



10月13日,全国脱贫攻坚奖奋进奖获得者王喜玲手举一颗苹果接受中外记者采访,向人们推介“宝鸡苹果”。今年9月,我市首次发布宝鸡苹果区域公用品牌,并打出品牌宣传语“宝鸡苹果,一果见中国”,这标志着——

宝鸡苹果走进品牌时代

本报记者 刁江岭

宝鸡苹果公用品牌惊艳亮相

前不久,在广州举办的宝鸡特色果蔬粤港澳大湾区推介展销活动中,宝鸡苹果区域公用品牌惊艳亮相:整体呈现苹果形状,在城市形象的基础上抽象化提取出黄红两色飘带,完成从“凤凰”到“苹果”的演变。黄红两色是苹果成熟期的自然色泽,黄色还代表黄土高原和富饶土地,红色则代表中华传统和纯正的苹果产品。

“宝鸡苹果,一果见中国”的设计者之一,浙江芒种品牌管理有限公司项目总监茅嘉豪说,这句宣传语有六大价值支撑:见天地、见春秋、见技艺、见匠心、见品质、见聚集,蕴含着深厚的人文历史、独特的自然资源、创新的种植科技、香甜的风味品质、绿色的集聚融合,一颗“宝鸡苹果”见证的是古老文明、现代故事和未来梦想。

凤翔县是首个“宝鸡苹果”区域公用品牌使用授权县。凤翔县绿宝果业有限公司、陕西金苹果农业科技有限公司、扶风县木林森种植专业合作社、凤县平木镇烧锅庄村集体股份经济联合社等9户企业和合作社获得首批品牌授权。

“宝鸡苹果”商标注册单位为宝鸡市果业蔬菜发展中心,由市农业农村局向从事苹果生产经营的市场主体授权使用。“宝鸡苹果”品牌可以与我市其他苹果品牌以母子商标的形式共同使用,“宝鸡苹果”品牌为所有获得授权的产品提供信用背书和品质承诺。



宝鸡苹果,是一个承载着宝鸡农业光荣与梦想的产业,如今正在品牌战略的引领下,走上高质量发展路子。

品牌具有点石成金的神奇力量,可以让农产品身价不菲。宝鸡苹果品质好、口味佳,宝鸡人都知道,外地人不一定知道;业内人士知道,其他人不一定知道。好苹果,过去一直卖不上好价钱,原因就在于我们没有把自己的品牌树起来。如今,我市有了“宝鸡苹果,一果见中国”区域公用品牌,就是有了苹果的“身份证”和“名片”,宝鸡苹果就能在全国一大堆苹果中脱颖而出,客商很容易就能找到。围绕“宝鸡苹果”,育苗、种果、采摘、销售、储存、加工、包装、科研、旅游……可以形成一个大产业,成为拉动地方经济发展的引擎。从行业知名到市场知名,从产地优势到产业优势,品牌的力量不可小觑。

现在是品质为王的时代。苹果外形都差不多,品质好不好,只有吃了才知道。但是买苹果,不可能次次都是先尝后买,有了品牌之后,人们认准牌子买东西,就方便多了。品牌的价值,就在于它对品质的承诺。不是宝鸡所有的苹果都能贴上“宝鸡苹果”商标,品牌授权有严格规定,贯穿一棵果树的整个生命周期。只有在统一标准模式下,生产出来的农产品,品质才能保持一致,人们选择品牌,就是对品质的信任。

让品牌引领产业发展

刁江岭

公用品牌是大名片

在我市,有8个省级苹果基地县区,注册了30个苹果品牌,其中部分县区有自己的区域品牌和口号,如“凤翔苹果,香飘九州”“千阳红苹果,中国好苹果”“扶风苹果,口福心福”等。在这些品牌之上,再打造一个区域公用品牌,是不是“多此一举”?

“不是。”凤翔县汇峰农业发展有限公司总经理刘海峰说,公用品牌代表地域,是“大名片”,宝鸡苹果品质优,但是不一定能卖上好价钱,品牌就是把“好果”变成“名果”,从而获得“优价”的法宝。刘海峰深知品牌的威力,从一进入苹果行业,他就注册了“凤飞翔”品牌。他说,现在是品质为王的时代,他们紧盯高端消费群体,今年推出的红富士礼盒只装12个高颜值、高品质苹果,售价268元,双节前就被客户抢完了。“区域公用品牌这张大名片,可以助力宝鸡苹果产业整体提质增效,实现腾飞。”

我市从2016年开始酝酿打造区域公用品牌,2018年正式启动。当“宝鸡苹果,一果见中国”品牌口号提出,有人说:“这句口号我们都很喜欢,但是有点太大了。”宝鸡是一个地级市,宝鸡苹果在陕西都不敢称第一,还能代表中国?

