

广西林下经济品牌建设现状与对策

廖克波¹, 李书瑜², 韦英丽³, 杨开太⁴, 宁祥坤², 陈杰晋⁵, 谢玲⁶, 农韧钢⁵

(1 广西壮族自治区南宁树木园, 广西南宁 530031; 2 广西壮族自治区国有高峰林场, 广西南宁 530022; 3 柳州市莲花山保护中心, 广西柳州 545001; 4 广西壮族自治区林业科学研究院, 广西南宁 530002; 5 广西林下经济产业协会, 广西南宁 530022; 6 罗城县林业局, 广西罗城 546499)

摘要:【目的】自广西完成集体林权制度改革后,在林下经济产业快速发展的背景下,探索影响林下经济品牌创建成功的要素,为进一步推进广西林下经济的品牌创建和产业的高质量发展提供科学依据。【方法】以广西林下经济企业目前正参与倾力打造的“桂字号”农产品品牌为研究对象,基于调研所得的对 2018 年以来广西 700 余家从事林下经济生产经营和品牌创建的企业的相關数据,以及广西出台关于促进林下经济品牌建设的相关政策。利用调研分析法,对影响林下经济企业品牌的创建因素开展研究。【结果】1) 在各级政府的高度重视下,广西林下经济产业得到蓬勃发展,基础设施建设、企业生产管理技术、企业规模、商标注册情况等品牌创建的条件日趋成熟;2) 广西从事林下经济的经营主体多以小微企业、合作社、家庭农场为主,存在着规模小、分布散、经济实力不强、品牌意识淡薄、技术力量薄弱、加工能力差、标准体系不健全等问题,限制了其品牌创建;3) 广西林下经济产业以林+药模式为主,食药同源中药材因其“药物”的特殊性,导致在产品认证比水果、蔬菜等一般农产品更为严格。而非食药同源的中药材大多是制药企业的原料,因此大部分的“林药”种植企业只能向药厂提供初级产品。企业获认定的品牌效应无法在原料生产企业身上体现;4) 林下经济产品横跨农业、林业、医药、文化旅游等多个行业,不同主管部门中在品牌创建手段上抓手不多,多部门尚未形成共推合力,对有条件创建品牌的生产企业开展沟通、对接、培训和指导的力度不够,也未建立起相关的激励机制,使企业创品牌的动力不足。从而形成了林下经济品牌在数量上比农业行业的要少的现状。【结论】为此,提出了要发挥政府引导作用、壮大经营主体、突出特色夯实基础、科技赋能做强产业、统筹指导强化服务、延伸产业链做强产业和创新品牌宣传推介形式等对策建议。