

乡村振兴战略下佳县红枣公用品牌价值提升策略

冀子恒

(西安培华学院会计与金融学院 陕西 西安 710125)

摘要:从二零一七年党的十九大文件第一次明确提出落实乡村振兴政策开始,截至二零二一年,中央政府先后五年颁布的一号文件均对农村经济建设给出了具体规定。文中明确提出了"推动地区农产公用建设,鼓励各地以资源优势公司和行业协会为基础建设地区文化特色名牌,引进现代要素转化提高中国传统文化名优品牌",对当地人民政府进行了农村名牌培育方面的指明了方向。提升农业的公共产品是农村改造提升的实际需要,也是实施农村复兴计划的关键路径,对地方经济社会建设有着历史性、里程碑式的重大作用。榆林佳县红枣产业近年来发展迅猛,同时也存在诸多问题。本项目将结合近年来国内外农产品区域公用品牌建设的典型案例及模式研究的理论成果,运用文献研究法、实地调研法、问卷调查法等方法综合分析发展现状,总结红枣区域公用品牌发展中的经验,发现其发展问题,提出相应的提升策略。

关键词:榆林佳县;农产品;区域公用品牌;综合分析;提升策略

Strategies for Promoting Public Brand Value of Jiaxian Red Dates under the Strategy of Rural Revitalization

Ji Ziheng

(School of Accounting and Finance of Xi'an Peihua University, Xi'an, Shaanxi, 710125)

Abstract: Since the 19th National Congress of the Communist Party of China (CPC) put forward the implementation of the rural revitalization policy for the first time in 2017, as of 2021, the Central Government has issued the No. 1 Document for five years, which has given specific provisions on rural economic construction. The article clearly put forward the idea of "promoting the construction of regional agricultural public utilities, encouraging local governments to build regional cultural brands based on resource advantage companies and industry associations, and introducing modern elements to transform and improve Chinese traditional cultural brands", and pointed out the direction for local people's governments to cultivate rural brands. Promoting agricultural public goods is the actual need of rural reconstruction and upgrading, and also the key path to implement the rural recovery plan. It plays a historic and milestone role in local economic and social construction. The jujube industry in Jiaxian County of Yulin has developed rapidly in recent years, but there are also many problems. This project will combine the typical cases of regional public brand construction of agricultural products at home and abroad in recent years and the theoretical results of model research, use literature research, field research, questionnaire survey and other methods to comprehensively analyze the development status, summarize the experience in the development of public brand in jujube region, find its development problems, and propose corresponding improvement strategies.

Key words: Jiaxian County, Yulin; agriculture products; Regional public brand; Comprehensive analysis; Promotion strategy

引言

通过对近年来"中央一号文件"的理解,可看出我国农村正在经历由传统农业向现代农业过渡的关键时期。国家一直支持发展优秀企业到知名品牌,再到正式提出区域农产品公用品牌,不断强调品牌对于农业发展的作用。

本课题以佳县的红枣区域公共品牌建设问题为主要研究目标,通过对当地红枣品牌价值建设的现状研究,并结合农产品地域公共品牌的概念含义、特点与发展趋势,对于研究陕西的农产品地域公共品牌建设有一定的参考价值,为陕西省甚至整个国家区域范围内的农业地域公共品牌奠定理论依据。对国内农产品区域公用品牌打造的经典实践和方法做出优势研究,针对当佳县红枣区域品牌建设发展现状有利条件分析,探讨劣势和不足,找到适合佳县红枣区域公用品牌价值提升策略。

一、佳县红枣区域公用品牌发展现状分析

佳县地处中国陕西省东北部,黄河上游晋陕峡谷西岸,全县的国土面积为20.27亿hm²,下辖十一个县五个镇六百五十三个行政村,总人口约二十七万人,其中农村人口约二十三点六万人以其独特的地理条件形成了枣树的优生区由于社会主义市场的开发,红枣产业已逐步被国家确定为佳县产业。佳县也是"中国红枣名乡",已有三千余年的种植历史,是中国最早的红枣最初起源地和主要生长地区之一。

(一)产品区域优势明显

佳县既是陕西省的红枣出产大县,又是中国红枣五大产地之中,栽植有着三千多年之久的发展史。佳县的红枣以个大肉鲜,养分充

足而号称"木本粮食"、"铁杆庄稼",鲜枣有"活维生素丸"之称。红枣对生态气候环境适应性较强,喜温和,半湿度,日照充裕,日夜温度变化大的生态天气环境,特别是在盛花期(6月中下旬)温度需求较高,深入到结果期(8月中旬-9月)需良好的照明必要条件,且日夜温度变化大,利于糖分积聚。佳县是中国陕西省最北部黄河边的一个县市,处于大陆性季风天气区域,四季分明,但日夜温度变化大,照明充裕,雨水偏少。各方面的气候条件都利于优良红枣成长。地形地貌属黄土高原丘陵沟壑区。具有得天独厚的发展红枣生产条件,且项目区远离城镇工矿区,无任何工矿企业污染。优良的环境条件是生产绿色食品的优生区。

