

内蒙古农牧业品牌化发展研究

■ 付桂军 齐凌峰

摘 要：加强农牧业品牌化发展，是推进农牧业供给侧结构性改革的重要抓手，是提升农产品质量安全水平的重要手段，是实现农业增效、农村增色、农牧民增收的重要途径。内蒙古农牧业品牌产品数量较少、覆盖产业链条偏短以及持久性不足等是阻碍自治区农牧业品牌化发展的主要因素。内蒙古应立足自身区位优势和自然资源优势，以推动生态优先和绿色发展为工作重点，提高科技和创新能力，加强品牌创造和建设，有计划地推进“蒙字标”评价体系建设，实现农牧业规模化产业化经营，助推内蒙古农牧业现代化发展进程。

关键词：农牧业 品牌化 高质量发展

2021年3月5日，习近平总书记指出要把内蒙古建设成为国家重要农畜产品生产基地，强调“要发展优势特色产业，发展适度规模经营，促进农牧业产业化、品牌化。”《内蒙古自治区国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》中指出，要“实施优势产业集群提质升级计划，推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产”。推进农牧业品牌化和加强农畜产品生产基地建设是内蒙古新时期现代农牧业发展的主攻方向，对全面提升自治区农牧业规模化、标准化水平具有重要意义。当前，我国正加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，内蒙古亟需抓住机遇，立足自身区位优势 and 自然资源优势，充分认识农牧业品牌化的必要性和迫切性，打造内蒙古名片，实现更多内蒙古优质农畜产品“走

出去”，加速推进农牧业现代化进程。

一、内蒙古农牧业品牌化的发展现状

进入新时代，从需求侧看，消费者的消费模式在逐渐发生变化，对于农牧业产品的需求逐渐向品牌化、个性化以及多样化转变，对农牧业产品的质量要求变得更高。但从供给侧看，还有部分优秀农牧业产品处于无品牌阶段，部分区域的优秀农牧业品牌逐渐没落，亟需推进农牧业产品品牌化进程。互联网时代也给农牧业品牌化发展带来了商机。农牧业品牌化日益成为一种发展趋势。

（一）内蒙古农牧业主要品牌发展回溯

内蒙古独特的地理位置和特色民族文化使农畜产品的辨识度在同类产品中得到提升，为农

畜产品品牌建立奠定了良好的基础。内蒙古致力于打造生态农牧业，建立绿色农畜产品生产加工输出基地，农畜产品品牌创建获得了一定成效。“十三五”期间，内蒙古培育出荣获中国区域农业品牌形象榜第一的“天赋河套”。2015年已筹建运营了内蒙古绿色农畜产品精品馆、广州精品馆，建立了内蒙古名优农畜产品品牌展销中心等形式，提高了品牌农畜产品知名度；2016年，打造农业部地理标志农产品89件，驰名商标70件，培育了伊利、蒙牛、鄂尔多斯、小尾羊等驰名商标和圣牧、蒙羊、大牧场、鹿王、正隆谷物等优秀品牌，打造了锡林郭勒羊肉、科尔沁牛肉、敖汉小米等优质区域品牌；2017年，全区528家企业完成“三品一标”认证，认证产品数量高达1917个，打造了乌兰察布马铃薯、乌海汉森葡萄酒等优势特色农牧业品牌，同时借

基金项目：内蒙古哲学社会科学规划重点项目“内蒙古推进黄河流域生态保护与高质量发展研究”（项目批准号：2020NDA003）。

助电子商务平台，抓住“互联网+”机遇开展绿色农畜产品网络销售，积极打造新品牌；2020年，全区绿色食品、有机食品和地理标志农产品达2136个，总产量达913万吨，较“十二五”末分别增长150%和169%，绿色已经成为打造内蒙古现代农牧业品牌的核心竞争力。

