



营口市社会科学界联合会主办

营口社科研究

总第327期 07 / 2019年

准印证号(辽)H002
内部资料 免费交流

目录



营口社科研究

总第327期

07 / 2019年

党建纵横

着力提高领导干部底线思维能力 / 桑学成 成捷 22

中国共产党何以能有效治理腐败
/ 北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心 25

乡村振兴战略

加强我市农产品品牌建设的建议 / 农工党营口市委员会 26

社科广角

关于加强我市农业技术人才队伍建设的研究
/ 郑直 伊新华 王志强 28

对我国中小学校长负责制分析和思考 / 王驰 31

传媒视点

法制类栏目剧的发展方向 / 邓宏伟 33

办好少儿类电视节目对策建议 / 张贺 34

古贤论礼

礼记·礼运(节选) 35

地方文史

馒头山寻古 / 王金令 37

乐活人生

人在职场 | 杜绝3种职场心态 38

健康加油站 | 有些运动隐患重重 39



▲P3 习近平在中央和国家机关党的建设工作会议上强调:全面提高中央和国家机关党的建设质量 建设让党中央放心让人民群众满意的模范机关



▲P5 上海市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心:初心使命根植于思想落实于行动



▲P15 张绍华:有感于领袖的“礼”“德”情怀——读习近平文稿作品集《知之深 爱之切》



▲P18 王波:传统节日文化与小学德育教育的有效对接



加强我市农产品品牌建设的建议

农工党营口市委员会

近年来,我市坚持把做好农产品品牌建设工作作为实现农业增效、农民增收的重要抓手,大力实施品牌兴农战略,使我市农产品品牌的知名度和市场占有率不断提升。全市共有农产品品牌 179 个,其中国家级农产品品牌 23 个,省级农产品品牌 50 个,市级农产品品牌 106 个。基本形成了以“三水一牧一菜”为主体的东部山区畜牧养殖、特产和生态农业区,中部水果、蔬菜和设施农业区,西部高效水稻种植区及沿海水产养殖区 4 大优势农产品区域布局,培育了一批具有一定生产规模和市场知名度的农产品品牌产品,着重加强了“营口大酱”、“营口海蜇”、“盖州葡萄”和“盖州苹果”的品牌建设,成效显著。但是,我市在农产品品牌建设发展中仍存在一些问题与难点,具体表现在:

一是品牌创建意识不强,品牌挖掘程度有限。受传统农业生产经

营观念的影响,当前许多农业生产者满足于传统的营销模式和已有的销售渠道,对打造品牌信心不足,创建品牌的积极性不高,品牌建设力度不大,产品打入大市场的并不多。不少农民、企业生产者存在依赖政府的心理,创建品牌的主动性、自觉性不高,缺乏品牌意识。部分农产品生产企业、合作社组织(农户)对品牌建设工作认识不到位,有小富即安的思想,存在申报积极性不高,满足于生产的产品不愁销售,有申不申报品牌都一样的观念。

二是品牌建设技术含量缺乏,农产品标准化程度低。我市许多农产品在产后保鲜、贮运、加工等环节科技投入不足,对产品的精加工和深度开发不足,造成产品附加值低,产品竞争优势不明显,品牌效益难以提高。部份企业、合作社组织(农户)存在只追求眼前收益,不注重质量,不执行品牌生产技术标

准,不按行业规范流程组织生产,造成产出的农产品上不了台面,进不了高端区,只能从大众销售渠道销售,制约了农产品品牌的建设。

三是品牌宣传力度和组织化程度不够。“营口”这张自有名片在很多地方,由于缺乏规范有效的农产品品牌组织、运行、营销、宣传体系,我市农产品品牌包括地理标志产品并没有展示出应有的活力,市场中鲜少看到叫得响的营口农产品,市场影响力较弱。另外我市对区域农产品品牌的宣传还仅仅集中在有限的几个品牌,对更多的特色农产品宣传营销和推广力度做的还不够。

四是农产品品牌“杂而不亮”的问题突出。我市农产品品牌化仍处在起步阶段,农产品企业生产经营的规模小而分散,暂时还没有形成有凝聚力的品牌,从品牌规模化发展的角度来看,无论是在地理位置上还是在产业链中都处于不利

的地位,农产品缺乏一定的市场竞争力。以营口大酱为例,我市的大酱生产企业现注册 20 余家,其中规模以上 8 家,年产大酱 12 万吨,拥有各级自主品牌 9 个,虽然在国内外享有一定的声誉,但尚未形成拳头产品,规模不够,市场优势不足,没有产生品牌效应。

