

建立智慧物流中心,打造“千军万马”格局 “浦江葡萄”品牌越擦越亮

8月5日,2020浙江·浦江第十三届葡萄节在黄宅镇横山村开幕,“十佳葡萄”评比、“网上葡萄节”、浦江葡萄摄影大赛、浦江葡萄“走出去、请进来”、万人浦江葡萄采摘游等系列品牌推广活动火爆,浦江县委书记程天云,县委副书记、县长俞佩芬一起为“浦江葡萄”吆喝。

浦江种植葡萄历史悠久,现存最早的地方志《嘉靖浦江志略》卷三物产篇中就有种植葡萄的记载,距今已有500余年。近年来,浦江建立科学规范的种植生产体系、构筑绿色无公害的食品安全体系、打造品牌引领的经营销售体系,逐步做大做强葡萄产业。截至2019年底,全县葡萄种植面积已达6.7万亩,年产量12.5万吨,产值11.1亿元,拥有以“巨峰”为主,辅以“京亚”“美人指”“蓝宝石”“阳光玫瑰”等30多个优质葡萄品种。

浦江始终坚持遵循市场规律,坚持市场运作,不断加大农业政策、资金、技术、市场培育等方面的扶持力度,全县每年投入资金2000多万元,促进“浦江葡萄”品牌发展壮大。2013年制定了《浦江葡萄国家农产品地理标志质量控制技术规范》,并获得国家地理标志登记保护,同年浦江被评为中国巨

峰葡萄之乡。2015年开始,浦江按照“产销可记录、流向可跟踪、信息可查询、责任可追究”的总体要求,建立了覆盖县、乡、生产主体的农产品质量安全追溯系统,“浦江葡萄”从此有了属于自己独一无二的“身份证”。2016年,先后通过省级农产品质量安全追溯县、省级农产品质量安全放心县的创建。2019年,“浦江葡萄”入选中国农产品区域公用品牌百强,该县靛松家庭农场葡萄园、横山精品葡萄园被授予“中国最美葡萄园”称号。目前,全县3.5万余亩现代农业综合园区获得无公害农产品整体认证,15家葡萄企业通过国家级无公害农产品认证,5家葡萄企业获国家绿色食品标志,纳入组织化管理的葡萄种植面积已超过4万亩。

一串串绿色安全、口感好、色泽佳、甜度高的“浦江葡萄”,不仅“俘获”了全国消费者的“芳心”,还远销海外。2016年,浦江葡萄成为G20杭州峰会主供葡萄;2017年,浦江建立了全省首个葡萄出口基地,以每公斤144元的价格成功打入“一带一路”沿线国家——新加坡;2018年,继续拓宽国内外市场,进军中国香港以及韩国、马来西亚等地;2019年,浦江葡萄持续发力,销往迪拜。

今年,为摆脱疫情影响,更好促进“浦江葡萄”走出去,浦江整合各方资源,优化葡萄电商平台建设,采用“政府+企业+基地”的产业化新模式,上马葡萄专业物流中心项目,引进智能化物流设施,应用先进物流管理系统,建立占地1600平米的智慧物流中心,为“浦江葡萄”网上销售定制统一包装,打造全程冷链、点对点配送



浦江县委书记程天云(前排右一)、县委副书记、县长俞佩芬(前排右二)一起为“浦江葡萄”吆喝。

等核心服务,实现了物流效率的提升,极大地降低了物流成本。现在在省内,4公斤装的葡萄物流费用由原先的31元降至20元,江苏、上海等长三角地区的邮费也有一定的降低。以电商为基础的千军万马卖葡萄的销售格局正在形成。

当天的开幕式上,还举行了授牌和颁奖仪式,阿里巴巴集团授予浦江“天猫浦江葡萄正宗原产地”;众盛家庭农场等10家单位的葡萄荣获浦江2020年“十佳葡萄”;浦南街道宋溪村等10个村被授予“浦江葡萄高品质示范村”。

