

文章编号 :1003-8701(2006)02-0054-03

吉林大米品牌整合探讨

徐虹^{1,2}, 靳锋云¹, 梁志业¹, 陈雷明¹, 赵英奎¹, 王大川¹

(1.吉林省农业技术推广总站,长春 130021;2.吉林省有机农产品协会,长春 130021)

摘要:吉林省是北方一季粳稻主产区,长期以来稻谷产量自给有余。但由于省内稻米加工企业多、乱、杂,缺少名牌大米产品,严重制约了农民种稻效益的提高和稻米市场的占有率。本文就目前开展大米品牌整合进行了综述。

关键词:大米;品牌整合;吉林

中图分类号:S51122

文献标识码:A

稻谷是我国第一大粮食作物,播种面积和产量均居全国粮食作物之首。现阶段我国稻谷年产量为1.7亿~2.0亿t,折合大米1.2亿~1.4亿t,占全国粮食总产的40%。全国有近60%的人口以大米为主食,年消费量约1.35亿t。近年来,在稻米消费市场中,粳米消费层面不断扩大,现在不仅东北、京津沪大部分地区以粳米为主食,中南、华南等地的大城市也出现了这种趋向。尤其是东北大米,以其食味佳、口感好和糯性强等特点越来越受到广大消费者的青睐。我省是北方粳稻主产区,特定的地理位置和生态条件使我省的稻米品质得天独厚。但是,由于长期以来,我省的大米产业一直处于规模小、效益低、质量等级不分明、缺少名牌、企业各自为战和市场营销不畅的状态,影响了吉林大米对外销售。尤其是在米业经营利润微薄、市场价格竞争激烈、品牌效益越来越凸显的情况下,吉林省的大米产业急需进行品牌整合。

1 实施大米品牌整合的现实意义

品牌整合就是通过政府推动、市场拉动、中介带动,把各要素组织起来,形成合力,创建统一品牌、制定统一标准和加大宣传力度,提高吉林大米的质量和竞争能力,抢占国内外市场,争取最大的效益,从而实现农民增收、企业增效。我省常年水稻面积66.7万hm²,年产稻谷约400万~450万t,折合稻米300万~350万t,除满足本省城乡居民需求外,每年约有100万~150万t的稻米可向外输出。但是,长期以来,尤其是进入90年代以来,随着水稻产量的提高和市场的开放,截止2002年底,我省的稻米市场一直是供大于求,农民卖稻难、企业卖米难的局面一直难于扭转。而从我省稻米加工企业的现状看,可以概括为三多三少:即小企业多,大企业少;加工能力大,产量少;品牌多,叫得响的少。据统计,截止2002年末,全省水稻加工能力约为1000万t,是全省稻米总产量的2.83倍。其中,日加工能力在100t以上的企业有47家,占全省年总加工能力的15%;日加工能力在30~100t的企业有195家,占全省年总加工能力的22%;日加工能力在30t以下的(主要是农村小加工点)3000个左右,占全省年总加工能力的63%。在省内242户日加工能力30t以上的企业中,实际加工总量仅为50万t,平均开工率只有13.2%,而实际加工水稻2万t以上的企业不足10户。并且在242户中,仅有23条日本佐竹产、5条韩国大原产和3条瑞士布勒产制米生产线,合计年加工能力为93万t,占242户企业总加工能力的60%,而中小型加工企业使用的制米线多是国产设备。

由于市场价格竞争激烈,市场多元化主体增加,使得大米加工企业间的竞争异常激烈。全省目前

收稿日期:2005-09-05

作者简介:徐虹(1956-),女,吉林省延吉人,研究员,主要从事水稻栽培与推广。

有 400 多个大米品牌,但真正在国内叫响的大米品牌几乎没有。究其原因,我省没有品牌大米,并不是我们的大米产品不行,更不是我们的产品质量有问题,最根本的原因是我们的品牌意识不强。从我省稻米加工产业存在的问题看:一是大米生产及加工企业整体规模小,产品开发水平不高,观念狭隘,产品竞争力不强;二是品牌意识不到位,企业间各自为战,大米品牌多、乱、杂,无法形成合力;三是产品等级不分明,质量标准不统一,优质不优价;四是米业经营利润微薄,单一品牌很难打开市场和提高知名度。因此,要改变目前大米产业的现状,加快企业的发展,拓宽销售渠道,增加农民种稻收入就必须进行品牌整合。开展吉林大米品牌整合,不仅是农村经济发展的客观需要,也是提升吉林大米品牌形象、提高我省大米生产及加工企业效益、实现水稻生产产业化、促进农业增效和农民增收的迫切需要。

