



营口市社会科学界联合会主办

营口社科研究

总第326期 06 / 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326期

06 / 2019年

党建纵横

- 切实把开展主题教育的主体责任扛起来 / 易海云 22
- 初心和使命：不可丢掉的党魂 / 黄峰 姚桓 24

乡村振兴战略

- 加强农产品品牌建设 培育打造农业绿色经济 / 政协盖州市委员会 26
- 常态化农村垃圾治理模式亟需建立 / 营口市政协人口资源环境委员会 28

家庭家教家风

- 提高家庭教育水平 关键在于教育家长
——关于家长教育的思考 / 张丽琴 29

比较研究

- 学术创新需要相对宽松的环境来呵护 / 阎光才 31

社科广角

- 促进我市民营经济高质量发展 / 刘荣丽 33

传媒视点

- 广播节目中数字定时器的功能及应用 / 史景辉 35

古贤论礼

- 礼记·礼运(节选) 36

地方文史

- 天后宫《示禁碑》的由来 / 阎海 38

乐活人生

- 人在职场 | 上班族如何解决“心理罢工” 39
- 健康加油站 | 科学认识免疫力 40



▲P3 习近平主持召开中央全面深化改革委员会第八次会议强调：因势利导统筹谋划精准施策 推动改革更好服务经济社会发展大局



▲P5 北京市习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心：确保主题教育取得扎扎实实的成效



▲P8 余聪 徐川：以高度的历史使命感推进主题教育



▲P26 政协盖州市委员会：加强农产品品牌建设 培育打造农业绿色经济



加强农产品品牌建设 培育打造农业绿色经济

政协盖州市委员会

近年来,我市利用得天独厚的自然资源,积极加强农产品品牌建设,培育打造农业绿色经济,取得了明显成效。但从总体上看,无论是发展力度,还是发展规模,与先进地区相比仍有许多需要改进的地方。

一是缺乏品牌意识。农产品经营企业、合作社、农民品牌意识不强,不注册品牌和不使用品牌的现象较为明显,“重产量、轻质量、淡品牌”,认为农产品只要能卖出去就行,造成有品无标。一些已经获得名优品牌的农产品,在营销中不按名牌产品宣传,产品竞争力不强,价格上不去,企业和农民收益不高。

二是产业链条短,产品科技含量低。现有的品牌农产品开发深度

不够,加工的精度不够,一般停留在简单的分级包装和初级加工环节,缺少高新技术支撑,科技含量低,对生产的带动和辐射作用不明显。

三是标准化生产不够,农产品质量得不到保障。标准化生产体系不健全,建设相对滞后;企业从事生产经营过程中,不按标准生产现象时有发生;农户受生产成本、小农意识等因素影响,用药用肥不够规范,质量标准不统一,农产品质量得不到保障,农产品价格和市场竞争力受影响。

四是宣传营销力度不够。有些农民、涉农组织和企业缺乏经营品牌农产品思路,现有的品牌农产品销售仍以实体市场为主,沿用传统的批发、零售模式,品牌传播渠道

单一,品牌知名度不高。政府部门也缺乏宏观统一规划和指导,尚未充分利用媒体广告、公关宣传等全方位塑造商标品牌形象,导致地域品牌优势得不到体现。

五是服务体系不健全。市、县、乡三级农业科技服务队伍中缺少懂技术、善经营、会管理的科技人才,对农业科技服务和生产环节监管不到位。同时,我市农村一二三产业融合刚刚起步,融合程度低、层次浅,域内绿色生态农业标准体系和考核体系不健全。

为进一步加强我市农产品品牌建设,培育打造农业绿色品牌,提出如下建议:

