

热烈祝贺

宁海县第十九届人民代表大会第一次会议 政协第十一届宁海县委员会第一次会议

胜利召开

打造区域公用品牌的“宁海模式” 宁海珍鲜：扬帆起航 乘风破浪

扬帆

推出全市首个全品类农产品
区域公用品牌“宁海珍鲜”

蛰子肥实、对虾Q弹、青蟹鲜美、望海茶回甘、白枇杷清甜……好山好水出佳品,说起宁海的美食,许多人可以说上一天一夜。而从中延伸出的蛰子节、牡蛎节、金桃节等众多以农产品为主角的节庆,足见我县农产品种类之丰、品质之优,以及当地人对这些自然的馈赠的珍视。

好产品值得拥有好品牌。近年来,我县不断优化资源配置,大力实施品牌发展战略,切实提高企业商标品牌意识,稳步推进农产品品牌建设,培育出了一批具有宁海特色和历史文化底蕴的农产品品牌。截至2021年年底,全县注册农产品商标381个,其中望海茶被评为浙江省首届“十大名茶”,由良柑橘被评为浙江省“十佳柑橘”,振宁土鸡被评为浙江省“十大名禽”,岔路黑猪被评为浙江省“猪肉十大名品”。就在2022年1月,浙江省香榧产业协会举办了2021年度浙江省香榧十大品牌评选活动,我县香榧品牌“轩峰”“冬益”荣登排行榜。

然而,现有农产品品牌数量有限、形象模糊,同质化现象突出,农业产业组织化程度低、农产品溢价空间有限等问题,

制约着宁海农产品“出圈”。“我们品质好,但牌子不响亮,放在一起卖,大多数人都 不买我们的账。”一名青蟹养殖户这么描述自己的痛处。怎么破解上述困境,成为迫在眉睫的难题。

纵观那些已经“出圈”的农产品,加强农产品品牌创建,实施好品牌强农战略,充分发挥品牌的引领作用,已成为调整农业产业结构、转变农业发展方式、提高农业供给效率的必然选择。针对本地农特产品众多但标准化程度低、经营主体分散、品牌多而不强、市场溢价空间有限等发展短板,我县着力整合资源,打造统一的农产品品牌形象——“宁海珍鲜”,助推本地农业产业品牌化、标准化、组织化发展。

通过前期调研,“宁海珍鲜”确定了“白枇杷”“青蟹”“蛰子”等9个首批主推产品。2020年11月14日,通过多方努力,“宁海珍鲜”取得集体商标注册证,成为全 大市首个全品类“地域+产品特性”农产品区域公用品牌,获得《人民日报》、《光明日报》等主流、权威媒体竞相报道,社会反响强烈。

起航

探索“政府管大局、企业闯市场”
运营管理模式

品牌成立了,怎么运营是关键。农产品区域公用品牌已经不是什么新鲜事,“丽水山耕”、“景宁600”、“安吉白茶”等市面上已有的品牌,已经有了较为成熟的运营模式,而这其中,又以“公建公营”为主,即政府主导品牌建设和运营。

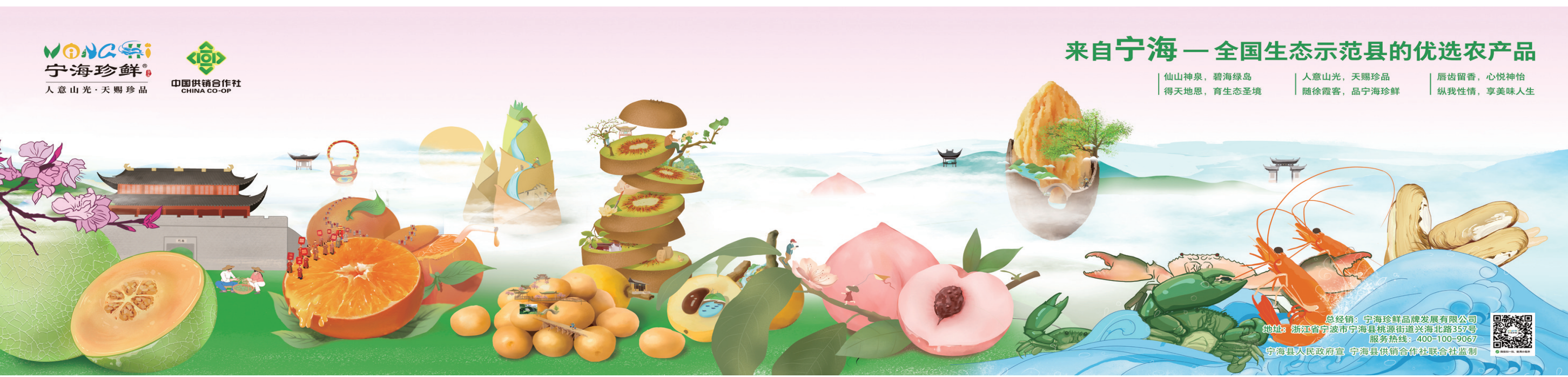
是照搬其他品牌的运营模式,还是立足宁海实际,探索自己的运营模式?为此,县供销社积极调研“丽水山耕”、“景宁600”、“安吉白茶”等品牌创建及运营管理经验,多次召开联席会议、座谈会,及时查漏补缺,广泛听取部门、企业家、专家、乡贤等,特别是人大代表、政协委员关于“宁海珍鲜”运营发展的意见和建议,形成的《关于推进我县农产品区域公用品牌发展的建议》提案,被纳入县政协重点提案办理。

