



大众日报
客户端



大众日报
微信

打造品牌强农的“山东样板”

——山东农业品牌的创新实践路径

□张丙朋 王础

品牌强农，是农业高质量发展的迫切要求，是改善农业供给结构、提高供给质量和效率的现实路径，是提升农业竞争力的必然选择。中央农村工作会议提出，要深入推进农业供给侧结构性改革，推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产。

作为农业大省，山东农产品资源丰富，品类齐全。“齐鲁灵秀地 品牌农产品”省级农产品整体品牌响遍全国；烟台苹果、金乡大蒜、章丘大葱、威海刺参等70个省知名农产品区域公用品牌，以及龙大低温肉制品、鲁花牌花生油、康大牌兔肉等600个省知名农产品企业产品品牌家喻户晓。

近年来，围绕中央和省委、省政府关于农业品牌建设的相关部署，山东省农业农村厅创新思路，积极探索，深入实施品牌强农战略，探索形成了农业品牌建设的“山东样板”，为乡村振兴注入了澎湃动力和强劲活力。

系统谋划

下活品牌强农一盘棋

推进品牌强农，需要以统筹全局的战略眼光，下好下活一盘棋。

山东注重系统谋划，率先出台了《关于加快推进农产品品牌建设的意见》《山东省农产品品牌建设实施方案》《山东省农产品品牌提升行动实施方案》《关于印发农业优势特色产业培育方案的通知》等文件，开创性提出了“打造一个国内外享有较高知名度和影响力的山东农产品整体品牌形象、培育一批区域公用品牌和企业产品品牌、制定一套山东农产品知名品牌目录制度、建立一套实体店与网店相结合的山东品牌农产品营销体系”的“四个一”目标。

蓝图绘就，更要确保干出实效。山东建立了由省农业农村厅、省发展和改革委员会、省财政厅等部门组成的农产品品牌建设联席会议机制，搭建起跨部门横向沟通桥梁，适时开展农产品品牌建设经验交流和分享，集思广益研究破解农产品品牌工作瓶颈难题，学习借鉴品牌建设新经验、新思路，凝聚了育品牌、护品牌的强大合力。

为给全省农业品牌建设提供强大的智力支撑，山东着力做好“育才”这篇文章。2016年率先建立品牌人才智库，会集国内60余名知名专家、学者，为全省农业品牌建设建言献策、把脉问诊。采取“走出去”和“请进来”相结合的方式，积极实施农业品牌人才培育工程；2017年组织市、县(市、区)两级农业农村部门从事品牌工作的负责人和部分地区公用品牌、企业产品品牌相关负责人等340余人，赴浙江大学开展农业品牌专题培训，系统学习农业品牌专业知识；2018年，邀请北京方圆品牌营销机构董事长李明利和光华博思特营销咨询机构总裁韩志辉为300多家农业企业开展品牌营销策划专题培训；2019年组织165人赴南京农业大学培训，进一步提升了山东农业品牌建设的专业能力和水平……

在品牌运营方面，山东在充分整合挖掘齐鲁深厚文化底蕴的基础上，结合现代农产品消费定位，设计并推出了“齐鲁灵秀地 品牌农产品”省级农产品整体品牌形象，首次将区域公用品牌定位上升到全省高度，建立了“省级整体品牌+区域公用品牌+企业产品品牌”的品牌运营体系，形成了山东全域、全产业、全要素参与品牌塑造的合力。

筑基固本

厚植品牌发展势能

品质是品牌发展的第一要义。培育农业品牌，必须坚持市场导向、消费者至上，把安全、优质、绿色作为不断提升产品和服务质量的基本要求，筑牢品牌发展基础。

山东积极构建与质量兴农、绿色兴农、品牌强农相适应的农业地方标准体系。2020年全省农业地方标准和技术规程达到2600项，省级农业标准化生产基地达1309家；部省共建的全国蔬菜质

量标准中心建成运营，编制完成37种蔬菜的54项生产技术规范；开发上线了“一乡一业”标准体系库，实现农业标准与生产需求紧密衔接。

青岛农品、绿色品质，世界共享。近年来，青岛市大力实施农业品牌发展战略，以产业育品牌，以质量树品牌，以开放塑品牌，以文化润品牌，走出了一条以“绿色品质，世界共享”为特色的品牌农业发展之路。3年来，全市累计投入资金7200多万元，实施农业品牌宣传推介项目，累积触达10亿人次，“青岛农品”荣获全国“融”媒体优秀奖案例奖。全市涉农产品注册商标2.2万个，“三品一标”农产品1156个，市著名农业品牌164个。其中，中国驰名商标20个，国家级名牌7个；国家地理标志农产品54个，位居全国副省级城市首位。2020年，全市农产品年出口393.7亿元，占全国的7.5%，位居副省级城市排名首位，真正实现“绿色品质，世界共享”。