一、凝聚力,完善品牌建设体系

农业是我市的优势,是全面建

成小康社会的基础。我市打造农业品牌有资源、有基础、有潜力，必须高度重视，加大推进力度。地方政府应制定科学规划，建立完善的品牌管理体系，将地区公共品牌的申报、建设和维护作为地方政府现代农业和绿色农业发展的任务之一。行业协会应提供生产标准与产品品质监管等服务，并直接承担地区公共品牌的日常维护、授权管理等责任。农业企业应通过质量有标准、过程有规范、销售有标志和市场有监督等方式提升农业品牌知名度和信任度，完善产品质量追溯体系，承担产品安全质量主体责任。农户作为参与者，对其引导与管理应由地方政府、行业协会、农业企业共同承担，通过技术与资金支持，实施农产品质量标准控制等，使农户既是品牌建设的受益者，也是地区品牌的自觉维护者。

二、依托优势，壮大品牌基础

立足自然资源优势，科学制订规划，有序推进农产品品牌建设和农业绿色品牌发展。围绕区域优势主导品种和产业，挖掘和整合农业自然资源优势，大力培育区域公用品牌，特别是深加工及科技含量高的品牌，并根据名牌产品的评价体系、具体要求，实行有计划、有重点的培育发展，形成储备一批、争创一批、培育一批的发展格局。要围绕地标、名牌产品抓产业调整和生产基地建设，努力形成集约化管理、规模化经营和产业化发展的优质农产品生产基地。要进一步扶持或引进一批具有开发、加工及市场开拓能力的龙头企业，对当地特色

品牌、绿色品牌农业进行深度开发，以增加农产品附加值为核心，发展精加工和深加工，延长产业链条，提高品牌附加值，带动农业增效、农民增收。要拓展农业生态、休闲、观光等新业态，努力塑造生态优、景观美、产品特地区形象，以地标品牌和特色品牌为依托，推进一二三产融合发展，增大第三产业发展空间，提高市场影响力，把地域品牌逐步做大做强。

三、加强管理，提升品牌质量

组织有关力量，研究、制定包括生产环节、产地环境和产品质量等地方性生产标准规范，统一健全质量标准，实现生产有标可依。建立标准化生产管理示范基地，以优势农产品生产基地质量认证为重点，发展规模化地标农业、无公害农业和绿色品牌农业商品基地，推动实现产业集聚，以规模优势拓展大产业，面向大市场，搞活大流通，为农业创名牌提供强有力的支撑，发挥名牌聚集效应，推动农业的发展、农民增收和农村区域经济的繁荣。指导协调市场主体成立农业行业协会，规范农业生产经营销售等，共推商标品牌发展，增强农产品应对市场风险能力，保障农民与农业效益。

四、强化宣传，扩大品牌影响

要加大对农产品商标品牌建设的宣传力度，在全市上下营造“商标造品牌，品牌强竞争，竞争出效益”的发展氛围。抓住市领导为农产品品牌“代言”的契机，继续坚持“政府搭台、企业唱戏”的思路，积极扩大我市名优品牌的美誉度。

要充分利用网络、国内农产品展销会、户外广告、电商平台等媒介进行品牌宣传，提高公众对我市农业品牌的认知度。积极帮助企业做好品牌宣传策划，注重产品包装，提高产品形象，正确引导市场消费，鼓励品牌企业扩大市场、开发市场。

五、充实人才，完善政策保障

实施农村实用人才培养工程，建立和完善各类农业科技培训体系，培养一批懂技术、善经营、留得住、用得上的新型农业科技人才队伍，为加快品牌农业发展提供坚强的人才保障。政府应将农产品品牌管理及推广使用经费编入行政管理部门年度财政预算，促使农产品品牌规范化、制度化建设。每年安排一定数量的专项资金，对有关农业标准化建设、农业产业园区建设、农产品品牌建设和农产品质量认证等进行扶持，进行相应配套奖励，激发广大经营主体积极性。要制定更多长期稳定的地标品牌、特色品牌应用、推广优惠政策，特别是对已经规范应用地标品牌、特色品牌的企业、合作社，积极协调扶持小额农业贷款，提升企业、合作社市场竞争力。