

乡村振兴背景下湖北省革命老区农产品品牌构建路径研究

——以黄冈市为例

朱玲玉 康凯 高雨佳

(湖北师范大学, 湖北 黄石 432005)

【摘要】在乡村振兴背景下,革命老区农产品品牌发展成为农业产业振兴的重要部分,以大别山革命老区农产品品牌建设为研究对象,通过调查研究,对革命老区农产品品牌发展提出建议与对策,将地域文化融入农产品品牌建设中,塑造独特的地域农产品品牌形象;提升品牌竞争力;三是推动农产品品牌建设与旅游业的融合,借助地方特色资源,实现产业间的互补发展。这些对策将有力地促进革命老区农产品品牌的发展,为乡村振兴提供有力支持,实现了农业经济的持续繁荣。

【关键词】革命老区;农产品;品牌构建

国务院发布《关于新时代支持革命老区振兴发展的意见》提出,激发老区发展内生动力,优化农业产业结构、发展特色农业,积极推动农业产业化品牌化发展,充分发挥自身优势,培育和壮大特色产业,提高农业产业竞争力,重点提升产品品质和打造品牌,实现农业产业高质量发展。

黄冈位于湖北省大别山革命老区的核心地带,是国家重点支持的12个老区城市之一。老区丰富的红色历史文化资源和肥沃的土地孕育了许多优质农产品,受地理环境和地区发展的制约,其农产品品牌在市场中的影响力相对较低,地域文化资源没有转化为市场竞争优势。随着国家对革命老区的扶持政策逐渐加大,地方政府的积极引导和支持积极推动农产品的品牌建设和营销策略的优化,通过有效的政策引导和产业升级,逐渐将其优质的农产品和丰富的文化资源转化为经济增长的动力,探索提升地域农产品品牌影响力的发展路径。

一、黄冈地区农产品品牌发展现状

黄冈市位作为湖北省农产品的主要产区,这里物产丰富,品类繁多,在乡村振兴的政策支持和扶持下,农产品的生产规模数量和品牌建设都得到了全面发展,并形成了一定的品牌规模效应,一大批区域公共品牌、地标产品、知名农产品品牌已形成,通过品牌建设战略和商标发展等扶持和引导企业,培育孵化形成了一批知名品牌和龙头企业,以浠水莲藕、英山云雾茶、罗田板栗、蕲春艾草、红安大布为代表的一批知名品牌已经成为优势农产品品牌。整体上而言,黄冈市有541个农产品区域公用品牌获得“三品一标”认证,国家级地标保护产品73个,国家级特色农产品优势区3个,国家级绿色食品原料标准化基地2个,

省级特色农产品优势区6个,产业强镇7个,市级农产品标准化示范基地若干,覆盖了全市所有重点农产品品牌。政府积极实施和推进品牌强农战略,充分运用区域内丰富的农业资源,培育众多品质独特优质的地域农产品品牌。优秀农产品品牌众多,一批特色的农产品基地,培育了一批农产品加工重点龙头企业,现代农业产业集群发展良好,调研数据整理分类发现,已基本形成了以黄冈区域公用品牌为核心的农产品品牌集群,覆盖了多个层次和领域的品牌。黄冈地区现代农业生产规模已成,涵盖了丰富的农产品资源种类,农产品品牌构成丰富多样,品牌和数量均有显著增加,发展相对均衡,形成了多元化的农产品品牌体系。

二、黄冈市农产品品牌发展的条件

(一) 具有良好的农产品品牌基础

黄冈市农产品品质明显得到提升,农产品品牌发展呈现出持续向好的趋势,农产品品牌数量显著增加,涵盖了蔬果、畜禽渔、药材等多个品类。各县市优势产品和地标品牌数量相当,知名品牌以及农产品加工企业、行业协会等,形成了一个多元化的品牌主体,以粮油蔬果和中医药为核心的多层次、全方位农产品品牌集群。丰富农产品种类,也提升农产品的附加值和市场竞争力,为农民增收提供有力支撑。随着全市农业农产品品牌集群的形成,黄冈市的农产品品牌价值逐年上升,农产品市场的活力和潜力逐步激发出来。以蕲春艾草为例,其品牌价值在2022年达到了105.08亿元,蕲艾还被列入了“中国特色农产品优势区”,黄冈市农产品品牌价值持续上升。蕲春市共有10个知名商标和24个地理标志商标,地理标志产品达47个,分布在麻城、英山、红安、罗田、蕲

春、黄梅等地，地标产品数量在全国名列前茅，数量全省第三。黄冈市农产品品牌建设形成了以提升整个城区农产品品牌价值和市场竞争力为目标，多层次、多领域的农产品品牌集群。

（二）文化资源优势分析

黄冈市拥有深厚文化底蕴，各种文化元素交相融合，大别山革命老区资源禀赋丰厚，拥有丰富的红色文化资源，黄冈市历史文化资源众多，其众多文化包括中医药、佛教、黄梅戏、诗词、楹联等，诞生了1600多位历史名人，如苏轼、毕昇、李时珍、闻一多等，显著的地域特征，融合独具特色文化风貌形成了独特的地域特色，也为农产品产业和品牌的发展提供了丰富的文化底蕴和精神内涵。

