

有机农产品品牌化建设的发展策略研究

张 璘

吴堡县农产品质量安全中心 陕西榆林 718299

摘要:随着我国现代化进程的加快,各行各业都在科技化信息化发展的过程中快速发展。我国作为农业大国,在以往的发展中,民生产品主要停留在初级农产品中,农产品的销售情况一般,但随着经济的不断增长,人们对生活质量越来越高,也逐渐导致越来越多的农产品出现了质量问题,信息化发展的差异导致农产品质量在市场竞争中走下坡路,而农产品品牌的创建可以很好的改善这些问题。通过对农产品品牌的创建不仅能改变人们对农产品质量的认可,还可以增强农产品在市场上的竞争力。因此,本文对陕北地区有机农产品品牌的创建进行分析,并提出品牌创建的发展措施。

关键词:有机农产品;品牌化建设;发展策略

引言:

以乡镇农业品牌创建的具体要求为标准,认真贯彻落实省市农产品工作的重要作用,创新绿色有机的生态理念,根据当地实际地理特色及农产品特色,积极创建农业产业链资源,为当地建立一批具有知名度、信誉度高的农产品品牌。充分体现品牌力量,开创出一批有机农产品品牌的发展路线,以品牌力量提升农业竞争力,增强现代农业的可持续发展。

1 有机农产品品牌化建设中存在的问题

1.1 有机农产品品牌认证问题

在对于有机农产品在品牌认证的管理中出现监管不严谨,对品牌认证管理没有起到积极的作用,但是有机农产品的品牌认证过程是一个系统性行为,在创建品牌时,会对农产品生产、认证等几个重要的阶段进行严格要求,这就要求监管部门加强对农产品在创建品牌过程中实施监督,如果在进行产品认证中,过于要求认证,却没有对有机农产品的生产信息和实际物品进行核实,如此对农产品的品牌认证会使大家对农产品产生负面信息,从而导致农业经济上升缓慢。所以,在对农产品品牌创建中,监管部门要以身作则,做好有机农产品品牌认证的工作。比如,在对农产品进行认证中,只是想品牌效果做到强大,而忽视了农产品本身的质量,这样以来,即使品牌效果再强大,到最后也是枉费消费者的信任。对于大众的消费观念,往往是一个物品的品牌效果趋势他们的购买欲望,并且同时起到了宣传作用,对农产品品牌创建没有带来积极的影响。所以,相似品牌创建时,要做好切实的调研工作,严格把控产品质量等

各项要求,再实施创建方案计划^[1]。

1.2 有机农产品管理问题

品牌创建的过程是需要建立在工作人员严谨的工作职责和态度上。在品牌创建的问题中,首先,要制定适合品牌自身的工作制度和精确的检测设备,其次需要一个能力较强的工作团队,这些都是创建品牌效应的必备条件。在制度管中,要结合农产品自身的特色,和市场中购买人群的设定。在进行品牌认证中,工作人员对于农产品的管理状况直接影响了农产品品牌设立的成功与否。

2 有机农产品品牌建设发展的对策

2.1 提高农产品质量安全

农产品生产不仅在于产量要更加注重质量的提升。陕北地区还需要把有机农产品的科研成果、农业补贴、项目投资等条件大量投入有机农业的发展和质量的改进中,企业实现质的突破,也提升了其效益的发展。管理方式不仅仅局限在行政中,要更面向市场化,要吸取市场化理念和信息化手段加强有机农产品的发展工作,发挥企业质量安全管理优势^[2]。

2.2 引导有机农产品品牌建设正确快速地发展

科技农业带动现代农业经济的发展,有机农业逐渐成为现在农业种植的发展方向。现在消费者更加注重有机食品的选择,其中有种植和有机农产品已成为市场竞争的主要方向。当前,陕北地区有机农业还处于发展中阶段,对于有机科研技术和有机组织结构都不完善,在有机农产品品牌认证中,政府部门起到了重要作用,在认证中,要遵循政府机构的方案和措施,对有关管理制度进行更新,同时加入到农业发展的重要内容中,在品牌创建的过程中,需要有关部门对企业进行规划引导。在建立有机农产品品牌的发展过程中,其有关部门制定出一套符合其自身的发展方案,在品牌创建的过程中,

作者简介:张璘,女,汉,(1973.07),陕西省榆林市吴堡县,工程师,大专,研究方向主要从事:农业工程。

严格遵循规划方案,有助于品牌创建的快速发展。除此之外,还应在有机农产品品牌宣传时,要事先掌握品牌发展措施,和宣传过程中的保护措施。比如,在进行有机农产品品牌宣传时应该先从种植者的方向出发,种植者宣传的效果往往高于其他人。如果宣传者换为企业管理人员或他人,这样的宣传效果甚微,有时甚至起到了反作用^[3]。

