

Research on the Regional Brand Integration and Development of Agricultural Products under the Background of Digital Economy

Zhenzhen Sang Beibei Wei*

Zhengzhou Business School, Zhengzhou, Henan, 451200, China

Abstract

In the current context of global digital transformation, the digital economy, with its unique penetration and innovation, is having a profound impact on the integration and development of regional agricultural product brands, and endowing them with new connotations and values. The paper deeply analyzes the current development status, existing problems, and successful experiences of regional brand building for agricultural products in Henan Province in the process of digitalization, enriches and improves the relevant theoretical system of regional brand building for agricultural products in Henan Province, and solves the relevant problems faced by Henan Province in the construction and development of regional public brands for agricultural products.

Keywords

digital economy; regional brand of agricultural products; integrated development; new quality productivity

数字经济背景下农产品区域品牌融合发展研究

桑珍珍 魏蓓蓓*

郑州商学院, 中国·河南 郑州 451200

摘要

在当前全球数字化转型的大背景下,数字经济以其独特的渗透力和创新力,正在对农产品区域品牌的融合发展产生深远影响,并赋予其全新的内涵与价值。论文通过对河南省农产品区域品牌建设在数字化进程中的发展现状、存在问题以及成功经验进行深度剖析,丰富和完善河南省农产品区域品牌建设的相关理论体系,解决河南省在农产品区域公用品牌的建设和发展中所面临的相关问题。

关键词

数字经济;农产品区域品牌;融合发展;新质生产力

1 引言

近年来,农村现代化发展进程迅速加快,农产品市场竞争也越激烈,促进区域农产品品牌融合发展已经成了突破发展瓶颈的必然之路。党的十九大报告中明确指出,要加快促进农村三产融合发展,推进区域农产品区域品牌建设。在目前有关农产品区域品牌发展的研究中,与数字技术相结合的研究很少。论文旨在研究如何利用数字技术来推动农产

品区域品牌融合发展,以提出适应时代潮流的品牌发展战略,分析区域品牌如何有效地利用数字技术实现差异化竞争,在数字经济的大背景下提高农产品的新质生产力等,解决河南省区域品牌融合发展的困境,助力河南省在数字经济背景下实现农产品高质量发展。

2 中国河南农产品区域品牌融合发展现状

2.1 农产品区域品牌政策现状

河南省政府近两年逐渐意识到农产品区域品牌的重要性,并颁布了一系列政策护航农产品品牌发展。2023年2月20日,河南省人民政府发表了《关于实施品牌发展战略推进“美豫名品”公共品牌建设的实施意见》,并提出“要大力培育农业品牌,加强农产品区域公用品牌、企业品牌、产品品牌培育,推动产品优势转化为品牌优势”。2024年3月14日,河南省政府办公厅印发了《豫农优品天下行活动实施方案(2024—2026年)》的通知,提出“力争到2026

【基金项目】2023年河南省大学生创新创业项目(项目编号:202314040007)。

【作者简介】桑珍珍(1989-),女,中国河南郑州人,硕士,讲师,从事区域经济研究。

【通讯作者】魏蓓蓓(2002-),女,中国河南濮阳人,学生,从事区域经济研究。

年，省级以上农业知名品牌达到1500个以上，农产品质量安全例行监测合格率稳定在98%以上”，这些政策有利于加快推进品牌强农，加强豫农优品省域农业区域公用品牌建设，助力河南省优质特色农产品走出河南。面对农业数字化需求，省政府将围绕数字乡村、智慧农业等领域，打造优秀数字化品牌。其中包括提高农业农村数字化水平，加快农产品三产融合进度，促进农产品品牌建设，河南省政府要提高新质生产力，通过数字技术赋能农产品产业升级。

