

DOI: 10.12361/2661-3263-06-05-138628

品牌扶贫模式研究

——“福来汐”架起幸福路

魏 薇

哈尔滨商业大学, 中国·黑龙江 哈尔滨 150028

【摘要】随着脱贫攻坚进程的开展,通过品牌扶贫帮助贫困户销售其自产的农产品来提高收入的方式受到很多贫困地区的采用和认可。目前哈尔滨商业大学驻齐齐哈尔市依安县新发乡福来村驻村扶贫工作队,在福来村驻村扶贫过程中采用了品牌扶贫的方式脱贫增收,本文总结了对于福来村运用品牌扶贫模式经验,为黑龙江省品牌扶贫模式提供参考借鉴。

【关键词】品牌扶贫;福来村;脱贫增收

Research on the Model of Brand Poverty Alleviation

——“Fu Lai Xi” Set up the Road of Happiness

Wei Wei

Harbin University of Commerce, Heilongjiang, Harbin, 150028

[Abstract] With the development of the poverty alleviation process, many poor areas have adopted and recognized the way to raise income by helping poor households sell their own agricultural products. At present, the Harbin University of Commerce in the Qiqihar of Fulai Village, Xinfa Township, Yi'an County, has adopted a brand-name approach to alleviate poverty and increase income in the process of poverty alleviation in Fulai village, this paper summarizes the experience of Fuloe village in applying the brand poverty alleviation model to provide reference for Heilongjiang's brand poverty alleviation model.

[Keywords] Brand poverty alleviation; Fulai village; Poverty alleviation and income increas

引言

总书记指出推动中国制造向中国创造转变、中国产品向中国品牌转变。2017年,中共中央、国务院发布《关于开展质量提升行动的指导意见》,对质量强国建设、质量品牌发展提出具体要求和制度措施,而中国贫困地区同样面临着观念转变、战略转型的重大抉择。因此必须把品牌建设贯穿于经济发展的各方面和全过程,以品牌扶贫的新思路,推动贫困地区产品和服务融入全国大市场,为脱贫攻坚与乡村振兴注入持久动力。

品牌扶贫模式是指为贫困地区进行品牌人才培养、设计有效的品牌战略规划,扶持其打造农产品区域公用品牌,通过普惠式的产品溢价,提升区域经济价值,提高农民的精神气质与创新水平,实现扶贫、减贫、消贫目的的举措。实现品牌扶贫,可以借助品牌战略提升贫困地区产品的产业价值,提高区域及其他相关产业的品牌化程度,创造品牌溢价,提高农民收益。

黑龙江省为农业大省,是我国重要的粮食生产基地,农业是地方经济发展的支柱性产业。而哈尔滨商业大学驻齐齐哈尔市依安县新发乡福来村驻村扶贫工作队,在福来村驻村扶贫,通过品牌扶贫帮助贫困地区将其农产品向外销售,增加农民平均户增收4000元以上,实现了带动农村经济发展、实施扶贫、加快脱贫增收的目的。本文介绍了对福来村进行品牌扶贫的发展概况,总结了优质的种植环境、绿色的种植条件、多元的品牌设计、有力的后方支持经验,以期为黑龙江省其他地区农村品牌扶贫模式提供对策及建议。

1 福来汐品牌扶贫发展概况

1.1 福来村基本情况

福来村是哈尔滨商业大学对口扶贫地区。2017年6月哈尔滨商业大学驻齐齐哈尔市依安县新发乡福来村驻村扶贫工作队调查发现,该村现有建档立卡贫困户44户108人,贫困发生率为0.597%。全村总面积19395余亩,全村耕地17237亩,人均7.5亩,均为高岗地。该村以种植玉米农作物为

