

---

# 云南省品牌农业发展路径研究<sup>1</sup>

唐红帅<sup>1</sup>，钱爱丽<sup>2</sup>

(1. 云南农业大学 经济管理学院，云南 昆明 650201；

2. 云南省嵩明县经营管理站，云南 嵩明 6517(8))

**【摘要】**：农产品市场的日趋丰富和多样化，消费者的比较选择，决定了品牌是农业发展过程中的核心竞争力。特别是对正处于攻坚期的云南农业发展来说，品牌农业是最好的选择，尤其是品牌农业发展路径的选择极为重要。通过对云南省品牌农业发展现状进行深度剖析，找出限制其发展的因素并提出建议，为云南省未来品牌农业发展路径提供理论基础。

**【关键词】**：农产品；品牌农业；发展路径

**【中图分类号】**：F37      **【文献标志码】**：B

经济的稳速发展，居民收入水平的提高，消费结构的升级，品牌发挥着越来越明显的作用。特别是在农业市场，人们越来越注重通过品牌农业发展来提高农产品的核心竞争力。目前，国家农业部提出“通过开展丰富多彩的品牌创建活动，激发全社会参与农业品牌建设的积极性和创造性，凝聚各方共识，提振发展信心，加速建设进程，确保农业品牌工作取得实质性进展。”2017年中央一号文件也明确提出，“推进区域农产品公用品牌建设，支持地方以优势企业和行业协会为依托打造区域特色品牌，引入现代要素改造提升传统名优品牌”。品牌农业的倡导与执行，是目前农业现代化发展的主要方向。品牌农业的发展有利于解决农产品工业化、农产品产业化、农产品标准化、农产品品牌化一系列的问题。

云南省地势南高北低，海拔相差较大，最高海拔达到6740m，最低海拔仅有76.4m。自然资源充足、民族文化多样，地域宽广，8万km<sup>2</sup>左右的热区，具备不同类型热带植物生长的生态环境。云南省农民主要以务农为生，但农业经济效益并不明显。2016年，云南省第一产业生产总值达2195.04亿元，第二产业生产总值为5799.34亿元，第三产业生产总值则为6875.57亿元。第二、三产业总值均高于第一产业。如何更快更好地促进高原农业的发展，加快云南省品牌农业的发展是目前云南农业发展的主要途径。作为西部地区高原农业发展的缩影，云南省品牌农业的发展道路研究具有重要意义。为此，深入剖析云南品牌农业的发展现状，紧扣品牌农业内涵探讨其发展现状，进一步探讨其发展路径，为加快云南品牌农业发展提供理论支撑。

## 1、云南省品牌农业发展现状

近年来云南始终致力于打造高原特色农业品牌、加快布局高原特色农业。特别是近两年来，随着我国城镇化进程的加快以及深化农村改革的迫切需求，发展现代生态农业成为经济转型升级的重要组成部分。作为农业大省的云南，目前打造出了云花、云茶、云咖、云蔬、云菌等多个云南高原特色农业细分产业，并在产业承接、国际贸易等方面取得了不菲成绩。云南的农业产

---

<sup>1</sup>【收稿日期】：2017-11-20

【作者简介】：唐红帅（1993-），女，云南保山人，在读研究生，研究方向：农业经济管理。

【通讯作者】：钱爱丽（1973-），女，云南嵩明人，大学本科，研究方向：农业经济管理。

---

业正逐步细化、农业企业正走向品牌化，庄园经济和休闲生态农业，成为云南高原特色农业与生态文明建设协调发展的集优模式。

### 1.1 农业标准化体系基本形成

目前，云南共制定发布农产品生产技术工程 2960 个，推广各类标准 6000 多个，建立了 10 个“云南省农业标准化示范县”和 20 个“云南省农业标准化示范企业”，推进农产品产前、产中、产后各环节的农业标准化建设，云南农业标准化推广位居中国西部省区第一。烤烟、茶叶、花卉、咖啡等特色优势产业主要产品的质量及技术标准已接近或达到世界先进水平。云南省依托云南独特的地理气候环境，围绕“云”字号发展重点支柱产业和特色优势产业，加快推进标准制订和示范推广工作，基本形成了包括产前、产中、产后全过程的、较为完善的农业标准体系。

### 1.2 产业化组织不断壮大

品牌农业产业化经营是转变农业发展方式、推动农业现代化发展的主要力量，也是带动农民就业增收的重要载体。通过云南省农业厅评选出的“五个六”品牌均获得了不错的产业化发展，产业化组织不断扩大。比如西双版纳“茶花鸡”鸡蛋获云南省无公害农产品产地认证书。茶花鸡苗每年销售 1000 多万只，并带动全州养殖农户 500 多户，产品远销昆明、成都、贵阳、广东、广西、福建等 10 多个大中城市。

### 1.3 知名农产品品牌正在形成

目前，云南农产品有 21 个获中国驰名商标，59 个获农业部农产品地理标志登记证书，认定云南名牌农产品八批 503 个产品。品牌认证涵盖粮食、油料、蔬菜、果品、肉类、淡水产品、海水产品、中药材等多类重要农产品。日前，在第十五届中国国际农交会上，云南省昭通苹果、文山三七、宣威火腿入选“2017 百强农产品区域公用品牌”。三个品牌都是云南省具有地方气候限制而生产出的农产品，是高原特色品牌的代表，未来云南省将有越来越多的高原特色农产品获得认证。