2.2 区域农产品品牌影响力现状

从表1中可以看出，4471个中国地标品牌中，河南仅占80个，省级间排名20，这说明河南在农产品品牌建设方面还有很长的路要走。2024年2月4日，世研指数联合中国品牌影响力实验室、中外传播智库共同发布《2024农产品区域公用品牌影响力报告》。基于世研指数影响力评价体系，从竞争力、品牌力和传播力三个维度进行综合评价，此次评价包含3000多个品牌，涉及十几个行业，top10里也没有河南的农产品品牌，从以上数据不难看出河南在区域农产品方面还有很大差距。

表1 区域农产品品牌影响力

省市	品牌感知力	品牌感召力	品牌声誉
北京	718.12	809.34	763.73
天津	702.12	787.26	744.69
河北	689.44	783.32	736.38
山西	717.45	797.37	757.41
内蒙古	702.44	804.63	753.53
辽宁	693.79	790.87	742.33
吉林	691.33	792.68	742.00
黑龙江	709.05	788.20	748.62
上海	763.95	821.14	792.54
江苏	701.12	786.00	743.56
浙江	746.10	822.13	784.11
安徽	719.72	801.08	760.40
福建	699.00	795.62	747.31
江西	723.28	806.80	765.04
山东	683.88	778.04	730.96
河南	714.04	797.32	755.68

数据来源：《2023中国地理标志农产品区域公用品牌声誉评价报告》。

2.3 农业数字化区域品牌发展现状

河南省的区域品牌建设运用大数据、云计算、物联网及区块链等前沿科技手段，从生产源头的精细化管理，再到销售终端的信息追踪，全链条进行优化升级。首先，通过大数据分析，可以精确找准农产品区域品牌定位精准预测农产品市场发展动态，及时调整价格和指导农产品生产；其次，物联网技术则可实现对市场环境、农作物生长状况的实时监测与智能调控，提高农产品质量；最后，区块链技术保障农产品供应链信息的完整性和不可篡改性，提升农产品品牌信息透明度和公信力。为了确保农业科技支撑河南农业现代

化，河南省农业农村厅启动“一村九园”的数字化建设，涉及农林牧渔全产业链的数字化程度，有效促进河南农业科技水平提升。

3 中国河南农产品品牌融合发展问题分析

3.1 农产品品牌政策持续性不足

河南各地区投入大量人力与资金提升河南农产品品牌融合，但效率不高。首先，政策执行时间短，受时间制约，实施成果尚未体现，影响力小；其次，下级政府，各级部门间各自为战，以自身利益为先，导致了工作重复、资金浪费的情况，不能形成合力去发展农产品品牌；最后，区域资源未能得到有效整合，包括农业科技资源、人力资源、地域特色资源等，这些本应成为驱动农产品区域品牌发展的强大内生动力，但在实际操作中却往往因缺乏科学合理的整合机制和战略规划而无法充分发挥作用。实现数字赋能产业升级，促进经济发展任重而道远。

3.2 区域品牌影响力低

河南农产品区域品牌，影响力仍显弱化，竞争优势不明显。河南农产品品牌建设缺乏专业团队负责数字技术对产品附加值软实力打造，没有将产品运营很好地与数字化技术相结合，不能及时向消费者反映产品真实生产销售情况，生产信息不匹配，消费者对于农产品真实产地、生产过程、质量标准等关键信息获取不足，导致消费者信任度难以有效建立，从而限制了品牌价值的提升和市场的拓展；另外仿制品牌迭出，严重影响了河南区域农产品的发展建设。部分企业利用区域品牌的公用属性，附名于知名品牌，以次充好，以假乱真，这导致了劣币驱逐良币，整体品牌口碑受损，破坏品牌形象。

3.3 农村科技人才短缺

当前的科技人才不足以去支持农产品品牌融合的建设。数字经济下的农产品品牌建设以数字技术为核心，而省内农业科技人才稀少，全省每万人从事科技活动人员34人，相当于全国平均水平的54%；同时，河南还面临着人才外流的问题，科技人才外流，农村人口素质不高，老年化特征明显，这些都减缓了农产品数字化程度。发展农业科技人才不仅是乡村振兴战略的要求，更是打造数字农产品品牌的关键所在。

