

Research on Optimizing the Regional Brand Construction of Geographical Indication Agricultural Products in Guangxi

Wenmin Meng

Guangxi Science & Technology Normal University, Laibin, Guangxi, 546100, China

Abstract

This study takes 165 regional brands of agricultural products in Guangxi registered by the Ministry of Agriculture and Rural Affairs in 2009-2022. By analyzing the development status of regional brands of agricultural products in Guangxi, it summarizes the problems existing in the process of regional brand construction and promotion in Guangxi, such as low regional brand influence of agricultural products, insufficient brand culture connotation, insufficient leading enterprises, insufficient scale, standardization and industrialization level; the quality of some agricultural products with geographical indications lacks quality assurance, and supervision and law enforcement need to be improved. This research puts forward countermeasures and suggestions such as deeply excavating the brand connotation, effectively carrying out integration and communication, cultivating and introducing leading enterprises, accelerating the pace of industrialization development, strictly promoting the construction of agricultural product quality management system, and strengthening supervision.

Keywords

geographical indication of agricultural products; regional brand; brand building

广西地理标志农产品区域品牌建设优化研究

蒙文敏

广西科技师范学院, 中国·广西 来宾 546100

摘要

本研究以农业农村部2009—2022年登记的165项广西区地理标志农产品区域品牌为研究对象,通过分析广西农产品区域品牌发展现状,总结出广西在开展区域品牌建设和推广过程中存在的问题,如农产品区域品牌影响力不高,品牌文化内涵挖掘不足,龙头企业数量少,占比不足,规模化、标准化、产业化水平不高;部分地理标志农产品品质缺乏质量保证,监管和执法力度需要提升等。本研究提出通过深入挖掘品牌内涵,有效开展整合传播、培育和引入龙头企业,加快产业化发展步伐、严格推进农产品质量管理体系等建设,加大监管力度等对策建议。

关键词

地理标志农产品; 区域品牌; 品牌建设

1 引言

农产品地理标志一般是指农产品的来源是特定地域,产品品质和相关特征主要取决于其所在地的自然生态环境、历史人文因素和特定的生产方式,并以地域名称冠名的特有农产品标志。2007年12月原农业部发布的《农产品地理标志管理办法》规定:“国家对农产品地理标志实行登记制度,

经登记的农产品地理标志受法律保护。”^[1]从2016年起中央一号文件开始提到“品牌”概念,2020年2月5日中央一号文件中提到:“继续调整优化农业结构,加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理,打造地方知名农产品品牌,增加优质绿色农产品供给。”^[2-3]

2 广西地理标志农产品品牌建设发展现状

2.1 地理标志农产品登记发展趋势良好,果蔬类优势突出

根据全国农产品地理标志查询系统,从图1可以看出,截至2022年底,广西农产品地理标志品牌共计165项,总体登记水平呈现上升趋势,但2022年有所下降。从图2可以看出,果品、肉类、蔬菜等种类优势明显,这与广西独特的地理气候优势有关,广西属亚热带季风气候区和热带季风气候,气候温暖,雨水丰沛,光照充足,拥有丰富的资源和

【基金项目】广西科技师范学院高层次人才科研启动经费项目《新经济背景下企业高质量发展路径研究》(项目编号:GXKS2023GKY002)。

【作者简介】蒙文敏(1983-),男,壮族,中国广西柳州人,硕士,经济师,从事企业管理、品牌管理相关课程教学与研究。

良好生态环境，具备发展农业的良好自然条件。例如，广西实施水果高质量发展行动，水果产业已发展成为千亿元产业，产量连续5年排名全国第一，是名副其实的中国知名“果盘子”，让全国人民实现了水果自由。

