

基于平凉红牛产业转型的品牌升级研究

王 璠¹, 贾伶俐², 张长庆¹

(1. 平凉市牛产业开发办公室, 甘肃 平凉 744000; 2. 平凉职业技术学院, 甘肃 平凉 744000)

摘 要:平凉红牛产业作为平凉市助推脱贫攻坚的“首位产业”, 不断向规模化、品牌化和绿色化发展, 取得了明显成效。以国内外市场需求为导向构筑大市场, 以开放促开发, 以开发促发展。强化品牌意识, 加快证明商标注册, 实施原产地保护, 把“平凉红牛”做大做强, 成为国内外著名品牌。本文对“平凉红牛”品牌形成过程、发展现状及推广价值方面进行分析, 提出了相应的升级策略。

关键词:平凉红牛; 产业转型; 品牌升级

中图分类号:S823

文献标识码:A

文章编号:1001-9111(2021)02-0047-03

2017年以来, 平凉市委市政府立足市情, 把牛产业作为特色优势产业和脱贫攻坚的首位产业, 聚全市之力、集各方资源, 先后制定出台了《进一步加快牛产业发展的实施意见》等政策文件, 全力推进繁育、饲料、防疫、创新、市场、服务等体系建设, 提出走规模化、品牌化、绿色化产业发展路子, 不断加强宣传推介力度, 着力提升品牌效应, “平凉红牛”品牌先后在京津地区、港澳地区、央视及中央级媒体中得到成功宣传推介, 受到普遍好评, 品牌影响力不断提升, 成为推动平凉市牛产业快速健康发展的新动力。

1 “平凉红牛”品牌的形成过程

平凉是道源圣地, 有着深厚的农耕文化底蕴, 当地群众养牛饲养管理精细, 加上良好的自然生态环境, 培育了独特的肉牛种质资源——平凉红牛, 并把平凉牛产业定名为“平凉红牛”产业^[1]。平凉红牛被毛红色, 体形高大, 体质健壮, 骨骼细致, 结构匀称, 外观紧凑, 性情温驯, 抗逆性强, 适应性好, 早熟、易肥、耐粗饲; 屠宰率、净肉率、胴体产肉率高; 肉色樱桃红, 脂肪乳白, 且呈雪花状均匀分布; 肉质细嫩, 香味醇厚, 共轭亚油酸含量丰富, 优质肉块和高档肉块产量指标优秀, 是我国独特的地方优质肉牛种质资源。为了实施品牌带动战略, 推动平凉红牛产业加快发展, 在市委、市政府的高度重视与大力支持下, “平凉红牛”证明商标于2008年1月14日正式

发布。“平凉红牛”是国内注册的首个“活牛类”全国证明商标, 取得直供香港高档活牛配额及活牛出口“通行证”; 2012年, “平凉红牛”证明商标入选甘肃省驰名商标; 2018年6月, 取得了直供国家运动员“入场券”; 2019年11月, 成为“甘味”农产品家族中的“独一份”“特中特”。

2 “平凉红牛”品牌现状分析

近年来, 平凉市通过组织相关企业参加国内外大型农产品博览会、牛业大会、商标节等一系列展会, 并通过网络、媒体等多种媒介加强“平凉红牛”的品牌宣传推介力度, “平凉红牛”品牌影响力和知名度不断增强, 有效带动了平凉红牛产业发展。“平凉红牛”品牌于2009年成功入选了甘肃省著名商标。2019年, 平凉市成功举办了第十四届(2019)中国牛业发展大会暨首届平凉红牛节, 平凉红牛品牌在央视舞台展示魅力; “平凉红牛”入选“甘味”农产品品牌, 对推动牛产业发展、提升平凉红牛品牌知名度和影响力、助推脱贫攻坚发挥了重要作用。目前, “平凉红牛”品牌主要引用于市内牛产业加工型龙头企业生产的牛肉系列产品。平凉市部分牛肉加工和销售企业已在其生产的养殖的肉牛及系列牛肉产品包装上统一使用“平凉红牛”证明商标, 主要涉及6大类100多个产品。在品牌的引领下, 平凉红牛及其产品在市场上广受欢迎, 牛肉产品主要销往广州、北京、西安、上海、海南、浙江等省(市), 平凉

收稿日期: 2020-12-20 修回日期: 2020-12-25

基金项目: 甘肃省社科联与市社科联联合项目(20SS12); 平凉市社科项目(PLSKKT2020004)