4 河南农产品区域品牌融合发展策略

4.1 延长农产品产业链

发展河南农产品区域品牌需要多方形成合力。

政府方面：一是省财政建立专项资金稳定增长机制，适当提高对专家及其团队的资金支持标准，加快实现对河南省高效种养业、绿色食品和乡村服务的全覆盖；二是要建立统一完善的农产品质量体系，加强对农产品区域品牌的监管力度。

企业方面：一是打造和农村、高校和科研院所的合作

联盟,在大力引进高质量人才的同时,也为青年大学生提供实践经验和就业岗位,为农产品区域品牌搭建一个产业链全覆盖的数字化服务平台;二是提高农产品附加值,和品牌管理水平,实现资源优化配置。

农民方面:要积极参加生产培训,提高农业生产水平,不断增强自己的意识,利用数字技术去进行数字生产。各部门联合发展才能保证农产品区域品牌稳步发展。

4.2 三产融合提升农产品品牌影响力

为扩大农产品区域品牌的影响力,我们应该树立农业产业科技创新理念,推动一、二、三产业融合发展。以提高发展质量为中心,着重提升三产融合。推动供给侧结构性改革,打造“公司+基地+合作社+农户”的发展模式,实现产前产中产后的有机衔接。同年,光山县成为信阳市唯一入选全国农村一、二、三产业融合发展先导区创建名单的县区;2019年9月17日,习近平来到光山进行考察,大力表扬了光山县三产融合的发展模式。由此可见,三产融合发展有利于提高农产品附加值,增加品牌美誉度,扩大农产品区域品牌影响力。

4.3 数字化人才提高农产品区域品牌新质生产力

引育并举构建多层次农业人才体系,畅通教育、科技、人才的良性循环,完善人才培养、引进、使用、合理流动的体制机制,大力培养具有原创精神的创新型人才和掌握前沿生产技术的一线人才。当前新质生产力以创新起主导作用,是推动经济社会高质量发展的重要动力,也是推动农业强省建设的关键引领。提高新质生产力当然也有利于河南农产品品牌发展。首先,解决农村科技人才短缺,通过数字技术提

升农村区域品牌的深度整合与跨界融合,进一步推动了新型农产品区域品牌的创新发展。其次,培养数字经济类人才,提升农村区域品牌由传统农业向智慧农业升级,促使农业与其他产业如旅游业、文化产业等相互融合,形成以农产品为核心的区域特色品牌,从而丰富品牌内涵,提升品牌附加值。最后,培养质量监控型人才,提升农产品的质量和安全性,进而强化区域品牌的信誉度和影响力。

5 结论与展望

论文从数字经济的角度对河南省农产品区域品牌的融合发展进行了分析,加大对农业科技的资金投入,建立和完善农产品质量标准,严格监管农产品品牌,营造有利于数字经济与农产品区域品牌深度融合的良好环境;进行产业融合发展,扩大品牌影响力和竞争力,提高新质生产力。未来的研究需要持续关注农产品区域品牌融合发展动态,不断深化理论研究与实践探索,以期为中国农业现代化建设和乡村振兴战略提供有力的理论支撑与政策指导。

参考文献

- [1] 陈瑶,江雪蓉,周熙.浅议“剑阁贡米”农产品区域公用品牌建设[J].质量与认证,2024(3):83-85.
- [2] 乔瀛东,张国宝.数字化背景下安徽省农产品区域公用品牌价值提升[J].商场现代化,2024(3):8-10.
- [3] 李欢,孙小丽.数字乡村战略视角下河南农产品品牌建设研究[J].农村经济与科技,2023,34(13):112-114.
- [4] 李宏英.农产品区域品牌建设研究——以上虞红心猕猴桃为例[J].现代经济信息,2018(16):343-344.