2.3 建立品牌资产

有机农产品品牌资产的创建,企业应当为农产品选择一个合适的品牌设计,主要以容易区分、个性化的特征为设计元素,其设计元素的标准有:选择消费者容易记住或是回忆起来的农产品品牌元素,像是读起来会朗朗上口的名称或词语等,这样使消费者极易回想起来;创建品牌的有机农产品的真是信息,如品牌名称中可以显现出有机农产品生产地方、种植方式、营养价值等信息;品牌的设计要素在视觉或是语言等方面表现出强有力的吸引力,如在品牌的名称或是包装设计中暗示着对生命、自然或是信仰的尊敬和其体现的价值观;在品牌元素设计中能否将来还可以在别的种类推行时使用;品牌元素的设计一定要具有法律保护。在以上的元素设计基础上,企业再根据产品的独特理念,设计出完美的宣传营销方案,把品牌的真是意义推广到竞争市场中,并与之联合,从而实现陕北地区品牌资产创建^[4]。

2.4 设计品牌化战略

上面讲到品牌资产的创建,即品牌元素的设计。一般来说,企业在对有机农产品进行品牌创建时有三种选择:一是发展新的品牌元素;二是应用既有的品牌元素;三是结合新的和既有的元素。在品牌创建中遵循三个品牌化战略目标:有机农产品品牌化决策,有机农产品品牌延伸,有机农产品品牌投资组合。在品牌创建的决策阶段去也都会为宣传的产品选择适合自身的品牌名称,一般有四种选择:个别名称、通用家族名称、所有产品个别的家族名称及公司名称与个别产品名称结合。如果企业不想让公司的名誉和宣传产品有联系,那么,就可以选择个别名称。如果企业在创建中不想为之花费太多的成本,就可以直接选用家族名称。如果企业生产的有机农产品在特性方面相差比较多打,可以选择所有产品有个别的家族宁城。除此之外,如果企业的品牌效应在市场中有一定的影响力,企业就可以直接使用公司名称与个别产品名称的结合名称,把公司名称用作新产品的品牌的宣传,在使用个别名称使新产品有自身的独特性。

2.5 注重生产技术的提升,提升管理水平

传统的农业技术已成为过去,现代人的生活更加看中的是有机的、纯天然、无污染的农产品。因此,在有

机农业种植时化肥、农药等有害物质都不能应用在有机种植中。所谓有机种植,是需要建立在科学技术和农业生产技术的有机融合中所到来的全新的种植方式,因此,农业科研机构应加强相关技术的创新研究,在有机种植培养、病虫害防治、有机化肥等方面的研究创新,来改善有机农产品的质量,强化有机农产品在民生市场的竞争力。此外,有机农产品品牌企业应加强管理,完善管理制度,提升管理方式,积极推广现代化管理理念,从而实现科学、系统的管理系统。人员是企业第一生产力,因此要加强企业员工的培训学习,定期开展有机知识等相关事宜的培训、交流方式。企业人员自身素养提升也有助于企业的各项管理和发展^[5]。

3 有机农产品品牌创建和发展趋势

3.1 全面推广有机农业生产技术,特别是在有机肥料的应用,强化测土配方技术广泛使用,推进有机标准化的生产基地建立。此外大力使用清洁化生产方式,建立绿色有机管理制度,提高新技术的研究引用。对节约型,环保性病虫害预防技术。在提升有机化肥使用率和宣传高效低残性农药方面,强化系统预防,实现绿色有机化肥和农药的使用范围。

3.2 企业在创建商品注册商标时,力争做到省市、乡镇的驰名商标,创新发展自主品牌的独特性和市场竞争性的自律意识。企业要遵循省市品牌商标的有关标准,带领农产品品牌的发展,带动一些新型农业经营主体打造品牌、树立品牌。

4 结束语

农产品品牌的创建是乡镇经济发展的重要支柱,但是目前在品牌创建的过程中仍存在问题,想要在激烈的市场竞争中站稳脚步,政府部门应积极带领企业发展,为农产品品牌创建建立优越的条件,同时也应注重对有机农业相关技术的更新,来加快有机农业的快速发展,为有机农产品创建基础优势。

参考文献:

- [1]李海丽.农产品质量提升与品牌建设研究[D].山东农业大学,2019.
- [2]孙莉娜.农产品品牌建设问题研究[J].北方经济,2019,(14):25-26.
- [3]李龙川.“一带一路”促进古浪县品牌农业发展的对策建议[J].甘肃农业,2019(6):30-31.
- [4]刘建华.有机农产品品牌建设与市场发展趋势探析[J].农业开发与装备,2019(7):138,105.
- [5]王玉莲,李昌宇.论农产品品牌化建设的外部性及政策支持措施[J].东北农业大学学报(社会科学版),2018,(2):24-27.