

绿色品质 世界共享

市农业农村局实施农业品牌发展战略,以产业育品牌,以质量树品牌,以开放塑品牌,以文化润品牌,走出一条以“绿色品质、世界共享”为特色的品牌农业发展之路

青岛:农产品品牌助推农业高质量发展

7月17日是第一个青岛品牌日,农产品品牌是农业现代化发展的重要标志,是现代农业转方式、调结构的重要抓手。

2022年中央一号文件强调,开展农业品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产提升行动,为农业品牌建设提供了重要指引和方向。

时下,农业品牌打造已成为引领农业供给侧结构性改革、推动农业高质量发展的关键举措,也是激发消费潜力、促进农村消费的有力抓手,对全面推进乡村振兴、加快农业农村现代化具有重要意义。

青岛市现有耕地面积654万亩,都市现代农业发展水平居全国35个大中城市第7位。全市知名农产品品牌163个,“三品一标”农产品达到958个,其中国家地理标志农产品54个,位居全国副省级城市首位,“青岛农品”区域公用品牌连续三年进入全国十强,助推农业高质量发展。

以产业育品牌,以品牌提效益

青岛不断调整优化优势特色农业发展布局,壮大农业新型经营主体队伍,推动农业全产业链发展,形成以产业育品牌、以品牌提效益的良好发展格局。

实施特色农产品优势区建设行动。编制《青岛市农产品区域公用品牌战略规划》,引导优势资源向优势区域集聚,高标准打造胶州大白菜、大泽山葡萄等4个特色农产品优势区。以特色农产品优势区为重点,全市发展特色农业400万亩,培育农业区域公用品牌34个,名特优新农产品登记数量居全省首位。

实施新型经营主体培育行动。做大做强农业龙头企业、农民合作社、家庭农场三大主体,全市市级以上农业龙头企业达到333家,规模以上农产品加工企业817家,农民合作社和家庭农场达到3.6万家。各类新型经营主体累计注册商标2.2万个,全市85%以上的农业品牌来源于龙头企业或农民合作社。

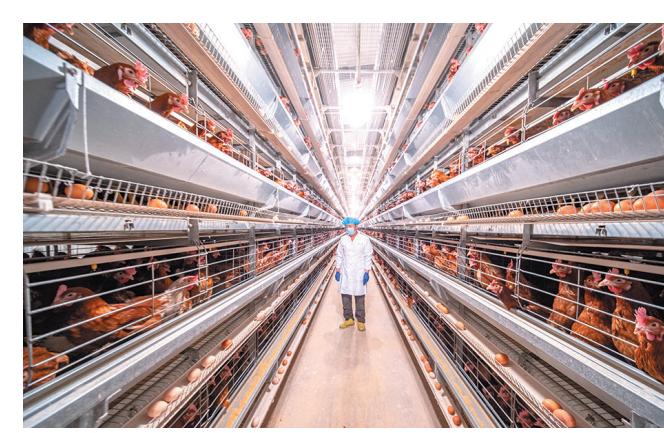
实施农业全产业链提升行动。坚持延长产业链、提升价值链、优化供应链,打造出畜牧业和农副食品加工业2条千亿级产业链,粮油、奶业等8条百亿级产业链,茶叶、蓝莓、胡萝卜等15条十亿级特色产业链。以特色农业产业链为载体,贯穿种苗繁育、生产、加工、流通等全过程、全环节,培育黄岛蓝莓、平度大花生、莱西畜产品加工等品牌集群30余个。

出重拳抓监管,创优质保安全

青岛深化国家农产品质量安全市建设,突出产管结合、无缝衔接,建立从田头到餐桌全



▲莱西市南墅镇青岛东鲁生态农业有限公司远眺。



►即墨田瑞养鸡场现代化养殖场景。

过程质量监管体系,从源头上保障品牌农产品质量品质。

产前环节突出投入品监管。以节肥、控药为重点,在全国率先禁止销售和使用高毒高残留农药规定和农业废弃物管理办法,实施投入品约谈和“黑名单”制度,坚决遏制非法添加、高毒高残留等违法违规行为。每年推广绿色防控技术400多万亩、测土配方施肥500多万亩,全市水肥一体化达到90万亩,化肥农药施用总量连续三年实现负增长。