主, 以种植甜菜、马铃薯、菇娘、鲜食玉米等为辅。村集体用地非常少, 没山没水, 没有村集体经济, 没有村产业带动, 发展困难。

由于缺乏合适的供货、销货渠道和需求量, 受经济意识不强、市场信息闭塞等因素影响, 贫困户种出的超出自家食用数量的菜大多都烂在园子里, 经济效益低。因此, 发展品牌经济是高效配置贫困户的劳动成果, 拓宽增收就业的重要渠道。

1.2 品牌扶贫经济发展情况

2018年4月, 哈尔滨商业大学驻齐齐哈尔市依安县新发乡福来村驻村扶贫工作队经过驻村近一年的摸索和调研, 发现农村小园菜以细耕、绿色、品质卓越的特点在大城市非常受欢迎, 福来村农户的小园几乎家家都有1亩多, 结合福来村因病致贫84.4%的比例, 开始计划利用农户的小园发展品牌经济。福来村房前屋后距离近、面积小、劳动量少, 凭借这些独特优点种出的蔬菜品质是最好的, 也是城市居民最青睐的。首先工作队计划运往哈商大, 先进行零售卖给老师和学生, 最后由学校食堂等兜底保障, 再对市场 and 效益进行一个初步评估。

8月、10月, 工作队将第一批原生态的有机蔬菜——严选的鲜食粘玉米、秋菜等分两次运往哈商大销售。纯粹的农家小园蔬菜受到广大师生的喜爱, 也让村里的贫困户实现了增收, 共收入了38000多元, 如果按全村贫困户计算平均增收了800多元, 农户原本滞销的有机蔬菜有了初步市场。

2018、2019两年时间工作队带动贫困群众, 将种植的绿色农产品采取小园农产品“从田间直接到筷头”的销售模式, 面向学校教职工开展“校园售菜”活动以及食堂采购的消费方式, 为福来村村民增收12万元。在整个工作队的协调下, 学校积极落实国家消费扶贫政策, 与福来村签订20万元农产品订单, 为福来村发展品牌经济打下坚实的基础和群众的口碑。

在2019年, 工作队帮助福来村申请注册了“福来汐”绿色食品商标并且设计产品外包装, 并于8月完成了系列干菜加工所需设备的购置和加工场所内部装修, 现已试生产了豆角丝、茄子干和土豆干, 脱离哈商大这个“扶贫市场”, 用公平的价格走出去, 通过网上平台进行销售, 走向大市场、大平台; 同时加强生产过程质量管理, 确保产品符合质量安全标准; 完善外包装, 于第七个全国扶贫日开展品牌推广销售, 干菜、杂粮供不应求, 先后有3家媒体对销售活动进行了报道。经过3年的引领示范和带动, 贫困户逐步走上自主脱贫致富的道路。

3年的实践证明, 福来村44户建档立卡贫困户的种植结构发生了明显的变化, 福来村也随之建立“福来汐绿色食品孵化基地”, 厂房库房规划施工, 选设备, 人员分工……福来村平均户增收4000元以上, 贫困户的内生动

力不断提升, 思想观念不断改变, 家庭收入可持续性不断增强。

2 福来汐品牌扶贫发展模式经验总结

2.1 优质的种植环境

福来村地处黑龙江省, 气候温和, 年降水量适中, 拥有17237亩优质黑土地, 其有机质含量高达5%-7%, 是黄土地的数倍, 适合种植大豆、玉米、甜菜、马铃薯等作物, 在发展种植业方面有着先天的地缘优势, 有益于种植优质的农产品。而福来村的贫困户每家的小园都在半亩地以上, 房前屋后小园距离近、面积小、劳动量少, 福来村年老体弱多病贫困户也可参与, 即可以提供及时新鲜且足量的应季时蔬。以上优质的种植环境可以为农产品的高品质打下坚实基础。

2.2 绿色的种植条件

福来村的贫困户每家的小园都在半亩地以上, 有的还种着外出农户的, 平均下来近一亩的农家小园种的都是不施化肥, 不喷农药的绿色农产品, 均使用自产有机肥料, 保证了所有产品全部纯绿色无污染, 这种相对优质的种植条件也成就了福来村农产品品质高、城市消费者口碑好的特点。