“政府主导,可以集中力量办大事,但

无法避免一些制度上的桎梏,完全市场化运营,运营方式可能更适应市场,但无法保证品牌按照既定方向发展,无法保证农户利益,两者各有优劣。”县供销社负责人表示。

通过多方调研论证,最终,我县确定按照“市场主体、政府引导、行业自律、竞合发展”原则,全力推进品牌创建及运营管理。“这一模式的优点在于取长补短,充分考虑市场规律,同时发挥政府这只‘有形的手’和市场这只‘无形的手’的优势,赋予品牌更强大的生命力。”

2021年5月24日,引入社会资本注册宁海珍鲜品牌发展有限公司,全面负责今后三年“宁海珍鲜”品牌运营。至此,“宁海珍鲜”正式走上“政府管大局、企业闯市场”发展模式的探索之路。



宁海“七山二水一分田”,具有拥山抱海的自然禀赋,山有竹木茶桑果之盛,海有鱼虾蟹贝藻之丰,农业和生态资源十分丰富。2020年11月14日,我县通过整合辖区内的蔬、果、渔、畜等众多产业资源,着力打造的统一的农产品品牌——“宁海珍鲜”,顺利取得集体商标注册证,成为全大市首个全品类“地域+产品特性”农产品区域公用品牌。至此,“宁海珍鲜”这艘大船,承载着宁海众多农民的希望,正式扬帆起航,且看它如何乘风破浪。

乘风破浪 品牌打造、供应和销售端布局同步发展

2021年5月,宁海本地土豆集中上市,胡陈乡土豆种植基地一片热闹。农户们陆续将自家土豆搬进仓库,工人们则忙着仔细挑选土豆并分类装箱,对胡陈土豆进行品质分类及销售。这也是“宁海珍鲜”运营团队成立以来,首次对宁海农特产品开展销售。



按照第一年打基础、第二年出形象、第三年出绩效的发展规划,到2021年底,整个“宁海珍鲜”工作团队完善了平台搭建、运营团队整合、溯源体系建设、产品标准制定等基础配套,争取3-5年时间,打响“宁海珍鲜”品牌,提高农产品销量。“第一年销售5000万元,第二年翻两番,2025年翻三番到4亿元”这些量化目标被写进合同。时间紧,任务重,“宁海珍鲜”品牌打造、供应和销售端布局三大要务必须同步推进。

品牌打造方面,研究制定全媒体宣传方案,以“人人参与、我为‘宁海珍鲜’代言”为主题,全方位、多渠道进行宣传推广,与铁塔宁波分公司合作在梅林高速路口、正学公园东面和世贸中心东面开展铁塔亮化字宣传,与宁海传媒集团合作利用广播和报纸开展FM98.9珍鲜做客直播间、“宁海珍鲜”整点报时等系列活 动,在社区、商场、酒店大堂等189个公共区域开展LCD视频宣传,在高铁宁海站候车厅立柱、墙面,宁波栎社国际机场国内航班办票处进行广告投放。全力开展市场拓展,组织合作供应商参加浙江省旅游专班第三次会议暨全省旅游业“微改造、精提升”工作动员会、第十九届徐霞客开游节新闻发布会暨宁海文旅杭州推介会、第十四届胡陈水蜜桃文化节暨“宁海珍鲜”胡陈水蜜桃推介会等节庆和展销活动,积极承办“宁海珍鲜”优质农产品金秋购物节、“凝聚工会力量,促进乡村振兴”之走进“宁海珍鲜”由良橘基地活动和首届“宁海珍鲜”电商直播大赛,带动农户销售近30余万元。配合中国人民大学设计团队调整落地翠冠梨、望海茶、青蟹、月饼等4款包装,其中月饼包装在县域范围内掀起“宁海老月饼”国凤潮。

