

飯碗江湖大 一米定乾坤 米說吉林

由於歷史客觀原因，吉林省大米加工企業數量多、總產能大，但85%以上的企業規模小、家底薄、實力弱。由於稻穀加工屬資金密集型產業，稻穀成本佔總成本的80%以上。企業想把品牌做強做大，在生產基地、低溫冷庫、渠道建設、品牌宣傳等都需要投入，能力不足是制約企業發展的核心問題。這些問題，政府「包辦」不了，但公用品牌可以聚集力量。

如果公用品牌是區域農業的天空，那麼，品牌運營就是一棵支撐區域產業發展的參天大樹。以營銷的視野反觀公用品牌運營，就可以看透農產品區域公用品牌的本質：公用品牌就是企業品牌的運營實體，就是地方政府對區域產業的一項長期的價值投資。經過過去幾年的不斷探索，吉林大米公用品牌逐步形成了以「吉林大米」為主品牌，以各地方區域品牌、企業品牌和產品品牌為支撐的品牌戰略架構，將吉林大米全產業鏈發展要素凝聚在「吉林大米」這杆大旗之下，吉林大米公用品牌的這一創新，實際上就是政府行為的優化。中國特色社會主義市場經濟體制為處理好政府與市場的關係提供了中間道路，這是中國改革開放成功的奧秘。也將是吉林大米成功的奧秘。

吉林省糧儲局提出，在吉林大米品牌戰略提升階段，將以建設水稻產業集群為引領，深入實施「吉林大米+」戰略，加快培育「吉林大米」旗下區域品牌和企業品牌，創建區域品牌、企業品牌和產品品牌「三位一體」產業格局。 文/冀文嫻



習近平經濟思想生動實踐

吉林大米品牌建設紀實

4

強化吉林大米品牌架構 聚合全產業鏈發展願景

以產業集群為抓手 提升區域品牌競爭力

「十四五」期間，吉林省將圍繞「糧頭食尾、農頭工尾」、一二三產業融合發展，加快打造農產品加工業和食品產業等現代產業體系。以延伸產業鏈、打造供應鏈、提升價值鏈、共享利益鏈為重點，打造玉米水稻、雜糧雜豆、生豬、肉牛、肉羊、禽蛋、乳品、人蔘、梅花鹿、果蔬和林特等10大產業集群，做大做強做優農產品加工業和食品產業。

根據這一戰略部署，吉林省糧儲局編製的《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》提出，將通過突出「七大特色之鄉」、17個地理標誌（證明商標）品牌區域優勢和東部火山岩大米、中部黑土有機大米和西部弱碱大米三大區域特色，以「吉林稻花香」「吉林長粒香」「吉林圓粒香」「吉林小町」四大品類為主打產品，以各市（州）為單位，結合當地實際，優化產業布局，重點打造九大區域特色水稻產業集群，在吉林大米公用品牌框架下，大力發展區域特色品牌，構建吉林大米品牌引領下的產業集群。

根據規劃，吉林將在東部產區打造三大特色產業集群。吉林大米東部產區包括延邊、通化、白山、梅河，水稻總產量85萬噸左右，佔全省12.5%。該區域屬於長白山區向丘陵過渡地帶，森林覆蓋率達50%以上，土質以火山玄武岩和火山灰為基質培育而成，鬆軟肥沃，有機質和礦物質含量高。針對東部特點，規劃提出，將突出小流域、火山岩、山泉水區域優勢，以「吉田認購」私人訂製銷售模式為突破，以「三產」融合發展為方向，以梅河大米、柳河大米、延邊大米等區域品牌為載體，重點打造區域特色水稻產業集群。一是以通化柳河為核心，打造火山岩水稻產業集群；二是以梅河口市為核心，打造中國皇糧御米之鄉水稻產業集群；三是以延邊州為核心，打造海蘭江水稻產業集群。

吉林大米中部產區包括吉林、長春、四平、遼源，水稻總產量313萬噸左右，佔全省46%。中部區域位於松遼平原腹地，土壤肥沃，黑土層深達40至80厘米，有機質含量高，土壤通透性好，保水保肥能力強。針對中部特點，規劃提出，將突出中部黑土地、松江水、大糧倉區域優勢，培育長春大米、榆樹大米、舒蘭大米、萬昌大米區域品牌，重點打造區域特色水稻產業集群。一是以長春市為核心，打造中國優質粳米之都水稻產業集群；二是以吉