作者简介: 王璠(1985—), 男, 本科, 畜牧师, 主要从事牛产业技术推广工作。

红牛品牌在部分地区已形成较大影响。

3 存在问题和困难

随着牛产业的不断发展壮大,“平凉红牛”品牌在使用、管理与保护方面还存在一些不容忽视的问题。品牌使用范围十分有限、品牌管理不够严格、品牌引领作用发挥不够。品牌价值认识不到位,授权使用品牌的企业良莠不齐,市场总体认可度不高、竞争力不强,还存在坐享其成的思想,不愿意承担相应的社会责任,对宣传产业、做大品牌的活动参加的积极性不高。

虽然平凉市持续培育“平凉红牛”品牌,但是“平凉红牛”的驰名程度不够,品牌的培育相对滞后,“平凉红牛”农产品公用品牌管理办法尚未制定,市场占有率不高、竞争力不强,组建的龙头企业运行不稳,装备水平和经营实力均不足,多以出售初级屠宰分割产品为主,无法真正实现优质平凉红牛产品的精深加工,品牌运营、销售等渠道不畅或不够强大,产业链条延伸度不足,品牌化高档化牛肉及制品产量不足、供应不够,导致好肉无好价,无法真正示范带动养殖户扩大生产,无法实现分散生产与市场的有效对接,尚未建立企业与农户的利益联结良性机制,无法推动平凉肉牛全产业链的协调健康发展。

缺乏全产业链覆盖的龙头企业。虽然政府前期先后在饲草料种植加工、良种扩繁、育肥、加工、销售、粪污资源化利用和技术服务等方面相继培育了“旭康”“伊顺祥”等地方龙头企业,但是,从产业链辐射带动来看,现有龙头企业的综合实力均有所不足,不足以支撑全产业链整体水平提升。

4 “平凉红牛”品牌升级对策

随着种养结构的不断优化,畜产品市场逐步转型,逐渐形成以当地畜牧企业品牌为主体、区域公共品牌为龙头的畜产品品牌体系,培养形成了一批标志性的地方产品品牌,为更好地发挥品牌引领作用,推动现代畜牧业建设迈上新台阶做出了贡献^[2]。如何围绕制约平凉红牛高质量发展的瓶颈和短板,以提高发展质量和效益为中心,以强化产业科技创新为主线,突出优质化、特色化、品牌化,是平凉牛产业健康可持续发展的关键。通过制定品牌发展规划,进一步突出平凉的区域特色和产业优势,通过健全平凉红牛繁育体系和标准体系,提高优质牛肉占比,走优质化之路;通过实施品牌提升工程,规范品牌使用,将“平凉红牛”农产品区域公用品牌打造成中国高档牛肉第一品种,走品牌化之路;依托平凉红

牛特定的农耕文化、特定的区域文脉、特定的自然与社会环境,挖掘、发现、利用平凉红牛的特色,讲好红牛故事,走特色化之路。

4.1 加强制度完善

修订完善《“平凉红牛”证明商标使用管理规则》,为加强“平凉红牛”品牌管理与保护奠定制度基础,从源头上治理商标侵权行为,确保平凉红牛产地范围内的牛肉及其产品质量合格、稳定,维护平凉红牛的良好声誉。

4.2 创建区域公共品牌

为维护品牌信誉、形象,保护经营者、消费者和生产者的合法权,制定《“平凉红牛”农产品区域公用品牌管理办法》,形成区域“母品牌”、企业“子品牌”、“三品一标”叠加品牌的规范。搭建区域公共品牌宣传推介平台,整合全市媒体资源,加强“平凉红牛”农产品区域公共品牌宣传推介。

4.3 延伸产业链条

依托全产业链龙头企业健全的营销网络和平凉红牛活畜交易中心网上网下交易系统,立足“北上广深”高端市场,开拓平凉红牛产品销售新渠道;委托国内品牌管理团队编制“平凉红牛”农产品区域公用品牌发展规划,立足于平凉市的农耕文化、生态环境、产业特色等要素,设计 Logo,凝练品牌的核心价值。逐步将“平凉红牛”品牌的使用权限扩大到屠宰、养殖、饲料企业,不断延伸品牌使用领域与范围,扩大品牌对产业的带动能力。

4.4 加快国家级著名商标认定

为“平凉红牛”品牌争创国家级著名商标提供充足的经费保障;积极推进可追溯体系建设,根据平凉市肉牛养殖实际,引导农户积极建立养殖台账,在农村要逐步实现畜禽养殖档案的全覆盖。