昌邑大葱、昌乐西瓜、青州银瓜、潍县萝卜、寿光桂河芹菜……近年来，潍坊培育了一批特色鲜明、竞争力强、知名度高的区域公用品牌、产品品牌。品牌响当当，品质得跟上。当地推广绿色生产技术，全市实施绿色防控面积520万亩次，推广水肥一体化面积56万亩，化肥、农药使用量连续多年实现负增长。推行标准化生产，与全国蔬菜质量标准中心联合开展蔬菜标准化生产基地示范培育，第一批申报纳入培育计划31处，面积1.8万亩。

威海市坚持“整体品牌+区域品牌+企业品牌”发展格局，目前拥有省级知名区域品牌6个，省级知名企业品牌37个，数量均位列全省前列。重点打造的“威海苹果 甜蜜诱惑”品牌形象深入人心，目前威海苹果已经构建了现代苹果苗木繁育体系、现代苹果技术服务体系、现代苹果经营主体培育体系、品牌宣传推介体系，国内首个现代苹果产业标准体系，2020年获得中国苹果产业榜样100品牌。

日照全市茶园总面积达29.3万亩，年产干毛茶1.81万吨，是我国纬度最高、面积最大的优质绿茶生产基地。为擦亮“日照绿茶”这块金字招牌，当地始终将绿色发展理念贯穿于茶产业全链条，放大“叶片厚、滋味浓、黄绿汤、板栗香”品质特点，实现“喝得放心、喝得健康”。探索“农户信息一码覆盖，农药使用一码管理，产品入市一码准入，质量安全一码溯源”的农产品质量安全追溯体系，实现从茶园到茶杯的全产业链可追溯。

放眼全省，农业绿色发展成效明显，化肥农药使用量连续4年实现负增长；形成了覆盖全省的农产品质量安全追溯体系，建立农业生产经营主体40余万家，各项监管数据6000余万条……山东全面开展农产品质量安全省创建，强化农资和农产品质量安全监管，有力保障和提升了农产品品质，为培育农业品牌积蓄强大势能。

标准引领

撬动品牌发展杠杆

高质量、高层次、高水平建设农业品牌，需要建立系统的品牌评价标准。山东率先制定并发布了《知名农产品区域公用品牌评价》《知名农产品企业产品品牌评价》两项地方标准，建立了省知名农产品品牌评价体系，以点带面，撬动了全省农业生产经营主体品牌创建的内生动力。

2016—2021年，依据标准，山东开展了6次遴选工作，共遴选出烟台苹果、金乡大蒜、章丘大葱、威海刺参、莱芜黑猪、莱阳

梨、乐陵小枣、平阴玫瑰、菏泽牡丹、日照绿茶、微山湖大闸蟹、荣成海带、东阿黑毛驴等70个省知名农产品区域公用品牌，以及龙大低温肉制品、鲁花牌花生油、康大牌兔肉、保龄宝牌淀粉糖等600个省知名农产品企业产品品牌，形成了首个省级农产品品牌目录。其中，烟台苹果、滕州马铃薯、章丘大葱、金乡大蒜、威海刺参5个区域公用品牌入选2017年中国百强农产品区域公用品牌；烟台苹果、金乡大蒜、章丘大葱、泰山茶、邹城蘑菇等17个优秀农产品区域公用品牌入选中国农业品牌目录2019农产品区域公用品牌名单，上榜数量均居全国首位。

滨州市以“生态、美味、康养”为品牌定位，打造“食域滨州”农业区域公用品牌。市中心的“食域滨州”品牌展厅，集中展示、销售最能代表滨州市农产品品牌形象的优质特色农产品，同时在京东网等平台打造“食域滨州”体验馆，线上线下同步发展。今年，沾化冬枣、博兴对虾入选山东省第六批知名农产品区域公用品牌名单，5家企业获批企业产品品牌。这些新认定的省级知名品牌将推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，不断提升“食域滨州”整体形象。

泰安市聚力打造泰山茶区域公用品牌，先后入选中国农业品牌目录2019农产品区域公用品牌、山东省知名农产品区域公用品牌。据了解，泰山茶以“国山圣水，茶礼天下”为核心品牌价值，历史文化悠久，在中国千年茶文化传承中影响深远。截至目前，泰山茶园总面积已达6万多亩，种植加工企业100余家。当地大力实施“品质提升、规模提升、服务提升、品牌提升”工程，将泰山茶培育成为泰安市最具活力的特色产业之一，发展势头强劲。

济宁市培育了农产品区域公用品牌“济宁礼食”。目前，全市已有222家企业(合作社)的407个产品入选“济宁礼食”品牌产品目录，创建品牌特色突出、规模效益显著、品牌培育潜力较大、产业体系完善的品牌农产品生产基地100处。在“济宁礼食”品牌引领下，品牌农产品溢价率平均达到10%左右，3年农业产业社会效益估算超50亿元，带动了农民增收农业提效，有力助推了乡村产业振兴。

