

切实推进“品牌兴农”战略 实现农业经济科学发展 ——对扬州市农副产物形象发显示状的思考

2008年6月5日，国务院颁布了《国家知识产权战略纲要》（以下简称《纲要》），对我国运用知识产权制订促进经济社会全面发展作出了战略部署。《纲要》第23条提出：“充散发挥形象在农业产业化中的作用。踊跃鼓励市场主体注册和利用形象，促进农产物质量提高，包管食物安全，提高农产物附加值，增强市场竞争力。”《纲要》的推出，标记着“品牌兴农”战略已由过去的民间性、处所性的发展思路增商标转让 标价长到国度战略的高度，成为国度发显示代农业的一项重要举措。《纲要》的颁布实验，对各地继续推进“品牌兴农”工程具有深远的影响。在新形势下，笔者认为有需求对江苏省扬州市推进“品牌兴农”工程以来所得到的成绩与存在的不足进行阶段性回顾与总结，并从国度战略的高度，对如何进一步推进“品牌兴农”工程，尽早作出规划和部署提供参考。

2002年，在工商部门的大力鼓励下，扬州市开始不断推进以形象发展为首要内容的“品牌兴农”工程。近6年来，扬州市以“品牌兴农”为核心，以发展具有处所特色的优势产业为重点，踊跃指导农副产物工厂申请形象注册，大力搀扶优势农副产物、优势农业工厂争创品牌，有力地促进了农业向“产业化、标准化、外向化”转变。截至2008年7月底，全市共有涉农注册形象近700件，与2002年相比增长了400%。大米、鸭蛋、藕制品的品牌化率达到85%以上，水产物的品牌化率为50%摆布。品牌战略的实验，处所农业带来了蓬勃生机，也带来了可观的经济效益。

找准不足和差距

工商部门在调研中发现，在“品牌兴农”工程中，扬州市也存在着一一些问题。首先，思想观念有待转变。虽然在有关部门的宣传指导下，部分工厂和庄家的形象意识有所增强，能够运用形象开拓市场、促进销售，但大多数工厂和庄家的形象意识仍然淡薄，全市仍有相等比例的农副产物无形象或利用未注册形象。利用注册形象者也有不少是将形象作为农副产物扩大市场销售的附加手段，未能增长到放慢农业产业化建设、促进农业经济结构调整的战略性层面上去运作。

其次，品牌培育投入不足。个中，除了宣传投入缺乏外，广告宣传条理不高的问题也很突出。大部分工厂的广告宣传限定在扬州市规模内，在外省市投放的广告量很少。广告形式也比较单一，大多是在陌头广告牌上发布，在覆盖面较广的报纸、电视、网络等媒体上做广告的较少。宝应荷藕加工龙头工厂扬州市永佳食物有限公司的注册形象怡味莲是江苏省著名形象。在宝应县城大街小巷，该工厂的户外广告宣传牌随处可见，但在宝应以外埠区却难觅其踪影，在报纸、电视等媒体广告的投入也几乎是空白。这种宣传方式直接影响了该工厂形象在外省市的知名度。

再其次，品牌效应有待放大。一是缺乏强势品牌群体。目前，扬州市农业形象中除双兔大米被认定为中国驰名商标，在国内具有较高的知名度外，此外形象的影响力多限定在省内或市区规模内，真正具备较强竞争气力的品牌工厂比较少，能够代表高邮大米、宝应荷藕、仪征茶叶等特色农副产物形象的品牌团队还远未形成。品牌产物尤其是名牌产物对经济发展的带动作用还有待进一步发挥。二是龙头工厂的带能源缺乏强。一批农业龙头工厂对经济发展的带动作用，首要体现在促进特色农产物种植、增长农民收入等方面，在拉长产业链条、带动相关产业发展方面则明显不足，没有带动形成处所支柱产业，制约了农业经济向更高条理发展。众多中小工厂由于品牌知名度不高，优势产物不多，竞争力不强，在国内市场占有率不高，直接招致对经济发展的拉动作用缺乏明显。

