



这场沙龙，深聊“品牌强农”！

□记者 陈兴亚 邱欣泽 通讯员 王玲梅 吴静 文/图

“‘盐之有味’区域公用品牌，不是一众产品的集合堆叠，而是有血有肉的形象大使。她应该彰显自己的个性、风格、气质、价值、文化、内涵……”第一个发言的是江苏大鹤蛋业有限公司总经理陈繁。在他看来，品牌形象的打造和推介，需要抓住精髓、精准传达，“譬如‘盐之有味’宣传片的拍摄，能不能学习带火淄博的那些短视频。我觉得，城管帮老百姓摆摊、交警尽量不贴罚单的平实镜头，比任何高大上的画面更能体现一座城市的形象和特质。”

7月20日下午，一场以盐城农产品品牌高质量发展为主题的沙龙活动，在市农业农村局、银宝集团和市优质农产品品牌营销协会的策划推动下热烈进行。活动中，射阳大米等4个品牌交流经验，乾宝湖羊等10个“盐”选精品代表开放性发言，11家县级农业农村主管部门分管负责人或职能处室代表参与讨论。围绕“品牌强农”，大家畅所欲言、深度交流，共探路径、共谋发展。



“好品牌，首先要有好品质”

“‘盐之有味’品牌就是我们盐城的新质生产力，就是我们企业的核心竞争力。”江苏乾宝牧业有限公司总裁蒋柏林表示，叫响“盐之有味”品牌意义重大。那么如何叫响？他认为产品质量是品牌最重要的支撑，因此提升品牌的努力要向前、向生产过程延伸。

“我们一直以打造最好的湖羊为目标，获得国家肉羊核心育种场、国家肉羊标准化示范场等6块国家级招牌，通过夯实产品力，成功提升品牌力。”蒋柏林说，“今天在场的企业，从事种植业居多，像西瓜等不少作物都面临重茬的问题。乾宝牧业每年生产纯羊粪有机肥近10万吨，目前大多销往外地。希望有机会跟本地企业加深合作，在土壤改良修复和有机农副产品生产上展现新作为。”

亮观点、讲理由、摆事实……“盐”选精品代表们的热情被激发、被点燃。大家纷纷结合自家企业情况，直抒胸臆、建言献策，畅谈对品牌建设的认识。

“搭好台子，讲好故事”

品牌建设，也是各级行业协会和农业农村主管部门的分内事。在实践和探索中，大家积累了不少经验，形成诸多思考。

“协会借助东台西瓜高端论坛活动，向国内外发布东台西瓜品牌创建突出贡献奖3个、东台西瓜知名品牌10个、东台西瓜最受消费者欢迎品牌30个；借助上海万果会推介，联合深圳百果园、盒马鲜生等国内知名青果商，通过股权交换等形式，指导培树恋之味等一批东台西瓜名优子品牌，帮助翡翠蒂等一批地产企业构建小爱同学等300多个子品牌矩阵；通过举办东台西瓜节、上海东台西瓜展示会等活动，促进更多东台西瓜子品牌在全省全国叫得响、立得住、推得开。”聊起品牌集群推广策略，东台市西瓜产销协会会长陈爱华如数家珍，引得大家侧耳倾听、频频点头。

“好产品不能锁在深闺中。我们采取多元立体密集宣传方式，加快品牌形象塑造。”响水县西兰花产业协会办公室主任叶恩君一一列举做法：邀请央视等国家级媒体专题宣传，举办响水西兰花高峰论坛、响水西兰花节，在全国范围内征集响水西兰花主题歌

“富安的蚕茧，一斤要贵4块钱。为什么？因为富安比其他乡镇更重视对生产过程的把控。从桑树品种、蚕种的选育推广，到全程生产技术指导和质量控制，都有严格的规程和标准。”江苏富安茧丝绸股份有限公司党委副书记高永山说，品牌的根基在于产品质量，富安生产的6A级生丝主要供应欧洲的奢侈品，还用作美国强生医疗器械公司医用缝合线的原料，是美国强生在中国大陆唯一的生丝供货商。