供应端布局方面,“宁海珍鲜”产品定位臻品面向中、高端市场。为实现品牌价值,团队严把产品关,2019年9月面向社会征集确定了白枇杷、青蟹、蛰子等9大类首推产品,后期联合乡镇(街道)带领运营团队走访产业规模较大、产品质量较好的农业主体,推进建立“1+N”供应商合作模式,完善品牌准入退出、品牌监管、利益联结、产品品控、投诉响应等机制,洽谈签约合作供应商16类44家。2020年8月,与省农业科学

院数字农业研究所签订技术服务协议,全力推进农产品防伪溯源体系建设,经多次征求部门、乡镇(街道)以及农户意见,并结合商业化需求,防伪溯源码从1.0版本提升至3.0版本并发放13万份,消费者查询率达25.6%。同时,与中国移动宁海分公司合作全力打造“宁海珍鲜”放心消费基地项目,完成茶叶、青蟹和对虾3家试点基地可视化监控网络布置。

销售端布局方面,在推进运营中心建设的同时,积极搭建“宁海珍鲜”数字化平台,已开发网络ERP系统、智能提货系统,整合防伪溯源系统、企业微信商城、基地可视化监控、抖音企业账号,上架当季水果、非遗甄选、臻品茶叶、水产海鲜、美味佳酿、粮油豆品等农副产品16类50款,截至目前累计销售额3800余万元。积极考察宁波、杭州、上海等线下市场,对接县旅游集散中心、前童古镇游客服务中心洽谈设立“宁海珍鲜”体验中心,全力推进农旅融合发展业态。

破浪

打造宁海特色城市名片
助推共同富裕

2021年12月,长街镇隔洋塘潜龙岛红美人基地的第一批100箱红美人乘着渡轮,再转陆运到宁海珍鲜运营中心,销往全国各地。

隔洋塘是我县最东边的海岛村,疫情反复和交通不便等各种因素,造成橘子销售难。听闻此事后,“宁海珍鲜”品牌跟潜龙岛红美人基地展开合作,将优质农产品带出小岛,推向市场。据了解,潜龙岛红美人基地种植量达200多亩,2021年预计产量达20多万斤,将为当地农民创造400万元的收入。

“宁海珍鲜”涵盖宁海所有名特优农产品,其在助力宁海高质量发展,实现共同富裕上有重要意义。自成立运营以来,“宁海珍鲜”积极开展“爱心助农、珍鲜起航”主题活动,2021年5月联合胡陈乡帮助农户销售土豆2万余斤;当年9月对接宁波、杭州、金华、台州等渠道帮助蛰蛸涂农户销售滞销南瓜多达70吨;举办首届“宁海珍鲜”电商直播大赛,带动农户销售近30余万元。同时,积极探索品牌在助力乡村振兴上的重要意义,与中国人民大学教授团队合作,深入挖掘宁海人文、历史、自然和产业特征,推进“宁海珍鲜”16类产品包装设计和宣传片拍摄,帮助合作供应商实现产品换好新装、讲好故事,解决其包装设计不精美、产品缺乏内涵等现状。

2022年1月14日,由县供销社和宁海传媒集团等11家单位联合主办的“爱心助农·情暖宁海”公益直播周活动开启,“宁海珍鲜爱心助农”专场通过抖音号、视频号、“看宁海”客户端等平台进行直播,优惠活动加持,线上线下联动,在帮助农户解决销售难题、促进农民增收、推动共同富裕上再次发力。

远在2000多公里外的四川省普格县,也有“宁海珍鲜”助农的身影。2021年7月,县供销社计划通过数字化应用承接普格县消费协作产品市场运营,积极参与县对口协作工作。2021年11月5日,时任宁海县委书记林坚和普格县委书记苏正清出席“宁海珍鲜”品牌运营中心开业现场,并为宁普数字农业共富促进中心和普格之家揭牌。宁普共富中心在“宁海珍鲜”品牌运营中心的基础上,规划普格县农特产品展示区、普格县旅游文化展示区、普格县职工之家等,旨在通过与“宁海珍鲜”品牌合作共建、优势互补,创新走出对口协作新模式。

“宁海珍鲜”运营方负责人笑着表示:“有特色、有质量、有温度,‘宁海珍鲜’的品牌形象被越来越多农户和消费者知晓并认可。一开始是我们找基地合作,现在在基地主动找我们合作,很多市民还预订了珍鲜大礼包作为年礼。”



一个品牌的培育,需要精心的运营、时间的酝酿。下一步,我县将进一步加强组织要素保障,加快配套基础建设,全力拓展市场渠道,持续加大品牌宣传力度,着力提升品牌核心竞争力与影响力,让“宁海珍鲜”的味道,大家都知道。