最后，品牌结构不尽平允。扬州市农业形象漫衍不平衡。从产业划分来看，农副产物类形象约有240件，占到农业形象总数的34%；农副产物加工类形象约有460件，占到66%。农副产物类形象比例偏少的近况与扬州市充盈的农业资源优势不相称，说明特色农副产物形象发展空间还未被充分挖掘。从加工程度来看，初级粗加工产物形象约有280件，占到加工生产类形象总数的60%；深加工型产物形象约有180件，只占到40%。此外，同类农副产物利用不同形象的现象普遍存在。如宝应46家荷藕制品生产工厂有35件形象，分散了资源，形不成品牌优势。有的同类农副产物甚至还发生相互压价、相互拆台的情况，难以形成品牌优势，制约了产业化发展进程。

对症下药

如安在新形势下进一步推进“品牌兴农”工程，实现农业经济的科学发展，笔者认为，当前，扬州市应牢牢驾驭《纲要》实验的契机，从国度战略的高度解缆，采取更加有效的措施推进“品牌兴农”工程，实现农业

经济的科学发展。

第一，坚定运用“品牌兴农”战略，走农业科学发展之路。扬州市耕地面积有限，人多地少的矛盾突出，各地区农业发展程度存在较大差距，农副产物附加值还不高，缺乏核心竞争力，农民收入尚有待提高。在这样的形势下，扬州市农业必须走一条不影响生态环境、不依靠多量消耗自然资源的科学发展之路。是以，笔者建议扬州市各级政府及其有关部门高度重视“品牌兴农”战略，从新型生产要素的意义上认识品牌在现代市场经济中的重要作用。

第二，进一步解放思想，增强运作者“品牌兴农”意识。除了要利用多种渠道，开展全方位的宣传外，有关部门还要精心组织，有针对性地开展形象知识培训辅导。各地工商部门要组织精通形象营业的培训团队进工厂、进乡村、进田间，通过举办专题讲座，对州里领导、农产物加工工厂负责人等进行形象知识方面的培训，向他们耐烦讲解注册形象的必备条件和申请路径，努力增强他们通过注册形象、培育品牌来发显示代农业的意识。

第三，做细品牌发展规划，实验品牌分层分类培育。笔者建议，扬州市近期可对农业产物和农业品牌开展普查统计工作，在普查的基础上，摸清家底，掌握意向，根据不同地区、不同产业的发展情况，进一步做细发展规划，同时针对不同需要，实验品牌分层分类培育。对本辖区内方才起步的农副产物加工工厂或是已进入市场运作一段时间但仍未申请注册形象的庄家、独立体私营工厂，工商部门要多做宣传和指导工作，促使他们申请注册形象，走品牌发展之路。对于有较强竞争力的骨干工厂，工商部门要接济他们制定品牌培育规划，踊跃指导他们争创中国驰名形象、江苏省著名形象和扬州市知名形象，形成一个完备的逐级递进的品牌建立梯队，为品牌建立做好后备力量的培育工作，踊跃为扬州市培育出更多的优势形象。

第四，凝聚各方力量，为“品牌兴农”战略实验创造条件。实验“品牌兴农”战略，事关处所农业经济科学发展的大局，政府、工厂和相关部门的合营努力尤为重要。政府部门要制定出台促进发展形象的奖励政策和优惠措施，通过采取加大财政投入、调控税收杠杆、落实创牌奖励、政府定点采购等措施，支持处所品牌农副产物的生产发展。同时，要鼓励和支

持贸易资金投入品牌农业开发，建立多渠道、多元化的资金投入机制，以鼓励特色农副产物和特色产业发展。此外，能够由政府牵头组织，鼓励“品牌兴农”战略各部门调和会议机制的建立，以便于实时相识和掌握实际情况，踊跃接济涉农工厂实时解决发展过程中所面临的种种困难，接济工厂做强做大自己的品牌。

