

酉阳800

一个区域公用品牌的百天成长史

镇油茶育苗基地，村民在移栽油茶苗。区域公用品牌后，给当地企业和农户带来了新的机遇。图为泔溪油茶产业是酉阳县乡村振兴的主导产业之一，纳入「酉阳800」。

特约摄影 陈碧生/视觉重庆



□本报记者 颜安

5月25日上午10点，位于酉阳县桃花源街道的重庆果蕊茶叶有限公司，生产线满负荷运转，刚生产出来的杯泡茶外包装上，“酉阳800”的标签十分醒目。

与此同时，在20公里外的涂市镇地灵村，老字号“李氏蜂业”第三代传承人李毅正指挥工人将过滤后的蜂蜜装进罐子里。玻璃瓶上，“酉阳800”标签居于正中显眼位置。

“酉阳800”是酉阳县新近推出并将全力打造的区域农产品公用品牌，因当地平均海拔800米而得名。目前，越来越多的酉阳优质农产品正被纳入“酉阳800”的产品序列里，这个公用品牌也将作为酉阳发展现代农业产业的突破口。

“酉阳800”推出的背后有何故事？如何才能让这个品牌可持续发展？

起势—— 学习丽水经验，打造本地品牌

3个多月前的一天，一阵急促的电话铃声响起，酉阳县涂市镇党委书记冉玉峰接到酉阳县委办公室通知，让他紧急到县委开会。

踏进会议室时，他看到几个熟悉的面孔，有县农业农村委副主任姜军，双泉乡副乡长陈怡然，还有的人不太熟悉，大家面面相觑，都不太清楚会议的目的。

会议只有一个主题，县领导布置了“酉阳800”区域公用品牌的创建工作，包括成立工作专班，召开发布会，制定标准体系和扶持政策等。具体工作则由新成立的工作专班负责，冉玉峰被任命为专班负责人，其他成员包括姜军、陈怡然以及县农业公司的相关负责人、县农业农村委的工作人员等。

“说实话，很突然，而且压力相当大。”出了会场之后，冉玉峰有些茫然，但更多的是紧迫感。

产品强、品牌弱制约了农业的发展，酉阳“九山半水半分田”的地形，导致农业产业普遍存在规模小、布局散的困境，地处武陵山深处的区位，又让许多品质较高的农产品无法实现应有的价值。

怎样找准打造区域公用品牌的突破口？

他山之石，可以攻玉。2月16日和2月27日，专班成员分批奔赴浙江，深入学习丽水市的“丽水山耕”区域公用品牌

酉阳麻旺镇米旺村网络主播在介绍麻旺鸡蛋。有了区域公用品牌后，特色农产品更好销。图为



五月二十五日，重庆果蕊茶叶有限公司杯泡茶生产车间，工人在生产线上忙碌。记者 刘琦旎 摄 视觉重庆

建设。“丽水山耕”是全国率先推出的覆盖全区域、全品类、全产业链的地市级区域公用品牌，包含19个地理标志产品、1000多个合作基地、上千种生态产品，把龙泉灵芝、云和雪梨、景宁惠明茶、青田稻鱼米、处州白莲等特色产品卖到全国。这个公用品牌以“政府主导、协会管理、国资公司运营”为运营机制，以“基地直供、检测准入、全程追溯”为核心，牢牢抓住消费者，赢得市场。2018年3月，“丽水山耕”被确定为浙江省七张名片之一。

从浙江回来之后，冉玉峰牵头制定了“酉阳800”区域公用品牌的四步走战略，即“说出来—亮出来—做出来—卖出去”，其中涵盖了农业协会组建、品牌LOGO设计、首批商品选定、实施方案和战略规划制定、产品溯源支撑材料收集等具体内容。

此时，酉阳已经完成了“说出来”的基础性工作，接下来的重点就是“亮出来”。其中，最重要的一项任务就是在北京召开发布会，向全世界展示“酉阳800”区域公用品牌的形象，呈现出景致、有产业、有民族文化特色的“现代版全域旅游全景图”。

