



品牌强农

重庆以“特”为本打造农业金字招牌



巫山县曲尺乡柑园村李花芬芳。巫山脆李二〇二〇年品牌价值超十九亿元。何志亮 摄/视觉重庆

你了解重庆这些农业品牌吗

●潼南柠檬

潼南柠檬种植面积32万亩、年产量28万吨，综合产值超过33亿元，帮助15万余农民脱贫增收致富。潼南被认定为中国特色农产品优势区，潼南柠檬被农业农村部认定为全国名特优新产品，成功认证国家农产品地理标志商标，纳入国家生态原产地产品保护名录，创立并发布了中国首个“柠檬指数”。



●涪陵青菜头

涪陵青菜头种植面积近73万亩，青菜头总产量160余万吨，年产销成品涪陵榨菜50余万吨，榨菜产业总产值120亿元。“涪陵榨菜”“涪陵青菜头”品牌价值分别达147.32亿元、24.38亿元。涪陵榨菜产业已建立了青菜头种子选育、青菜头种植、青菜头加工、附产物开发、产品销售等一条完整的产业链。



●巫山脆李

巫山脆李2019年总产量9.5万吨，总产值13.4亿元，2020年品牌价值是19.08亿元。获得国家级荣誉：2014年5月被中国果品流通协会授予“中华名果”称号；2019年11月获“中国农产品区域公用品牌”；2020年4月30日获农业农村部“农产品地理标志登记”证书。2020年9月，“巫山脆李”品牌价值由去年的16.28亿元增至19.08亿元，净增2.8亿元，蝉联全国李类品牌第一。



●永川秀芽

2020年，永川秀芽年产量8086吨，年产值9.1亿元。2017年获评“中国优秀茶叶区域公用品牌”称号，2019年被认定为“中国特色农产品优势区”，2020年获中国茶叶区域公用品牌价值评估21.98亿元。



●荣昌猪

荣昌猪是世界八大、中国三大优良猪种之一。荣昌常年存栏母猪10万头，外销仔猪100万头，出栏育肥猪75万头，是我国推广范围最广、影响力最大的优良地方猪种，形成了一批以“琪金·荣昌猪”“艾迪”“古昌土猪肉”等为代表的产品品牌。荣昌猪产业年产值达106亿元，“荣昌猪肉”成为全国首个同时获得绿色食品认证和国家地理标志证明商标的“双认证”产品。2019年，“荣昌猪”品牌价值达到36.81亿元，名列全国地方猪种品牌榜首。



●江津花椒

2020年，江津花椒种植面积56万亩，投产40万亩，年产鲜椒30万吨，总产值32.5亿元，品牌价值59.35亿元。江津区被命名为“中国花椒之乡”，江津花椒获批“地理标志产品保护产品”，并获得第十五届、第十六届、第十七届中国国际农产品交易会金奖。



●奉节脐橙

奉节脐橙农产品地理标志地域保护范围以奉节县为核心区，包括奉节、巫山、云阳、开州4个区县的61个乡镇，保护规模为46400公顷，年产量106.25万吨。其中，奉节县的奉节脐橙种植面积36.9万亩，2019年产量33万吨，综合产值32.3亿元。奉节脐橙先后获得“中国驰名商标”“国家地理标志”“2019中华品牌商标博览会金奖”等荣誉，荣膺“中华名果”称号，经中国质量认证中心评估奉节脐橙品牌价值达182.8亿元。



特点 打造全国首个省级层面、全品类农产品区域公用品牌 “巴味渝珍”让重庆造农产品叫响全国

“农业要做强，必须突出品牌引领。要推进农业高质量发展，品牌建设是关键。”市农业农村委相关负责人介绍，重庆作为大城市、大农村，无论是满足本地城市消费需求，还是在全国农产品市场树立整体形象，都需要打造一个有特色的区域公用品牌。因此，在2017年全国农业工作会议提出“唱响质量兴农、绿色兴农、品牌强农”后，重庆打造的全国首个省级层面、全品类农产品区域公用品牌——“巴味渝珍”开始出现在公众视野。

品牌口号——“活得浓墨重彩，吃得淋漓尽致”，表达的不仅仅是重庆自身的自然环境、历史文脉、生活性格、饮食文化等，也是向消费者传达一种积极的价值观与人生观，更是向消费者传达一种无需担心质量安全只管尽情享受的消费体验。截至今年10月，全市共有238个企业499个产品获得“巴味渝珍”授权。在“巴味渝珍”品牌体系之下，形成了水果、茶叶、蔬菜、大米、禽蛋、休闲食品、调味品、中药材及水产类、肉类等十大品牌系列。重点打造了“奉节脐橙”“巫山脆李”“涪陵龙眼荔枝”三大水果品牌，“永川秀芽”“荣昌猪”“石柱黄连”等9个中国特色农产品优势区，推荐忠县柑橘、梁平柚、城口山地鸡等11个产

业链条上下游整体升级。“巴味渝珍”产品具有“可追溯”的特点。企业的农产品完成“巴味渝珍”品牌授权审核后，该农产品就有了含防伪和质量安全追溯认证的“量子云码”，实行“一物一码”溯源追踪，确保产品的唯一性，增强消费者的购买信心。同时，通过“量子云码”，生产者可以了解消费者的分布、喜好乃至产品使用情况，为产品生产经营和运营决策提供宝贵的“数据眼”。

