昭通日报
ZHAOTONG RIBAO
权威传播公信新闻　深情反映大众心声

2026年10月14日　星期三

责编：张广玉　组版：田银川　校对：龙　萍　E-mail:ztrbbjb@126.com

“昭通苹果”品牌发展路径的实践与思考

彭　燕

从1926年苹果传入昭通，到2024年“昭通苹果”作为航天员保供水果随神舟十八号载人飞船进入太空，“昭通苹果”用近百年时间实现了从西南边地特色农产品到“飞天水果”的品牌跨越，成为云南省“绿色云品”的重要代表。2025年，昭通市人民政府办公室印发《昭通苹果产业提质增效实施方案（2026—2028年）》，为“昭通苹果”品牌高质量发展提供了系统性政策支撑。然而，在品牌建设取得显著成效的同时，昭通苹果也面临着品种结构单一、品牌管理滞后、产业链韧性不足等深层次挑战，制约着品牌价值的进一步提升。

一、“昭通苹果”品牌发展现状与成效

（一）产业发展概况

2025年，昭通苹果种植面积达85万亩，产量135万吨，商品果率超85%，综合产值达155亿元。

1.品种结构。早、中、晚熟品种结构为1.5:2.5:6，结构优化空间较大。同时，红露、瑞雪、秦脆、维纳斯黄金等新品种正依托“昭阳红”品牌迅速崛起，部分品种已有一定规模且产量增速明显。

2.产业链条。已建成智能分选线12条，产能达每小时153吨；果品贮藏冷（气调）库307座，库容逾10万吨；建成苹果浓缩果汁加工厂2个、HPP果汁加工厂1个、苹果脆片加工企业1个、苹果蒸馏酒加工企业3个、苹果牙膏加工企业1个，建成14个临时交易市场、2个田头交易市场，产品远销阿联酋、泰国、缅甸、越南等国家，以昭通苹果为主的云南鲜苹果出口份额连续多年位居全国第二。

（二）品牌建设成效

“昭通苹果”品牌发展之路，是一部从“种果子”到“树品牌”的奋斗史，也是昭通推进高原特色农业现代化的生动实践。

2024年，昭通苹果以品牌价值46.63亿元位列云南省地理标志产品品牌价值榜第5位，2025年入选“十二大苹果区域公用品牌”。2010年，昭通苹果获原国家农业部农产品地理标志登记保护、2011年获原国家工商总局地理标志证明商标，先后培育了“昭阳红”“嘎啦脆”“沁果昭红”等苹果品牌，形成“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的品牌矩阵。昭通苹果累计获得绿色食品认证132个、GAP和有机产品认证6个；累计获得发明专利授权3项、实用新型专利授权19项，5项技术获省级以上科技进步奖。在行业端，依托“2025中国（昭通）苹果品牌大会暨创新发展论坛”扩大品牌影响；在消费端，持续开展“沪滇协作·昭品入沪”等品牌推介活动，同步开展昭通苹果进机关、进社区、进商圈等推广活动，拓展高端消费市场。

（三）品牌发展模式创新

1.“三链融合”驱动产业升级。技术链方面，建立“云南省省级苹果属滇东北种质资源圃”，收集保存200份种质资源，建成全国品种最多的昭通苹果优良品种展示园；产业链方面，高标准建设现代苹果产业示范基地；供应链方面，抢抓新机场即将通航、高铁即将通车带来的发展机遇，构建“果园到餐桌”当日达、次日达的直达配送体系。

2.“三方协同”推动品牌发展。构建政府引导、协会助力、企业主体、农户参与的品牌建设体系，成立市委书记、市长任双组长的苹果产业发展领导小组。2026年2月，昭通苹果亮相中国驻泰国大使馆新春招待会，获泰国总理点赞；8月，中国（云南）昭通苹果走进泰国推介品鉴会，提升了昭通苹果在泰国市场的认知度。