2 吉林大米品牌整合的有利条件

2.1 得天独厚的自然优势,有利于优质米水稻生长发育

吉林省是我国两个生态试点省之一,良好的水质、大气和土壤等生态环境非常有利于水稻生长。全省无霜期 120~160 d;年降雨量 400~900 mm,且 80% 的降雨集中在水稻生长的 5~9 月份;年日照时数 2 200~3 000 h,在水稻生长旺季的 6~8 月份日照时数 14~16 h/d。尤其是在水稻出穗后的最高气温一般不超过 30℃,不易出现高温效应,对提高稻米品质非常有利;并且昼夜温差大,有利于干物质积累,水稻成熟度好,整精米率高。

2.2 种植品种的不断优化,为加工企业提供了优质原料

我省地处东北腹地,以盛产优质粳稻而闻名。近年来,我省加大了优质米品种选育力度,全省通过 1996、1998 和 2003 年 3 届优质米水稻鉴评活动,评选出了 20 多个优质米水稻品种,在生产上得到了大面积推广应用。其中超产 2 号、吉粳 81 和吉粳 88 等品种的各项指标都达到了日本优质米水稻品种秋田小町的水平。种植品种的不断优化,不仅为加工企业提供了优质原料,同时也为大米产品的优质优价,打品牌、创效益奠定了基础。

2.3 国家对种稻给予鼓励政策,极大地调动了广大稻农的积极性

国家从 2003 年起实行了粮食直补等优惠政策,2004 年又率先在我省进行了免征农业税试点,尤其是对种植水稻的农户按种植面积给予良种补贴,这些优惠政策极大地调动了广大稻农的种稻积极性。国家的重视加上农民的生产积极性,将使我省的水稻生产在一定时期内保持相对稳定并略有上升的势头。

2.4 加工设备不断更新,工艺水平日益提高

目前,受大米市场价格拉动和精品包装市场消费群体增加的影响,一些较大规模的稻米加工企业纷纷开始更新设备,改进加工工艺,提高包装质量,不少企业新上了色选机;有的企业还利用低温大风量的干燥工艺降低稻米加工后的谷温,以减少热损伤;包装上采用抽真空包装进行保鲜、防虫和防霉,这些都标志着加工水平在不断进步和提高。

2.5 大米市场前景看好,给品牌整合提供了机遇

自 2003 年底以来,随着我国大米连续 5 年产不足需,库存持续下降,国内稻米市场已由过去的长期供大于求,价格低迷,转为供给偏紧,价格在高位上波动,无疑给大米加工企业和稻农带来了新一轮的生产积极性。不少加工企业在原有基础上扩大了生产规模,不失时机地打造自己的大米品牌;稻农也积极与规模较大的企业签订生产合同,以获得更高的种稻效益;还有部分新成立的稻米加工企业应运而生,以求获利。实际上,大米品牌的相互整合已经开始崭露头角。在这种形势下,稻米价格稳中有降将会是今后一段时期内的长期价格趋势,这也为品牌整合提供了机遇。因此,提升吉林大米质量竞争力,重质量、创品牌、打市场将是目前乃至今后一段时期内吉林大米走出省门、跨出国门、参与国内外市场竞争的必经之路。

3 大米品牌整合的措施

在开展吉林大米品牌整合过程中,我们尝试采取了以下整合措施:

3.1 开展调研工作

根据省政府关于加强农产品品牌整合的要求,为了全面了解省内大米加工企业的生产规模、加工设备、技术力量、企业管理以及产品质量、生产效益等情况,省农委组织省内稻米专家,对吉粮集团梅河曙光谷物有限公司、吉林市东福米业和辽源市德春米业等省内主要大米加工企业进行了调研。这些骨干企业均为绿色 A 级(含 A 级)以上产品企业,并已通过 ISO9001-2000 国际质量管理体系认证、ISO14000 环境管理体系认证和 QS 食品质量安全市场准入认证,大多是省、市级龙头企业或省级名牌产品企业,企业的“银信度”均为 AA 或无贷款,并有固定的原料生产基地。虽然有的在企业规模、企业管理、产品质量和基地建设等方面存在不同程度的问题,但从整体上看大部分符合我省这次大米品牌整合的要求,代表了吉林省大米加工企业的水平。

