

类别：B 类

西安市未央区农业农村和林业水务局

签发人：姚长健

未农水提函〔2023〕4 号

对政协未央区委第十二届第二次会议 第 126 号提案的复函

王若霖委员：

您提出的《关于以提升农产品品牌为抓手，促进乡村振兴深入发展的建议》提案（第 126 号）收悉。在提案中，您提出“有效地整合一切资源，培育、创建农产品品牌，大力推进农产品绿色化、优质化、特色化品牌化，着力培育地方特色农产品品牌，走出一条品牌振兴之路”的建议。建议旁征博引，论据充分，立论高远，对于我们开阔思路，积极做好农产品品牌建设相关工作提供了有益的参考，对此我们表示衷心感谢！现就有关问题答复如下：

在现代农业发展中，农产品品牌建设的重要性越来越突出，其重要性愈来愈被人们认识和重视。农产品品牌就是使用在农产品上，用以区别其他同类和类似农产品生产经营者的显著标记。可以毫不夸张的说，品牌就是竞争力。推进农产品品牌建设是贯彻落实科学发展观，促进传统农业向现代农业转变的重要手段，是新时期发展现代农业面临的重大任务，是农产品实现市场价值的重要保证。农

产品品牌建设对于提高农产品的知名度和附加值，增加农民收入，促进现代农业发展无疑具有重要的现实意义。

关于创建农产品品牌我区也曾走过了一条崎岖的、不平凡的道路，期间也取得过辉煌的成绩。早在上世纪八、九十年代，我区开始万亩桃园基地建设项目，到 1993 年基地基本建成，面积达 14600 亩，其中：瓜果面积 13100 亩，产量 2200 万公斤，产值 3520 万元，在西安提起未央仙桃，可谓无人不知，无人不晓。未央桃以其个大、色艳、味美闻名遐迩，深受人们的喜爱，不仅享誉西安，而且远销西北、华南甚至出口国外，成为当时未央的著名品牌和一张名片，被称为“未央仙桃”。

进入新时期以来，特别是近十几年以来，随着我市建设国家化中心城市步伐的不断加快，行政中心的北迁及城市骨架的不断拉大，我区已成为城市建设的核心区域，土地寸土寸金。汉长安城遗址区外土地已所剩无几，农业发展所需土地资源和空间仅限于汉长安城遗址区内，耕地面积狭小，发展空间不足。同时，由于农业生产原料价格持续升高，农产品价格持续走低。加之，由于我区地处城市近郊，农户有从事工商贸易、第三产业服务、收取房租、外出务工等便利条件，与单纯从事农业生产相比，收益更大，从事传统农业生产意愿不强，人数偏低。另外，由于我区的农业用地主要集中在汉长安城遗址区内，遗址区受文物保护、耕地保护等政策的限制，农业发展面临的困难颇多。

鉴于以上原因，我区农产品品牌建设面临诸多困难，具体原因有以下几点：

一是缺乏规模偏小。从农产品品牌创建的一般规律和经验来看，多为先有规模，后有品牌，规模支撑品牌，而我区农业面临现实情况是规模小、杂、弱，从业者以经营分散的农户为主要依托。由于以上特点，使农产品品牌建设不论在地域上还是在产业链环节上，都存在一定的分散性和分割性，难以形成组团出击、抱团联合，集中打响品牌的合力，缺乏区域和集约化生产，目前还处在单个农户经营状态，不能满足市场化需求，经济效益不高。

二是缺乏市场的竞争力。从生产条件看，农产品对自然环境的依附性较强，许多品牌产品依赖于独具的地域特征，离开自然条件，农产品品牌就无从依托，失去根本。我区目前许多农产品由于农户分散经营，很大程度仍处于简单粗放状态，产品大多粗加工，精深加工产品、二次增值产品少，高科技产品更少，农产品品牌科技含量低，缺乏统一的经营模式和要求，产品数量 and 产品质量都还比较低下。

三是缺乏品牌的影响力。品牌知名度和美誉度的提高是品牌价值得以实现的必要前提，由于农产品属性，单位价值较低，需求价格弹性较低，品牌效益短期内难以显现，品牌认知和识别困难，品牌建设费用投入大，见效慢，这也是制约农产品品牌快速成长的重要原因。

