

建言国资监管 助力国企发展

国务委员 王勇

祝愿《中国国资报道》
围绕中心 服务大局 办出特色
王业集
二〇二四年五月

指导单位:国务院国资委新闻中心 联办单位:中央企业媒体联盟 《中国企业报》

广西陆川：“陆川猪”品牌由“区域公共”走向“全国知名”

庞邦津

习近平总书记2023年12月在广西考察时强调,发挥广西林果蔬菜畜糖等特色资源丰富的优势,大力发展现代特色农业产业,让更多“桂字号”农业品牌响彻大江南北。

近年来,广西陆川县以中国三大精品名猪——陆川猪为课题,依托特色资源禀赋,通过强战略、补链条、兴文旅、树品牌,实现产业链生产前端、加工中端、融合后端有序衔接,稳步突破,化茧蝶变,大步由区域公共品牌向全国知名品牌迈进,为陆川经济社会高质量发展释放强劲动能。

强化源头优势 形成规模效能

陆川猪历史悠久,育成于汉,兴盛于唐,史称“唐猪”,拥有2000多年的历史。陆川猪有超清基因组图谱,欧洲猪是用中国猪进行改良的,而中国猪选的就是陆川猪。陆川猪同时也是国家级“三保”品种,1973年便被中国农业科学院确定为全国八大优良地方品种之一,源头优势明显而独特。

陆川县综合考虑地方风土人情、资源禀赋,持续挖掘各类特色农业资源发展空间,在2021年就明晰了品牌化打造陆川猪产业的发展思路,将陆川猪产业列入陆川县三大特色产业来统筹布局推进,编制出台了《陆川县“十四五”特色产业发展规划(2023—2025年)》《陆川县陆川猪产业发展规划(2023—2027)》《陆川猪行业标准》《陆川猪养殖地方标准(试行)》《陆川猪地理标志使用管理办法》《支持陆川猪产业高质量发展若干政策措施》等文件,涵盖中长期行业规划,行业种质“芯片”保护、生态环保等,做好陆川猪品牌前进的“店小二”“补给站”。

早在2006年,陆川猪就被原农业部确定为国家级遗传资源保护品种,凭借“遗传性能稳定”“杂交优势明显”“肉嫩味鲜肥而不腻”的特点,被誉为“亚洲土猪之母”的称号。目前陆川县拥有一家国家级保种场,保种场采用

群体继代选育的方法,培育出了具有较高瘦肉率和生长速度的新品种“龙宝猪1号”。在原有陆川县良种猪场的基础上,增加广西陆宝食品有限公司等社会企业作为保种点,开展陆川猪品种改良项目,逐步解决种源改良“卡脖子”问题。

前些年,陆川猪散户由于缺乏经济、环保等创新理念,导致抵抗风险能力较弱,养殖经济效益、生态效益低下。为了突破这些瓶颈,陆川县围绕生猪养殖绿色化、健康化、数字化,总结了一批可复制、可推广的养殖经验,不断推广“益生菌+高架床”生态养殖模式,通过在饲料和水中添加益生菌,改善陆川猪肠道消化;采用高架网床养殖,通过微生物菌液将粪便转化为有机肥,实现生猪养殖废弃物资源化利用;引入了专业的无害化处理企业,提升疫病防控和卫生安全处理的效率及效果;利用人工智能、区块链等现代信息技术手段,提升生猪生产和经营自动化、智能化水平。截至2023年,陆川县5000头以上的猪场有23家,1万头以上的猪场有6家,5万头以上的猪场有2家,10万头以上的猪场有1家,规模化效能持续凸显。

注重链式发展 增强产业张力

陆川县是全国畜牧业绿色发展示范县、广西畜牧业十强县、广西特色畜牧业先进县,连续18年获国家生猪调出大县奖。陆川猪2010年被评为国家农产品地理标志保护产品,2023年成功注册“陆川猪”国家地理标志商标,从此这一独特的品种得到了全国乃至全世界的认可,正式成为陆川县的一个区域公共品牌,并获得国家法律保护,除此之外,陆川猪深加工产品荣获“中国著名品牌”“中国优质产品”“广西畜牧加工产品十大品牌”,发展支撑稳固而持久。

陆川猪品牌化迈向高端化、国际化,需要一个核心载体,为陆川猪全链条发展提供坚实平台,让良种繁育、深加工、物流销售、文化展示等链条高效运行。在这样的迫切需求下,一二三产



庞邦津县长出席推介会

融合、集产研展销为一体的陆川猪产业园区应运而生。项目总投资约20亿元,一期占地1010.91亩,园区包含生产、共享仓储、交易、综合服务等四大功能区域,已建成1.43万平标准厂房。“拎包入住”的便利条件吸引了多家食品加工企业入驻,为陆川猪精深加工释放强劲牵引力。

