DOI:10.16815/j.cnki.11-5436/s.2024.08.041

推进品牌强农　助力乡村振兴

——乡村振兴战略下推进农业品牌建设的路径思考

王仁兴，全昌平，耿旭日（莱西市委党校，山东青岛 266600）

摘要：作为乡村振兴的重要抓手，农业品牌是农村农业现代化的重要标志。高质量推进乡村振兴，推动中国从农业大国向农业强国转变，要求以农业品牌化建设增加农民收入，提升农产品及农业产业的附加值。加快农业品牌打造，必将进一步拓展农业产业的发展空间，助力乡村振兴不断向纵深推进。

关键词：乡村振兴；农业品牌建设；路径思考

1　乡村振兴战略下农业品牌建设的重大意义

1.1　有利于优化农村产业结构，促进乡村产业兴旺

农业品牌化建设是调整产业结构、带动农民致富的有效途径。农业品牌建设有利于推动农村经济发展，有利于增加农民收入。通过农业品牌的创建，能够增强农产品在市场上的竞争能力，提高农业产业结构的合理性，同时推动农村产业融合发展，更好满足人们日益增长的美好生活需要[1]。

1.2　有利于提高农产品品质和农产品市场竞争力

近年来，农业品牌建设愈发成为提高农产品品质和市场竞争力的重要手段。随着消费结构升级和市场竞争加剧，农业发展模式从传统粗放向现代高效转变，农业生产也从“生产导向”转变为“市场导向”，强化农业品牌建设对中国农业发展将产生重要的推动作用，对农业高质量发展将起到重要引领作用，有助于增强中国农业竞争力。

1.3　有利于提升农民增收致富能力

农业农村部发布的《中国农业品牌发展报告(2022)》，通过对 300 个区域公用品牌在阿里电商平台的消费进行分析与测算，显示这 300 款产品溢价能力明显提升，可见品牌农产品在市场号召力和市场竞争力方面具有明显优势。随着品牌意识增强，品牌农产品的市场空间逐步扩大，加强农业品牌建设必将有助于提高农民收入水平[2]。

2　中国农业品牌建设的基本现状和主要问题

2.1　中国农业品牌建设的基本现状

2.1.1 强化政策指导，政策体系逐步完善

农业品牌建设力度逐步加大，在市场主体和各级政府的共同推动下，人们对于加强农业品牌建设已达成共识。“十四五”时期重点规划明确提出要打造农业品牌，农业农村部发布的《农业品牌打造实施方案（2022—2025 年）》提出到 2025 年，要带动 3000 个优质农产品品牌，1000 个核心企业品牌，重点培育 300 个精品农产品区域公用品牌。

2.1.2 以品质提升为抓手，整体实力不断提升

聚焦品质提升，全国各地各部门在品种培优、质量认证和标准化建设等方面持续发力。截至 2023 年，全国创建优势特色产业集群 50 个，创建国家现代农业产业园 138 个，特色农产品优势区累计认定 306 个，建设农业产业强镇 811 个，农产品注册商标数量已超 500 万件。农业市场活力不断增强，主体数量不断增加，整体实力不断提升[3]。

2.1.3 创新营销推介，营造良好发展氛围

以市场需求为导向，各方积极参与，营销手段和模式不断创新，保护、支持和发展品牌的良好氛围在全社会已经形成。除了传统的商业广告之外，品牌营销方式逐步多样化，农业展会在产销对接、品牌营销推介等方面的作用得到充分发挥，知名度和认知度也得以提升。借助信息技术创新品牌营销方式，搭建互联网平台做好数字营销。

2.2　当前中国农业品牌建设存在的主要问题

2.2.1 品牌意识不强，对农业品牌存在认识误区

部分农业从业者对品牌建设的意识不强，“重生产、轻品牌”现象仍然存在。有些地方虽然农产品质量不错，但由于缺乏品牌意识，导致不少优质农产品处于“养在深闺人未识”的状态。甚至有的地方混淆了品牌和商标的区别，将品牌等同于商标，认为把商标印在产品上就是品牌了。品牌建设是一个全方位的过程，从生产环节到产品质量，都需要具有品牌意识。