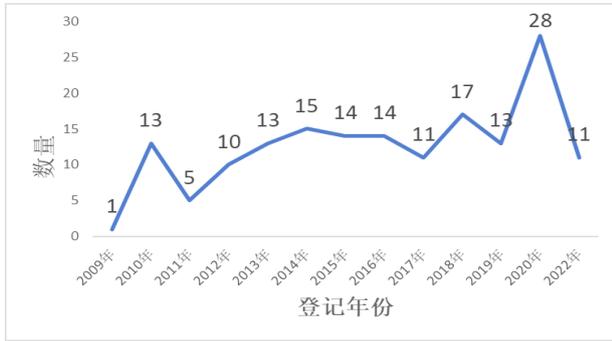


图1 广西地理标志农产品登记发展情况

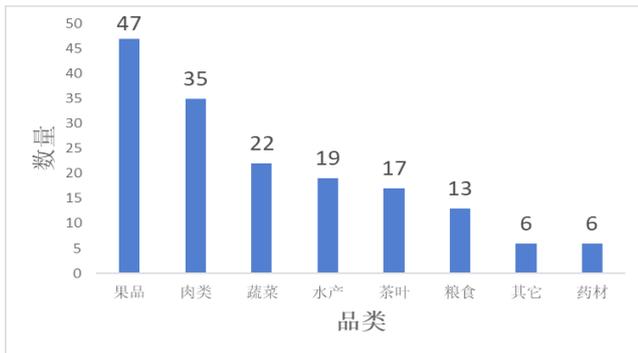


图2 广西地理标志农产品品类和数量

2.2 各地市地理标志农产品登记数量分布和登记部门

根据全国农产品地理标志查询系统，截至2022年底，河池、桂林、钦州三个地市登记的地理标志农产品数量最多，梧州、防城港和崇左三个地市登记数量最少。在广西各地市中，地理标志农产品登记最多的是河池市，河池市制定了《关于印发河池市现代特色农业示范区高质量建设五年行动方案（2021—2025年）的通知》（河政办发〔2022〕34号）等文件推动地理标志农产品登记和发展。广西区地理标志农产品登记部门以农业推广中心（站）和畜牧站为主，农业推广中心（站）共计56家，占比为34%，在农业区域品牌建立和推广中，发挥了积极的作用。

2.3 广西创新“一县一产业一品牌一联合体”发展模式，推进“桂字号”广西农业品牌建设

广西通过《广西农产品加工业“十三五”发展规划》等文件，指出“四是加强农产品加工业质量品牌建设。发挥农业产业化龙头企业、农产品加工领军企业等生产经营主体开展标准化生产的示范引领作用，鼓励企业开展质量管理、食品安全控制等体系认证。”并且广西还出台了《关于加快推进广西农业品牌建设的指导意见》等政策措施，建立广西农业品牌目录制度，广西还成为全国最早明确以绿色食品为准入标准的省区之一。

2.4 以地理标志农产品为基础，助推“三品一标”建设

农产品“三品一标”即无公害农产品、绿色农产品、有机农产品和农产品地理标志，广西大力实施农业生产“三品一标”提升行动，有效推动农产品“走出去”，全区165个地理标志农产品产业产值超2000亿元，授权用标企业超900家，广西农产品出口逐年递增，远销欧美、俄罗斯、澳大利亚及东南亚等国家和地区，2022年农产品年出口增长率达27%。如2020年，南宁火龙果获得农业农村部农产品地理标志认证；2021年，南宁火龙果地理标志保护工程被农业农村部列为典型案例供全国借鉴交流；2023年，南宁市隆安县那桐镇火龙果基地获评全国种植业“三品一标”基地等，广西地理标志农产品发展和建设取得了长足的进步。

3 地理标志农产品品牌建设与推广存在的问题

3.1 农产品区域品牌影响力不高，品牌文化内涵挖掘不足

截至2022年底，广西地理标志农产品总共有165项，在全国地理标志农产品占比仅为4.86%。在2023年12月20日，以“共创新路径，共赢新发展”为主题的2023区域农业品牌发展论坛暨年度盛典在北京举行，其发布的“2023中国区域农业产业品牌影响力指数TOP100”，包含茶叶15个、畜牧7个、果品25个、粮油12个、食用菌2个、蔬菜9个、水产9个、小宗特产9个、中药材12个。而广西地理标志农产品仅有“六堡茶”和“百色芒果”两项入围，影响力指数为643.28和594.59，分别仅排在27和49位，整体入选的产品品牌数量偏少，影响力指数远低于排名前列的新会陈皮（993.87）、普洱茶（986.43）、西湖龙井（929.90）等品牌。并且广西地理标志农产品品牌内涵挖掘不足，很多品牌缺少历史、文化底蕴、地域民族特色等，导致消费者的品牌联想不足，在市场竞争中容易陷入单纯的产品价格竞争中，没有能体现品牌溢价的价值。由此可以看出，广西农产品区域品牌的价值偏低，影响力不高，如何扩大广西农产品区域品牌的知名度、美誉度、影响力等，是今后品牌建设优化的重点方向。

3.2 龙头企业数量少，占比不足，规模化、标准化、产业化水平不高

根据《关于公布第十次监测合格和递补农业产业化国家重点龙头企业名单的通知》，在全国1541家农业产业化国家重点龙头企业名单中，广西仅有37家入选，占比仅为2.40%，无论从数量还是规模上，广西农产品龙头企业的数量都偏少。并且在《农民日报》评选的“2023中国农业企业500强公示”名单中，广西农业企业入选数量仅为15家，产值占比为1.97%，远比排名前列的山东（160家）、黑龙江（43家）、安徽省（28家）少，并且在前十100名中，也仅有2家入围。在农业产业化、规模化方面，广西农产品区

域品牌市场竞争力明显不强,并且很多农产品的企业以中小企业为主,规模化、标准化、产业化水平不高,极大地影响了农产品的发展建设。

3.3 部分地理标志农产品品质缺乏质量保证,监管和执法力度需要提升

对于农产品的品质而言,因受气候、种植条件、病虫害、品种、储存条件等因素影响比较大,所以对品牌的美誉度有很大的影响。因此,如果没有建立一整套的质量保证体系和标准,从选种、育种、栽培、养殖、标识、包装等各个环节加强管理,很难保证农产品的品质,从而影响农产品的推广和销售,进而影响到其品牌的知名度、美誉度等。目前,广西不少地理标志农产品所采用的标准存在过旧、标准没有及时更新修订等情况,并且在相关农产品质量溯源、监管体系还不完善,监督管理和执法体制不顺,以及农产品中小微企业占比较高,监管范围广、难度大,监管和执法力度还需要进一步提升。

