

基于共富工坊的农产品品牌化发展路径研究

——以平阳县顺鑫村为例

王滨 刘浩*

宁波工程学院

DOI:10.32629/as.v8i12.3556

[摘要] 我国对农业品牌化建设的关注由来已久,中央一号文件自2007年起就持续关注农产品注册商标与知名品牌建设。然而由于我国农业发展的特殊性,各地农产品品牌化进程面临诸多挑战。浙江省是中国式现代化的先行者和共同富裕示范区,2022年以来浙江省平阳县麻步镇顺鑫村积极探索基于共富工坊的农产品品牌化发展模式,成功入选浙江省“共富工坊”典型案例。论文结合对顺鑫村实践的调研,探讨了其基于共富工坊的农产品品牌化路径及内在机理,为推进我国农产品品牌化发展历程提供借鉴。

[关键词] 农产品品牌化; 共富工坊; 浙江; 路径; 模式

中图分类号: F762 **文献标识码:** A

Research on the Development Path of Agricultural Product Branding Based on the Common Prosperity Workshop: A Case Study of Shunxin Village, Pingyang County

Bin Wang Hao Liu*

Ningbo University of Technology

[Abstract] China has long been concerned about the construction of agricultural branding. The No. 1 central document has continuously focused on the registration of trademarks and the construction of well-known brands for agricultural products since 2007. However, due to the particularities of China's agricultural development, the process of agricultural product branding in various regions faces many challenges. Zhejiang Province is a pioneer of the Chinese path to modernization and a demonstration area of common prosperity. Since 2022, Shunxin Village in Mabu Town, Pingyang County, Zhejiang Province, has actively explored the development model of agricultural product branding based on the Common Prosperity Workshop, and has been successfully selected as a typical case of Zhejiang's "Common Prosperity Workshop". This paper combines the research on the practice of Shunxin Village to explore its path and internal mechanism of agricultural product branding based on the Common Prosperity Workshop, providing a reference for promoting the development process of agricultural product branding in China.

[Key words] Branding of agricultural products; Common prosperity workshop; Zhejiang; Path; Model

引言

党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央“把增进人民福祉、促进人的全面发展、朝着共同富裕方向稳步前进作为经济发展的出发点和落脚点”^[1]。为推进共同富裕目标的实现,2017年党的十九大报告中明确提出了乡村振兴战略。农产品品牌化是提高农业产业化水平、解决农产品“卖难”问题、增加农民收入、促进乡村振兴、推动共同富裕的重要举措,因此成为政府和学界共同关注的焦点。但是由于我国农业发展的特殊性,各地农产品品牌化进程面临诸多挑战。

浙江省是中国式现代化的先行者和共同富裕示范区,共富工坊是浙江高质量发展建设共同富裕示范区的一项创新举措^[2]。平阳县麻步镇顺鑫村自2022年以来积极推行“五位一体”的“电商直播共富工坊”,有力促进了特色产业及农产品品牌化发展,成功入选浙江“共富工坊”典型案例。在国家深入实施农业品牌战略的大势下,本文对顺鑫村实践进行了深入调研,总结其路径,分析其内在机理,为推进我国农产品品牌化发展历程提供借鉴。

1 平阳顺鑫村概况

1.1 平阳顺鑫村的资源禀赋

平阳县位于浙江省东南沿海,地处温州市南翼,陆地面积1051平方公里,海域面积1300平方公里。有山有海、有江有平原,多样的地形地貌带来丰富的农业资源。特色农产品包括:平阳黄汤、马蹄笋、文旦、菜籽油、水稻、大黄鱼、黄牛肉、蛋鸽、番鸭、盐水鸡等。但是长期以来由于农产品生产者品牌意识淡薄、品牌化水平低,一直存在农产品“卖难”、农民增收难问题。近年来,平阳县政府高度重视共同富裕示范区建设工作,出台了一系列针对性政策。一方面,以党建引领“共富工坊”建设为抓手,通过统筹资源、整合力量、集成政策,打造“共富工坊”,依托科技强农产业研究院攻关关键技术,培育“农创客”200余个。另一方面,2024年起平阳开始探索以品牌化推动乡村振兴,重点打造“平阳五个鲜”等区域公用品牌,2025年品牌综合产值目标为24.8亿元,同比增长8%以上。

顺鑫村位于平阳县麻步镇,由水港、横山、岭头尾三个自然村合并而成。全村总面积4.6平方公里,人口2645人,黄牛肉、马蹄笋、菜籽油、水稻、文旦等特色农产品资源丰富、品质优良。但是长期以来由于缺少自有品牌,农产品议价能力弱,容易陷入价格竞争陷阱。

1.2 平阳顺鑫村品牌化发展中存在的困难与问题

在从“生产导向”转向“品牌和市场导向”的过程中,顺鑫村面临一系列内在短板,制约其进一步发展。

首先,最突出的问题在于缺乏品牌意识。虽然拥有得天独厚的资源,但是由于品牌意识不足、自有品牌建设滞后,长期以来该村大部分农产品以贴牌形式销售,即产品被收购后贴上其他知名品牌标签进入市场。这种方式虽然减轻了短期销售压力,但也导致利润大量外流——自有品牌溢价不足10%,严重限制了农户收入和村集体经济的积累。没有品牌就意味着缺乏消费者认知和忠诚度,产品只能陷入低价竞争的恶性循环。如何挖掘产品独特性、打造自有品牌,成为亟待突破的瓶颈。