造势—— 举办发布会，“亮”出品牌风采

3月21日上午，由酉阳县政府与中国民族贸易促进会联合主办的“酉阳800”区域公用品牌发布会在北京举行，发布了形象设计方案，举行了农特产品购销签约仪式，同时发布“酉阳800”区域公用品牌首批拟授权使用企业名单。

不到两个小时的发布会，陈怡然却深知背后的不易——在短短半月内，完成确定品牌形象LOGO，寻求有关部门支持，找国内顶尖专家为“酉阳800”旗下的优质农产品发声，以及繁杂的会务准备等工作。所有这一切，都是在为品牌造势。

LOGO形象设计时，冉玉峰和专班成员联系、比较、筛选了多家知名设计机构，最终确定了中国民族贸易促进会的方案。方案中，数字“800”的设计巧妙融入了等高山（海拔经济）、梯田、草原、山水、云绕、乌江、船进桃花源等元素；“酉阳”二字为微笑体，简洁明快、清新典雅，寓意生态、物产、文化资源丰富的酉阳以微笑欢迎所有人，以及“酉阳800”欣欣向荣、蓬勃发展的前景。

筹划品牌LOGO形象的同时，专班也在积极邀请专家为其发声。陈怡然介绍，由于初期筛选了油茶、五倍子、蜂蜜、大米等六大特色产业作为“酉阳800”的支撑，因此他们竭尽所能，邀请了国内6位相关领域的顶尖专家，其中有国家油茶科学中心首席专家姚小华、中国养蜂学会副理事长、秘书长陈黎红等。

当一系列流程一一落地后，冉玉峰等人悬着的心终于放下。

发布会只是造势的开端。4月以来，酉阳举办了“酉阳800”区域公用品牌广告语、推广视频征集活动，收到了来自29个省市的2600多条广告语和视频投稿，反响热烈。“其实我们要的不是结果，而是这个过程，通过各种活动进一步扩大‘酉阳800’的影响力、知名度。”冉玉峰说。

同期，“酉阳800”区域公用品牌亮相美国纽约时代广场，以简约有机的形

象，向世界展示了中国酉阳特色产业品牌的风采。

谋势—— 抱团发展，做大做强公用品牌

打造品牌需要久久为功。发布会后，冉玉峰收到很多反馈，说很成功，反响很好，但具体到品牌建设，有的说“酉阳800”就是推销产品的，有的认为“酉阳800”品牌发布会搞了就没事可做了，有的企业老板说产品贴上LOGO就能卖到更高的价格。

这让他感到有些慌张：“很多人只看到品牌的后端，即市场端，其实前端（产业端）同等重要。”怎么办？统一认识、理清思路是关键。

4月初，酉阳举行了一场关于“酉阳800”区域公用品牌的专题培训，面对台下数十位街镇、部门的相关负责人，冉玉峰分享道：“酉阳800”品牌创建，一定不是少数领导、少数部门的独角戏。乡镇应是“酉阳800”的前沿阵地，有引导农民、守住生态、提供基地、推出产品的职责。农口部门是品牌创建的主管部门，负责扶持政策的制定、产业形态的布局、生产基地的建设等。

随后，酉阳各部门通力合作，做了这么几件事：综合海拔、气候、日照、降水、负氧离子、土壤结构等条件，选定产业基地；联合首批使用“酉阳800”区域公用品牌的企业组建专家团队，制定从基地到产品的全产业链的标准；出台扶持政策

和三年行动方案……

“酉阳800”区域公用品牌的打造，给当地的产业和企业带来了新的机遇。

油茶是酉阳的第一大产业，其中酉州油茶科技有限公司的种植基地就达到29.4万亩，“去年我们销售了703吨，今年有政府的支持，有了公共品牌，我们的目标是1200吨、产值3亿元。”该公司董事长张新文信心百倍。

