

乡村振兴战略背景下陕西农产品品牌建设策略研究

屈佳 冀子恒

西安培华学院, 中国·西安 陕西 710199

【摘要】在乡村振兴战略提出的大背景之下,推动我国农业发展离不开农产品品牌建设,离不开农业现代化建设。当下,我国农产品品牌建设方面仍然存在着数量较少、所产生的影响力相对有限等问题。本文将针对在乡村振兴背景之下建设农产品品牌的策略来作为重点进行阐述分析,为推动农产品发展、推动产业基地形成提供理论支撑。

【关键词】乡村振兴;农产品;品牌建设;策略分析

Research on the Construction Strategy of Shaanxi agricultural Products Brand under the Background of Rural Revitalization Strategy

Qu jia ,Ji Ziheng

Xi'an Peihua University, China Xi'an Shaanxi 710199

[Abstract] Under the background of the rural revitalization strategy, promoting my country's agricultural development is inseparable from the construction of agricultural product brands and agricultural modernization. At present, there are still problems such as a small number and relatively limited influence in the construction of agricultural product brands in my country. This article will focus on the strategy of building agricultural product brands under the background of rural revitalization, and provide theoretical support for promoting the development of agricultural products and the formation of industrial bases.

[Keyword] Rural revitalization, agricultural products, brand building, strategic analysis

【研究课题】本文系西安培华学院校级重点课题 乡村振兴战略下西安市“互联网+”农产品区域公用品牌建设研究(PHKT2103)。

引言

在当下我国经济快速发展的过程中促进国民经济的整体共同发展想成为我国经济发展的重要政策制定目标与方向。乡村振兴战略的提出在附近我国山区的过程中,发挥着至关重要的作用,起到了一定的政策倾斜意义。乡村作为我国社会的重要基础组成部分,是推动我国全民经济发展的重要基础,同时,乡村振兴战略的实施,也是促进三农工作顺利开展的重要着手点之一。乡村振兴战略背景下农村经济发展已成为重点发展要点,而农产品经济作为乡村经济发展的重点支撑很大程度推动了农业现代化发展。此外通过创建农产品品牌也对于提高产业结构建设有着非常重要的现实意义。对于陕西省来说,在乡村振兴背景之下结合陕西特色农产品,比如水果以及花椒等作物来形成特色品牌,对于促进陕西省农村经济发展,提高农民收入,促进农业产业现代化发展有着非常重要的作用。

1 乡村振兴对农产品现代化发展的新要求分析

乡村振兴战略切实明确了在乡村发展过程中致力于以农村农业的现代化发展为前提,实现产业兴旺和生态宜居的现代发展要求,真正切实的推动现代化进程的发展。在乡村振兴战略顺利实施之后,我国各个省份基于原有的生产发展特色,来致力于提升产业结构,培育新兴产业,同时也致力于发展现代化产业转型,这对于农村经济的发展来说注入了非常强有力的动力。农产品经济作为乡村经济的重要支撑之一,在新的乡村振兴战略实施背景之下也有着新的发展要求和发展目标,各地区依靠特色地理条件以及特色农业来形成独具特色的农产品区域品

牌已经成为推动现代化产业发展的一个重要手段,这在一定程度上也提高了农产品的附加值,推动农业区域扩大化。乡村振兴战略顺利实施对于农产品品牌建设也有了新的要求,要求地区在确定农产品品牌时必须要达到与其他同类产品相区分相区别的显著标记,同时,区域性的农产品品牌特色还必须要具有一定的稳定性和知名度,切实地提高人们的认同感,真正地使得农产品品牌成为一种品质和一种产品的代表象征,只有这样才能切实地地发挥好农产品品牌的重要作用,才能够提高人们对于农产品的认识和肯定,才能够致力于提高区域经济发展、切实增加农民的收入。就比如针对陕西省来说,可以形成花椒产业链,建立花椒产业品牌;除此之外,还可以建立洛川苹果等农产品品牌,切实在全国范围内增加知名度。

