

衡阳市农业农村局

对市政协十三届二次会议第 276 号提案的答复

衡农提复〔2023〕20号（B类）

市政协农业和农村委员会：

你们提出的《关于打造‘角山米’粮食区域公用品牌的提案》收悉，现答复如下：

当前，品牌强农是推进农业农村现代化的有力措施。贵委提出的建议对当前发展我市粮食区域品牌建设有非常重要的意义和指导作用。

一、粮食区域公用品牌打造势在必行

习近平总书记指出：要加快中国制造向中国创造转变，中国速度向中国质量转变，中国产品向中国品牌转变。为贯彻落实习近平总书记考察湖南期间的重要讲话精神，大力实施“三高四新”战略、奋力建设农业现代化衡阳，加快衡阳农业品牌发展，以区域公用品牌带动全产业链发展意义重大。近年来，我省在推动省级粮食区域公共品牌“洞庭香米”进程中，涌现出了常德香米、南县稻虾米等区域公共品牌，以及一些有影响力的企业品牌如瑶珍、金健等。打造衡阳市的粮食区域公用品牌，抢抓机遇、奋勇

赶超对推动我市粮食产业升级和高质量发展意义重大。

二、粮食区域公用品牌打造基础良好

一是粮食生产基础好。衡阳作为全省传统农业大市，粮食播种和粮食总产量长期位居全省前列。2023年早稻、旱粮播种面积均超省定任务，100亩以上的双季稻绿色高质高效示范点365个，示范面积12.35万亩，比去年增加5万亩以上，成效非常显著。新增耕地位于全省前列，尤其是承诺举证的2.5万亩耕地全部耕种到位，全市耕地占补平衡指标三年来首次由负转正，省审计专报反映的祁东433个“非农化”“非粮化”问题已经全部整改销号。

二是粮食加工能力潜能大。拥有一批粮食种植加工龙头企业。如国家级农业产业化龙头企业角山米业，以及一批粮食种植加工的省市级农业产业化龙头企业。

三是涌现出一批优秀的大米企业品牌。如“角山”“金雁”“衡山香米”“南岳寿米”“石盘春”“四一乡米”“岭盛牌”“百寿花”“展望”等。其中“角山”牌商标被评为“中国驰名商标”、全国百佳农产品品牌等。四是积极探索打造区域公共品牌。衡南县着力打造“清泉农夫”优质米。

四是营销促销持续发力。我市历来重视农业营销促销工作。组织粮食企业积极参加国际国内各类大型农业展会，特别是中国中部（湖南）农业博览会、衡阳年货节等。角山米曾获得中国中部（湖南）农业博览会袁隆平特别奖和产品金奖，并推荐角山米业参加湖南卫视举办的“稻花香里说丰年”推介活动。“四一乡

米”“福云生态米”曾获得中国中部（湖南）农业博览会产品金奖等等。我市的大米也在长沙的湖南优质农产品展销中心衡阳展馆上架、东洲岛湖南农特产品展销中心均有展销衡阳大米等等。推荐大米生产加工企业入驻政府采购电子卖场和消费扶贫网等。每年组织一大批高素质农民开展电商培训、推荐企业参与大学生直播带货等活动。全面推进全市电商扶贫工作，帮助贫困人口稳定脱贫。我市已建成县级运营服务中心15个，开设“湖南扶贫小店”4589个，电商交易额在1万元以上的电商企业2000余家，农村物流正快速发展，快递已进村，电商交易额逐年增加。

三、粮食区域公用品牌打造任重道远

（一）品牌意识不强。一是商标注册意识不足。部分农业经营主体忽视品牌形象塑造和优势培育，特别是种养殖行业经营者缺乏品牌创建理念，二是品牌管理跟不上。存在重创建轻管理、重申报轻使用的情况，品牌创建和使用相脱节，对品牌的文化内涵深度挖掘不够。存在重牌子轻品质的情况，认为品牌创建就是“买个牌子、买个认证”，没有以品牌创建为契机完善工艺，提升技术水平，对产品的质量不重视。三是营销能力不强。缺乏广告策划、渠道管理、市场营销方面的高端人才，没有建立适应市场的营销渠道，我市农产品入超率低，通过互联网销售产品的企业也不多。广告投入严重不足，农业企业在中央、省级媒体上投放的广告不多，导致品牌的认知度低，增值速度缓慢，品牌价值的提升极其