五是我市农产品品牌“缺文化少特色”,缺少包装。营口是一座有着悠久历史文化的百年港城,品牌价值具有极大的开发潜力。但是农产品企业对本土农产品品牌背后所承载的历史故事、文化发展、传统地域特色挖掘得还不够深入,没能使消费者产生较好的品牌认知,也没有使消费者达成共识和形成品牌忠诚度。农产品企业也缺少从文化特色入手打造品牌的意识,没能够充分体现产品品牌的内涵,一些老字号的农产品品牌特色宣传不够广泛,对于品牌地域特色不鲜明的农产品难以形成独特的产业优势和市场优势。

农产品品牌建设是一项系统工程,涉及到种植(养殖)、生产、研发、宣传、营销等多个环节,加强农产品品牌建设,必须合理品牌定位、整合品牌资源、树立品牌形象、调整品牌结构、弘扬品牌文化。为把我市农产品品牌建设工作打造成农业农村发展的新引擎,加快全市经济高质量发展,提出如下建议:

一、树立农产品品牌观念,增强经营者的品牌意识

树立农产品品牌观念是有效建设农产品品牌的前提条件。品牌意识的确立需要政府、农业企业、农户共同努力,政府要加强对广大农产品生产经营者的引导,引导他们树立品牌意识,健全建立农产品品牌经营者培训制度,加大对农产

品品牌的扶持支持力度,为企业提供品牌保护、农产品基地建设等方面的服务,农产品生产经营者也应树立正确的品牌意识,充分认识到品牌是经济实力的体现,认识到农产品品牌能适应农业市场化和提高农业的国际竞争力,要有创建、培育、保护品牌的主动性和积极性。

二、提高农产品的科技含量,保持农产品品牌活力

农产品质量和消费者信任度、忠实度是树立良好农产品品牌形象的基础,因此依托科技进步,提升农产品的科技含量,推动农产品的标准化,保证农产品质量,是树立和保持我市良好农产品品牌形象的推动力。必须通过加强农产品的科技推广,提升品牌农产品的技术含量,来保证品牌农产品的品质与质量,使消费者放心消费。因此农产品品牌建设与维护需要高新技术做后盾,不断创新,来保证农产品质量和保持品牌活力。

三、充分利用各种宣传媒体,不断提升我市现有农产品品牌的外界知名度

一是配合宣传部门、新闻传媒中心,利用现代媒体加大对农产品品牌的本地宣传和对外推介力度,积极配合宣传部门做好“营口名片”工程农业部分的宣传工作。重点做好“营口大酱”、“营口海蜇”、“盖州葡萄”和“盖州苹果”区域品牌的宣传推广工作;二是通过“互联网+”、移动平台以及金农热线等传媒提升农产品品牌的知名度和影响力;三是积极组织品牌生产经营主体参加各级农产品交易会等有较强影响力的展销会及经贸洽谈会,鼓励品牌行业协会和主体企业积极研究举办特色产品展销会等活动,展示农产品品牌的自身

品质和企业形象;四是及时与行业龙头企业、规模以上企业做好沟通,借势借力,通过重点企业的宣传推广,增强我市农产品品牌的影响力。

四、管好用好农产品品牌,提高我市农产品品牌竞争力

按现行政策要求,理顺农产品品牌的所属权,有相应社团组织和合作社组织的,将地标品牌管理权转给社团组织或合作社组织;没有相应的社团组织或合作社组织的,引导尽快成立社团组织或合作社组织。以“营口大酱”、“营口海蜇”、“营口丝绸”、“盖州葡萄”和“盖州苹果”为主成立行业协会或产业联盟,牵头管理和使用现有区域品牌,鼓励和支持本地企业最大限度使用营口地标品牌,确保地标使用企业数量增长、质量提升、产值增加、效益增倍,最大限度的发挥农产品品牌的使用效率,形成“拳头效应”。

五、融入文化加工,使我市农产品品牌既有“特色”还有“故事”

协调农业、文化、市场相关部门及科研单位,对我市主要农产品尤其是地理标志产品的特色和历史进行深入研究和发掘,携手农业企业、合作社、家庭农场等新型农业经营主体,在产品生产规划初期,结合品牌营销的市场数据分析,从产品个性化、历史沿革和地域文化渗透等方面入手,借助集体商标的注册,借助法律法规保护区域公共品牌的含金量,共同打造和提升区域公共品牌的社会影响力。共同为“营口大酱”等一批老品牌“绘特色、讲故事”,使我们的特色品牌坐上文化的“顺风车”。