林市為核心，打造中國粳稻貢米之鄉水稻產業集群；三是以四平市為核心，打造遼河聖地水稻產業集群；四是以舒蘭市為核心，打造中國生態稻米之鄉水稻產業集群。

吉林大米西部產區包括松原、白城等生態經濟區，水稻總產量283萬噸左右，佔全省41.5%。西部區域為松嫩平原，土質多為偏碱性黑油土，水和土壤PH值均大於7，有機質含量高，微量元素豐富。針對西部特點，規劃提出，將突出西部產區弱碱土、查干湖、嫩江灣區域生態優勢，以弱碱土大米為主要特色，重點打造區域特色水稻產業集群。一是以松原市為核心，打造查干湖水稻產業集群；二是以白城市為核心，打造嫩江灣水稻產業集群。

上述三大主產區、九大產業集群最大的不同是土壤稟賦，略有差異的是水源，這兩大要素共同作用下，形成了產品屬性差異化的價值體系。優越的自然環境、適宜的氣候條件，造就了吉林大米品性自然、品質超群的特質。並由此形成了具特色的四大產品品牌——吉林稻花香、吉林長粒香、吉林圓粒香、吉林小町，構成了九大產業集群區域品牌的豐富內涵。

深化「吉林大米+」戰略 打造多元利益共同體

吉林大米至今依然是全國少有的省域口糧大單品公用品牌。在以品牌推進農村農業現代化的征途中，其根本願景是，希望白山黑土的戰略性稀缺資源能夠在吉林大米公用品牌的運作下，迸發更大的經濟價值，並將更多的附加價值留歸當地，讓「吉林大米」成為此地民生民以為榮的戰略資產。

稻農們為此付出了汗水，大米加工企業們承擔着價值轉化的產業責任和市場風險，以政府信用背書的公用品牌就是要培育出能夠決勝市場的多元利益共同體。經過多年探索，吉林大米公用品牌逐步形成了「核心公用品牌+區域品牌+產品品牌+企業品牌」的戰略架構。它具有鮮明的吉林特色，但與國家鄉村振興戰略的頂層設計「筋骨相連」；它扎根國情，但突破了國情制約，具有實戰先於理論的創新特質。吉林大米公用品牌不僅是區域經濟的孵化器，它同時孵化主導產業的大米加工企業品牌和區域影響，區域影響是提升大米加工企業品牌市場競爭力的基礎，而強大的企業品牌也會反過來強化區域影響，對外部投資、技術及參與者產生吸引力，共同完成區域產業升級。

在吉林大米品牌戰略提升階段，吉林省糧儲局《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》提出，一是持續打造「吉

林大米」核心品牌。實施「吉林大米+」戰略，圍繞「吉林稻花香」「吉林長粒香」「吉林圓粒香」「吉林小町」四大品類，做好基地和市場的雙向延伸，確立吉林大米品牌在水稻產業集群的核心和統領地位，以核心品牌帶動區域品牌，以區域品牌整合產品品牌，以產品品牌提升企業品牌，形成政企互動、利益互聯的良性循環。擴大吉林大米前期品牌建設成果，持續加大品牌宣傳、質量管控、市場開發和基地建設等重點環節政策資金投入，提高吉林大米「白金名片」影響力和凝聚力。

二是加快培育「吉林大米」旗下區域品牌和企業品牌。藉助「吉林大米」在行業內取得的品牌影響和平台優勢，結合省內17個市縣已取得的大米地理標誌品牌和地理證明商標，7個市縣榮獲的水稻「特色之鄉」稱號，着力提升各具優勢的區域品牌和企業品牌，創建區域品牌、企業品牌和產品品牌「三位一體」產業格局，形成省域內水稻產業的璀璨「明珠」。在此基礎上，以「吉林大米」為主線，將各地的「明珠」串起來，形成一條完整的項鍊。

在實踐中，諸如長春大米、梅河大米、延邊大米等區域品牌和查干湖、萬昌、大荒地等特色、企業品牌均已加入其中，形成了品牌矩陣、品牌合力。

吉林大米品牌戰略架構的實踐證明，當現有品牌佔據所在品類的主導地位的時候，農產品區域公用品牌應該主動分化，推出第二品牌。比如，「查干湖大米」已經在西部弱碱大米主產區中佔據了「弱碱大米」品類的主導地位，那麼「查干湖大米」應該成為第二層級品牌。在吉林大米公用品牌體系中即「標誌品牌/企業特色品牌」，該類品牌將以「產品品牌」作為第三級別品牌，比如「查干湖大米」的「明珠一號」。第二種情況是，當農產品區域公用品牌有機會在新領域開創新品類的時候，應該推出第二品牌。比如，「舒蘭大米」與稻花香優勢品類、「德惠小町」與小町米品類等形成品牌、品類、標誌產區的統一化，那麼，它們可以成為第二層級的「標誌產區品牌」。其實，吉林大米公用品牌資源中的大多數「地標」均有條件成為「標誌產區品牌」。在「標誌產區」內的中小企業品牌，則作為「標誌產區品牌」的第三級品牌。