其次,人力资源结构性矛盾突出。统计数据显示,顺鑫村全村务农人员中50岁以上占比高达68%,老龄化趋势严峻,存在明显的“年龄断层”和“技能断层”。这批人员虽然经验丰富,但对数字经济时代电商、直播等新业态接受度低,学习能力有限。

第三,产业链条短、加工能力弱。顺鑫村目前仍以销售初级农产品为主,缺乏深加工能力,导致产品附加值低且损耗严重。比如,由于无法将季节性水果及时制成果干、果汁、果酱等易储存、附加值更高的产品,导致鲜果产品在滞销或过度成熟时损耗率高达25%,既造成经济浪费,也加大了仓储压力。同时,这一短板也导致难以实现农产品全年均衡供应,削弱了市场竞争力的可持续性。

这些劣势彼此关联:自有品牌建设滞后难以形成优质优价,人才断层阻碍品牌塑造与传播,加工短板则限制产品多样性和抗风险能力。若不系统摆脱这些内在困境,难以有效整合外部资源且外部资源投入的效益将大打折扣。

2 平阳顺鑫村“电商直播共富工坊”的运营路径与模式

为了推动乡村振兴和产业升级,2021年起顺鑫村依托浙江省首个电商示范村优势,引进了惠农网、温州欣选供应链、欧越美农电商等平台,创建了“电商直播式”共富工坊。该工坊积极推行“五位一体”的共富模式,通过电商带动资源整合,以回收农产品、鼓励农户加入直播、对接平阳“五个鲜”超市、开展电商创业等方式,推进农产品品牌化,帮助村民共享“村播经济”红利。该工坊2022年成功入选浙江省首批百家电商直播式“共富工坊”典型案例。

2.1 运营路径

顺鑫村“电商直播共富工坊”是当地政府推动乡村振兴、实现共同富裕的重要举措。该项目于2022年11月正式签约启动建设,至今经历了创建、拓展、升级三个阶段。

2022年底至2023年初为工坊的创建阶段。在政府牵头下,村集体与企业签订合作协议。企业提供设备、技术、订单(如花边针织的来料加工订单)。村里提供场地和劳动力(主要是利用村里的闲置房屋、祠堂或新建简单厂房作为工坊的生产空间,动员村里的留守妇女、有劳动能力的老人等群体参与按计件方式获得报酬)。该阶段以劳动密集型的来料加工为主,快速启动,迅速解决了村民(尤其是闲置劳动力)的“家门口”就业问题。

2023年为工坊的拓展阶段。在基础加工业务稳定后,工坊开始寻求更可持续、利润更高的发展模式,即与本地特色产业深度融合。该阶段工坊不再是简单的加工点,而是成为本地农产品产业链中的重要一环。工坊的业务从“外来订单加工”扩展到本地农特产品(如麻布黄牛肉、平阳黄汤、马蹄笋、南麂大黄鱼等)加工品等的生产、包装、销售上。与此同时,工坊也开始打造自有品牌(如注重产品包装和品牌建设、提升附加值)拓展销售渠道(从单纯来料加工转变为尝试对接商超、直播带货等)。

2024年初至今为工坊的升级阶段。该阶段主要尝试通过数字化手段,实现线上线下融合,增强工坊的自我“造血”能力和辐射带动效应。其2024年4月建成的首个“瓯越美农”数字化便利店,是一个集数字零售、快递收发、电商直播、品牌展示于一体的综合服务平台,是平阳县乃至温州市“共富工坊”建设模式的一次升级。在这一阶段,工坊通过直播带货、线上商城等方式,直接将工坊产品和本地特产销往全国,大幅拓宽市场。工坊本身也逐渐成为一个集“就业、产业、商贸、便民”于一体的乡村共同富裕综合体。

2.2 运营模式

顺鑫村电商直播共富工坊推行“支部联建+电商直播+专业合作社+基地+农户”的“五位一体”共富模式。其主要运作机制包括:

(1) 发挥党建引领作用。2023年顺鑫村党委通过党建统领村庄发展,以“初心向党·电商筑梦”为党建品牌,积极打造乡村电商产业共富综合体。村党组织与企业党组织紧密合作,协调各方利益,整合资源。

(2)以电商直播作为核心驱动力,搭建农产品销售新渠道,借助互联网直播平台,向来自全国各地的消费者展示麻步黄牛肉、马蹄笋、鸽子蛋等本地特色农产品。

(3)以专业合作社与生产基地为组织化与标准化载体,整合分散农户,规范种养流程,并提供集中的加工、仓储服务,夯实了产业发展的供应链基础,为农产品产业发展提供了强有力的硬件支撑。