福来村以甜菜种植为引领, 优化种植结构, 开展规模化经营, 提高种植业收入。期间种植甜菜用种的基本质量要求为种球直径(粒径)在2.5毫米以上, 净度98%以上; 发芽率, 二倍体品种不低于75%, 多倍体品种不低于68%。福来村甜菜种植形式主要是垄作, 结合该县当前的实际自然条件, 在种植上采取50-60厘米小垄及97.5-105厘米大垄进行种植, 公顷密度8-10万株, 在生产中安排种植密度肥地宜稀, 瘦地宜密。福来村的甜菜产业已形成规模, 形成稳定的、长效的扶贫模式, 提高贫困群众脱贫内力, 引领贫困群体实现脱贫, 实现全村共同富裕。目前福来村正在整合土地资源, 现已种植甜菜2700余亩, 并继续为贫困户带贫增收和壮大村集体经济积累。

福来村的大豆都是从东北农业大学引进的农豆——253高蛋白大豆, 蛋白质含量高于普通大豆品种3-4%, 糖分含量高出30%, 平均产量高出其他品种100-150斤/亩, 具有高度抗病抗倒伏特质, 耐盐碱; 株距10-15厘米, 株稀荚密, 不仅有利于在播种时节省种子, 而且生长时拥有充足的生长空间, 植株通风好, 具有单株结荚多、产量高的优势; 同时此种农豆为东北农业大学普兰种业特有的包衣大豆种子, 能显著减少病虫害的发生, 耐低温, 抗干旱, 可比照同品种下包衣种子增产3-5%。经过福来村土地种植结构调整, 现大豆种植2200余亩, 同一块土地以三年为次数周期种植大豆, 收获农作物生产者补贴每亩238元。

2.3 多元的品牌设计

“福来汐”品牌外包装样式以及商标图样由哈尔滨商业大学设计学院和艺术学院以及计算机学院师生提供创

意和想法, 经过集思广益与多方合作, 最终设计出申请品牌的图片样式, 并且由老师手写包装上的毛笔字样, 由此完成“福来汐”绿色食品品牌的商标、产品包装的设计制作。多方专业人员共同出力设计, 使得各种想法能碰撞出多元的设计成果, 最终以现代化的外包装受到消费者的欣赏和肯定, 增加了“福来汐”品牌在消费者中的好感印象, 从而能够提高销量。

2.4 有力的后方支持

福来村农户的小园里种出的蔬菜都是绿色有机的好产品, 但由于地理位置等原因到城里去零售难以实现, 导致绿色农产品在村中滞销。在这种情况下, 哈尔滨商业大学提供支持, 先将农产品运往学校帮助农户去卖掉, 解决了运往城里时因运输路程太远且不能保证在时令蔬菜开始变质前卖掉的问题, 将损失降到最小, 保证了村民的种植积极性不被影响。期间将农产品先零售卖给老师和学生, 最后由学校食堂等兜底作保障, 在这样的帮助下农产品收入了38000多元。学校为“福来汐”产品提供坚实的后方支持, 使得品牌打开城市大市场, 得以进一步发展。

3 完善品牌扶贫的对策及建议

3.1 优化农产品现代化营销手段

“福来汐”品牌的销售渠道要畅通, 建立稳定的销售平台, 坚持“传统销售模式”与“现代电商模式”相结合, 充分意识到电子商务是未来农产品流通的流行趋势。线上销售方式包括利用自媒体进行线上宣传和销售, 将庭院种植和田间管理等环节视频实时上传或以直播的形式, 让消费者了解生产渠道和具体过程; 借助小康龙江扶贫电商平台, 帮助贫困村将绿色特色农产品与大市场对接; 研发销售“福来汐”农产品的APP, 在软件中显示用户订购农产品的生长状态、运输路径等信息, 促进农产品流通的信息化、集约化发展。线下销售方式包括与当地农产品加工企业签订回收订单, 鼓励各级机关、国有企事业单位等在同等条件下优先采购贫困地区产品。

