

編者按

2015年，習近平總書記指示吉林省「率先實現農業現代化、爭當現代農業建設排頭兵」。同年7月，總書記親臨吉林省和龍市稻田視察，殷切囑托吉林省，中國有13億人口，要靠我們自己穩住糧食生產。糧食也要打出品牌，這樣價格好、效益好。去年7月，總書記第三次視察吉林時，又有明確指示，要堅持農業現代化和農村現代化一體設計、一體推進。

農村農業現代化是中國的核心國家戰略之一，而品牌農業則是促進農業增效、農民增收、農村變美的重要戰略途徑。吉林大米公用品牌建設，牢記總書記囑託，通過完善標準體系、加強質量安全監管、打造安

全放心「金字招牌」的農業品牌化發展之路，其綜合效益遠遠超出了品牌建設本身，還包括推動農業供給側結構性改革，引領農業新技術新工藝新模式推廣應用，提高農業生產效率，促進適度規模經營，加快農產品加工高質量發展；帶動就地就近就業，切實增加農民收入；壯大鄉村旅遊、休閒康養、電子商務等適宜農村的現代服務業、培育鄉村發展新動能等多重效應。實為農村農業現代化的戰略新抓手。可以說，吉林大米忠誠踐行了總書記的重要指示。

吉林省委書記景俊海表示，為繼續深入實施習近平總書記提出的農業品牌化發展戰略，將堅持一業一品，讓吉林品牌更響亮；出政

策、優服務、架橋樑、解難題，突出特色優勢，共建吉林「大品牌」，打造各自「小品牌」，讓「吉字號」食品賣向全國、走向世界。

吉林省長韓俊在今年的《政府工作報告》中提出，根據「十四五」規劃，吉林省將圍繞打造農特產品與食品加工產業高地的戰略目標，實施農業品牌建設工程，打造吉林大米、吉林玉米、長白山人參等七大「吉字號」核心區域公用品牌。吉林大米品牌建設的初步成功，為這一戰略實施提供了先行經驗。

同時，其已被實踐驗證的成功經驗，亦具有更廣泛的推廣價值。

# 吉林省踐行習近平糧食品牌化發展理念（一）

## 「糧食也要打出品牌」的吉林效益與經驗

在習近平總書記「糧食也要打出品牌，這樣價格好、效益好」殷切囑託和重要指示的引領下，2015年以來，吉林大米公用品牌建設，在省委、省政府高度重視的統籌部署下，歷經多年探索，已成為吉林農業第一品牌、全國糧食供給側結構性改革的鮮活樣本，品牌影響力、公眾美譽度、市場佔有率均得到顯著提升；中高端大米產銷量由11億斤增長到了20億斤。

今年6月，作為吉林大米品牌建設的責任部門，吉林省糧儲局又啟動了品牌提升工程，編制了《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》，明確提出，以「三鏈」（產業鏈、供應鏈、價值鏈）為重點，以「四化」（標準化生產、精細化加工、特色化營銷、集群化發展）為方向，以吉林大米品牌建設為牽引驅動，深入實施「優質糧食工程」，推進「五優聯動」，縱向貫通產加銷、橫向融合農文旅，做大做強稻米產業集群，力爭到「十四五」末，稻穀年產量穩定在130億斤以上，中高端大米銷售穩定在30億斤以上，稻米產業總產值穩定在300億元以上。為實現「好地產好米」「好米賣好價」，以質量和營銷為主線的吉林大米品牌提升工程正向縱深持續推進。

10月26日，2021年吉林大米、鮮食玉米上海推介系列活動正式啟動。作為品牌提升工程起步之年的一次精彩亮相，吉林大米這次活動贏得了上海高端大米市場的热情響應。在吉林糧食供應商與上海採購商交流會現場，吉林23戶大米和鮮食玉米產業聯盟企業與上海61家採購商進行了精準對接，現場6家企業代表進行了簽約儀式。這標誌著上海市場正被吉林大米深深吸引。

吉林省糧儲局副局長孫浩明表示，吉林有資源，上海有市場。作為吉林大米重點深耕的市場，上海具有無可替代的地位和作用。經過近幾年的宣傳推介和市場深耕，吉林大米目前已進駐超生活、久光、高島屋等許多高端進口商超和以農工商為代表的中端食品商場，以及以盒馬鮮生為代表的新零售渠道，其中在百聯集團、大潤發和吉買盛等商超的品牌米銷量排行榜上均位居前3名，品牌轉化率和市場佔有率得到快速提升。