“陆川猪”品牌上下游产业众多,其品牌化是陆川产业现代化建设的缩影。一是与饲料产业呈现“双向促进”。目前陆川县共有6家规上饲料企业,陆川猪养殖对饲料的巨大需求促使这些企业开展技术革新,推动产品多样化,同时饲料行业的技术进步和产品创新也为生猪养殖行业带来了更高的饲养效率和更好的经济效益。二是与物流运输产业呈现“同频提升”。陆川县得益于县内搭建的“三纵三横两支点”综合立体交通网络,依托福达冷链物流园、东融智慧物流园等核心物流园区,持续完善现代农产品冷链物流园体系,让陆川猪产品及生产要素实现高效流通、门口装车即走,产销通道立体化、综合端口一体化的流通体系初步凸显。三是与香料产业呈现“精彩联动”。陆川县借助玉林市打造千亿元香料产业集群的东风,通过陆川猪品牌化战略,串联起香料、猪肉深加工生产、集散、销售各环节,有效缩减了陆川猪深加工企业的原料成本,让这对“最佳组合”不断为消费者带来惊喜。

深化校企共建,陆川县不断强化与广西大学、玉林师范学院

等高校及科研院所的合作交流、团队协作,投资建立预制菜常温和速冻产研基地,打造陆川猪产业发展研究中心,加快创新成果转化。在产品开发上,以陆川猪深加工促进香辛料工艺创新升级,研发出扣肉、腊肠、腊肉、猪肉巴、排骨、卤肉米粉等60多种产品,畅销周边、享誉区内外。在质量品控上,陆川县持续深化与浙江甲骨文超级码科技股份有限公司的合作,成功开发了质量安全监管系统的溯源系统,该系统将链接专卖店(体验店)销售端,以二维码的形式提供至消费者,确保从生产、加工到销售的每一个环节都可追溯,通过透明化信息展示,加强品牌保护,提升消费者对陆川猪品牌的信任度。

做强品牌IP 融入“玉商回归”

在2023年全国22个省份共96种猪(肉)上榜的国家地理标志猪品牌价值排行榜中,陆川猪在全国排名第5位,目前品牌价值已经达到了33.29亿元。

陆川县以粤港澳大湾区合作为重点,丰富展示载体,多渠道拓宽“陆川猪”品牌影响范围,积极搭建推介会、行业论坛等平台,踊跃参与东盟博览会、玉博会等高层次展会,为“陆川猪”品牌与企业客户之间创建了直接沟通的桥梁,实现了一站式展示、体验、洽谈、邀约,构建了多元化、立体化的品牌形象。陆川县多次在北京组织“陆川猪”品牌推介会、陆川

猪预制菜发展推介会、陆川猪全产业链高质量发展专家论坛;多次赴上海、南宁、广东等地积极开展推介,及时向市场传播现代、健康、美味的陆川猪形象。在专卖店运营上,以专业运营策略,陆续在广西范围内开设22家线下陆川猪专卖店(体验店),以陆川县2022年被确定为首批国家知识产权强县建设试点县为契机,加大品牌保护力度,让大众体验真正的“陆川香”。在城市标识上,主动将“陆川猪”品牌融入城市空间设计,空间布局和互动体验不断创新,打造具有地域特色的城市展厅。

深化文旅融合,全方位激发“陆川猪”品牌传播效应,通过文旅、网络等现代元素,形成独特的品牌形象、文化故事。2024年春节,陆川县开展迎新春“龙腾潮涌·香满陆川”花样闹新春嘉年华活动,设置趣味比赛、宠物猪展示、美食品尝、品牌推介展销等环节,成功带动35家陆川猪企业共计销售陆川猪扣肉、腊肉等肉制品约70万公斤。除此之外,陆川县立足直播电商新业态发展实际,通过“电商+网红+直播”的网络直播带货模式,支持、培育了2000余名正能量网络达人,实现更精准的市场定位和更高效的品牌传播。值得一提的是,陆川县结合年轻人群追求个性与时尚的阶段特点,对陆川猪憨态可掬的形象开展创造,将文化元素融入文创产品设计中,使这一IP形象以更加鲜活、多元的形式走进大众视野,让消费者们对品牌有更深的情感连接。

陆川猪作为“县宝”,在陆川县人民眼中是一份乡情的寄托。近年来,陆川县以陆川猪品牌化战略为纽带,积极串联起“玉商玉工回归”、乡村振兴等重点工作,凝结起社会各界力量参与、共发展,有效展现了“陆川猪”品牌的凝聚力、号召力、影响力,精准开展以情招商,成功引入多家企业,这些企业携乡愁而归、依特色而发展,在实现生产效率的同时,释放大量劳动就业岗位,让更多的乡村群众实现“家门口就业”。

(作者系广西陆川县委副书记、县长)