3.2 强化政府品牌路线扶持政策

走品牌化路线, 政府引导是关键。第一, 建议政府出台支持福来村农产品产业化、品牌化发展, 加强政策推动, 营造良好发展环境。第二, 确保财政引导资金, 持续加大农产品产业的财政投入, 创新设立产业发展基金。第三, 加强行政指导, 积极指导完善商标使用管理规则, 规范商标使用管理, 围绕贫困村主导产业和产品发展, 强化商标品牌产业扶贫培训, 丰富培训内容, 开展针对农产品生产者的公益性培训及扶持项目。第四, 推广新型生产技术, 加大对现代化技术的普及力度, 加快农业生产机械化、现代化进程, 提高生产效率。第五, 建立以政府为主导的多层级农产品交易平台, 由政府整合信息, 进行供求关系的宏观调控, 同时提供当地当季价格信息, 最大程度保障农民利益。

3.3 强化贫困户品牌化意识引导

完善对贫困户的实用技术推广、小额贷款支持、市场意识培训和风险补偿保障, 让品牌意识从最基层农户开始培养。引导农户跳出积极寻求更广阔的销售平台, 多渠道了解农产品价格、需求等市场信息, 成为生产销售链条中的主动方, 掌握主动权, 从而获得更多的利润, 提高收益。

3.4 致力于商标品牌化宣传工作

切实加强“福来汐”的商标品牌建设, 举办“福来汐采摘节”品牌活动, 借助电商平台、主流媒体、新型媒介系统宣传推介, 增加广告投入, 如微博广告、微信广告、公共交通广告等, 进一步提升“福来汐”品牌产品的曝光率和知名度, 培育高知名度商标, 充分发挥商标品牌效应有效运用, 发挥带动效应。

积极参加全国各种农业展会, 重视各种农业节庆活动。在全国的农业展会中, 不仅可以与全国各地品牌进行深度交流, 学习其他品牌的成功经验, 总结各种品牌在发展中遇到的困难, 在日后予以避免和解决, 而且可以积累自己品牌在全国各地的知名度。同时在各种农业节庆当日, 抓住时机推出优惠活动, 让产品更好的走近消费者。

4 结束语

随着如今的大趋势, 品牌消费成为发展经济的新兴力量。在脱贫攻坚的道路上, 实行品牌扶贫能够大大改善贫困地区的经济状况, 实现致富增收, 乡村振兴。品牌扶贫将一二三产业相融合, 将庭院绿色农产品以品牌的方式通过订单直接销售给消费者, 或由村合作社统一收购, 再加工成干菜等土特产, 通过线上或线下销售。要完善品牌扶贫, 就要从拓展销售渠道、创新流通方式、扩大宣传力度、加强品牌影响力、增加品牌产品类别等方面着手。与此同时, 基于我们对黑龙江省齐齐哈尔市依安县新发乡福来村品牌扶贫调查研究以及深度探讨, 希望此次调研成果对于优化福来村品牌扶贫的调查分析不仅具有学术意义, 更具有积极的现实意义, 对促进其他村通过品牌扶贫的方式脱贫攻坚提供一定的参考价值, 进而为国家贫困地区脱贫致富添加动力。

参考文献:

- [1] 钟鹏, 马冬君, 康昕彤, 孙中义. 精准脱贫下的农村庭院经济发展模式探索及推广[J]. 黑龙江农业科学, 2020(11): 84-86.
- [2] 赵静. 邯郸市产业扶贫存在的问题及对策研究[D]. 河北师范大学, 2020.
- [3] 汤颖枫. 蕲春艾草产品品牌建设调研报告[D]. 中南财经政法大学, 2019.
- [4] 赖如宜. 精准扶贫中的驻村工作队研究[D]. 南昌大学, 2018.