2 农产品区域品牌建立的意义分析

2.1 农产品区域品牌建设有利于提升农产品核心竞争力

近些年来,随着我国经济的快速发展,我国各行各业都有了较为长足的进步和发展,各类同类产品数量也在不断增加。因此,在这一基础之上,通过建立农产品去品牌,能够真正地实现将企业与广大农民群众以及产业基地和各类农业机构进行有效结合,真正地将一往单户农民的农产品聚集起来,实现由于小农户而导致农产品销售不利的情况切实转变。通过建设农产品去品牌,能够实现规模化发展进而转化为规模化效益,同时还能够汇集各方力量,真正的推动相关项目的进程,可以这样认为通过建设农产品区域品牌能够使各方都实现利益最大化。除此之外,由于各方协作之下生产效率的大幅度提高,相关交

易成本显著降低,这对于切实地提高区域农产品在同类产品中的竞争力有着非常明显的作用,同时也能够在相关市场和消费者中间形成一种销售信号。这种信号所传达的意义在于通过宣传能够使得消费者对于农产品的信任程度提高,进而提升整体产业的附加值,实现经济的快速发展。

2.2 农产品区域品牌建设有利于提高区域农业核心竞争力

农产品作为农业发展的重要组成部分在一定程度上影响着区域农业发展。通过建设区域品牌,能够促进传统农业实现现代化农业的转变。通过建设区域品牌经济能够切实解决现代化农业发展中所遇到的各类问题,能够保障农产品产品质量以及产品价值真正地实现最大保障,切实提高相关产品的附加经济效益。除此之外,通过建立区域农产品品牌,对于提高农民的收入和现代化农业的发展与起着至关重要的作用,能够真正地实现区域特色经济产业的建议。通过建设农产品区域品牌,能够提高区域农业的核心竞争力,还在于它能够切实地把握区域特色,地理特征以及各类丰富资源的基础之上结合当地特色文化精神给予农产品以独特的生命力,这对于保障农业现代化,发展农产品的知名度有非常大的促进作用。因此,建设区域品牌能够切实成为促进地方农业经济的重要力量,从而保障区域农业的核心竞争力以提升。

3 当前农产品品牌建设存在问题分析

3.1 品牌建设主体性不强,缺少品牌整体规划

建设农产品品牌是其他产业品牌建设完全不同的,农产品的主要特征在于同类产品之间差异化程度相对较少,同时农产品的经营相对比较分散,这导致在建立区域性的品牌建设过程中就必须致力于建设公用品牌,那么,确定品牌的整体规划就非常重要。但是通过对于当前陕西省的各地区农产品品牌化建设的现状进行分析可知,当下一些政府并没有形成专业化的管理团队来实现对于品牌运营主体的相关指导,进而导致在农产品的集体化生产和销售的过程中,缺少品牌顶层设计的力量,也未能充分的明确品牌所需要达到的战略目标。当下,陕西省的各地区在农产品发展方面主要以短期的目标作为主要方向,充分考虑了各地区特色产业的种植规模产量以及销售,但是真正的实践过程中还存在着,相关政府部门与农产品经营主体之间目标很难达成一致,推动农产品附加值的增加成为推动农业经济发展的重要问题之一。由于缺少农产品品牌整体规划,导致在产品产业化建设以及运输过程中还未形成完整的供应链,很难能够保障农产品质量,进而影响农产品的品牌。

3.2 产品优势过于局限,未形成产业融合与价值延伸

在产品产业化价值发展过程中生产环节往往是基础环节,但是由于陕西省农业生产的分散性和机械化程度相对较低等各类特征,导致相关产品在市面上很难能够获得较强的竞争核心力量。此外,由于相关运输和冷链等基础设施还有很大的建设空间,导致农产品在整体流通过程中所需要消耗的成本较大,导致现代化的农产品竞争仅仅局限在第一产业内,没有有效的打通一、二、三产业价值链。促进相关产业融合,是保障农产品品牌作用的重要支撑,同时也是吸引相关资本融的有效途径。尽管当下陕西省各地区已经尝试以吸引产业资本来作为重要策略实现乡村振兴,但是在品牌建设方面还缺少必要的力量,支撑效果不够完善。