东营市以“黄河口农产品 盐碱地特产”为主题，发挥产业优势、地域优势和特色优势，全力构建农产品品牌培育、发展和保护体系，推进农产品品牌建设，打造东营农产品整体品牌形象，构建起了以“黄河口农产品”整体品牌为引领，黄河口大闸蟹、黄河口大米、黄河口滩羊、黄河口莲藕四大区域公用品牌“企业产品品牌”的农产品母子品牌矩阵。

济南市以“泉水人家”为引领，以十大农业特色产业优势产品为单元，通过链条化打造和品牌化开发，目前已发展核心种养基地50万亩、各类经营主体1000余家，产值超过170亿元。平阴玫瑰、龙山小米、长清寿茶、曲堤黄瓜、历城草莓等品牌农产品享誉全国，莱芜生姜、章丘大葱的品牌价值再攀新高。

融合传播

提升品牌营销活力

要实现品牌强农，最后一环是做好品牌营销，以消费需求为导向，推动传统营销与现代营销相结合，创新品牌营销方式，实施精准营销。

从省级层面看，山东构建起融媒传播矩阵，在山东广播电视台农科频道创设《品牌农业在山东》栏目，制作播出了《章丘大葱》《金乡大蒜》等70期区域公用品牌节目。利用山东航空公司100多架飞机舱餐桌板开展品牌宣传推广行动，搭建山东品牌农产品“空中博览馆”。精心制作15秒“齐鲁灵秀地 品牌农产品”公益宣传片，先后在央视1套晚间《新闻联播》前、央视4套晚间《新闻联播》前和央视13套播出，进一步提升了品牌知名度。

今年，融合利用中央电视台、大众日报、山东广播电视台、经济日报、农民日报、人民网、新华网、大众网以及国内重点城市商超终端传播影像等媒介，多

渠道、立体化、广覆盖宣传推介“齐鲁灵秀地 品牌农产品”。

山东注重线上线下联动营销。2020年，以“庆丰收 迎小康”为主题，省农业农村厅成功举办了农产品区域公用品牌热销暨中国品牌农产品庆丰收和山东省庆祝2020中国农民丰收节主场活动，高标准搭建了“齐鲁灵秀地 品牌农产品”区域公用品牌展区、非遗展示区和丰收市集，开展了直播带货活动。参展观众达5万多人次，线上+线下累计达成2亿多元的销售额。2020年春节期间，利用抖音和今日头条开展了“备年货过大年”线上宣传营销活动，抖音话题总播放量达3.4亿人次，今日头条专题推送量达1201万人次。

2018年1月，为推动山东省农产品品牌建设，山东品牌农产品综合服务平台正式上线，开辟了线上营销渠道。平台上线以来累计带动关联销售额7亿多元。今年，将有针对性地向国内重点城市，采取线上线下联动方式，开展定向精准营销推介活动，进一步巩固和拓展我省农产品市场营销渠道。

从各市情况来看，通过创新营销模式，各地进一步提升了农业品牌的知名度和影响力，品牌农业快速发展。

烟台市以打造“品道烟台仙果香”全品类整体品牌为重点，线上与京东、淘宝、微店等平台搭建烟台农产品特色馆，同时结合线下全国各地的水果批发市场，着力构建区域公用品牌引领、企业产品品牌支撑的品牌协同发展模式。以“市+县域”区域化打造和“全媒体+自媒体”多元化宣传手段，不断提升特色果品品牌影响力和知名度。烟台苹果宣传片连续5年在央视综合频道播出，与烟台大樱桃、莱阳梨一起在山东航空105架飞机上投放，标志着陆空一体化品牌宣传格局初步形成。

德州市调动各种传统与新型传播方式，通过拍摄宣传片、召开发布会、参加省内外展销会等多种方式，全方位宣传推广德州农产品品牌。“德州味”品牌运营项目将建设1000平方米“德州味”运营中心和238平方米“德州味”展销体验中心。9月底，运营中心将先期启动“德州味”展销体验中心，目前运营中心正积极研究搭建“德州味”京东品牌馆，开发“德州味”品牌专属小程序，预计10月份52家授权单位品牌产品将正式上线、销售推广。

品牌是信誉、信用的集中体现，是产品市场认可度的有力保证。下一步，山东省农业农村厅将强化服务意识，加强政策引导、公共服务和监管保护，加快推进品牌强农，集中力量支持农业品牌建设的重点区域和关键环节，鼓励和支持各地采用多种方式强化宣传推介，营造全社会发展品牌、消费品牌、保护品牌的良好氛围。

- ①作为“中国葡萄之乡”，大泽山镇享有“西有吐鲁番，东有大泽山”美誉
- ②烟台苹果宣传片连续5年在央视综合频道播出
- ③胶州大白菜实现从品种组培选择、肥料使用、病虫害防治到加工贮藏的全过程标准化生产
- ④昌邑宏大大姜批发市场
- ⑤“齐鲁灵秀地 品牌农产品”标志和吉祥物



放心农产品
SHAN+ RELIABLE
SHAN+ DONG
Shandong Agriculture Products
齐鲁灵秀地 品牌农产品

鲁娃
鲁妮