第五，整合优势资源，发挥龙头工厂带动作用。一是放慢推进高效农业园区建设。按照县抓产业链、乡建产业园、村有示范园的思路，指导高效农业向地域化结构、规模化发展、专业化生产转变，全力打造一批高效农业特色园区。二是大力培植龙头工厂。各地应通过吸引种种资本进入农业，高起点、高平台地创办龙头工厂，同时鼓励和支持有一定品牌优势的工厂通过收购归并、庄家合作等方式来扩大规模，鼓励现有龙头工厂鼓励“三品三创”（品牌创响、种类翻新、品质创优）工程，走品牌化、规模化、科技化发展的道路。三是迟延和扩大产业链。有关部门应鼓励工厂踊跃建立生产、收购、加工和销售一体化的经济实体，形成“生产基地—订单收购—深加工—仓储配套—品牌销售”一条龙的生产运作产业化模式，平允跟尾产业链相关环节，通过运用品牌一体化形象辨认系统，充散发挥优势品牌的龙头带动作用，从而降低资本、提高效益，架起从生产基地到品牌销售的致富之桥。

第六，强化品牌宣传，充散发挥品牌效应。扬州市不缺乏特色优质的农副产物，然则在产物宣传和品牌包装上相对逊色，招致许多同质农副产物的名气大大不如其他省市的竞争敌手，从而在市场价格上处于劣势。是以，有关部门应踊跃指导涉农工厂汲取外埠工厂的胜利经验，强化品牌宣传，充散发挥品牌效应。

第七，注重人才培养，为“品牌兴农”提供智力支持。在考察中，笔者感到在扬州市农副产物生产、加工工厂中，尤其缺乏具有现代运作理念的工厂运作管理人才。有的农副产物加工工厂不懂市场营销，甘愿处于农业产业链的低端；有的工厂负责人是由村里负责人兼任的，平时精力大多耗在村里其他事务上，工厂缺乏专门人才运作管理，难有较大发展。工厂如果缺乏懂得现代运作理念和管理知识的人才，“品牌兴农”战略就难以得到正确的理解和实验。是以，各地应踊跃采取措施，为农业工厂发展培养现代运作管理人才。

第八，实验科技翻新，为品牌兴农“提供不竭能源。翻新是品牌产物永葆生机生机的法宝。许多农副产物本身就是翻新的产物。江都的秧草过去只作为饲料，长在田里经常无人问津，颠末引入现代科技，进行品牌包装，现已被建造成金花菜绿色食物，产物僧多粥少。是以，农林、科技等部门要指导农业工厂通过采取增长投入、改进技术等手段，放慢技术改造，提高科技翻新的能力，提高品牌产物的品位。农业工厂要注意钻研市场消息，根据市场需求的变化，不断推出新口味、新种类的产物；要建立农业工厂与农业高等院校、农业科技钻研所的横向联系，踊跃鼓励科研成果转化，为品牌兴农“不断地提供能源。

第九，加大维权力度，为品牌兴农“保驾护航。有关部门应鼓励现有省著名形象和市知名形象工厂与形象注册代理机构签订合作协议，由形象注册代理机构活期盘问扬州市著名、知名农副产物形象是否被抢注或歹意注册，结合它们各自特点在相关类别上注册，做好防范工作。同时，工商部门应建立重点工厂维权网，将扬州市著名和知名农副产物形象工厂纳入重点保护规模，充散发挥“华东六省一市”、“淮海经济区”和“形象保护协作网”的作用，增强与外埠行政执法部门的联系与合作，大力开展跨地域打假保名优活动。此外，相关部门每年应活期开展专项整治行动，切实保护农民利益。

9633;朱为民

（作者为扬州市工商局副局长）

nbsp;

内容来自网络，如有不妥请告知删除