

第二届上农论坛暨浦东农博论坛——品牌的力量

聚焦农业品牌建设与价值发现

7月27日下午，第二届上农论坛暨浦东农博论坛在源深体育中心举行，由东方城乡报社联合浦东新区农业农村委共同主办的此次论坛以乡村振兴战略实施和“四大品牌”建设为背景，聚焦“品牌的力量——农业品牌建设与价值发现”，旨在通过主旨演讲、圆桌论坛（开放性对话）和一系列子活动，共同就农业品牌建设凝聚真知灼见和智慧共识，为上海农业品牌建设带来视角参考，为政府部门制定品牌政策提供智力支持，为农业经营主体品牌经营管理启发全新思路。



主旨演讲

政府视角·媒体视角·专家视角·市场视角

方芳

(上海市农业农村委副主任)

发挥品牌杠杆作用
助推农业高质量发展



首先，我代表市农业农村委向浦东新区农业农村委员会、东方城乡报社联合举办此次论坛表示祝贺，也很荣幸受邀在论坛上发言。根据市委、市政府，农业农村部的要求，结合市农业农村委的工作，与大家交流一下本市农业品牌建设的有关情况，并谈一点自己的思考，也非常希望能听到大家对农业品牌建设的真知灼见，为市农业农村委工作提出意见、建议，共同推动本市农业品牌建设走上新台阶。

本市农业品牌建设的基本情况

随着经济社会发展和消费结构升级，我国居民消费呈现多元化、个性化发展趋势，正在由吃得饱向吃得好、吃得营养健康转变。当前，上海正在全力打响“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌；2018年也是“全国农业质量年”，品牌强农是其中非常重要的一项工作。按照乡村振兴的总要求，围绕农业供给侧结构性改革和都市现代绿色农业发展，以品牌建设为抓手，市农业农村委也积极实施农业农村领域“四大品牌”发展战略。

一是打造农产品区域公用品牌。截至去年，全市4个农产品获得全国性农产品区域公用品牌。

(下转B4版)

胡立刚

(农民日报驻上海记者站站长)

农业品牌整合的力量
南汇水蜜桃品牌建设观察



感谢主办方浦东新区农业农村委和东方城乡报，让我有机会站在这里，谈谈这些年来我对南汇水蜜桃品牌建设的观察和思考。通过南汇水蜜桃品牌，谈谈我对都市农业品牌的理解，谈谈都市农业品牌的特点及目标。

可以说，南汇水蜜桃品牌和马陆葡萄品牌是上海农业品牌的代表，巧的是，一个是区级层面的典型，一个是镇级层面的典型。今天主办方请到了马陆葡萄创始人，作为观察者，我觉得南汇水蜜桃和马陆葡萄品牌创建者们聚在一起，不是偶然的，是时代的必然。南汇水蜜桃区域公用品牌建设有哪些值得学习的经验？浦东新区在农产品区域公用品牌建设方面不但行动的早，还觉悟的早，特别是战术层面，浦东从一开始就比较好地掌握了农产品区域公用品牌建设的规律，并且很快意识到品牌整合的重要性，提出重点打造南汇水蜜桃。

首届中国农民丰收节，农业农村部推出100个品牌农产品，南汇水蜜桃成为上海唯一入围的地方品牌农产品。2017年，南汇水蜜桃荣获全国百强区域公用品牌。中国第一批特色农产品优势区评选，浦东成为全国唯一的水蜜桃特色农产品优势区。

(下转B4版)

庄庆超

(浙江大学中国农业品牌研究中心副主任)

农产品区域公用品牌的
创建路径与战略视野



很高兴有机会跟大家在这里做一个关于“品牌”的分享。

我们认为，品牌是消费者与产品之间的关系。品牌成功需要消费者认同，品牌经济一是符号经济。这其中最关键的就是要找到差异性。

比如我们做的阿拉尔红枣，起初我们看到的这个枣，无论从外观还是口感，都不具备特别突出的优势，但是你怎么样去解决这个差异化的问题呢？我们大家就找到了，这个枣背后的生产主体是新疆生产建设兵团，通过这样一个五角星的广告就赋予其创造出军队中种红枣这么一个概念，然后让消费者产生一种信任感，他想军队种的枣总是放心的。

品牌经济二是关系经济。往回倒退十几年，20年，消费者在购买产品的时候，他对价格是非常敏感的，你相差一毛两毛一斤，他可能就会有非常大的这个选择上的一个“缺损”，但是今天来讲，我们消费者他需要一个切实的价值满足感，所以你这个东西要给他除了品质之外，除了这个产品本身之外，能够给他带来特别的一些价值感。

(下转B5版)

刘有才

(本来生活控股有限公司副总裁)

从田间到餐桌
一场品牌农业的革命



我跟大家分享的题目是“从田间到餐桌，一场品牌农业的革命”。为什么这么说？我们来提一个问题，现在中国农业到底是一个“好时候”还是一个“坏时候”？我个人的看法，现在中国的农业面临了很多的问题。我们到农村去，人都走光了，都到城市里去了，老弱病残留在农村，这是一个现实。还有大量国外的农产品等着进入我们国内，在上海，全世界的农产品来和我国的产品竞争，这个竞争力很大。但是另外一个方面，我认为这是中国农产品品牌诞生的黄金时期，越是在这个时候，谁能够把品牌农业做起来，谁能够把农业品牌在市场中叫响，就能为国争光。这里有这几个方面的需求。第一，农产品的种类非常多，亟需要品牌去辨识。第二，消费升级刺激我们的市民有品质化消费的需求，必须用农产品的品牌去加以区分。第三，品牌农业带动区域经济发展的效果是非常突出的，很多地方，一个农产品品牌出来，（带领）一方农民致富。第四，我们的党和国家这方面非常努力，中央出台了很多个一号文件（扶持农业）。所以说我个人回答，现在是在品牌农业的黄金时代。

(下转B5版)