费氏肉松和滨海香肠都是本地名气很响的肉制品。“30年来，我们以质量立企，赢得良好口碑。新形势下，我们锚定健康有机方向，积极以高品质为品牌注入新内涵。”江苏费氏集团股份有限公司副总经理汪鹏勤说出自己的思考。盐城凯兴食品有限公司总经理于尚昊则表示，将牵头运营滨海肉制品产业联盟，创建集体商标、制定行业标准，大家合力提升滨海香肠和捆蹄的品牌影响力。

词，在高铁站及交通要道设立灯箱和高炮广告，设计制作响水西兰花文化长廊，组织参加高级别展会，到大中城市推介……

当天，代表盐都草莓发言的董兆付未能到场。盐都区农业农村局副局长葛林琪解释说，老董作为潘黄街道新民村党总支书记、草莓产业的领头人，被推荐去日本考察学习了。“我们政府部门就是要提供各种机会和帮助，包括提供平台、提供政策、提供人才、提供标准等，全方位激励引导扶持品牌和产业做大做强。”葛林琪介绍，盐都每年都出台促进高质量发展相关政策，在农产品品牌建设方面的奖补资金逐年递增。

“以助力射阳大米品牌为例，我们着力推动‘企业+基地’建设，规划建立种植核心区，推动全过程精细化管理，加大良种良机政策扶持，推动大中城市直营店布点，策划实施长三角新闻发布会和进苏南高校等活动……”射阳县农业农村局副局长张正洪介绍，目前正积极鼓励引导种植户扩大绿色有机种植，对于全县120万亩水稻种植面积来说，10多万亩绿色有机种植远远不够，射阳大米提质、提升的空间巨大。

“培育精品，是突围也是引领”

品牌是农业产业竞争力的核心标志，也是乡村振兴的关键支撑。自2019年“盐之有味”品牌创立以来，我市始终将农产品品牌建设作为引领农业高质量发展的“牛鼻子”工程，通过打造“盐之有味”市级公用品牌、推进特色产业品牌建设、推出“盐”选精品系列农产品、策划“丹顶鹤”高端品牌等举措，开展品牌培育工作，把众多分散的优质农产品资源优势转化为经济发展优势，蹚出一条“品牌强农”的盐城新路径。

银宝集团于2021年12月发起成立市优质农产品品牌营销协会，接过“盐之有味”品牌运营重任。该协会秘书长胡勇介绍，协会从品牌AI打造、品牌故事撰写、产品研发、产品包装设计、品牌推广活动举办、销售平台搭建、品牌运营维护等方面，全方位多角度开展品牌宣传推广工作，通过扩大区域公用品牌影响力，不断提升“盐之有味”的凝聚力和感召力。目前，协会会员总数122家，其中绿色食品企业12家、有机农产品企业12家，地理标志产品22个、“非遗”品牌16个、老字号品牌12个、江苏精品7个，注册“盐之有味”商标35件，涵盖全市20多个品类近1000个优质农产品。

“作为农业大市，农产品品牌高质量发展既是我市农业现代化的重点，也是短板，是我们任何时候都不可回避的课题。比如我们的公用品牌聚集力还不够强，比如我们的产业品牌融合效果还未符

合预期，再比如我们的品牌价值目前增值还不够高，精品、爆品案例不多。这些都要求我们必须正视农产品品牌发展中存在的瓶颈和困境。”银宝集团副总经理、市优质农产品品牌营销协会会长徐军坦言，启动“丹顶鹤”农产品精品系列项目，通过精选和培育全市高品质农产品进一步提高“盐之有味”品牌的整体影响力和市场竞争力，正是努力破解困境补齐短板的措施之一。

“盐城是全国的农业大市、著名的鱼米之乡，长三角地区面积最大、生态最好、区位最优的平原农业区，也是长三角地区乃至全国重要的优质农产品供应基地。近年来，我市持续强化农产品品牌建设，实施品牌培优提升行动，坚持政府引导、企业主体、市场导向、联合共建，打造‘1+9+N’农产品精品品牌体系，助力盐城农产品以绿色、优质、丰富、生态的良好口碑，赢得了广泛的知名度、美誉度和市场影响力。”市农业农村局总农艺师吕文婧表示，这次举办“循新出发 向农而兴”——2024盐城农产品品牌高质量发展沙龙活动，搭建一个集学习、交流、展示、合作于一体的平台，就是为了群策群力、共建共赢。今后，还将进一步加大农产品精品培育力度，培树“盐”字号旗舰品牌，共同推动盐城农业高质量发展。