與此同時，作為中國農業品牌化發展道路的先行者，吉林大米公用品牌建設探索出的這條中國特色區域農產品公用品牌發展路徑，已獲得國內多地借鑒。

文/ 冀文嫻



吉林大米暨吉林鮮食玉米上海推介會現場

### 吉林大米公用品牌建設收獲多重效益

隨着建黨百年之際全面建成小康社會、建國百年目標新征程的開啓，農業生產不僅關乎「中國飯碗主要裝中國糧」，滿足人民吃飯問題由過去的「吃飽」演變為「吃好」「吃精」的新需求，更關乎農業農村現代化進程。

黨的十八大以來，國家糧食戰略發生了一系列重大變革，而吉林大米品牌建設貫穿了這個過程，忠誠踐行了幾乎每一項重大變革。習近平總書記在2013年中央農村工作會議上提出，能不能在食品安全上給老百姓一個滿意的交代，是對我們執政能力的重大考驗；在2015年中央農村工作會議提出大力培育食品品牌。2016年，吉林省糧儲局出台了吉林大米品牌建設規劃；十九大提出了鄉村振興戰略，吉林大米品牌迅速成為鄉村振興的戰略引擎。當然，還包括農業供給側結構性改革、國家優糧工程、糧食流通購銷體制變革等。

總書記的系列重要講話，指明了新時代「三農」工作的基本戰略目標——確保國家糧食安全、增加農民收入、實現鄉村振興。遵循習近平新時代中國特色社會主義思想，也確立了「藏糧於地、藏糧於技」的國家糧食安全觀戰略，特別是在水稻和小麥等口糧安全上，明確提出了「以我為主，立足國內，確保產能，適當進口，科技支撐」的新思想。

觀察吉林大米公用品牌建設的歷程和成就，等於看到中國糧食產業的新變革、新趨勢。這充分反映了吉林糧食人對國家政策的精準理解、及時把握，和敢為人先的創新精神。正式在這種精神的引領下，短短幾年，吉林省便在全國掀起了「吉林大米現象」，塑造了糧食供給側結構性改革的鮮活樣本，成為「中國好糧油」行動計劃的先鋒力量。用

成功事實，對總書記「糧食也要打出品牌」理念，做出了最好的詮釋——糧食也可以打造強勢品牌，強勢農業品牌必然能夠對農村農業現代化形成有效戰略支撐。

區域農產品公用品牌在中國農業領域並非新鮮概念，但在大米這一主糧品種上運作區域公用品牌，並構建起省級層面高位推動、自上而下品牌發展戰略體系的，吉林大米是當仁不讓的先行者。先行者的實踐具有規律探索、理論提升的重要價值。吉林大米公用品牌建設實踐表明，將區域農產品公用品牌作為糧食強省、品牌強農的主抓手，首先要明確中國特色農產品區域公用品牌的基本概念，構建最基本的理論遵循。吉林大米公用品牌提出了區域農產品公用品牌是區域產業所有市場主體共有的公共資產和公共形象概念，並提出了多元利益主體共同參與的品牌結構體系。這一概念符合黨中央、國務院推進糧食供給側結構性改革、落實鄉村振興戰略、構建中國特色糧食強國之路的基本精神，有助於公用品牌發揮推動糧食產業發展質量變革、效率變革、動力變革的功能，「為耕者謀利、為食者造福、為業者護航」的責任。

吉林大米公用品牌建設實踐，立足現實國情，以區域公用品牌實現糧食強省戰略目標，構建了一套行之有效的品牌戰略體系。這一體系實際涵蓋了糧食全產業鏈的「五優聯動」。「優糧優產」，這個「優」字體現在品牌上，就是吉林大米的中高端產品定位和市場定位，從市場需求推進「優糧優產」才能更加利於構建小農戶和現代農業的有機銜接。「優糧優購」，吉林大米公用品牌將原糧稻穀，以質量標準導向市場化收購中，充分發揮流通企業的主體作用，

培育了一批實力強、信譽好的大米購銷加工企業，錘鍊了產品價值，也切實保護了農民利益。「優糧優加」是糧食生產的重要質量保障手段，吉林大米公用品牌為此建立了一系列高於國家標準的地方標準體系和嚴格的質量追溯體系，大力發展綠色、營養、健康大米產品，增加多層次、多樣化、個性化產品供給，支持企業創建特色鮮明的知名品牌，提升了品牌美譽度和市場競爭力。「優糧優銷」，主要體現在吉林大米公用品牌宏觀做深——強化產銷區戰略合作和多層次合作，中觀做精——建立區域經銷商、直銷商、企業直營、網銷營銷平台等系統化營銷渠道，建立多元化品牌推廣模式，微觀做細——產區到社區「直通車」和「吉田認購」專屬稻田營銷模式，為企業搭建創業空間、技術研發、金融資本等公共服務平台，為新產品、新技術、新業態發展提供方便條件。