作者简介：王仁兴（1973—），硕士，高级讲师，研究方向：法学、党史。

2.2.2 品牌定位不清，品牌营销推广不足

如今中国农产品注册商标众多，但由于定位模糊，在消费者心中真正有影响力的品牌数量很少。很多农业品牌在设计的时候缺乏对目标市场的深入了解，导致品牌形象和产品属性与消费者需求不匹配，很难赢得消费者的认可和信任。还有一些农产品在品牌推广方面投入不足，在市场营销活动的开展上无法做到与时俱进，影响了品牌影响力的进一步提升。

2.2.3 质量安全缺乏保障，削弱了品牌竞争力

近年来，农产品安全问题时有发生，不少农产品被曝出含有农药残留等有害物质，这些都严重威胁着消费者的健康。这些质量安全问题的存在，使得农业品牌建设受到了严重挑战，消费者对农产品品牌的信任度也受到了不同程度的影响。如果不从质量安全上推动农业品牌建设，就不能保证产品品质，不能赢得消费者的信赖。

3 乡村振兴背景下推进农业品牌建设的路径思考

3.1 提高农产品品质，夯实品牌发展根基

品质是建设和发展农业品牌的基础，强品质是强品牌的首要任务。要从加快有机农产品、绿色食品、地理标志产品认证着手，逐步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，以高质量供给夯实品牌根基。构建农产品品质核心指标体系，推进食用农产品承诺达标合格证制度。解决好农产品品质不稳定、特色不突出、精深加工不足等问题，首先要解决农业关键核心技术问题。要强化科技创新和监管工作技术支持，加快推进追溯体系建设。用品质提升增强发展后劲，使品牌优势转化为产业优势[4]。

3.2 加快农业品牌标准建设，构建农业品牌行业标准体系

建立农业品牌标准，是全面提升中国农业品牌化发展水平的战略举措。品牌农业建设保障能力要进一步提升，农产品溯源机制要加快建立，农产品质量认证要持续抓好，农产品质量安全检验检测体系要更加完善。鼓励地方从本地区优势特色产业出发，制定品牌地方标准；引导行业协会从创新性、先进性和国际性出发，建立团体标准。构建科学的农业品牌建设指南，建立农业品牌建设标准，有利于规范和引领品牌建设，为加快推动农业农村现代化、全面实现乡村振兴提供有力支撑。

3.3 加大品牌营销创新，强化品牌宣传推介

创新品牌营销模式，鼓励各地区从风情风貌和乡土民俗文化出发，充分利用农业展会和产销对接会等活动，对本地区特色农产品进行推介宣传。加强与电商平台合作，尤其是大力发展农村电商，通过云展会、网络购物节等形式拓宽品牌销售渠道，让更多小而特、大而美的农业品牌走向大市场。进一步挖掘提高品牌推介能力，改变过去“酒香不怕巷子深”的传统理念，充分利用文字、图像等媒体宣传手段，多层次、全方位地展示农业品牌形象，营造农业品牌发展的良好氛围。

3.4 加强专业人才培养，做好人才资源保障

农业品牌建设的质量和进程，取决于人的素养和素质高低。各地要加快培养各种农业品牌相关人才，因地制宜出台相关措施吸引外部人才流入，制定相关政策促进乡村人才回流。加大政策倾斜力度，完善农村基础设施建设和文化建设，解决好支持乡村振兴的外部人才的子女教育、医疗等民生问题，增强人才对乡村振兴的认同感和归属感，为人才发展提供良好的生态环境。

4 结语

如今，农业品牌建设发展势头良好，品牌农业已经渐入人心。未来，要加快推动农业品牌创新发展，让品牌建设更好地助力乡村振兴。

参考文献：

[1]农业农村部.中国农业品牌政策研究报告(2023).2023-5-8

[2]农业农村部.农业品牌打造实施方案(2022—2025年).2022-9-16

[3]鞠安琪,李夏.我国农业品牌建设的现状及对策[J].现代商业,2022(22):20-22.

[4]徐静,姚冠新,戴盼倩.农业品牌建设的影响因素及实现模式研究[J].扬州大学学报(人文社会科学版),2022.26(5):51-62.

[引用信息] 王仁兴，全昌平，耿旭日. 推进品牌强农　助力乡村振兴——乡村振兴战略下推进农业品牌建设的路径思考[J].农业工程技术,2024,44(8): 95-96.