3.“产城人”融合筑巢引凤。依托“鲲鹏计划”，每年安排100万元专项资金用于苹果产业专业技术人才培养，组建苹果产业省级科研团队。

二、“昭通苹果”品牌发展面临的挑战

（一）品种结构失衡制约发展

1.品种结构不平衡。早、中、晚熟品种结构为1.5:2.5:6。晚熟红富士品种占比较高，产品同质化严重，与市场需求存在一定差距。这种品种结构导致产品集中上市，市场供应不均衡，加剧了销售压力。

2.新品种培育不足。缺乏具有市场竞争力的自主新品种，特别是在高端、特色品种方面缺乏代表性品种。虽然已收集保存200份种质资源，但在商业化品种培育方面进展缓慢，难以满足消费者对苹果品种多样化、风味独特化的需求。

3.市场竞争压力加剧。从国内看，山东、陕西等传统苹果产区凭借规模优势和成熟的产业链条，持续扩大市场份额；四川盐源等新兴产区则凭借价格优势抢占中低端市场。从国际看，全球苹果市场竞争加剧，昭通苹果出口市场主要集中在东南亚地区，出口市场结构较为单一。

（二）品牌保护运用不足影响溢价

1.品牌包装等视觉符号不够规范。缺乏统一规范的视觉识别系统，导致产品外观设计风格不一，难以形成鲜明的品牌形象。部分企业产品包装沿用传统的简易纸盒，风格陈旧，缺乏高端感和礼品属性，难以适应消费升级趋势。

2.品牌宣传缺乏系统规划。虽然通过“飞天苹果”“苹果品牌大会”提升了知名度，但品牌宣传投入不足，营销手段单一，宣传效果还有待提升。加之不同生产企业对品质、品种、数量等方面的执行标准存在差异，消费者对品牌的认知度仍有提升空间。

3.品牌保护和运用不足。保护方面，保护手段主要依赖日常检查与网络巡查，较为单一。部分商户、果农缺乏长远发展眼光和品牌保护意识，存在包装标识和宣传用语不规范的现象。运用方面，部分企业“重企业商标、轻地标品牌”的倾向依然存在，缺乏使用地理标志的动力，未能形成“区域公用品牌+企业产品品牌”的良性互动格局。

4.品牌溢价不高。优质优价机制尚未建立，企业、合作社、农户缺乏定价主动权，好产品卖不出好价钱。

（三）产业韧性不足遭遇挤压

1.果园基础设施薄弱。水肥一体化设施仅占种植面积的7.87%，提水灌溉设施仅占6.54%，防雹网仅占8.04%。特别是今年昭鲁坝区遭受冰雹灾害，苹果出现不同程度受灾，防灾减灾压力加大。

2.冷链物流容量不足。全市苹果贮藏能力约10万吨，仅占年产量的30%—40%，难以满足产业发展的需要。冷链物流设施分布不均，主产区与消费市场之间的冷链衔接不够顺畅，导致苹果损耗率较高。

3.流通体系配套不健全。交易市场建设滞后，昭阳区洒渔镇和鲁甸县分别仅有1个苹果综合交易市场，导致产销衔接不够顺畅。市场信息不对称，缺乏统一的价格信息采集发布机制和交易规则。

4.精深加工能力不足。昭通苹果90%以鲜食果销售为主，加工环节尚处于起步阶段，精深加工产品种类少、规模小、附加值低。苹果汁、苹果脆片、苹果酒等加工产品市场占有率低，难以有效实现产业转化增值。

三、推动“昭通苹果”品牌高质量发展的路径与对策

昭通苹果需要开辟高质量发展新路径，通过全产业链协同创新和深度融合，从产品输出向品牌价值提升转型。

（一）强化科技创新，夯实产业基础

1.加强种质资源创新利用。依托省级种质资源圃和品种展示园，采取“政府+科研院校+企业”模式，联合开展杂交育种和芽变选种，培育具有自主知识产权的新品种，重点选育高糖度、高抗氧化、风味独特等特色品种。探索建立商业化品种培育体系，缩短品种从研发到推广的周期。