品牌的建设和产业的发展，最终是为了带动群众增收。在李毅的蜂箱旁，在果蕊茶叶的生产线上，在酉州油茶科技有限公司的基地里，记者看到了许多辛勤劳作的身影，他们都是“酉阳800”的一分子。“今年的订单比过去多，我们的收入也跟着涨。”生产线上，一位工人笑道。

“酉阳800”，蕴藏着酉阳强县富民的密码，承载着60万酉阳人民走向更加幸福美好生活的希望。

（记者手记）

农产品区域公用品牌如何“叫响”

从2月到5月，“酉阳800”完成了LOGO形象设计、品牌发布、标准化基地确定、专家团队组建等工作，其效率不可谓不高，成绩也逐渐显现。

但对于一个旨在解决“生态价值的转化问题、乡村振兴的路径问题、农村产品的出路问题、农民群众的增收问题”的区域公用品牌而言，要培育成功仍是任重道远。

首先是品牌本身的辨识度问题。单一品牌辨识度比较清晰，而区域公用品牌因为要兼顾到一个区域的土特产、地理标志产品，所以往往辨识度不高。

其次是产品

的品质问题。随着规模扩大、销路打开，不少企业存在“萝卜快了不洗泥”的现象，也有大树底下好乘凉的心理，导致产品质量下滑，品牌形象从而也受到损害。

此外还存在营销问题，一些农产品区域公用品牌在推广上的宣传手段比较单一、宣传范围有限等，因而效果不好，市场迟迟打不开。

上述几点不仅是“酉阳800”需要克服的问题，也是重庆目前已经创建的天生云阳、一江津彩等区域公用品牌面临的共同难题。

解决这些问题，要综合各方的力量。比方说在增强品牌辨识度上，应将丰富的历史文化与地域特色融入到品牌形象中，有效增强品牌影响力。甘肃的省级农产品区域公用品牌叫“厚道甘肃，地道甘味”，突出做产品很诚实、东西货真价实这个点，来打造一系列的单品类品牌。像“生态鄯阳湖，绿色农产品”，就是注重绿

色和生态，然后再打造各单品的区域公用品牌。这些都是比较成功的案例。

又比如在品质方面，应加快制定区域公用品牌农产品的生产管理和流通标准，严格规范品牌标准的使用，防止出现品牌泛用和未经授权单位滥用等现象。在这一方面，“酉阳800”在初期严格选定了12家企业，并按照海拔、气候、土壤结构等选择产业基地，从源头上进行了规范管理。

在营销方面，要努力提升农产品区域公用品牌的市场活跃度，如开展一些相关品牌的评选活动，同时积极利用媒体宣传推介，对区域品牌产品进行常态化展示，扩大知名度。目前，酉阳正在开展十大菜品的评选，并将其作为品牌营销的重要内容，同时还推出“我在酉阳有块田”“我在酉阳有片叶”等与“酉阳800”相关联的手机铃声。

这些尝试和努力能起到什么样的作用，我们拭目以待。（颜安）

区县动态

云阳： 小麦新品种“渝麦17”每亩增产37公斤

近日，在云阳县路阳镇文武村80亩农业科技示范基地内，农机手驾驶着收割机穿梭在麦浪中作业。基地种的是小麦新品种“渝麦17”，经实收测产，亩产量达260.6公斤，较普通小麦亩产量增产37公斤，增幅达16.5%。

这80亩小麦是基层农技服务改革体系示范基地项目，通过开展新品种的对比试验、技术培训、绿色防控，筛选适合云阳种植的小麦新品种。

云阳县农业技术服务中心高级农艺师刘华介绍，本次测产面积为0.935亩，实收小麦319.75公斤，除去水分和杂质后，实际亩产量为260.6公斤，增产明显，小麦新品种“渝麦17”达到了试验目标。接下来，云阳县将逐步推广小麦新品种“渝麦17”。