（二）“蒙字标”评价体系建立助推内蒙古农牧业品牌化发展

2019年7月15-16日，习近平总书记在考察内蒙古自治区时提出“坚持绿色兴农兴牧，增加优质绿色农畜产品供给，推动更多‘蒙字号’优质产品走向全国、走向世界。”经国家认监委《关于以联盟认证形式开展“蒙字标”工作的复函》（国认监函[2019]8号）批复，内蒙古市场监管局以“生态优先、绿色发展”战略为指引，依照“政府引领、市场运作”的方式，开始有计划推进“蒙字标”认证。同年12月4-10日，内蒙古自治区开展了第一批“蒙字标”认证产品——大兴安岭黑木耳的认证工作。2020年年初，市场监管局参考借鉴“品字标”“深圳制造”等优秀经验，整合计量、标准、认证认可、检验检测、知识产权等职能优势策划“蒙字标”认证工作。同年11月18日，“蒙字标”发布仪式正式启动，“蒙字标”品牌运营经过1年多的筹备，建立起标准体系、制度体系、产业体系、质量管控体系、

推广体系等五大体系。其中，“蒙字标”产品标准体系由通用地方标准和认证产品团体标准构成，制度体系的认证联盟由9家相关机构组成，对相关企业进行三轮筛选，全过程监管生产环节，并由专业机构将优质农畜产品品牌全力推广。

“蒙字标”认证是高端品牌自愿性的第三方评价认证，内蒙古开展“蒙字标”认证有助于树立内蒙古产品“高品质、纯天然、绿色有机、生态环保”品牌形象，“蒙字标”认证的企业需要通过高标准、严格认证、强力监管、可追溯、优质服务的系统管控，企业可通过“蒙字标”认证提高产品在市场上的核心竞争力，提高消费者对产品的信赖程度和市场认同度，对内蒙古来说，也有利于推进草原文化下特色区域品牌在国内国际的价值和品牌影响力。

二、内蒙古农牧业品牌化发展的现实困境

（一）品牌化发展缓慢，数量偏少

根据相关统计数据可知，截至2017年12月，我国“三品一标”产品总数接近12.2万个，农产品地理标志产品2242个，而内蒙古全区累计完成“三品一标”认证企业528家，认证产品1917个，登记地理标志农产品89个，中国驰名商标70个，

“三品一标”认证产品数仅占全国1.58%。通过与国内其他地区农牧业品牌化发展进行比较，虽然内蒙古农牧业产品种类较多，也相继出现了一些品牌产品，但是总体来说，内蒙古农牧业品牌化发展进程依旧缓慢，且品牌数量偏少，难以具有较强的竞争优势。

（二）品牌化产品覆盖产业链条偏短，辐射效应不足

目前，内蒙古农牧业在品牌化过程中基本上只把产品目标定位在特定区域具有地理标志特征的产品，因此一些品牌会缺乏影响力。例如，“天赋河套”品牌就是巴彦淖尔市依据得天独厚的资源禀赋，围绕建设河套全域绿色有机高端农畜产品生产加工输出基地目标，坚持“生态优先、绿色发展”导向，以“天赋河套”集体商标为基础而注册的农产品区域公用品牌，但是“天赋河套”只局限于内蒙古巴彦淖尔市认定的农产品，尽管其具有相应的影响力，但是其知名度依然不高。再如“兴安盟大米”被授予“中国十大大米区域公用品牌”的称号后，成为内蒙古农牧业产品品牌的代表之一，虽然其影响力在逐渐加强，但是知名度还需提升。从“天赋河套”以及“兴安盟大米”可以看出，目前，内蒙古在农牧业品牌化过程中基本上产品只定位在特定区域，虽具有品牌化产品，但是其产业链条较短，基本上处于产业链条上中游，其覆盖面不大、辐