可是当人们看到其他城市的品牌口号时,陷入了沉默。山东省烟台市的口号是“中国第一苹果,烟台苹果”,甘肃省静宁县的口号是“吃遍天下苹果,还想静宁苹果”……看来,我们的思想还不够解放,还不敢满怀自信地夸自家苹果最好。

“我们的苹果为什么不能是天下一第一?”一位农业农村工作人员说,宝鸡是全国最大的矮砧苹果生产基地和苗木基地,我市苹果种植

技术全国一流,我们还有“曹儒”等高品质苹果;宝鸡地处北纬34度,是最佳苹果适生区……我们有种出好苹果的资源禀赋和能力。

最早铭刻“中国”一词的“何尊”出土于宝鸡,我们有文化自信,良好生态和现代工业又给了宝鸡发展自信。“一果见中国”与我市全域推广语“看中国,来宝鸡”一脉相承,展示了宝鸡农人对宝鸡苹果的品质自信。



客商品尝岐山县青化镇孙家村苹果

打响品牌做强苹果产业

金秋十月,岐山县青化镇孙家村果香四溢,孙家村有耕地2900亩,其中2600亩种的是红富士苹果,村民85%的收入来自苹果。2014年,村集体合作社注册了“西观山”苹果品牌后,村里的苹果在当地小有名气,吸引了不少回头客。今年苹果收获季,合作社首次统一在包装箱上打出“西观山”LOGO,孙家村的苹果卖火了,每公斤比去年

高出近2元,10月12日一天就卖出3000多箱,预计今年全村人均收入1.95万元。村党支部书记彭军林说:“做品牌很不容易,为了提高果品质量,全村统一苹果种植技术,实行园区化管理,集中仓储、营销。但是,村集体财力有限,宣传维护品牌很难。希望宝鸡苹果区域公用品牌早日在全国打响,大品牌家喻户晓了,人们才能关注到‘西观山’县域

小品牌。”

我市苹果种植面积132万亩,年产量117万吨,但是我市去年苹果产值只有44亿多元。市果菜中心主任张小强说:“2019年,全市注册苹果品牌30个,整体品牌价值只有24.8亿元。其中做得最好的‘凤翔苹果’品牌价值15.91亿元,与‘静宁苹果’134亿元、‘洛川苹果’687亿元的品牌价值相比,差距很大。”

业内人士认为:推出宝鸡苹果区域公用品牌,不仅是提升知名度和市场竞争力的选择,也是发展苹果产业集群、打造千亿级苹果产业的必经之路。



游客购买新采摘的苹果



复工复产保安全 爱电护电反窃电

——国网宝鸡供电公司开展第十六次陕西省爱电日主题活动

王秀芳

“爱电护电反窃电……”10月17日上午,国网宝鸡供电公司院内传出响亮的活动主题口号声,在第十六次陕西省爱电日之际,宝鸡植物园小区双语阅读教育、好之国学堂的小学生以及市区部分学生代表走进国网宝鸡供电公司,学习电力知识,做爱电护电小卫士和宣传员。

寓教于活动 普及电知识

当天活动中,小学生们分红、黄、蓝三组参加主题学习,分别参加触电后紧急救援方式及心肺复苏实景操作、智能电表使用、反窃电知识、日常安全用电常识等学习。

“电啊,你是光明的使者,你是爱的传递者,你是万家灯火下团团圆圆的守望者!”活动启动仪式上,学生们集体朗诵了总辅导员郭晓娟老师创作的爱电日主题诗歌《万家灯火,守望有你》,拉开了学习实践活动序幕。

“碰到湿树枝会触电,那干树枝呢?”有奖知识问答中,小学生们积极与工作人员互动,学习场面热烈。

经二路小学的李梓轩和妈妈杨秀霞一起参加活动,他高兴地说:“爱电日活动非常意义,让我学到了安全用电、反窃电知识,掌握触电急救本领,我要告诉身边人一起当好安全节约用电宣传员。”

创新工作室 工匠精神显

“同学们,你们知道这个电表上的小按钮有什么作用吗?”在时晶创新工作室,工作人员张鹏用生动幽默的方式为小学生们认真讲解智能电表的使用方法,普及反窃电知识等相关知识。

在现场,工作人员为孩子们讲解了时晶创新工作室情况,时晶是宝鸡供电公司的营销计量人员、陕西省劳模,工作28年来,为客户提供精准快捷计量抢修服务,实现“零差错”“零投诉”,她负责的

班组荣获全国质量信得过班组、国网公司优秀班组、工人先锋号等荣誉。

宝鸡供电公司大力弘扬工匠精神,以时晶名字命名的创新工作室,把一批具有丰富工作经验和较强创新能力的员工聚集起来,开展专业融合培训、技术攻关和科技创新,发挥了人才助推和典型引领作用,带动了整个单位青工的发展,培养出一个个国网公司生产技能专家、省公司先进生产者、宝鸡公司金牌技术工人等。

学习中,孩子们备受鼓励,纷纷表示要向模范典型学习,传承工匠精神。

全程戴口罩 防控不放松

为确保爱电日活动安全有序进行,国网宝鸡供电公司参加人员专门准备了一次性口罩,现场所有人员全程佩戴口罩参加活动,做到疫情防控不放松。

人民电力为人民,广大电力工作者肩负着为美好生活充电,为美丽中国赋

能的责任。宝鸡供电公司希望通过组织爱电日活动,营造节约能源、安全用电的氛围,倡导全社会齐参与,小手牵大手,为确保良好的生产生活秩序提供电力保障,为建设美好幸福家园做好服务。



在时晶创新工作室参观学习



爱电日活动集体合影



学习安全用电常识



触电急救演示