這些品牌之間相互獨立，甚至相互競爭。最終的結果，成就了枝葉茂盛的「吉林大米」品牌大樹。在大樹成長過程中，產業鏈條會進一步聚集，加速區域經濟的發展。而這，才是農產品區域公用品牌創建的核心目的。

突出敬畏市場之心 精心打磨企業品牌

吉林大米之所以得到越來越多消費者的認可，除了優越的自然條件、科技加持的種業、嚴格的標準與管理，更主要的是大米加工企業以品牌為引領，在「優糧優產」「優糧優加」「優糧優儲」的生產全過程下足了工夫，優秀企業更是偏執地做到了極致。在過去探索實踐中，吉林大米公用品牌建設自始至終強調對龍頭企業的培育，這種注重市場配置資源主體作用的政策理念，無疑符合產業發展規律，催生了一批較有市場競爭力的企業品牌。

在品牌戰略提升階段，《吉林省水稻產業集群發展規劃（2021-2025）》提出，將實施產業集群「雙百工程」。立足吉林東部火山岩、中部黑土和西部弱碱土資源稟賦和區位優勢，在西部白城、松原兩地和中部長春、吉林、四平部分縣市，重點培育100戶規模大、實力強、帶動廣的「大而強」型龍頭企業；在東部延邊、通化、梅河口和中部長春、吉林、遼源等部分縣市，重點培育100戶模式新、定位高、效益好的「小而優」型特色企業。

在公用品牌即發展規劃的引領下，吉林大米加工企業正逐漸成為公用品牌建設的主力軍，接受公用品牌賦能，突出敬畏市場之心，取得良好效果。

柳河國信社稷尚農農業開發有限公司，位於素有「貢米之鄉」美譽的吉林省柳河縣姜家店鄉。公司火山岩有機大米種植基地位於長白山自然保護區龍崗山腹地，灌溉水源來自長白山脈三角龍灣上游山泉水，基地獨特的玄武岩地質土壤更為水稻生長提供必要的營養。基地流轉土地5000畝，有機水稻近3200畝，並建有年產大米3萬噸的加工廠一座，設有有機大米加工車間、低溫庫房、機械庫及其他輔助設施，晾曬場10000平方米。秉承「敬天」的自然法則，國信社稷尚農尊崇自然，致力於生產出安全、健康的放心米。

公司總經理侯正發說，「我們採用地膜除草、太陽能殺蟲燈，誘捕器防蟲。在倉儲和晾曬方面，採用的是自然晾曬和低溫烘乾、低溫儲藏，平時儲存的是水稻，按訂單進行加工，現磨現賣。在加工方面，嚴格管控拋光程序，防止米營養的流失。同時，堅決杜絕收售陳化糧，保證優質米真正做到優質。」

侯正發認為，企業要承擔起建設品牌的社會責任和歷史責任，就要對資源懷有敬畏之心，對歷史懷有敬畏之心，對消費者懷有敬畏之心。

松原善德農業有限公司在前郭縣查干湖鎮有一片未開發的處女地，非常適合用來發展有機農業。公司與吉林省農業科學院水稻研究所合作開展有機水稻種植實驗。從插秧到收穫，幾乎全程使用機械作業。但在除草方面，他們卻始終堅持人工除草。「人工除草速度慢、投入大，看上去並不明智。為了達到有機標準，農藥絕對不能用。」種植業負責人告訴記者。每年要對稻田進行洗碱、進行養分補充，通過發酵自己製造有機肥。他們的產品早在2014年就通過了國家有機產品認證。使得「善德良米」的市場零售價達到了每斤50元左右。

可以肯定，吉林大米公用品牌的服務端口是品牌、渠道平台、旗下企業和產品三個方面，即服務品牌價值營銷、服務渠道平台建設、服務企業和產品終端銷售。在實踐中，吉林大米公用品牌有效地支持、幫助、服務企業品牌以科學方法打造優質產品，正是吉林大米公用品牌不斷取得成功的重要經驗。