### 1.4 品牌农业的效益正在显现

借助于互联网的飞速发展，云南省“互联网+品牌农业”的发展模式取得了良好的效益。云南省品牌农业效益不断显现，品牌农业不断成为农民增收的亮点，第三产业的发展刺激了省内的特产市场，抛弃过去未经加工或初加工的农产品，农产品品牌赋予了更深层次的意义，让云南特色农产品走得更远了。

## 2、云南省品牌农业发展的制约因素

### 2.1 人力资源匮乏

匮乏的人力资源限制着品牌农业的升级。省内已认定品牌的农产品大部分采取初加工或未加工的形式进行市场交易，缺乏对品牌农业精深加工的拓展或缺乏完整的产业链进行产品研究。在运营和管理状态方面也面临着同样的情况，某些品牌在省内耳熟能详，但并未能成功打入外部市场。生产、流通以及销售等环节都缺乏相关专业人才的支持，品牌的巨大效益暂时难以显现。

### 2.2 农业产业化限制多

四处高山的天然屏障极大地限制了云南省品牌农业产业化发展，云南省国土总面积 39.4 万 km<sup>2</sup>，全省共有耕地 607.21 万

---

hm<sup>2</sup>，去除轮歇地 98：43 万 hm<sup>2</sup>和 25。以上坡地、梯田、望天田 49.93 万 h<sup>2</sup>，全省实际常用耕地面积仅 458.85 万 hm<sup>2</sup>。可用耕地的面积极大地限制了品牌农业产业化发展，不便利的交通条件限制了省内地区农业的交流，二者都加大了品牌农业发展的成本，降低了农产品的竞争力。

### 2.3 品牌建设意识淡薄

云南省农产品具有强烈的原生态意识，省内农产品市场一直致力于原生态的市场销售，农民普遍淡薄的商品经济观念，造成品牌建设意识不强，只注重微小的市场利润，忽视挖掘更深层次、更高的经济效益。品牌建设以及推广、管理方面的知识缺乏，造成品牌建设只着眼于地域品牌建设，忽视个人或公司品牌的建设，品牌农业市场缺乏生气。

### 2.4 产品核心竞争力差

目前，云南省已初具规模的品牌农业在大市场环境的冲击下核心竞争力较低。一方面，由于地域限制，农产品在市场上既没有量的优势，也没有质的优势。另一方面，自然耕种的方式生产周期较长，成本投入较大。二者大大降低了农产品的核心竞争力，好的农产品难以进行推广，其他发达地区的农产品不断挤压省内产品的发展空间，逐渐形成恶性循环。极大地打击了生产者的积极性，破坏了整个品牌农业的发展氛围。

## 3、云南省品牌农业发展路径选择

### 3.1 积极开发品牌农业相关人力资源

云南省目前品牌农业发展过程中，相关人力资源的开发至关重要。在学习其他先进地区品牌建设经验的时候，切不可生搬硬套。注意本地区的复杂性，制定符合本地的品牌农业标准，通过专业技术人士制定、实施、反馈以及总结，不断进行修改以适合本地区品牌农业的发展。同时，企业或合作社也要积极探索学习，对自身的品牌农业制定相应标准。

### 3.2 科技升级促进产业提质。

通过引进科技或者技术研发，打破云南省可耕地面积少的限制，实现农业的规模化经济。引进优良的经济作物，打破当地单一作物的种植结构，减少对品牌农业的成本投入，为生产者带来更多的经济效益，平稳推动当地社会经济的发展。加大科技投入，对产品进行精神加工以提升农产品的附加值，以原材料为主衍生出更健康、环保的产品，推动云南品牌农业的高质发展。

### 3.3 互联网+助力品牌建设

一个农业品牌的建设，企业不仅需要昂贵的宣传费、运营成本以及专业的管理团队。而互联网的出现为品牌建设提供了另一种可能，一台电脑，无学历限制的后台运营团队以及便宜的推广费，都使品牌建设变得更简单。企业可以把更多的资金投入生产、研发部门。地理相对偏僻，通过借助便捷的互联网，更少的市场投入，更少的成本，农业品牌更容易突破地区限制。

### 3.4 紧扣市场需求，开拓新渠道

现代人一直致力于追求健康、安全、绿色的生态生活方式。借助云南高原的独特优势，积极进行绿色、有机的品牌认证，以更为原生态的品牌迎合消费者的需求。坚守食品安全的底线，对品牌农业的质量进行提升，就能够带来更高的经济效益。同时，云南省邻近越南、泰国等多个东南亚国家，借助地理优势，积极开拓东南亚国际市场，曲线推动品牌农业的效益。

---

[参考文献]:

[1]陈梦琪. 地级中等城市出版物发行业发展策略探讨——以邵阳为例[D]. 贵阳: 贵州大学, 2007

[2]寇丽霞, 贺西子. 品牌农业成长对策研究——以雪梨之乡苍溪县为例[J]. 中国市场, 2011 (01) .

[3]卞瑞鹤, 张国青. 晋新生新乡, 品牌战略下的现代农业[J]. 农村. 农业. 农民, 2012 (01) .

[4]柏 斌. 广南县引种美国优质葡萄开花试果[J]. 中国果业信息, 2010 (05) .

[5]中国和柬埔寨开展木薯外交[J]. 世界热带农业信息, 2011 (04) .