特长 让知名品牌产生集群效应 “奉节脐橙”产自4个区县

受地形地貌等生产条件影响，我市农业产业普遍规模不大，农产品品牌小、乱、杂现象仍然存在，制约了农业品牌的发展。以享誉全国的“奉节脐橙”为例，长江三峡库区紧邻奉节几个区县的脐橙品质也属上乘，但由于品牌不响，存在销路不畅等现象。“我们很多区域的优质农产品急需政府整合做优一批知名品牌，重点打造一批拳头品牌农产品。”市农业农村委相关负责人介绍，近两年，重庆着手打造知名农产品品牌集群，提高重庆品牌农产品市场占有率。

2019年7月，重庆市划定了奉节脐橙农产品地理标志地域保护范围：长江流域三峡库区河谷地带，海拔600米以下，以奉节县为核心区，包括奉节、巫山、云阳、开州4个区县的61个乡镇。其保护规模为46400公顷，年产量106.25万吨。像打造“奉节脐橙”品牌集群这样，我市整体提升了“巫山脆李”“永川秀芽”“荣昌猪”等农产品品牌，创建了涪陵青菜头、荣昌猪、石柱黄连等9个中国特色农产品优势区，推荐忠县柑橘、梁平柚、城口山地鸡等11个产

品入选《中国农业品牌目录2019农产品区域公用品牌》。截至目前，我市评选认定重庆名牌农产品667个，其中590个尚在有效期内。我市品牌整合效益开始显现，绿色、生态、安全的品牌农产品正不断走出重庆，卖向全国：“巫山脆李”畅销全国，去年产地价同比上涨48%；“永川秀芽”屡获金奖，去年种植面积扩大到10万亩，产值增加到8个多亿；“江津花椒”“荣昌猪”等获评2019年中国农民丰收节“最受市场欢迎名优农产品”。

□本报记者 汤艳娟

最近几天，虽然奉节脐橙还没有进入采摘期，但奉节县白帝镇坪上村村民梁尚权已陆续接到几笔大订单。他一边准备印有“奉节脐橙”的包装箱，一边开心地说：“去年我家脐橙卖了10多万元，今年估计行情也不错，卖个20万元没问题！”

和梁尚权一样，家住巫山县曲尺乡朝阳村的果农们最近也忙个不停。去年这里被划定为奉节脐橙农产品地理标志地域保护区域，果农们的脐橙产品有了“金字招牌”的加持，全国各地的订单纷至沓来，让大家对发展脐橙产业更有信心了。

品牌，是农业高质量发展的凝集，是农业综合竞争力的显著标志。

近年来，重庆持续做好农业产业的“特”字文章，大力发展“小规模、多品种、高品质、好价钱”的现代山地特色高效农业，打造了一块高品质、有口碑的农业“金字招牌”。



龙眼收获时节，涪陵区睦和村果农满载而归。通讯员 李夏 摄/视觉重庆

特色 让农业老字号走上复兴之路 提升“老”品牌的“新”价值

在重庆的100多家农业老字号品牌中，陈昌银麻花、长寿沙田柚、邮亭鲫鱼、孙记麻辣鸡等在重庆家喻户晓，桥头火锅、永川豆豉、黄花园酿造、张鸭子等还上榜中华老字号。“一块老字号招牌就是一段传奇，具有广泛的群众基础和巨大的品牌价值、经济价值和文化价值。”市农业农村委相关负责人介绍，目前重庆部分农业老字号企业存在品牌价值淹没等问题，迫切需要顺应市场变化和技术发展的改革创新，去提升“老”品牌的“新”价值。在前不久举行的首届川渝老字号博览会上，数十家重庆农业老字号企业积极参展。“我们原本日销500斤鲫鱼，今年受疫情影响日销售量下降了一半。我们不能坐以待毙，应该利用一切机会推销产品。”邮亭刘三姐鲫鱼负责人刘著英为了更好地展示企业色香味俱全的鲫鱼产品，特意设计了现场制作鲫鱼

环节，并以优惠价邀请顾客现场品尝，“我们此次宣传起到了很好的效果，这几天进店顾客较此前提高了三分之一。”作为中华老字号的“陈昌银麻花”，积极拥抱工业互联网，依靠互联网企业分析消费者购买麻花及类似休闲零食的口味，为消费者研发出“大牌品质，工厂价格”的商品，从而精准实现了订单式生产，大大降低了库存成本压力。“除了引导老字号企业自主创新外，我市还对农业老字号加工企业进行了政策奖励。”市农业农村委相关负责人介绍，近两年，该委对重庆周君记火锅食品有限公司、重庆饭道餐饮食品有限公司等“重庆老字号”农产品加工企业发放奖励1750万元，2019年就奖励7家企业共900万元，2020年奖励10家企业共850万元。与此同时，为了助推传统农业老字号企业的复兴，我市深度挖掘了巴渝传统美食、加

工技艺、农业非物质文化遗产内涵，复兴了山城沱茶、永川豆豉、黄花园调味品、合川桃片、忠州腐乳等传统老字号品牌，强化了品牌“溯源防伪”技术的研发和推广，严厉打击涉农品牌假冒、侵权等行为，保障了农业老字号产业持续健康发展。“老字号是亮眼的‘金字招牌’，但不是市场经济中的‘免死金牌’。”中华老字号工作委员会常务副主任王耀在参加川渝老字号发展论坛时表示，老字号企业要针对当前中国主力消费群体的消费特点，携手应对虚实结合的销售新环境，创造与时俱进的老字号经典时尚产品。市商务委服务业处相关负责人则认为，重庆老字号的创新不能盲目跟风，作为传统文化和传统技艺的传承者，精湛的工艺与过硬的品质始终是老字号安身立命的根本。老字号无论怎么创新，都要守住传统品牌的文化内核和精神内涵。