(4)农户参与生产、包装、销售等各个环节,通过土地流转、劳务参与、产品销售等多个渠道获得收入。

(5)以创新性的“工坊联系制度”的“1+1+5”模式为顶层设计,明确了政府、行业与技术服务方的职责,实现了政策资源、行业资源与技术资源的高效下沉与精准滴灌。

(6)组织架构方面,组建“红色管家统筹、党小组管理、党员示范带头”的组织架构,红色管家全面管理工坊运营,党小组精细化管理,党员在业务拓展、服务群众中发挥模范带头作用,确保工坊高效运转。

3 平阳顺鑫村农产品品牌化发展路径与模式

土地资源分散、缺少规模经济效应是当前制约我国农村经济发展的一个重要因素。如图1所示,顺鑫村共富工坊模式的出现使村里可以通过政府、企业、村集体等多方联动的方式实现有效的资源整合,为农村发展特色农业提供了生产基础、技术基础、渠道基础,从而推进特色产业发展。

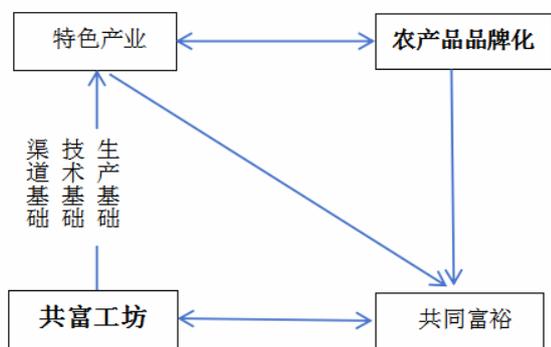


图1 “共富工坊”与农产品品牌化双轮驱动实现共同富裕

生产基础方面,顺鑫村以“共富工坊”成功获批国家级电商示范点为依托,获得了200万元的专项扶持资金,为村庄推进数字化建设、完善电商基础设施以及推动产业模式升级提供了有力保障。目前已建成占地400平方米的现代化直播基地,并配备了4K高清摄像设备与专业绿幕直播系统,实现5G网络全域覆盖。村内设有多个快递收发站点,构建了集拍摄、直播、仓储和发货于一体的电商服务生态系统,有效支撑起日常运营与业务拓展。

技术基础方面,以“共富工坊”为依托积极推进供应链整合,致力于打造“瓯越美农”本土平台,整合了周边二十余家农业合作社资源,实现农产品统一展示、集中仓储与协同配送。初步形成覆盖产、存、销的供应链体系,增强区域农产品的市场供给能力。

渠道建设方面,目前共富工坊已入驻企业23家,涵盖电商运营、供应链服务等多个领域。同时引入惠农网、温州欣选供应链等平台,搭建起完善的电商产业生态。企业与平台带来的技术、管理经验和广阔的市场渠道,为工坊发展注入强大动力,例如温州欣选供应链在物流配送与仓储管理上的优化,极大提升了农产品销售效率。

在此基础上,顺鑫村通过电商共富工坊延伸产业链,发展蜜汁鸡翅、菜籽油深加工、削骨黄牛肉等特色产品,打响了“食膳哥”、“牛响牛”等特色品牌。此外,以工坊为依托,联合“瓯越美农”供应链平台实现农产品标准化包装和物流配送,提升了附加值;成立外贸综合服务平台,帮助6家企业对接阿里巴巴国际站;培育商贸型线上企业,推动本地产品“出海”。

综上,“共富工坊及其推动的农村特色产业发展”与“农产品品牌化”成为顺鑫村共富路上的双轮驱动,共同推动顺鑫村在共富道路上取得了可喜的成绩。截至目前,共富工坊共带动128人就地就业,村民人均年增收3万元,2024年海关出口数据达1000万美金,网络零售总额8912万元,村集体经济年增收16.2万元。

4 总结与展望

平阳县顺鑫村在“共富工坊”和农产品品牌化双轮驱动下,凭借独特的资源禀赋与模式创新,形成了较为显著的发展优势。然而,随着电商直播的普及化,市场竞争日益激烈。仅温州市去年就新增7个专注农产品销售的“直播村”。新形势下,以共富工坊为依托,坚持“品牌化引领、数字化支撑、产业链延伸、人才化驱动”为核心的发展路径,跳出同质竞争陷阱、提升产品溢价能力,最终,通过多措并举、系统推进,实现从“电商示范”向“产业标杆”的跨越,是顺鑫村形成具有持续竞争力和影响力的现代农业发展新模式。

[基金项目]

2025年度浙江省级大学生创新训练计划项目“基于共富工坊的浙江农产品品牌化发展路径与模式研究——以平阳顺鑫村为例”(课题编号:S202511058043)。

[参考文献]

[1]杨金海.持续推动人的全面发展[N].人民日报,2022-09-23(9).

[2]周成炜,张敏芳,陈学光,等.共同富裕背景下电商直播式“共富工坊”在乡村振兴中的作用——以浙江嘉善电子商务进农村示范项目为例[J].全国流通经济,2023(24):24-27.

作者简介:

王滨(2003—),男,汉族,浙江平阳县人,本科在读,研究方向:市场营销。

*通讯作者:

刘浩(1972—),男,汉族,河南潢川县人,副教授,硕士研究生,研究方向:市场营销。