四是思想“僵”。思想僵化，观念滞后，认识不到位，缺乏创建品牌的意识，争创名牌的开拓创新精神不够，一些农户缺乏参与市场竞争的磨炼，满足于小富即安，缺乏长远目光，只顾眼前利益，信用观念差，对农产品质量意识、品牌意识淡薄。

针对以上原因，为加快我区农产品品牌建设力度，我们将采取以下措施：

一是加大品牌宣传和舆论引导力度，增强农产品品牌意识，推动全区形成支持农产品品牌建设、消费品牌农产品的良好氛围。建立品牌产品激励保护机制，从单纯追求数量增长转为追求品质优化，立足我区实际，大力发展名、优、新、特、稀农产品，减少生产的盲目性、随意性、趋同性，走市场化、现代化大农业之路。由于我区主要农业生产区位于汉长安城遗址区内，具有浓厚的汉文化氛围，因此，要充分挖掘农产品的文化内涵，根据农业产业文化资源特点与消费者需求趋势，在农产品品牌的设计和培育中，强化浓厚的人文、地域、风土气息，塑造农产品品牌的个性特色。鼓励和扶持企业、合作社、行业协会注册农产品商标，打造专属于当地地域农产品如以食用菌、蔬菜、花卉等特色产业具有品牌特色农产品。打好生态牌、绿色牌、安全牌，因地制宜，因势利导，带动企业、合作社、行业协会和农民走农产品品牌化道路。

二是加大农产品质量安全检测，切实保障农产品质量安全。质量是农产品的生命线，是农产品创品牌的根本。紧紧围绕严把农产品质量安全关、引导标准化生产和放心消费、确保“舌尖上的安

全”为工作重点，认真开展农产品质量检测、质量安全监管及专项整治工作，督促指导农产品生产者不断增强农产品质量安全意识和责任意识，确保全区源头农产品质量安全。

三是扶持优势项目，形成辐射带动效应。近年来，我局积极鼓励、领导及扶持发展农业项目的发展，取得一定的成绩，例如，比如辖区西安欣苗生物科技有限公司是一家集食用菌菌种繁育、食用菌种植及技术培训与推广的科技型涉农企业，近年来我局帮助指导该企业树立品牌观念，积极帮助该企业申报龙头企业、种质资源保护单位等认定和项目，公司注册商标“蘑谷雨林”，目前其菌种生产和销售已覆盖西北地区，并沿一带一路远销哈萨克斯坦等国。相信随着该合作社的进一步发展，其优质产品必将对提高我区农业产业经济效益，打造区域内优质农业产品品牌产生积极的推动作用。

四是树立科学技术是第一生产力理念，加大农产品的科技含量。农产品品牌的落脚点是依托科技创新，因此，我们要加大科技投入力度，引进新品种，运用新技术，开发新产品，提高产品加工程度，依靠技术进步，加强新品种引进培育，提高农产品开发能力，以新产品、特色产品、精深加工产品，注重优良品种的引进、培育、示范、推广，淘汰劣质品种，压缩常规品种，扩大名优品种，以品种的更新换代，提升产业层次保持品牌的生机和活力。

五是要进行农业产业化经营，形成规模经济效益，实施企业、基地、农户三结合的运行机制，作为品牌战略的组织依托，解决生产规模小、农产品品质差别小、营销方式落后等问题。商品流通部

门要帮助农民建立有特色的品牌产品产地市场，集中销售当地名优农产品，同时建立稳定的销售渠道，开拓新的业务关系，促进农产品流通。

六是围绕种植、培育、生产、包装、销售、服务等一系列过程对涉农企业进行质量监督。注重商标注册，商标注册是保障农产品品牌经营与发展的长远之道，这是农产品品牌建设的无形资产。将农产品进行商标注册，才能够更好地得到法律的保护，进而促进农产品品牌的形象维护与品牌经营。注重农产品的商标注册工作，对于提高农产品的销售产量、为农民创收、促进农产品产业链的发展具有重要的作用。

七是要加大对创“品牌”农产品的企业或合作组织的政策扶持力度。建立长效投入机制，特别加大金融、税收、科技、财政等相关部门创建农产品品牌的政策支持，推动我区农产品品牌建设的健康发展。

西安市未央区农业农村和林业水务局

2023年4月28日

(联系人：樊斌 联系电话：13310943002)

抄送：区政协提案委、区政府办公室。