产中环节突出标准化生产。制定农业地方标准173项,主要农作物生产实现全程有标可循;培育标准化生产基地263个,标准化养殖场1500多个,菜果茶等优势农产品标准化率达到73%。建立严格的产地准出、市场准入、风险评估制度,全面推进食用农产品合格证,确保不合格农产品走不出田间地头。

开拓全球市场,融入“双循环”

青岛充分发挥东部沿海城市优势,用市场的逻辑谋事、资本的力量干事,积极开拓全球市场,按照国际标准塑造“青岛农品”质量品牌,加快融入“双循环”新格局。

搭建新平台。立足山东自贸区青岛片区

等国家战略,引进社会资本,打造全国首个农业“国际客厅”,承办亚洲农业与食品产业博览会、中国国际农业机械展览会、中国农民富大会等国内外重量级展会,设置“青岛农品”热销区,推动300多种品牌农产品借船出海。

拓展新市场。发展外向型加工农业,创建中国(青岛)国际农产品加工产业园,积极拓展欧美、东盟、中亚等海外市场,全市农产品出口企业达到1200多家,其中1000余家企业通过BRC等国际出口质量体系认证,农产品出口检验检疫合格率始终保持在99%以上。2021年,全市农产品年出口370.8亿元,占全国的7.5%,居全国同类城市排名首位,真正实现“绿色品质,世界共享”。九联集团鸡肉出口连续11年稳居全国首位,占欧洲市场份额的70%;胶州市是全国最大的辣椒加工出口集散地,年交易额达到120亿元。

壮大新业态。大力发展战略+营销“生鲜电商+冷链物流”“中央厨房+食材冷链配送”等新产业新业态,全市建成中央厨房25个、线上线下结合交易市场28个,开设地方特色农品馆4个,农产品新零售年交易额达到610亿元,打造出“胶味领鲜”“即供”“云山大樱桃”等知名互联网品牌。

讲好品牌故事,提升品牌特质

青岛坚持以文为媒、以文铸魂,讲好品牌故事,推动优秀传统文化和传统地方名品融合发展,提升农业品牌的特质和内涵。

发展节庆农业。把农民丰收节、胶州湾蛤蜊节、崂山北宅樱桃节、平度大泽山葡萄节等62个农旅节庆活动打造成“青岛农品”系列品牌形象宣传、展示平台,年接待游客460万人次,销售收入160多亿元。

传承农耕文化。编纂《青岛农业品牌故事大全》,讲好中国道教发祥地之一的崂山茶、毛主席作为国礼相送的胶州大白菜、历代贡品大泽山葡萄等“青岛农品”品牌故事。建立青丰种业、胶州大白菜、柏兰等农产品品牌博物馆、展览馆和体验馆,培育出“食在平度”“采食即墨”“乐在莱西”等区域公用品牌和山后韭菜、玫瑰之恋等众多产品品牌。

植入大众文化。实施农业品牌宣传推介项目,举办市民最喜爱农产品品牌评选活动,利用电视、报纸、微视的媒体资源和地铁、机场、公交等传播媒介,以群众喜闻乐见的形式,推介品牌农产品。3年来,全市累计投入资金7200多万元、触网达10亿人次,荣获全国“融”媒体优秀案例奖。

绿色优质农产品 供给的“青岛策”

近期,农业农村部发布《“十四五”全国农产品质量安全提升规划》,提出到2025年,农产品质量安全水平持续稳中向好,农产品质量安全治理能力和绿色优质农产品供给能力稳步提升,基本形成高水平监管、高质量发展的新格局。

市农业农村局着力增加绿色优质农产品供给,实施优品培育行动,22个农产品进入全国名特优新农产品名录,居全省首位,在35个大中城市排第四;隆铭牛肉成为全省唯一一个特质农产品,也是全国首个肉类特质农产品。