2.加快品种结构调整和果园设施建设。按照市场需求合理调整早、中、晚熟品种比例，重点推广红露、瑞雪、秦脆、维纳斯黄金等市场认可度高的新品种；加快果园水肥一体化设施、提水灌溉设施、防雹网等基础设施建设，提升果园标准化、规范化管理水平。

3.推进数字技术应用。加快建设智慧果园，推广应用物联网、大数据、人工智能等技术，提升生产管理智能化水平。构建“天空地”一体化智能监测网，实现果园环境实时监测、作业精准执行。推进无人机低空作业平台、智能种植助手建设，提升农业生产效率。建设苹果产业大数据平台，实现数据采集、分析、应用一体化，为生产决策和市场营销提供数据支撑。加强气象服务，提高防范应对气象灾害的精准性和有效性。

4.加大科技研发投入。建设高原特色苹果试验示范中心，推动产学研深度融合。加强与科研院所、高校的合作，建立专家工作站、科技小院，开展关键技术攻关。重点围绕品种选育、绿色防控、智能栽培、保鲜贮藏等环节，突破一批“卡脖子”技术。加大科技研发投入力度，争取国家和省级科技项目支持，开发“苹果原汁”“昭通苹果料理”等产品，提升产品附加值。

（二）深化品牌建设，提升品牌价值

1.建立健全品牌管理体系。明确品牌建设组织架构，探索成立实体化品牌运营公司，统筹全产业链资源与品牌管理；建立“政府引导统筹、协会协同、企业运营”的多级联动机制，构建权责清晰、运行高效的品牌组织体系，为品牌可持续发展提供制度保障。

2.强化品牌保护。加强区域公用品牌、地理标志授权管理和许可使用，完善品牌授权使用机制，严格准入标准，规范使用行为，建立动态管理和退出机制。对履行承诺不到位、出现严重失信行为的，坚决予以摘牌，并向社会公示。健全品牌知识产权保护机制，完善产品溯源体系。开展品牌保护专项执法行动，加强对网络平台经营者擅自使用地理标志证明商标的监管。健全溯源体系，推进产品标识赋码认证，严格依法查处假冒名牌、仿冒混淆、傍名牌、虚假宣传等违法违规行为。畅通投诉举报渠道，设立品牌维权绿色通道。

3.提升品牌价值。把品牌建设作为产业发展的重中之重，结合昭通苹果品牌发展课题研究，引导生产者、经营者增强品牌意识、强化品牌宣传。在做好果品提质和质量管控的基础上，加大标准化生产推行力度，加快构建质量追溯体系，尤其要落实好地理标志、昭通苹果LOGO、承诺达标合格证“三码合一”溯源赋码，逐步扩大试点范围，并探索建立面向所有经营主体和果农的溯源赋码机制，实现“一果一码一追溯”，让每一个昭通苹果都有“身份证”，从源头上防止以次充好、假冒伪劣等现象。

4.创新品牌营销方式。持续开展昭通苹果进机关、进社区、进商圈等推广活动，鼓励本土企业到北京、上海、广东等地设立直营店，拓展高端消费市场。探索会员订阅制、社区支持农业等模式，建立直供会员体系。推动“昭通苹果”品牌冠名重大活动，提升品牌曝光度。

5.拓展品牌文化内涵。推动苹果产业与文旅产业深度融合，提升品牌附加值。深入挖掘昭通苹果的历史文化、地域文化、民族文化等，将产品特质转化为具有情感温度的品牌故事；通过“有一种在昭通的苹果”“一颗苹果的365天”等主题，讲好具有昭通辨识度的品牌故事。同步开发“昭通苹果”文创产品，如苹果主题工艺品、纪念品、伴手礼等，拓宽品牌传播渠道。