云阳积极鼓励广大群众利用冬闲田种植小麦，今年共种植小麦11367亩，预计总产量达2800余吨。
通讯员 谭启云 徐锐

秀山： 为茶叶、黄精种植投保

茶叶是秀山县确立的五大特色效益农业之一，目前，全县茶叶种植面积达19万亩，茶叶综合产值达15亿元。为提高茶叶产业发展的抗风险能力，助推农业特色产业“提质增效”，今年秀山开展茶叶种植保险试点，首批有5390亩茶园纳入保险试点。

本次政策性保险试点工作，坚持“先试点、后扩面、保成本、促发展”和“政府引导、市场运作、参保自愿、协同推进”的原则，对象为种植茶叶的龙头企业、农民专业合作社、种植大户及一般农户，种植面积不足30亩的一般农户，通过其所在的村委会集体投保。

为推动乡村产业高质量发展，秀山县还将开展黄精种植保险试点、农业设施大棚保险试点550亩、柚子收益保险试点和羊肚菌种植保险试点，确保群众增收致富。
通讯员 王建国

铜梁： 快递小哥成基层治理“流动岗”

不久前，铜梁区一快递小哥刘宽发现一处充电桩没有安装防漏电装置，容易超负荷运转导致用电事故，他随手拍下画面，通过“智治铜梁”公众号“随手拍”上报功能，将问题反映到了淮远社区。三天后，充电桩换新了，增加了防漏电保护装置，消除了安全隐患。

像刘宽一样，铜梁快递小哥们积极参与不文明现象“随手拍”、楼道垃圾“随手清”、安全隐患“随手报”、宣传资料“随手发”、意见建议“随手写”，成为基层治理的“流动岗”。

为加强基层党组织建设，密切联系新业态新就业群体，推动党组织的有效覆盖，从去年起，铜梁区委组织部在快递行业、外卖行业、网约车行业成立了党支部。

结合快递小哥走街串巷熟悉环境的工作优势，激励党员在社会治理中当先锋、做示范，党支部积极引导他们到社区网格党支部报到，让他们当起了“兼职网格员”，随时向社区党委反映问题、提出建议，参与到文明城市创建等工作中，快递小哥成为参与基层社会治理的新兴力量。
通讯员 陈刚

直播带货

万盛坪坝村： 全年可订购鸵鸟肉和鸵鸟蛋

近日，在万盛经开区关坝镇坪坝村鸵鸟养殖基地，一只只体型庞大的鸵鸟或优雅漫步、或追逐嬉戏。

鸵鸟浑身都是宝，羽毛可做高档的羽绒服和装饰品，鸵鸟肉营养价值极高，具有高蛋白、低脂肪、低胆固醇、低热量的特点，可以煎、煮、炒、炸，还能做成生蛇片，搭配特调酱料，口感细腻鲜美，骨头还可以煲汤。

该基地全年可订购鸵鸟肉和鸵鸟蛋，鸵鸟肉65元/斤，鸵鸟蛋200元/枚，约重3斤，欢迎大家订购。
联系人：黎老师；电话：17602322106
通讯员 姜亚梅 周婷

武隆灵山村： 葡萄上市10元一斤

武隆区白马镇灵山村葡萄园的“寒香蜜”葡萄近日已抢鲜上市，价格10元一斤。

“寒香蜜”葡萄果肉较脆，味甜多汁，还有独特的香气，深受市民的喜悦。欢迎广大水果批发商前往采购，量大从优，采摘期将持续到8月底。
联系人：陈从文；电话：17323769222
通讯员 代娟

南川中图村： 10吨优质油菜籽寻销路

近日，南川区河图镇中图村党支部书记唐科忠发出求助信息，说由于缺乏销路，村里还有10吨油菜籽积压，希望有爱心企业和爱心人士能来收购。

中图村种植的油菜是南川区农委推荐的优良品种，油菜籽颗粒饱满，气味浓香，每斤油菜籽可榨出0.33斤油。如有企业和个人收购，价格面议。
联系人：唐科忠；电话：18723867333
通讯员 黎明