

田埂边,九区“头雁”开展“头脑风暴”

为走出农业品牌高质量发展之路建言献策

□记者 许怡彬 摄文

为加强本市高素质农民认知品牌价值、树立品牌理念,促进农业领域创新理念与实践的交流分享,近日,上海市农业广播电视学校在青浦哈玛匠果园举办以“田埂里的品牌”为主题的2024年上海市农业经营主体带头人农创共富沙龙活动。来自全市九个涉农区的“头雁”项目第一、二、三期学员齐聚一堂,共同参与。

活动邀请毕业于耶鲁大学本科和巴黎高商管理学硕士、跃界品牌咨询创始合伙人金樊嘉作题为“品牌的本质”的报告。围绕“跃界品牌底层逻辑”,结合自身丰富的创业经历,从“品牌是什么”着手,就品牌的本质、产品的本质、创意的本质、营销的本质等抽象概念通过具体案例层层剖析,与现场听众们分享经验、探讨难点,进行一场酣畅淋漓的头脑风暴。

“我们就是那翱翔头雁,心中带着光,为我们家园的明天,向前飞……”在随后的“乡村告白诗”环节,来自闵行的“头雁”项目第三期学员陈向前现场演唱

一曲他为“头雁”项目原创的歌曲《翱翔头雁》,点燃了现场学员们的共鸣与回忆。陈向前表示,希望用音乐的能量,为乡村振兴带头人鼓舞士气,乡村产业振兴要走向未来,需要不断创新,更需要青春的活力,就像大雁一样,抱团逆风向前飞,终有一日目标会实现。

“我认为,农旅产业需要一群人一起做一件事,只有大家互相吸引,各自去做最擅长的部分,才能将优势资源连接起来,实现我们最初的梦想。”“在‘头雁’培训后,我逐步树立起品牌价值的理念,开始有意识地用统一品牌将不同业务板块串联起来,很有收获也具有实际指导意义。”“农创是个未来赛道,作为新农人孤身入局,我将抱着对农业负责、对自己负责的态度,将事业做大做强做扎实。”“让科技为农业插上腾飞的翅膀,将一二三产业融合发展,用三产带动反哺一产,最终目的还是做实一产农产品。”……“谷堆听你说”环节上,现场的“头雁”学员表现出极大的热情与思考,大家畅所欲言,共同话发展、献建议。

本次活动的主持人由来自浦东新区



的“头雁”项目第三期学员周诗雨客串。1997年出生的她由衷感慨,正是在一次次的农广校培训实践中得到了锻炼,提升了自信和表达能力。“非常荣幸能够见证这场精彩的交流活动,每一位嘉宾的发言都让我对乡村共富和品牌建设有了更深的理解。在这样一个充满创新和温情的环境中,我收获了许多灵感,也对未来的乡村发展充满了信心。”周诗雨说。

创新是乡村全面振兴的重要支撑。加快农业农村现代化步伐,培育农村创新创业人才至关重要。正如“头雁”导师团团长费强所说,“年轻人做农业不容易,像这样坐在一起研讨,从农业生产到休闲农业,都要思考创建农业品牌、提升品牌价值的问题,在当前农业发展体制机制下,走出一条适合自身发展实际的高质量发展之路。”

崇明白山羊:以品牌重塑召唤产业活力



(上接1版)

从这个角度,“崇明白山羊”品牌发展,有其典型性。如此,崇明着手“品牌重塑”计划能否有更高层面的启发意义?

创新组织架构,是其迈出的关键性一步。2022年,崇明白山羊发展集团公司成立。这是在崇明区委、区政府支持下,崇明区农业农村委牵头区畜牧条线技术部门,区行业协会和崇明白山羊养殖场和经营户等,以问题需求为导向,反复商讨的结果。

从品牌经营上,以“崇明白山羊”为名的集团公司,在创始之初,首先将古宗、小姚、万禾等5家主要的崇明白山羊养殖专业合作社有效组织起来,合作社负责人成为公司股东。从此,上海古宗白山羊专业合作社理事长石伟东有了新身份,崇明白山羊发展集团公司董事长。石伟东说,各合作社会发挥原有的龙头带动能力,继续与小型养殖场携手发展;同时,布局乡村特色产业。目前,崇明在8个乡镇26个行政村试点“羊村”建设。如此,呈现出从集团企业、主要合作社、