6.构建“母子品牌”协同发展体系。“昭通苹果”母品牌聚焦统一品质标准，放大产区核心价值；各企业子品牌则针对不同消费渠道与群体进行产品创新与精准营销，形成定位清晰、优势互补的品牌矩阵。鼓励企业依托区域公用品牌，培育自身特色子品牌，形成“母品牌强支撑、子品牌有特色”的良性发展格局。

（三）拓展高端市场，融入全球格局

1.实施市场多元化战略。持续开拓国内高端苹果市场，重点瞄准长三角、珠三角、京津冀等经济发达地区的高端消费群体。在巩固传统市场的同时，积极拓展新兴市场，如成都、重庆、西安等市场。引进国内知名快递企业在昭通建设中转分拨中心，探索“直播+电商+产业”模式，助力市场拓展。国际市场方面，在巩固东南亚市场的同时，积极开拓中东、欧洲等市场，优化出口市场结构，降低市场过度集中风险。

2.加强国际认证认可。推动更多生产基地获得国际认证，突破国际贸易壁垒。建立健全与国际接轨的质量标准体系，提升产品国际市场竞争力。探索打造“昭通苹果”国际品牌，提升国际知名度和美誉度。同时，扶持一批区位条件佳、种植基础好、管理经验先进的经营主体建设苹果庄园，在种植条件、产品定位、质量追溯等方面努力达到国际先进水平。

3.打造国际化营销网络。在重点市场设立海外仓和营销中心，提升国际市场服务能力。加强与跨国贸易平台、国际采购商的合作，拓展国际销售渠道。积极参与国际性展会、论坛等活动，提升昭通苹果的国际知名度。

4.参与国际交流合作。加强与全球苹果主产区的交流合作，学习借鉴国际先进经验。探索与“一带一路”共建国家的合作，拓展国际市场空间。

（四）深化产城人融合，增强产业韧性

1.强化多元金融支持。积极争取金融支持，用好知识产权质押融资、“苹果贷”等金融产品；加大保险支持力度，不断扩大保险范围，提高政策到位率、果园投保率和理赔兑现率；积极引入产业基金，争取云南省高原特色农业基金支持，设立昭通市苹果产业发展专项子基金，探索合作路径和收益分配模式，推动产业提质增效。

2.完善利益联结机制。健全“双绑”利益联结机制，推广“龙头企业+基地+合作社+农户”发展模式，让农民获得更多产业增值收益。完善订单农业、股份合作、保底分红等利益分配机制，保障农民稳定增收。

3.加强人才培养。引进高层次专业人才，培育本土技术骨干和新型职业农民。依托人才项目，加大苹果产业专业技术人才培养力度。联合本地高校、职业院校开设苹果产业相关专业课程，开展“订单式”人才培养。定期组织果农进行技术培训，提升科技种植水平。

4.推动绿色发展。加强病虫害绿色防控，推广物理防治、生物防治等绿色防控技术。推广节水灌溉技术，实现水资源高效利用。加强果园生态环境保护，推动产业发展与生态保护协同推进。推进有机产品认证，提升产品品质。

5.深化农文旅融合。构建“苹果产业+农文旅”复合型业态，打造红苹果乡村旅游度假区、洒渔河乡村旅游示范带等景点，推出苹果示范园采摘体验、苹果文化节、苹果马拉松、苹果音乐节等活动，打造精品旅游线路，推动苹果产业与旅居、休闲康养等深度融合，促进“农体文旅商”融合发展。

站在新的历史起点上，“昭通苹果”品牌建设面临新的机遇和挑战。面向未来，“昭通苹果”品牌建设的目标，不仅是产业的崛起和品牌的跃升，还是让果农在品牌发展中获得实实在在的收益，让“昭通苹果”成为昭通人民增收致富的“金果子”、乡村振兴的“硬支撑”。