3.2 制定质量标准

制定符合我省生产实际可操作性强的品牌大米质量标准,是增强我省大米市场竞争力的必要条件。在省农产品品牌领导小组的积极协调下,承担大米品牌整合的吉林省有机农产品协会起草制定了“吉林大米”地方标准,并将“吉林大米”的特级标准定为整合后的吉林“鼎吉”大米质量标准。该标准于 2004 年 6 月 15 日通过省质量技术监督局的标准审定,同年 9 月 15 日发布,10 月 1 日起在全省实施。

3.3 注册商标

注册和使用统一的有代表性的品牌标识是扩大对外宣传、提高吉林大米知名度、整合大米品牌的首要条件。在省工商局的大力协助下,2004 年 9 月国家工商总局商标局正式受理了吉林“鼎吉”大米证明商标的注册申请。目的是通过商标注册以及今后对商标的使用和管理,维护和提高吉林大米品牌在国内外市场的信誉度,保护消费者及生产者的合法权益;并且通过商标的管理和使用,进一步赢得消费者对我省品牌大米的信赖,把吉林大米推向全国,推向世界。

3.4 制定商标使用管理办法

为了便于市场监督加强品牌管理,我们还制定了《吉林“鼎吉”大米证明商标使用管理规则》,在规则中明确规定了吉林“鼎吉”大米证明商标的使用条件、申请使用程序、使用者的权利和义务以及商标的管理、保护等,尤其是在标识的使用上,要求企业必须严格按照《吉林“鼎吉”大米证明商标标志设计使用规范手册》设计产品包装,必要时使用防伪标识,由防伪协会以登记发放防伪标识数量和消费者投诉情况进行市场监管。

3.5 大力宣传品牌

在商标注册 TM 阶段,为了尽快提高吉林“鼎吉”大米品牌的知名度,我们组织企业参加了第五届中国长春国际农业·食品博览(交易)会暨第二届中国东北地区(长春)国际农业博览会和农业部在北京举办的中国第二届国际农产品交易会,联合打出吉林“鼎吉”大米的品牌产品进行展销;2005 年 5 月份还参加了国家商务部在韩国举办的韩国进口商品交易会。这期间,中央电视台、吉林电视台和吉林日报等多家新闻媒体都先后宣传报道了吉林省的大米品牌整合情况。通过各种形式的宣传报道,吉林“鼎吉”大米的品牌效应已经显示出来。最近,又有 4 家省内较大的稻米加工企业加入了吉林“鼎吉”大米的行列;农业部市场信息司还派专人到我省调研大米品牌整合情况。可以说,在社会各界的关注下,吉林省的大米品牌整合步伐正向预期的目标稳步迈进。

4 结 论

通过 1 年来的整合实践,我们感到在市场经济大潮中,没有品牌,就没有市场;没有市场,就没有效益。而品牌需要打造、需要规模、需要宣传,尤其是在品牌形成初级阶段,更需要企业的积极参与和政府的大力支持,两者缺一不可。因为品牌整合是新生事物,在探索中前进。尽管目前吉林大米品牌整合取得了阶段性成果,但在整合过程中也遇到了如何进行质量管理和质量检测等问题。因此,在下一步的整合工作中,应该加强以下几方面的具体工作:

①从质量源头抓起。质量是企业生存发展的保障。在品牌整合过程中,我们强烈意识到要想把吉林大米品牌真正做大、做强、作响,就必须从源头抓起,必须从水稻品种、生产基地、技术(下转第 61 页)