(二)品种资源丰富,注重品种选优

据统计,佳县拥有5个红枣种群,品种多达40余个。其中大红大枣、母枣、方木枣、锥枣、脆枣等,属全国少有的优良品种,抗病力强、品质好、商品性好。这些枣的特点是:个大、核小、肉厚、皮薄、味香、含糖量高(达70—80%)。并从本地多个速生良种中,选择出了商品性好、长势较旺的佳县红枣品种,对地方产出率较低,质量不好的县枣园实施了高嫁换头改革,并同步引入外地来优质品种。

(三)产业基础设施相对完善

近年来,随着全县的红枣产区重新调整、主导产业转变升级,红枣生产的发展局面也出现了重大转变,来自于区域内部转变升级的瓶颈制约、其他区域红枣的外来冲击、特色产区发展和科技创业的內驱动等,对佳县红枣生产造成了很大的冲击。在精深加工上,推动加工、销售、仓储、冷链、运输五位一体"的标准化红枣加工

厂项目建设。同时,加大红枣产品开发、有机认证、技术推广、加工和产品销售力度,开发红枣多糖提取、枣芽茶等附加值产品,发展枣木香死大棚、枣木工艺品加工等产业,多渠道增加农民收入。现已成立蜜蜂养殖协会、建成枣木香菇大棚 50 余座。在技术研究上,为强化与研究高校协作,与西农大、西交大等研究高校形成了长效性协作模式,并联合实施“四个一批红枣产业技术项目建设,即开展一个红枣高新技术专项,建设一个红委技术和成果转移示范基地,开展一个红枣产业技术示范工程项目,建立一个红枣技术示范镇、示范村、示范点。佳县一直秉承着建立“中国优质有机红枣产业基地”的发展目标,积极地组织技术力量攻坚,狠抓项目基地建设、精深加工技术和产品管理工作,实实在在推进了中国红枣工业化进程,有效推动了中国红枣提质增效。

二、红枣区域公用品牌建设现状及问题

(一) 定位不够清晰

主要体现为产品多且杂,良种质量较低。据初步查明佳县现在的红枣种类约有四十五个,而许多产枣大圳的村子种类也有十种以上。由于当地枣农科技栽培水平薄弱,以至于良种选优与创新并没有受到地方关注。速生品种还没有科学研究与发展。生产方式比较简单,增值环节较少,综合增值不大。产业融合进程较为缓慢。随着人民生活水平的提升消费观念的转变、交通运输的方便,以及国内市场经济的开发,佳县红枣的利弊也日益显现。

(二) 红枣品质下降

因为地区的自然环境条件很利于枣树生长发育,所以枣农们对种植枣树很早就有了解。但由于二十世纪农村土地联产承包责任制的实施,沿黄乡镇农村也开始大规模种植枣树,但由于建园时多不标准化,没有严格管理,随其自然生长,最终后果致使枣体较高,给修剪、防虫和采集等提供了很多麻烦,也形成很多森林式枣园,使很多枣园陷于粗放经营的状况,其次近年由于红枣基地生态脆弱,受自然灾害影响很大,随着花期的长短遇到旱灾或大雨可引起焦花、泡花,从而减少了座果量。红枣在成长期遇到大连阴雨,直接引起了裂果霉变。同时由于地区自然环境的改变,杂食性有害生物如绿盲蝽等强烈影响了枣树健康生长与发育。

(三) 管理运营水平有待提高

规范管护难度大,且枣业生产组织性水平低下,而且枣树多种植在山岭上不利于机耕,于是大批农户进入了都市,好多产枣大户也抛弃了枣树改作其它。因而红枣新技术推广与标准化管理困难很大,枣农与市场经济之间的有效联系制度并不健全,龙头企业与枣业之间合作促进农民生产的力量太弱,组织化程度低下,不能建立“公司+基地+农户”的产业化运营模式

(四) 品牌建设环境薄弱

佳县实施农业信息化过程中,建立农业的公共产品成为趋势,该县五十八个红枣生产公司,产品多且乱,显示了有“牌”无“品”,红枣包装以散装为主。品牌实力薄弱,地方公共品牌打造主体不清晰、品牌经营力量不足、公众参与性不高,导致佳县红枣的认可度偏低,无法提高农产品知名度。