程天云表示,浦江县委、县政府会一如既往地提供政策、资金、人才、技术等全方位的支持,和广大农民朋友一道把“浦江葡萄”这块“金字招牌”擦得更亮、名声打得更响。

宗禾

政府引导与主体运作双管齐下 「瓯越鲜风」品牌运维走向实体化

近日,温州市政府携手数字科技平台开域集团,共同打造“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌,探索开创政府项目市场化新模式。

开域集团作为温州市农产品区域品牌运营方,将结合自身行业优势,通过数字赋能打通温州市农业产业从生产到销售的“全链条”,加快“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌向市场化迈进,形成“瓯越鲜风”品牌区域优势,打响温州市农产品区域品牌全国知名度。

打造“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌,是温州市委、市政府实施乡村振兴战略,推动农业供给侧结构性改革和“三位一体”改革,加快农产品品牌向高端化迈进的重要举措。

此次温州市政府携手开域集团,通过市场化专业运营团队服务“瓯越鲜风”品牌项目,既是响应时代号召,满足改革发展的重要举措,也是整合区域资源、助力乡村振兴的必然要求。此次合作的达成,将对打造农产品品牌、建设现代农业、重塑农业发展格局等多重方面,发挥强大的辐射作用。

开域集团CEO施侃表示,此次与温州市政府达成战略合作,开域集团将为“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌提供体系化、整合化、精准化的数字化管理及运营服务能力,更好地发挥其在科技平台的数字化运营经验和科技优势,推动“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌向市场化迈进。

未来,开域集团将紧跟大农业、大融合的产业趋势,整合开域集团在数字产业方面的优势,围绕农产品产前、产中、产后端产业链开展全方位深度合作,为温州市“瓯越鲜风”农产品区域公用品牌赋能,实现数字化生态下的农产品新零售、新营销转型,提升“瓯越鲜风”农产品品牌影响力。

吴君蒙

“钱江源”有自己的实体店了 优质农产品、特色伴手礼都能买到

日前,“钱江源”区域公用品牌百店工程“礼遇霞洲”暨浙江中蜂公司授牌仪式在开化县音坑乡下淤村举行。这标志着“钱江源”区域公用品牌正式从品牌宣传迈入了实体化运作阶段。

开化县委副书记、政法委书记汪黎云指出,“钱江源”这块与生俱来、得天独厚的“金招牌”是独特的自然生态环境馈赠于开化的宝贵财富,该县一定努力维护好“钱江源”品牌形象,重点突出“钱江源”区域公用品牌高端化、品质化、特色化、市场化发展导向,全力做足做好“钱江源+”文章,致力于将“钱江源”区域公用品牌打造成为一流生态环境的认证标签

和美丽经济的金字招牌。

在活动仪式上,开化县钱江源品牌发展有限公司董事长童振分别为开化霞洲农副产品销售有限公司和浙江中蜂生态农业发展有限公司授开化县“钱江源”品牌汇馆授权使用企业铜牌和开化县“钱江源”集体商标授权使用企业铜牌。

当天,“礼遇霞洲”也正式对外营业,向广大游客推荐起当地优质绿色农产品、土特产和各类农特产品伴手礼,开启了农旅深度融合的新篇章。“‘钱江源’公共品牌”的入驻,让下淤村农旅产业的发展有了统一的品牌标识,极大提升了下淤村的影响。“音坑乡下淤村党支部书

记叶志廷说,接下去,“礼遇霞洲”将以优质的农产品回馈广大游客。

作为县级区域公用品牌,“钱江源”区域公用品牌由开化县钱江源品牌发展有限公司专属运营,涵盖了开化县优质的农产品和旅游产品,定位为“开化限量版生态珍品”。开化霞洲农副产品销售有限公司和浙江中蜂生态农业发展有限公司皆坐落于依山傍水、风景如画的音坑乡3A级景区村下淤村,是村企合作创业经营的增收平台。此次向两家公司授权使用“钱江源”集体商标,是特色品牌、扶贫“消薄”和全域旅游有机融合的生动实践。

徐露婷 徐文杰



万人浦江葡萄采摘游活动。