摸透资源家底,为精准开展工作提供科学依据。采集全部90个涉农镇(街道)的万余条信息,梳理合并成970个产品资源,初步建起市级优质农产品资源信息库。依据产品种类、资源禀赋、产业基础等条件,制定全国名特优新农产品和特质农产品梯队培育计划,首批遴选100款产品,计划用3年时间完成品质评价鉴定和名录申报登录,做到任务目标清晰,时间节点明确。

建强工作体系,为高效开展工作完善机制基础。市农业农村局以机构改革为契机,明确市、区两级工作机构,并在职能编制规定中增加相关内容,依托农产品质量安全工作体系,在54个重点镇(街道)和462个重点村明确专(兼)职工人员,健全了市、区、镇、村四级工作网络。

统筹资源安排,抓实推广措施,打造示范样板,市农业农村局制定名特优新农产品示范基地创建与管理规范,重点打造20个示范基地,发挥政府规划的引导作用和财政资金的杠杆作用,培育崔家集西红柿、黄岛蓝莓、马连庄甜瓜等12个产值过亿元的名优特色产业。



■现代化的设施农业收获现场。

到2022年底,“青岛农品”争取第四次进入全国农产品区域公用品牌“十强”,创建国家级农产品定点批发市场,开发粤港澳大湾区和RCEP等新兴市场,拉动农产品市场交易额破千亿元——

抢占品牌农业“制高点”,青岛列出路线图



■国际种都核心区订单式育苗降低菜农试验风险。

记者近日获悉,为进一步加强系统谋划、优化要素配置、推进开拓创新,抢占品牌农业“制高点”,市农业农村局研究制定《抢占品牌农业“制高点”行动方案》(以下简称《方案》),明确抢占品牌农业“制高点”总体目标、重点工作、保障措施等,方案同时配套培树国家级知名农产品品牌储备库、培树省级知名农产品品牌储备库、培树农产品地方标准(生产技术规程)储备库名单和抢占品牌农业“制高点”重点任务清单,进一步加强系统谋划、优化要素配置、推进开拓创新,抢占品牌农业“制高点”。

《方案》提出,大力实施品牌强农战略,充分发挥有为政府和有效市场作用,实施“1510计划”(即争创1个国家级、5个省级和10个市级品牌),培塑一批含金量高、影响力大、竞争力强的农产品知名品牌,品牌溢价能力和品牌价值明显提升,品牌农业经验在全国全省推广,引领现代农业高质量发展。到2022年底,“青岛农品”争取第四次进入全国农产品区域公用品牌“十强”,创建国家级农产品定点批发市场,开发粤港澳大湾区和RCEP等新兴市场,拉动农产品市场交易额突破千亿元大关,出口额位居全国同类城市前列。《方案》明确13项重点工作。

建立“1+X+Y”青岛农业品牌体系

在开展系统化建设,加强品牌规划方面,《方案》提出三项重点工作。

健全品牌培育体系。整合农产品区域公用品牌、知名农产品品牌、“三品一标”和名特优农产品等品牌资源,建立“1+X+Y”的青岛农业品牌体系(“1”即全市打造“青岛农品”区域公用品牌,“X”即有条件的区(市)打造富有地方特色农产品区域公用品牌,“Y”即创建一批知名度、影响力和市场占有率高的农产品品牌)。鼓励各级品牌主体参与全国品牌价值评估,到2022年底,力争“青岛农品”品牌主体达到160个以上,品牌价值达600亿元以上。

探索农业品牌数字化管理。探索建立动态、准确的农产品品牌网上管理系统,打通部门间的数据壁垒,逐步实现对知名农产品品牌的主体级别、投资规模、人员数量、承担财政项

构、院所与品牌企业加强联动、协同攻关,以科技手段提升种质资源品质和农产品品质。加强农业品牌主体的科技人才队伍建设,加大科技创新投入力度,引进新品种、推广新技术、开发新产品,推动农业产学研深度融合,提高农产品品牌产品的核心竞争力。