物秸秆、杂草、粪便和各种动植物性废弃物等作为有机肥的资源 ,重点研究厌氧条件下制作不同材料的发酵有机肥的方法、配方及生产工艺。

4.3 有效微生物技术在农业生产上的应用研究

利用有效微生物技术在不施用农药和化肥的条件下 ,能够使农作物健壮生长 ,防治病虫害 ,提高品质。重点研究有效微生物在有机农业上的应用技术及其配套技术。

4.4 有效微生物技术在畜牧业生产上的应用研究

畜牧业生产利用有效微生物技术 ,家畜生长健康、无病、粪便无臭味、净化环境。重点研究有效微生物在饲料上的应用技术以及粪便处理应用技术。

4.5 创建资源循环型生态农业模式

利用农产品加工厂的副产品制作有效微生物发酵素、活性液等微生物资材 ;畜牧场利用有效微生物发酵素进行家畜的饲养并制作有效微生物有机肥 ;农户利用有效微生物有机肥进行有机农产品生产 ,农产品加工厂利用有机农产品原料加工成品供给市场 ,创建良性资源循环型的农业生产模式。

参考文献 :

[1] 比嘉照夫 . EM 环境革命[M] . 东京 :农山渔村文化协会 ,1994 .

[2] 片野学 . 自然农法水稻栽培[M] . 东京 :农文协 . 1990 .

~~~~~  
(上接第 43 页)表 6 结果表明 ,大豆施用 MI 肥 ,处理①比 ck<sub>1</sub> 公顷纯增收 702.40 元 ,增幅 7.45% ,比 ck<sub>2</sub> 公顷纯增收 284.50 元 ,增幅 2.89%。处理②比 ck<sub>1</sub> 公顷纯增收 1 388.20 元 ,增幅 14.73% ,比 ck<sub>2</sub> 公顷纯增收 970.30 元 ,增幅 9.86% ,处理③比 ck<sub>1</sub> 公顷纯增收 3 291.70 元 ,增幅 34.9% ,比 ck<sub>2</sub> 公顷纯增收 2 873.80 元 ,增幅 29.2% ,因此可以认为处理③为最佳用量。

### 3 小 结

双辽市地处吉林省西部 ,试验地点位于东经 123°30' ,北纬 43°30' ,年降水量 460 mm。由于本试验年度 ≥ 10℃ 的活动积温达 3 256℃·d ,加上有灌溉条件 ,土壤水分供应充足 ,有利于 MI 肥中的有益菌活性增强 ,大大地改善了土壤的通透性和保水性。试验施用 MI 肥最多的处理③ ,产量表现最好 ,经变量分析 ,与两个对照产量(处理④和⑤)呈极显著差异 ,效益处理③比常规投肥纯增益 2 873.80~3 291.70 元 ,可初步确定处理③为最佳用量。

~~~~~  
(上接第 56 页)措施、生产管理、加工质量等层层把关 ,才能发挥名牌产品的经济效益和社会效益。在产品品质上 ,今后将严格按原料产地、水稻品种、加工质量 3 个条件把关定向。在基地建设上 ,要与参加大米品牌整合的企业签订生产加工计划 ,包括种植品种、基地地点、面积和数量等 ,保证品牌质量。

②强化检测手段。为了确保吉林 “鼎吉”大米的产品质量 ,维护 “鼎吉”大米证明商标的信誉 ,要逐步实行三统一 :一是统一品牌形象 ,进行统一广告策划 ,加大市场推介力度 ,树立名牌产品意识 ;二是统一质量标准 ,以 “吉林大米”地方标准为依据 ,从种植到加工等各个环节做到相对统一 ;三是统一质量检验 ,强化名优产品意识 ,严把质量关。依据阶段性要求 ,凡使用吉林 “鼎吉”大米注册商标的单位或个人 ,要在自检的基础上 ,接受有关部门的质量检验。

③加强商标管理及宣传。为了进一步扩大吉林 “鼎吉”大米的影响力和知名度 ,我们将在商标注册 TM 阶段允许企业无偿使用吉林 “鼎吉”大米证明商标 ,向市场投放一定量的带有吉林 “鼎吉”大米证明商标标识的产品。在商标注册批准后 ,立即召开新闻发布会 ,向社会各界广泛宣传整合后的吉林 “鼎吉”大米产品及生产企业 ,并对使用 “鼎吉”大米标识的企业进行严格的质量管理和数量控制 ,按规定收取管理费用 ,在保证质量的前提下 ,把吉林大米品牌做大做强。

参考文献 :

[1] 武 文 . 2004 年稻米供求分析及 2005 年展望[J] . 中国稻米 ,2005 ,(2) .

[2] 徐 虹 . 吉林省大米品牌整合工作的思路和实践[J] . 中国稻米 ,2005 ,(4) .