维护是同向共生的,既需要政府、企业、专业协会和农民的共同发力,也需要建立完善品牌输入端的生产、管理制度和品牌输出端的市场机制。

马玉

“平谷大桃”品牌价值6年飙升5.09倍

在前不久公布的2016中国品牌价值评价榜上,北京平谷大桃“身价”由2010年的18.56亿元,升至现在的94.39亿元,6年增长了5.09倍。平谷是全国著名的大桃之乡,种植大桃22万亩,有白桃、蟠桃、油桃、黄桃等4大类、200多个品种,在国内外具有较高的知名度。2011年被欧盟确定为进入其10个中国地理标志保护产品之一。“平谷”商标获得国家工商总局认定的“中国驰名商标”称号,是京郊唯一一个同时拥有原产地证明商标和驰名商标的农副产品。2016年9月,平谷大桃入选“全国一村一品十大知名品牌”。

李永明

整镇收购 武乡小米从积压变热销

2017年元旦刚过,山西省长治市武乡县“武乡小米”迎来了一个好消息,江苏永朔实业有限公司整体收购了武乡县蟠龙镇所产的所有谷子,打造成自己的消费品牌“沛州小米”,并且今年春季准备订单化、基地化生产,与武乡全面合作。

武乡小米这个区域品牌,从无到有仅仅经历了8个月的时间。去年,为从根本上解决小米销售问题,并逐渐打造出武乡的小米产业,产业扶贫,品牌立农,武乡小米区域品牌构建之旅开启。经过一场场宣传推介,到了新米季,很多全国的投资商开始整村甚至整镇的收购武乡小米,并且,以“羊肥小米”为首的武乡自己的高端农业品牌开始构建、推介,武乡小米产业开始了初步的梳理和整合。后来,“武乡小米”真正以一个区域品牌的形象和价值,被消费者认可,武乡小米整体终端价格也开始上扬,盈利空间增加。“武乡小米还是要走真正的产业规划之路,构建成一个知名的区域公共品牌,这是百年大计。今年武乡小米还是要持续走出去,势能不能断,品牌水平要提升。让更多的人知道武乡,了解武乡,购买武乡的产品,来武乡旅游,从而让武乡经济转型升级,让老百姓脱贫致富。”武乡县委常委、副县长张志鹏介绍。

韩世超

广西柳州 获授中国金橘之乡



近日,由中国果品流通协会、广西农业厅和柳州市人民政府联合主办的2016年中国柑橘产业年会在柳州开幕,第二届柳州农博会同期开幕。来自柑橘主产区主管部门领导、专家学者、柑橘龙头企业、农产品批发市场、果品连锁超市和电商以及业界同仁共400余人出席了会议。开幕式上,中国果品流通协会授予柳州市“中国金橘之乡”荣誉称号。本次大会以“橘香四海、生态柳州”为主题,旨在总结交流柑橘质量品牌建设经验,促进柑橘产业转型升级、提质增效,大力推进柑橘产业供给侧结构性改革。

刘洲

【做法】

四川省农产品质量安全暨品牌建设工作现场会召开

从今年起,启动四川名牌农产品评选

1月7日,四川省政府在都江堰市召开全省农产品质量安全暨品牌建设工作现场会,明确质量安全方面发展目标为,年度主要农产品例行监测合格率稳定在97%以上,到“十三五”末全面建成农产品质量安全监管、检测、执法工作体系,质量安全信息化水平进一步提高,质量安全全程监管、法治保障和社会共治机制进一步健全;品牌建设方面,建立品牌培育、标准遵循、营销推广、管理评价、监管保护和政策支撑“六大体系”,力争到“十三五”末培育省级区域公用品牌5个以上、市县级区域公用品牌150个以上,认定四川名牌农产品200个以上,“三品一标”数量达到5600个以上。

会议指出,全省农产品质量安全和品牌建设要始终坚持“安全底线、健康标准、绿色生态、特色发展、文化内涵、改革创新”六项原则,围绕农业发展全过程,着力抓好治理产地环境、培育新型经营主体、推进标准化生产、开展科技创新、实施品牌战略等五项重点工作,到2020年,主要作物配方施肥覆盖率达到90%以上,化肥农药利用率达到40%,秸秆、畜禽粪便综合利用率达到90%和75%以上,受重金属污染的产地土壤安全利用率达到90%。

会议强调,今年起,启动四川名牌农产品评选工作,打造四川农产品绿色优质的整体品牌形象,2017年面向国内外推出;十三五期

间,制修订省级地方标准200项,支持市县制定符合当地实际的技术规程,到2020年建立起符合四川实际、与国际标准接轨的农业标准体系,实现农业标准体系全覆盖,确保主要农产品监测合格率高于全国平均水平,力争5年内主要获证农产品、农资产品基本实现可追溯。

据悉,今年四川将对2014年认定的农产品质量安全示范市(县)动态考核,不达标的,省政府将取消其命名并摘牌;现代农业示范县重点县、省级现代农业园区发生重大质量安全事件的,一律摘牌。

阮蓓