4 地理标志农产品区域品牌优化建设的策略

4.1 深入挖掘农产品品牌内涵,有效开展整合传播

现代社会的企业市场竞争,是由“产品—品牌—文化”三个发展阶段构成的竞争,广西地理标志农产品区域品牌要想扩大品牌的知名度、美誉度、影响力等,必须从优化品牌建设入手。一方面,政府应做好品牌统筹建设、优化定位等工作,广西区政府应结合目前打造“桂字号”品牌的基础上,集中力量重点针对10~20个重点产业的龙头地理标志农产品区域品牌,深入挖掘其历史、文化底蕴,以及气候、民族、区域等特色,形成有丰富底蕴的品牌故事,赋予品牌鲜明的内涵特征,如“融安金桔”可增加塑造“千年古融州,金橘送吉祥”等品牌文化内涵,营造历史、吉祥文化等概念,开展各种吉庆活动和宣传等,以丰富“融安金桔”的品牌特色。同时各地市级政府部门,同样要挖掘本区域内地理标志农产品不同的品牌特色,讲好品牌故事,提升它们的品牌知名度、美誉度等。另一方面,广西各级地方政府应当统筹各地理标志农产品区域品牌的龙头企业等,充分开展联系和沟通,听取专家等意见,引入品牌传播公司等,在统一的产品内涵、形象等基础上,有效集中开展整合传播,如各级政府可以通过电视广播、网络、报纸杂志等大众媒介开展宣传,企业可以在官网、微信公众号、各类展会、博览会、论坛、短视频平台、网络购物平台等,以及自身办公生产地点、产品标识、包装等方面开展宣传,上下联动,并且利用近两三年来广西在网络平台上的流量“热度”,向消费者宣传地理标志农产品区域品牌、产品等。并且,对已登记地理标志农产品进行技术创新、质量管控、品牌研究、战略规划、符号设计、包装设计、宣传推广,查处假冒伪劣,促进企业品牌和区域公

共品牌共同发展,提升地理标志农产品价值等。通过以上的措施,以丰富品牌内涵提升地理标志农产品区域品牌的品牌美誉度,以有效开展整合传播扩大知名度,并且可以通过两者结合,从整体上强力推动农产品区域品牌影响力提升。

4.2 培育和引入农产品龙头企业,加快产业化发展步伐

为推动农产品区域品牌的发展,必须采取有效措施推动相应的农产品产业化发展,而农产品龙头企业发挥着重要的作用。因此,需要政府制定相关的推动农产品保护和发展的法律法规、促进办法等,对农产品龙头企业在金融信贷、税收、财政补贴方面给予优惠措施,在选种育种、栽培种植等方面开展专业指导,在物流交通方面提供便利措施等,以促进龙头企业的发展。一方面,广西政府可以针对目前规模还比较小的龙头企业,重点开展扶植培育,培育龙头企业带动发展,鼓励它们通过融资收购、建立产业园区、生产基地、合作社等方式,进一步扩大农产品规模化、产业化发展水平,同时在此基础上推动标准化建设、完善质量管理以及追溯体系建设等。另一方面,政府可以利用招商洽谈会、展会等契机,通过“走出去、引进来”等模式,大力引入区内外、行业内外等大企业、大集团前来调研考察,吸引它们投入到农产品产业化发展中来,通过引入龙头企业铸造农产品品牌等,深入推进农产品精深加工程度,以促进农产品产业化发展,提升高质量发展水平。

4.3 严格推进农产品质量管理体系等建设,加大监管力度

农产品的品质保证是品牌建设及其优化工作的重中之重,农产品的口碑非常重要,一些不好的评价信息很容易在网络上发酵形成大范围的负面信息,对农产品的发展形成重大打击,因此需要各级政府和农产品企业高度重视,认真对待和落实,从根本上予以保证。

5 结语

以上为推动广西从农业大省向农业强省发展和转变,促进农业产业化、现代化发展,实施品牌塑造战略是推动广西农产品及其加工业发展的重要发展战略,其中区域地理标志农产品品牌建设对于提升农产品质量,增加消费者的信任,提升农产品的市场竞争力,以及促进农村区域经济发展,推动乡村建设发展、实现乡村振兴等具有重要作用。

参考文献

- [1] 陈卫军,焦必宁,薛杨,等.我国柑橘类地理标志产品保护现状及对策[J].食品工业科技,2012,33(1):391-396.
- [2] 徐晓燕,孙中叶.基于大数据的绿色食品全产业链增值模式的构建[J].贵州农业科学,2020,48(12):151-155.
- [3] 陈倩,李显军.绿色食品发展的结构性问题及对策建议[J].农产品质量与安全,2021(1):10-14.