與時俱進地推進品牌建設體系創新，是吉林大米品牌不斷深入人心的重要成功經驗。立足農村農業現代化新征程的戰略目標，《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》將推動吉林大米品牌建設進入戰略提升階段。在這一階段，將堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，落實總書記視察吉林重要講話指示精神，以推進農業供給側結構性改革為主線，以延伸產業鏈、打造供應鏈、提升價值鏈為重點，以標準化生產、精細化加工、特色化營銷、集群化發展為方向，以吉林大米品牌建設為牽引驅動，深入實施「優質糧食工程」，推進「五優聯動」，縱向貫通產加銷、橫向融合農文旅，串珠成鏈，集群成片，做大做強稻米產業集群，加快推進農村農業現代化。

### 為糧食產業品牌化發展貢獻多重經驗

吉林大米公用品牌的建設實踐，根植於國家糧食安全、食品安全戰略，忠誠踐行習近平新時代中國特色社會主義思想，及其對社會矛盾盾的轉變的重大論斷，以滿足人民不斷增長的美好生活需求為目標，塑造了中國特色的「優糧優購優銷」新糧道。吉林大米品牌建設的一系列成果表明，農業品牌化是落實國家糧食安全、鄉村振興戰略、中國特色農業現代化、糧食供給側結構性改革、中國好糧油行動計劃等一系列重大戰略和責任的主抓手。

吉林大米品牌建設的成功，首先得益於高位推動及系統化推進。2015年7月總書記親臨吉林視察後，吉林省糧儲局按照總書記的指示精神和省委、省政府的工作部署，於當年12月出台了《吉林大米品牌建設發展規劃（2016-2020）》，以「五個一」工程為統領，整合資源要素，實施公用品牌引領戰略；整合生產要素，實施產業融合發展戰略；整合渠道要素，實施營銷模式創新戰略。經過幾年的探索，初步形成了較為完整的吉林大米品牌建設體系。今年6月，吉林省糧儲局編制的《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》則提出打造吉林大米公用品牌升級版，以加快推進農村農業現代化的新征程。

其次，積極探索創新區域農產品公用品牌建設新路

徑。2015年以來，吉林省糧儲局立足吉林大米產業實際，形成了一整套「以我為主」的品牌創新發展思路和體系。該體系可歸結為「五化」。即：工程化統領，構建核心體系；立體化推介，擴大品牌影響；多元化傳播，講好品牌故事；標準化管控，夯實產業基礎；創意化營銷，促進提質增效。在戰略層面形成了以區域+品種為主線，核心品牌+區域品牌+企業品牌「三位一體」的吉林大米品牌建設格局。在戰略平台方面，成立了以大米加工、銷售、科技研發以及品牌策劃傳播企業為主體的吉林大米產業聯盟，實施「產業聯盟+」戰略，以大聯盟帶動區域聯盟，以區域聯盟帶動企業經營。在創新營銷方面，構建了吉林大米網、阿里巴巴淘鄉甜吉林大米天貓旗艦店以及企業自有電商平台的網絡銷售體系。2018年推出的「吉田認購」專屬稻田營銷模式，業已成為國內大米消費新潮流。

在品牌建設的具體實踐上，吉林大米呈現的規律路徑之一，是科學的品牌定位和品牌价值提煉。其首先基於吉林省白山黑土的稀缺戰略資源，確立了中高端品牌定位，為中國飯碗能夠裝上中國好米打開了一條全新的戰略路徑。其次，不斷在戰略高度上強化產地符號信息，提出打造標誌產區的運作思路，切中了地

域名品的真諦。同時，吉林大米將優化品種作為品牌建設的主導戰略之一，不斷創造細分品類優勢，鎖定了市場機會。路徑之二，塑造產品品質、豐富品牌文化內涵。以工匠精神進行產品的精心打磨，用嚴苛的質量標準和追溯體系作為品質保障，確保「好吃、營養、更安全」的品牌價值，並着力進行文化力提升。路徑之三，推動規模化創新、構建核心品牌+區域品牌+產品品牌+企業品牌的戰略架構，將三產融合、城鄉融合發展目標融入其中。

此外，吉林大米品牌建設注重激發企業力量。從標準准入、龍頭帶動，到全產業鏈、全要素系統整合，吉林大米走出了一條培育企業品牌群體的全新道路；強調深化營銷策略。從形象建立與塑造，渠道開拓與對接，再到將品牌營銷的觸角深入到市場末端、站到消費者面前，為企業和企業品牌營銷創造了顧客，打開了市場；持之以恆弘揚企業精神，通過一批優秀農業企業家的脫穎而出，使「吉林大米」已不再是單純的農產品公用品牌，而是一個集理想、責任、情懷、堅持於一身的地域人文品牌。

習近平總書記盛讚吉林大米「你們是品牌」，不僅僅是因為滿足了人民對更加美好生活的嚮往，更在於其探索的品牌農業發展新路徑。