小型养殖场到羊村散户的四级联动,形成了金字塔式的产业结构。

新的组织架构要推动优势种源在产业链的落地。围绕崇明白山羊发展集团公司而来的崇明白山羊繁育中心、崇明白山羊扩繁场着手建设。“要通过多层级养殖的统一和标准,来推动种质资源的开发利用,始终是多年来的难题。”原崇明区动物疫病预防控制中心主任、畜牧推广研究员成建忠说,如今,在原有的崇明白山羊保种,到面向消费市场的商品代之间,建立三级育种扩繁体系,将有望从技术上攻克杂交育肥、统一种源供给的难点,真正推动产业标准化。

羊饲料的生态化和标准化,是在集团化组织之下优先被“解锁”的一环。2022年,崇明率先推出将本地玉米秸秆的饲料化利用,纳入《崇明区2022年度农业绿色生产补贴项目实施方案》,鼓励集团在区内收储玉米秸秆,自主加工崇明白山羊生态专用饲料,并给予补贴。巧的是,2023年,本市也出台了鼓励鲜食玉米秸秆综合利用的相关政策及补贴标准,推广积极性更高了。目前,崇明有7

个乡镇种植鲜食玉米约7000亩,经两年多试点,今年,集团基本实现了玉米秸秆收购的全覆盖,25家崇明白山羊养殖场抛出橄榄枝,签订了秸秆饲料配送订单。

生态饲料加工顺势成为集团的“新业务”,饲料品质有保障,价格也有竞争力。不少养殖场反映,吃了生态饲料的白山羊,肉质有了提升。推动绿色饲料标准化,补足了崇明白山羊产业链中的缺失环节,也有助于释放生态种养循环的规模效应。新饲料采购供不应求,预计明年,崇明水稻秸秆的饲料化利用也将纳入其中。

“以集团做品牌,不但能更有效承担起地标产品品牌化的建设任务,还能为崇明全品类区域公用品牌‘优农三兄弟’提供支持,甚至背书。”农民日报社驻上海记者站站长、上海大学兼职教授胡立刚长期研究农业品牌,对此,他这样点评。

品牌背后的信任

姚汉兵是从事崇明白山羊养殖较早的,20多年养殖经历中,把崇明白山羊从50头扩繁到5000头,对于品牌价值的存在,他感受深刻。入股崇明白山羊发展集团公司后,他出任总经理。新角色之下,姚汉兵很快有了品牌经营思路的转变。“崇明虽有‘古宗’‘小姚’‘万禾’这样的企业品牌,但区域品牌的价值大于企业,小众化经营容易被市场淘汰,以集团为主,才能把影响力做大。”姚汉兵说。

集团成立以来,石伟东计划在“绿色”“新鲜”的卖点上加入个性化元素。他说:“我准备先在自己合作社创新试点,成功后在集团推广。”“优农三兄弟”区域公用品牌和集团化组织的双重力量,将合作社联动起来,对于把自有产品和品牌的影响力导入集团,股东们的积极性都很高。股东们也开始花更多时间

跑展会,做推广,集中力量宣传“优农三兄弟”。

这是崇明农业农村委在推进集团化改革进程中乐于看到的,新兴的市场化力量在成长,集聚各合作社的优势力量,为“崇明白山羊”农产品地理标志作加持。

但要真正释放区域公用品牌的价值,需要政府与市场的合力。2022年底,崇明发布《崇明区加快发展都市现代绿色农业政策意见》,对包括崇明白山羊在内的地方特产出台专项扶持激励政策,涉及养殖繁育、屠宰加工、订单销售、品牌推广等各环节。

“近两年,上海羊肉销量持续稳中增长,但地产养殖量逐年减少,市场缺口正在扩大;上海人喜欢吃‘鲜肉’的习惯,很难被满足。”上海市特种养殖业行业协会会长周志强说。上海市特种养殖业行业协会围绕肉羊加工之于产业链及品牌提升的主题进行了专项调研,发现优质绿色加工类产品明显受到青睐,促进企业品牌与区域公用品牌双向赋能。“今年,崇明多方协调推动企业规模化屠宰加工点的落地,助力品牌升级,带动崇明白山羊走出上海。”周志强说。

要让集团走上健康轨道,政府还有大量工作要做。比如,在崇明区畜牧技术部门牵头之下,崇明白山羊协会进行了重组。作为独立于政府的第三方组织,协会在制定标准、规范监督等方面的功能被寄予了更高期待;“羊村”的建设也需要区级各相关部门统一协调,由村集体调动,集团统一供种和回购,让散户养殖更规范,实现全程可追溯。

“崇明白山羊产业发展是个系统工程,每向前一步,都需要政策、科技和项目等引导扶持。集团化探索促进了政策优势的落地,是体系化推进的关键一环,让‘崇明白山羊’作为区域公用品牌的表达清晰明朗,产业发展未来可期。”市农业农村委畜牧兽医管理处处长刘金才表示。