有限。

(二) 品牌整合度不够。品牌虽然多，但整合力度不够，存在小、散、乱的问题。**小：**国字号、省字号认证的品牌不够多，知名度不够，品牌影响力有限。如大米加工行业我市有金雁、绿海、角山三个中国驰名商标，但无论是产量、营业收入、利润率、品牌知名度方面都没有达到行业领先水平。**散：**除了茶油茶叶之外，同一行业、同一产品不同商标、不同品牌的现象普遍存在。粮食产业，有规模以上粮食加工企业 76 家，品牌有八九十个，各品牌各自为战，严重影响了本土品牌的发展壮大。**乱：**企业的竞争合作思想有偏差。合作共赢意识不够，同一产品各企业的种植、加工、包装、门店标准不统一，并存在相互压价、互相诋毁恶性竞争的现象，难以形成抱团出击、集中打造衡阳区域公用品牌的合力。

(三) 政府牵头不够。一是**重视不够。**部分对品牌创建和行业整合的紧迫性、必要性认识不到位，认为品牌创建是企业的事，是市场经济，没有认识到农业的特殊性，对如何在品牌整合中更好地发挥政府的作用认识不到位。二是**没有建立统筹机制。**品牌创建特别是区域公用品牌的打造是一项系统工程，需要市政府统筹各职能部门，整合调度各方资源，协调平衡企业间利益。三是**投入不足。**只对企业获省著名商标、省名牌产品和中国驰名商标有奖励，对企业申报“三品一标”没有进行奖励；对企业的营销体系建设项目及品牌宣传活动没有给予补助。用于品牌打造的财政预算非常有限。

（四）品牌化发展的产业基础还不牢。龙头企业规模不大，年营业收入过10亿元的农业企业非常稀缺，企业的资金实力不雄厚，难以进行生产创新和新技术开发，从而难以实现品牌战略管理。农产品加工业发展不足，即使是获得注册的品牌农产品，其生产、加工等环节仍是常规生产、传统做法，科技含量低，产品附加值不高，企业利润不高，没有足够动力和财力去培育品牌。标准化生产仍然滞后，不同企业种养品种不同，生产加工包装标准不一，难以形成统一的品牌形象。

为了进一步打造粮食区域公用品牌，推动农业产业发展，结合建议意见。拟从以下方面开展工作。

（一）加强组织领导。建议市县相应成立品牌战略委员会，由党委或政府领导挂帅，相关单位负责人为成员，成立专班，整合资源，形成合力，统一打造粮食区域公用品牌。

（二）制订落实优惠政策。市财政加大对农业品牌打造的经费投入，设立品牌打造专项资金，用于市级品牌打造。充分调动科研机构、企业和生产经营者创建农产品品牌的积极性和主动性。一是对企业创建“三品一标”和中国驰名商标、省著名商标、省名牌产品给予一定的资金奖励。二是对企业参加省、市农博会的参展费进行补贴。三是对企业营销拓展项目给予扶持。四是对参与品牌整合的企业给予优惠政策。五是用于农业农村部门开展品牌打造的专项经费。

（三）大力推进农业产业化发展。农产品品牌建设和农

业产业发展相伴而生，相互依存，没有雄厚的产业基础，就不可能有好的品牌；没有知名品牌，产业也很难做大做强，只有品牌化与产业化相结合，才能凸显效益，增加附加值。一方面要扩大产品总量，形成规模优势，增强市场竞争力。另一方面要加大扶持力度，培育、壮大一批龙头企业，在产业内发挥领军作用，使龙头企业成为品牌化的主力军。大力发展“龙头企业+基地+农户”的农业产业化经营模式，以龙头企业、专业合作组织、行业协会为载体，在主体建设、产业规模、产品品质上下功夫，不断推动农业品牌发展。

（四） 强化品牌宣传力度。积极组织农业企业参加各类展销会，全方位、多层次、持续性地宣传农业品牌，提高农业品牌的知名度和影响力。通过各级媒体、电商平台等农业品牌进行宣传推介等等。

感谢你们对衡阳市农业品牌建设工作的关系和支持。



责任领导：胡荣华

承办人：刘金花

联系电话：0734-8180447

抄送：市政府办（2），市政协提案委（2）。