充分挖掘地域文化资源，打造具有浓郁地域特色的农产品品牌，让消费者感受到黄冈地域文化的独特魅力。品牌不仅让消费者对产品产生信任，同时也通过文化因素增强了消费者的认同感。品牌与文化的完美融合可以实现品牌价值的提升。农产品产销过程中，品牌的影响至关重要，具有良好声誉和知名度的农产品品牌能够吸引更多消费者，推动产品质量和生产标准提升。品牌所代表的背后往往承载着丰富的地域文化历史、传统和价值观，能够为地域农产品注入独特的品质和文化内涵，树立地域农产品的独特品牌形象，获得竞争优势。

（三）地方政府高度重视

农产品品牌化经营能够带动农民的增产增收，政府协调企业、农户、媒体、科研机构等各方利益相关者之间的关系。制度政策在农产品品牌的建设与管理过程中扮演着确保其稳健运行的基础保障角色。品牌建设过程中，制度政策保障品牌发展基础，黄冈市政府探索“政府推动、三产联动、品牌驱动”三维一体的农产品发展路径，创新政策机制，推动农产品品牌发展建设。

黄冈市政府实施品牌战略，壮大品牌经济，提升区域公用品牌价值，从政策指导、规划布局、战略部署等方面发挥作用，营造培育和发展品牌的良好环境。中国地级市品牌影响力指数百强城市排行黄冈市全国第78位，湖北省第3位；“黄冈食卷”在中国区域农业品牌排行第五，拥有品牌价值过亿元的农业区域公用品牌6个，2个全国百强的农产品区域公用品牌，获得“二品一标”农产品认证256个，国家地理标志保护认证产品92个。“蕲春艾都”、“麻城菊花”、“毕昇故里”等康养品牌影响力深入人心。黄冈市将品牌建设视为对外开放的核心和对内整合的重要举措，建立“市县联动、行业联合、聚焦重点、全域提升”的品牌创建体系。将品牌建设

纳入流域综合治理和统筹发展的重要工作，积极推动品牌建设专班，并实施一系列重点品牌攻坚行动，全方位调整产业结构，以实现不断多样化的产业布局，提升产品品质、加强龙头企业发展、培育区域品牌、推动产品深加工、启动新项目、促进产业融合，拓展网络销售渠道。

三、黄冈市农产品品牌发展面临的挑战

农产品的品牌影响力和竞争力面临挑战，现代农产品市场品类众多，相对于其他行业，农产品品牌发展面临着市场竞争激烈、品牌认知度不高、附加值有限、品牌营销能力不足、地域特色缺乏、质量参差不齐、基础设施滞后、管理水平参差不齐等多方面的挑战。要解决这些问题，需要政府、企业以及社会等主体共同努力，通过政策支持、技术培训、市场推广等手段，促进农产品品牌的发展和提升，从而提高农产品品牌在市场中的竞争力和影响力。

四、黄冈市农产品品牌建设路径与策略

在乡村振兴政策和国家支持革命老区振兴发展政策的双重背景下，提出农产品品牌建设的发展路径。充分发挥产地优势，重点打造黄冈地标优品区域公用品牌，以黄冈地域特色资源优势为基础，聚焦一县一品策略，着重培育区域内优势品牌，如蕲艾、黄州蔬菜、红安苕、麻城福白菊、英山云雾茶等知名县域公用品牌，建立健全区域公用品牌培育体系，全方位推动黄冈市农产品品牌建设的发展。

（一）提升政府对农产品品牌建设的扶持和引导

政府积极发挥职能，加强对产业、资源和品牌整合工作，为企业提供平台，充分利用区域资源优势，政府扶持和引导农产品品牌建设，改进塑造区域品牌形象，适应消费市场变化，保持地域强势农产品品牌的活力和竞争力，提升品牌信誉度。政府积极培育品牌农业的建设主体，组织并提升农民的生产技术和品牌意识，鼓励农民参与品牌建设，共享品牌价值；促进企业品牌与农产品区域品牌融合发展，充分发挥企业和组织在农产品品牌建设体系中的主体作用，通过推广新技术、新方法，推动标准化生产，提升农产品品质，加强品牌建设，构建农产品品牌系统。

（二）地域文化资源与农产品品牌建设融合

黄冈市地域文化资源丰富，挖掘地域文化特色，特别是大别山革命老区的农产品承载着显著的红色文化基因，具有典型的红色文化特征。打造具有地方特色的农产品品牌，让消费者在购买产品时感受到地域文化的独特魅力。从产品本身入手，深入挖掘产品潜在的文化价值，运用黄冈丰富的地域文化元素，将地域文化符号、图形图案、色彩等元素，融入农产品