射不够、影响力以及知名度较低。

(三) 品牌产品内涵不足, 持久性堪忧

内蒙古位于优质农畜产品生产黄金带上, 凭借地理优势、资源优势以及环境优势为打造绿色农畜产品品牌奠定了基础, 具有一定的影响力。但是, 近几年内蒙古在打造绿色农畜产品过程中生态环境逐渐被破坏。土地沙漠化形势仍然十分严峻, 部分盟市草原面积在逐渐减少。生态环境的恶化以及沙漠化现象的存在对于内蒙古发展绿色农畜产品品牌产生消极影响。内蒙古农牧业虽然有一些龙头企业, 绿色农畜产品品牌建设取得一定的成效, 但是由于内蒙古农畜产品企业规模较小, 发展过程存在发展不平衡的现象, 农畜产品企业间信息流通不及时。尽管农畜产品品牌多, 但是将其做大做强却很少, 而且在中国农牧业龙头企业前 500 强中, 上榜的仅有几家, 表明龙头企业的规模依然较小、影响力有所欠缺, 无法起到推动农畜产品品牌建设的“领头羊”作用。农牧业创新性不足, 导致在内蒙古农牧业品牌化发展过程中, 品牌产品内涵不足, 在可持续性发展方面存在问题, 发展空间不足, 且缺乏持久性。

三、内蒙古农牧业品牌化发展的对策建议

(一) 加快土地流转速度,

提升农牧业规模化产业化水平

1. 解决农地流转资金短缺问题, 降低农牧业生产风险

引导工商资本有序下乡, 鼓励下乡资本与农户签订规范合同, 避免“圈地”行为, 严禁耕地“非粮化”“非农化”行为, 积极推进下乡资本与农地流转有效结合。同时鼓励建立健全农村金融体系, 提升金融信贷服务, 努力解决新型农牧业经营主体融资困难问题。另外, 地方政府还应依据实际情况制定支农惠农等一系列财政政策, 完善对耕地的保护补贴政策, 努力减少农地资源流转中可能产生的经营风险、财产风险和社会风险。

2. 培育农牧业新型经营主体, 创新土地流转模式

继续抓好家庭农场和农民合作社这两类农牧业经营主体, 壮大农牧业专业化社会化服务组织, 完善“流出方-服务组织-新型农牧业经营主体”+“流入方-服务组织-新型农牧业经营主体”的土地经营权流转体系, 同时以利益为连接纽带, 联结各类新型农牧业经营主体融合发展, 实现信息共享, 推进现代农牧业规模化经营向多样化、市场化方向发展。

(二) 协调推进农牧业高质量发展, 实现品牌化+产业化

1. 加大内蒙古农畜产品推广宣传力度, 开创新型产销模式

从供给侧出发, 围绕打造国家农畜产品生产加工输出基地

的发展目标, 以有机、绿色、无公害生产为导向, 利用现有农牧业生产资源, 积极建设优质农畜产品生产示范基地, 形成“点对点”“点成线”“线成面”的发展模式, 大力推动农畜产品向品牌化进军。通过举办各类品牌推介会及博览会, 采取现场展示等形式, 提高品牌知名度, 将“互联网+”融入农畜产品销售环节, 建设品牌产品电商平台, 真正实现农畜产品出村进城。

2. 发展具有比较优势的特色产业, 提升产业化水平

内蒙古应着力建设和培育一批产业集群、产业园、产业强镇、龙头企业、产业化综合体, 积极开发特色乡村农畜产品优势区、特色乡村农畜产品精细化产业带, 推动产业集群建设与区域公用品牌协同发展, 重点支持锡林郭勒草原肉羊、科尔沁牛、乌兰察布马铃薯、阿尔巴斯绒山羊等特色农产品, 凸显品牌效应, 同时充分发挥龙头企业带动作用, 依托特色产业带和农牧业产业集群, 建立现代农牧业产业园区, 助推产业集约、产业现代化发展, 实现农牧业品牌化+产业化。

(三) 有计划推进“蒙字标”评价体系建设, 提高覆盖率和影响力

1. 在“蒙字标”认证工作和产品评价方面做优做细

内蒙古需继续完善“蒙字标”认证体系建设, 研制相关产品标准和方法标准, 通过检测内

蒙古优质的农畜产品功能功效成分, 锁定产品独特性以制定相关标准体系规划, 甄选出自治区高端农畜产品, 确保以“有机、绿色、纯天然、高品质”的形象持续释放内蒙古优势农畜产品活力, 让“蒙字标”的评价体系标准更具有话语权, 对自治区特色产品发展起到标准支撑和引领作用。