实行集约化培塑。联合有关区市,集聚系统力量和行业优势,依托国内主流媒体平台在重要交通枢纽加大“青岛农品”品牌宣传推介力度,全时空、广视野、多维度持续推介青岛农产品品牌。择优组织“青岛农品”市场主体参加中国农产品交易会等国内重点农业展会,扩大青岛农产品影响力。以举办中国农民丰收节为主线,挖掘崂山北宅樱桃节等特色农业品牌节庆潜力,弘扬优秀农耕节庆文化。

探索建设青岛农品VR智慧展厅

在推动市场化运作,放大品牌效应方面,《方案》提出三项重点工作。

规范国内市场。支持地产农产品批发市场完善设施配套,提升管理水平,扩大农产品品牌市场份额。支持胶州市创建国家级辣椒产地专业市场,打造中国香辛料进出口贸易中心。鼓励农产品品牌主体在北京、上海、广州和粤港澳大湾区等地设立农产品专营(体验)店。联合青岛国际冷链交易中心设立“青岛农品”展区,打造青岛农产品品牌展示窗口,争取实现农产品产地市场交易额400亿元以上。

强化网络营销。加大与国内外知名电商平台合作力度,加快发展农产品电子商务,争取农产品网络销售额突破100亿元。运用VR和区块链等信息技术,探索建设“青岛农品”VR智慧展厅,实现农产品品牌推广、销售可视化、便捷化、智能化。

拓展国际市场。引导农产品品牌主体推进国际出口食品检疫卫生注册和出口质量体系认证,建立质量检测、产品追溯和品牌管理体系。联合澳门农产品供应商协会等行业协会、商会,探索开发澳门农产品市场。支持农产品品牌主体巩固拓展美国、欧盟和RCEP等国际市场。争取农产品年出口额突破300亿元。

培育地理标志农产品品牌 助力乡村振兴和农民增收

我市地理标志农产品培育持续健康发展,目前已登记保护54个产品,保持全国副省级城市数量首位。

近年来,青岛市品牌保护意识持续增强,自2019年以来,以发展特色产品、振兴乡村产业、促进农民增收为目标,以推动生产标准化、产品特色化、身份标识化、全程数字化为重点,支持“胶州大白菜”、“马家沟芹菜”、“大泽山葡萄”等6个产品实施国家地理标志农产品保护工程项目。

今年,我市继续实施国家地理标志农产品保护工程,按照“培优一个区域特色品种、建设一个以上核心生产基地、建立一套特征品质指标、集成应用一套全产业链标准、叫响一个区域特色品牌、健全一套质量管控机制”的“六个一”建设标准,支持莱西市“店埠胡萝卜”和平度市“仁兆蒜薹”进行产品品牌保护提升,发展市场竞争力强的地理标志农产品,持续打造我市地理标志农产品引领乡村特色产业发展的区域品牌样板。

省知名农产品区域公用 品牌企业产品品牌公示

青岛市9个品牌入选

日前,省农业农村厅发布《第七批山东省知名农产品区域公用品牌企业和产品品牌公示名单》,对遴选出的第七批省知名农产品区域公用品牌企业和产品品牌名单进行公示。青岛市9个品牌入选,连续三年新增数量全省最多。

其中,崔家集西红柿入选《第七批山东省知名农产品区域公用品牌公示名单》,青岛崂山云雾茶场有限公司崂鑫牌崂山云雾茶、青岛胶河源农产有限公司胶河源蔬菜、青岛地平线蔬菜专业合作社姜大姐牌黄瓜、青岛海青华忆茶业有限公司华忆海青茶、青岛宝康农业科技有限公司宝山康蓝莓黄金素、青岛海中金海产品养殖专业合作社海长生牌烤虾、青岛鑫海裕丰海产品有限公司崂沙牌金钩海米、青岛海青茶业投资有限公司崂龙山茶入选《第七批山东省知名农产品企业产品品牌公示名单》。