4 乡村振兴战略背景下农产品品牌建设策略

4.1 树立全员品牌意识,强化品牌保护

建立区域型农产品品牌,就必须要在同类数量较多的农产

品中实现农产品差异化,真正注重农产品产业集群,建立实现整体化发展,突破传统的产品使用价值的认知局限,可以通过充分的在以往单纯注重能产品的基础之上更进一步的扩大包装以及商标设计和售后服务等各个环节,提高产品的特异性。在实体操作应用过程中,建立农村产品的品牌要注重给消费者形成一种产品整体认知,使得现代化的农业产业真正地出现一荣俱荣,一损俱损的实践关联效应。与此同时在区域地方,农产品品牌建设过程中还需要提高区域内居民的共同认知,提高荣誉感。此外,地方各级政府还需要设立专业的服务部门来,致力于研究本地区农产品的特色,明确产业发展的主要方向,确定本地区形成独具特色的产业链,进而确保在政策制定与制度落实方面更加具有针对性。

4.2 理清品牌内涵,明确品牌发展定位

品牌所涉及的内涵意义非常广泛,不仅涉及产品的基本名称和特性,还涉及区域特色以及产地品牌等。一般来说,农产品品牌概念所涉及的主要包含有产业品牌、区域品牌以及原产地品牌等。产品品牌主要是区别不同产品的标准,也是我们所认为品牌内涵的外在表现形式。而区域品牌则是影响力设计范围相对较小,在一定程度上确定地方产品和整体信任形象的认知。产业品牌的主要指的是产业集群在发展过程中经历一定发展阶段之后达到相关程度,已经初步具有市场影响力所形成的一种品牌效应。各种品牌之间既有联系又有相关联之处,因此陕西省在确定各地区的品牌之间,不需要牢牢把握地方经济特色基础之上明确品牌发展定位为综合利用各类品牌来制定相关政策,确定产品的定位,制定相关发展策略。

4.3 促进农产品直播带货

近年来,直播带货作为一种新型线上销售方式迅速升温,通过在微信,抖音快手等视频软件上发布农产品的视频,打破了地域的限制,成为激发消费潜能的重要推动助力。陕西省有着丰富的农产品和特产,也有很多成功地直播带货的案例,应该积极学习目前时兴销售方式,多使用各种直播带货的方式,开展线上销售将陕西的农产品让更多的人看见,从而促进农业的发展农产品的销售和农业品牌的提升。

5 结语

综上所述,通过保障农产品品质提升、形成产业品牌化发展效应能够很大程度上促进现代化农业产业发展、农业各环节良性循环发展,真正切实提高产业经济发展。在新的时代背景之下需要要求各级地方政府加强政策落实、建设优质农产品供应基地、推动农产品销售,促进农业产业链完整,多开展销售渠道,只有这样才能够推动落实乡村振兴,才能够更好地实现农民生活富裕、农业现代化发展。

参考文献:

- [1] 苟晓梅,李明.乡村振兴下盐城恒北早酥梨品牌视觉形象设计研究[J].包装工程,2021,42(22):367-373.
- [2] 饶莉,邢浩.乡村振兴战略下精准扶贫助推江苏电商供应链重塑的策略研究[J].商讯,2021,(32):4-6.

作者简介:

屈佳,女,(1983-)汉族,陕西西安人,副教授,硕士研究生,西安培华学院财管专业教师,研究方向:农村经济农业品牌研究;

冀子恒,男,(2002-)汉族,陕西渭南人,本科在读,研究方向:农业经济发展。