品牌形象和包装设计中,使产品在视觉传达上具浓厚地域特色,实现企业与文化、产品与文化的高度关联,赋予农产品更深层次的内涵,地域品牌实现产品和文化有机融合,与消费者的文化价值理念相符合,使品牌形象更具独创性和内涵,与消费者产生情感共鸣。通过将农产品的内在价值与地域文化内涵相融合,形成产品独特的品牌形象和销售策略,使之独具特色的品牌竞争力。

(三)以农业科技创新提升农产品品牌的竞争实力

将创新作为竞争力提升的关键,满足消费者需求并提升农产品的品牌价值,通过供应链思维重构产业链,提升价值链,全面推动产品、技术、经营理念和模式的创新,引入现代农业技术,提高效能和农产品质量,推动农业科技创新,提升农产品附加值,构建具有竞争力的农产品品牌,从而形成农产品的核心竞争力。充分发挥黄冈市革命老区的资源优势,针对中药材、健康产业等具有竞争力和发展前景的农产品品类,实施“区域公用品牌+先进制造”策略。支持蕲艾大健康产业集群成为全省重点成长型产业集群,支持黄州、麻城、武穴、罗田、红安等特色食品制造产业,打造省级食品饮料重点产业集群。

通过实施“区域公用品牌+文化旅游”战略,推动田园综合体和乡村旅游体验。推动蕲春健康产品的产业发展,推行“区域公用品牌+大健康”战略,支持蕲春健康产业新城、李时珍蕲艾产业园、麻城菊花高新产业园、武穴农副产品加工园等产业园区,为支持区域公用品牌市场主体扩大规模、进行技术改造和联合重组,拓展融资渠道,给予重点扶持。结合政府政策引导,着重打造和提升区域品牌以及著名地标产品,突显革命老区的文化优势,促进农产品品牌形象的建设和品牌理念的传承。

重视农产品品牌的营销策略,以创新设计思维提升农产品品牌形象和包装设计,强化包装在农产品品牌中的视觉表现,融合地域文化符号提高品牌辨识度,利用创新设计统一品牌视觉中的要素,凸显黄冈以及革命老区的文化元素,对包装的造型外观、文字、图形以及色彩等方面进行系统化设计,品牌是企业无形的资产,经过妥善经营形成的有价值的品牌具有良好的品牌形象,对消费者具有号召力,形成市场竞争力,持续提升黄冈农产品品牌知名度。

(四)充分发挥龙头企业引领作用,健全行业协会等机构功能

推动区域产业结构优化升级,提高农产品品质与安全水平,完善农产品质量监管体系,建立品牌目录

制度,强化品牌农业的标准化生产。加强对品牌质量安全的监管,展开区域公用品牌评估活动,积极进行区域农产品品牌培育和挖掘筛选工作。建立区域公用品牌目录,实施动态管理,提升品牌的公信度。探索品牌价值评估,加强对区域公用品牌的保护,统一品牌宣传标识,规范品牌产品包装,强化诚信体系建设,持续提升品牌形象,拓宽品牌农产品的销售渠道。区域农产品品牌构建中,独特的产品品质是其核心内涵,重视“文化”元素在农产品品牌化经营中的表达,增加农产品文化附加值与提升品牌文化内涵。

(五)创新品牌农产品销售方式,多元化新媒体传播,

根据地域特点,着重发展优质粮食、中药材、果蔬茶等关键产业,重点加强产销衔接,突显地域产品的高品质和特征,建立品牌农产品的市场销售体系,按照线上、线下并重的原则,借助网络媒介、社交媒体,直播平台等多元化媒介渠道,进行品牌推广和宣传,利用符号传播、文化传承、场景体验、媒体互联以及消费体验等多种手段,扩大品牌农产品知名度,提升农产品销量。

参考文献:

- [1] 彭景美等,乡村振兴背景下临沂农产品品牌建设路径分析[J].《中国果菜》.2021(10).
- [2] 张传统.农产品区域品牌发展研究[D].北京:中国农业大学,2015:38-39.
- [3] 胡丽丽.汉中绿色农产品品牌竞争力提升问题研究[J].《安徽农学通报》2014(19):20-23.
- [4] 陈令军.沂蒙优质农产品区域品牌构建的实践与经验[J].《中国商贸》2014(33):140-143.
- [5] 张晔.湖北省农产品品牌化经营研究[D].武汉轻工大学.2015.

基金项目:2022年教育厅哲学社会科学研究重点项目,乡村振兴背景下湖北革命老区农产品品牌构建策略研究,(项目编号:2022D072);湖北师范大学教学研究项目(2023025),五育融合理念下《包装设计》课程改革与实践研究。

作者简介:

朱玲玉(1978—):女,汉族,湖北枝江人,硕士研究生,副教授,研究方向:视觉传达,广告学;康凯(1995—),男,汉族,河南鹤壁人,硕士研究生在读,研究方向:视觉传达;高雨佳(1999—),女,汉族,福建福鼎人,硕士研究生在读,研究方向:视觉传达。