2. 在“蒙字标”溯源产品管理和监控方面做深做实

要依赖智能终端自动化系统构造数字化平台, 如区块链平台、“蒙字标”认证监管平台和服务企业平台, 利用区块链技术实现覆盖农牧业企业生产经营全过程、全要素的质量数据存证, 通过“一物一码”对产品质量情况进行全程跟踪, 实现农畜产品安全保证、质量保证、品牌保证, 建立消费者全方位的品牌信任感。同时, 要提高“蒙字标”覆盖率和影响力, 通过积极组织筹备相关品牌发布会, 真正实现具有内蒙古特色的品牌产品“走出去”, 不断提升内蒙古农牧业品牌的知名度、美誉度和影响力。

(四) 坚持科技兴农战略, 提升农牧业科技创新水平

1. 深入开展现代种业技术提升项目, 推进种苗产业创新

以良种培育作为农业技术攻关重点, 选育和推广优良种业品种, 建设良种繁育基地, 突破性地繁育一批具有良好应用前景的农作物品种。另外, 加快禽种业向数量质量并重、资源节约高

效方向发展, 在品种性能和品质上实现突破。

2. 加快科研成果转化, 推进农牧业科技创新能力建设

加大企业与清华大学、北京大学、中国农业大学、上海交通大学、内蒙古大学、内蒙古工业大学等区内外主要高等院校、科研院所的产学研合作力度, 加强农牧业科技创新服务平台和科技人才队伍建设, 加大对农牧业科技创新的资金投入, 强化农作物育种、家畜品种繁育、智慧农业等方面的重点技术攻关, 增强科技创新驱动力。

3. 立足新发展格局, 培育壮大新业态新模式

以自治区乡村特色自然田园风光为主要载体, 发展休闲农牧业、乡村民俗娱乐、农家乐等新形式, 深度挖掘农业生态和休闲产品功能, 打造休闲农业示范点。另外, 实施数字农业农村发展规划, 将数据作为关键生产要素, 推进农牧业网络化、数字化、智能化发展, 依托“互联网+”发展农村牧区电商服务, 加强与淘宝、京东商城、苏宁易购等电商企业的合作共建, 推动嘎查村电商服务平台建设, 拓展销售渠道。■

参考文献:

[1] 吴应蔚. 内蒙古农牧业产业化发展现状、问题及对策[J]. 现代农业, 2012,(08).

[2] 孙春花. 内蒙古推进现代农牧业建设的难点与对策研究[J]. 中

国统计, 2015,(04).

[3] 高翠玲, 李主其, 郭海清. 新时期内蒙古农牧业发展现状和问题及政策建议[J]. 农业现代化研究, 2013, 34(02).

[4] 金丽萍, 金彩霞, 殷国梅. 内蒙古达尔罕茂明安联合旗品牌农牧业发展初探[J]. 畜牧与饲料科学, 2015, 36(11).

[5] 崔俊, 杨玉柱. 内蒙古农牧业产业化发展对策建议[J]. 北方经济, 2015,(7).

[6] 张振霞. 内蒙古种植业发展问题及对策的思考[J]. 中国农业资源与区划, 2016.

[7] 周杰, 高芬. 草原生态环境与畜牧业经济耦合协调关系分析——以内蒙古自治区为例[J]. 生态经济, 2019, 39(05).

[8] 张春林. 做好自治区三农金融服务[J]. 中国金融, 2017,(15).

[9] 何晓瑶. 基于TOPSIS模型的现代农业发展水平评价——以内蒙古自治区为例[J]. 中国农业资源与区划, 2020, 41(09).

(作者单位: 内蒙古师范大学马克思主义学院)

责任编辑: 张莉莉