4.5 有效实施资本化运作

树立现代化的经营理念,实行品牌的资本经营,以加快品牌开发的步伐;进一步加大“平凉红牛”宣传推介力度,多形式、广角度、深层次地宣传报道“平凉红牛”品牌,扩大“平凉红牛”在国内外市场的知名度和影响力,切实抓好招商引资和市场开拓。

5 “平凉红牛”品牌推广价值

5.1 明确“养什么”的问题,为平凉红牛品牌发展指明方向

根据外地牛产业发展经验,推动牛产业品牌升级。就平凉市而言,需抓好“平凉红牛”品种培育和品牌建设,坚持主打“平凉红牛”这个方向,发挥平凉红牛的肉质好、难产率低、耐粗饲等优势,实施品牌培育行动,以市场为导向,以绿色高质高效生产为

基础,围绕平凉红牛优势区建设,依托甘肃省打造的“甘味”品牌,创建“平凉红牛品牌体系”,加大品牌宣传推介力度,提升“平凉红牛”品牌美誉度和市场占有率,致力于把平凉红牛打造成中国自主品牌大动物第一品种,平凉红牛品牌打造成为全国牛产业的第一特色品牌。

5.2 发挥政策引导作用,推动平凉红牛产业品牌升级

加强政策扶持和资金投入,配套制定扶持平凉红牛品牌发展的优惠政策;制定平凉红牛产业中长期发展规划和品牌发展规划及具体推进方案,分层次、分阶段明确目标、布局 and 重点任务;强化项目带动作用,把抓招商、争项目、引资金与促进牛产业转型升级协同起来,全面提升平凉红牛产业发展的层次和水平。

5.3 抓住品牌开发和市场营销2个关键

加大“平凉红牛”品牌开发力度,进一步加快“平凉红牛”全国驰名商标创建步伐,将平凉红牛纳入地理标志保护产品名录,增强品牌核心竞争力和影响力^[3],鼓励现有肉牛养殖、加工、销售企业自主研发产品,开展商标注册,创建自主品牌。实施差异化市场发展战略,选定不同产品的目标市场,制定营销策略,挖掘市场机会,提升产业的整体效益。多渠道拓展市场份额,加快营销模式转型升级。

5.4 强化社会化服务

建强社会化服务体系,构建产业联动、优势互补、协同发展的牛产业发展格局,加强畜牧技术人员队伍建设,建立牛产业技术专家人才库,整合市、县(市区)畜牧技术力量,全面推行养牛科技推广、技术培训指导、疫病防控服务、质量安全监管、市场信息传递等社会化服务,促进牛产业健康持续发展。

5.5 成果推广价值

以建设现代畜牧业为方向,以发展“现代丝路寒旱农业”为重点,以助农增收、精准脱贫、共建小康为目标,按照“高效、生态、安全、特色”和将“平凉红牛”品牌打造成为国内肉牛第一品牌、进一步将牛产业打造成为助推脱贫增收的“首位产业”的目标定位,推动全国农区绿色畜牧业发展示范基地和全国肉牛优势产区建设。

参考文献:

- [1] 李文彬,徐建峰,闫晓波,等. 平凉红牛杂交类群生长发育测定及肉用性能分析[J]. 中国牛业科学,2010,36(2):13-15.
- [2] 王勇,魏丽军,李忠德. 肉牛产业品牌建设战略研究探析[C]//中国畜牧业协会. 第十四届中国牛业发展大会论文集. 北京:中国畜牧业协会,2019:359-362.
- [3] 朱俊峰,郭丽娜,张长庆,等. 平凉红牛产业发展现状、存在问题及对策建议[J]. 中国牛业科学,2020,46(1):62-65,68.

Research on Brand Promotion Based on the Transformation of Pingliang Red Cattle Industry

WANG Jin¹, JIA Ling-li², ZHANG Chang-qing¹

(1. The Cattle Industry Development Office in Pingliang, Pingliang, Gansu 744000;

2. Pingliang Vocational Technical College, Pingliang, Gansu 744000)

Abstract: As the leading position to boost poverty elimination in Pingliang city, Pingliang red cattle industry has achieved remarkable accomplishments in large-scaled, branding and green development. Build a large market oriented the requirements of domestic and foreign markets, with opening up to promote development and development to promote development. Focusing on brand awareness, accelerating trademark registration and implementing the protection of origin, which would make “Pingliang red cattle” bigger and stronger to become a well-known brand at home and abroad. Based on analysis of the formation, development and promotion value of the brand “Pingliang red cattle”, this paper put forward the corresponding upgrading strategies.

Key words: Pingliang red cattle; industry transformation; brand upgrade