三、对佳县红枣区域公用品牌发展的对策建议

(一) 明确品牌意识

推进农业品牌战略,是一个很复杂的工程。佳县红枣区域公用产品项目在开发进程中,需要从全局考虑,整体策划。推行农业品牌战略需要转变观念,建立与农业密切关系的品牌意识,并充分认识建立地方产品的名牌意识,在佳县区域经营开发策略的指导下,因地制宜,建立地方优势产品,打造真正具有优势的红枣产品,从而提升农业技术含量和商品化水平,根据促进地方农业增产增收的需要,完善对红枣绿色、有机食品、国家地理标志食品认定等的质量管理工作,从而建立地方知名农产品品牌,扩大高品质绿色枣制品的市场供应力。充分利用国内外知名的新闻媒体,加强对“佳县红枣”重点产品的宣传推介工作,全面提高佳县的红枣市场占有率和重点产品知名度。同时集中力量培育每一个重点产品,在国家总战略目标的指导下,从全面入手,以整体为指导原则,明确了

品牌战略框架设计。

(二) 构建价值体系

榆林佳县是中国最早的老红枣发源地和产区之一,为了进一步挖掘和弘扬老枣树的红枣历史文化,增强佳县红枣在国内市场上的历史文化魅力,进一步增强红枣产品销售市场附加值,需要发掘品牌价值文化内涵,讲好品质叙事,树立社会主义核心价值观。这并不仅仅单纯的产品设计 VI 体系,而且要建立好理念识别系统,进行对品牌价值的差别化生产定位+系列化经营配称。榆林佳县的红枣文化底蕴古老,通过融合陕北劳动人民深厚的地方特色,黄土文化、现代农业文化、黄河文化,因地制宜地建设地方红枣文化产业特色乡镇(县),通过发展枣旅+康养融合产品,将形成独特的地方红枣文化产业名片,因此佳县泥河沟村千年枣园经济价值也亟待进一步挖掘,通过把千禧枣树的历史故事和现代农业品牌建设发展战略结合,将形成独特的名牌体系,这一名牌根植于黄土高原中心腹地,丰富的地方文化底蕴可给该牌子带来源源不断的精神力量支撑。

(三) 创新宣传手段

农产品区域公共品牌宣传是区域内优势农产品进入市场的重要手段和落脚点,是有效打通农产品产业链与物流管理的重要途径,所以,在佳县红枣品牌宣传的推进环节上,首先强调地方政府在农产品区域公共品牌宣传中的主导作用,通过制定公共品牌宣传扶持奖励政策,以吸引和激励地方传统、优势、独特的农产品进入公共品牌宣传营销系统。引导城乡资本、人力、技术等要素资源向农产品区域公共品牌聚集,提供一种促进公共品牌快速普及和良性发展的环境。

其次利用品牌推广传播的方式资源,要建立佳县红枣区域公共品牌策划系统,包括宣传体系、标识系统、推广机制等,通过绘制品牌推广图片,举办巡回推介会、区域产品信息发布会、互联网宣传活动,着力形成和培育公共品牌策划推广活动的良好社会环境。另外,通过各种产品宣传的具体手段来促进产品传播,通过展览、宣传折扣、产品赠送、联合宣传等手段,增加人们对该企业产品的了解与接触面。还要通过定期或不定期的大型营销宣传活动,提高对佳县红枣产品的公用品牌美誉度,在广大用户心目中建立农产品企业的独特定位。

三要通过在奖励、配套、推广等方面形成区域名牌宣传机制,充分调动农产品企业与社会团体参加名牌宣传活动的积极性和主动性,引导农产品企业特别是农业龙头企业在国内各大新闻媒体和电子商务平台上对农产品名牌与竞争力区域公用名牌进行大量宣传,并积极推广佳县红枣名牌,提升了品牌影响力。

(四) 发挥产业集群效应

改变过去单一的种植业经营方式,通过与红枣生产整合的途径发展壮大村级集体农业和农民个体经济,以红枣生产为主体,以发展农业为核心,以产业经营为重点,一二三产紧密结合,农文旅养交融,打造榆林佳县红枣文化产业主题乐园,建设陕北红枣城,培养佳县的经济增长新动力,促进乡村振兴发展和农户增收致富,促进佳县红枣生产更高水平的发展。通过佳县红枣的公用产品的生产建设逐步形成产业化开发,以引导当地的农副产品走出去,并借助生态红枣林、农家田园、古民居、文化民俗等旅游资源优势,从而整合了榆林佳县的小杂粮产业链,建立产品集群发展。

参考文献

- [1] 乐陵金丝小枣区域品牌价值提升策略研究[D]. 王伟伟. 山东师范大学 2019
- [2] 榆林市红枣产业现状与发展对策[J]. 申世永, 张春妮, 张永强, 郭彩云. 防护林科技. 2020(01)
- [3] 关于陕北红枣产业发展的思考[J]. 郝哲. 北方果树. 2019(06)

作者简介:

冀子恒(2002-),男,本科,西安培华学院 2020 级财务管理系学生,研究方向:乡村振兴。