（作者单位：昭通市市场监督管理局）

农民数字素养赋能昭通高原特色农业提质增效的路径研究

张恩义

在数字乡村发展背景下，农民数字素养已成为驱动传统农业向现代农业转型的重要支撑。昭通市依托独特的高原立体气候与地理优势，大力发展苹果、天麻、马铃薯等高原特色农业，是云南省高原特色农业发展的重点区域。但在昭通数字乡村建设过程中，农民数字素养短板凸显，数字技术与特色农业融合度低、配套保障体系不完善等问题，影响了农业产业升级与农民增收。

一、昭通高原特色农业与农民数字素养发展现状

（一）昭通高原特色农业发展概况

昭通市地处滇东北乌蒙山区，立体气候特征显著，昼夜温差大、光照充足、生态环境优良，得天独厚的自然禀赋孕育了极具地域辨识度的高原特色农业，逐步形成苹果、马铃薯、竹子、天麻、花椒、特色养殖六大高原特色农业，成为促进农民增收的重要支柱产业。

（二）昭通农民数字素养整体现状

随着农村数字基础设施持续完善、智能手机广泛普及，昭通农村互联网普及率大幅提升，农民数字素养持续提升。当前，全市农村中青年群体基本能够熟练使用智能手机，对数字技术、网络平台的接受度较高。但从认知层面来看，多数农民对数字农业等专业内容了解不深，未能充分认识到数字技术在农业提质增效方面的重要价值，农业数字化转型认知存在明显不足。从技能层面来看，多数农户缺乏物联网设备操作、大数据查询、电商运营、直播带货等专业技能。同时，农村数字化学习渠道有限，系统化、常态化数字技能培训缺失，导致农民数字技能难以升级，无法适应特色农业数字化发展需求。

二、昭通农民数字素养赋能高原特色农业发展的现实困境

（一）农民数字素养存在结构性短板，内生动力不足

农民整体数字素养偏低。多数农户长期依赖传统农耕模式，对数字农业、智慧农业的认知片面且滞后，普遍认为数字农业投入成本高、操作复杂、收益不确定，不如传统种植稳妥。同时，昭通农村中青年群体外出务工比例高，留守农村的多为老年群体，这类人群学习能力相对较弱，难以独立完成农业数据查询、智能设备操作、线上产销对接等基础数字化操作。

（二）数字素养与特色农业融合度低，赋能效果不佳

当前，数字技术应用集中在末端销售环节，生产、加工、仓储、物流、品牌建设等环节数字化水平不高，尚未贯穿昭通苹果、天麻、马铃薯等特色产业全产业链。数字化服务多面向企业、合作社等经营主体，针对普通农户的轻量化、简易化数字服务明显不足。加之农民数字素养整体偏低，多数农户开展线上销售仅能实现小额增收，难以依托数字品牌、数字溯源、精准营销实现溢价增收。

（三）数字技能培养与配套体系不完善，长效支撑乏力

昭通地形复杂、村落分散，城乡、镇村数字基础设施差距显著。城市、乡镇核心区域5G网络、高速宽带全覆盖，数字化配套完善；偏远、高寒山区高速宽带速率不足，部分村组仅能满足基础上网需求，无法支撑智慧农业、数字溯源等专业数字化应用。另外，农民数字技能培训内容同质化严重，多以智能手机操作、基础网络知识为主，缺乏针对本地特色产业的数字化种植、数字化运营、电商销售、溯源管理等实操内容。培训方式多采用集中授课、理论宣讲等方式，缺乏实操训练、现场教学，培训效果大打折扣。

三、农民数字素养赋能昭通高原特色农业提质增效的优化路径

（一）健全主体培育体系，全面提升农民数字素养

强化农民数字认知引导，激发农业数字化转型内生动力。一方面，依托村级新时代文明实践站等阵地，通过短视频宣讲、案例讲解等通俗易懂的方式，向农户重点讲解数字技术在苹果提质增效、天麻标准化种植、马铃薯增产降本等方面的实际成效，破除传统农耕思维定式。另一方面，组织农户实地参观智慧果园、智能马铃薯育种大棚，直观感受数字农业的优势，以实际案例激发农户数字化转型主动性。

分层分类开展培训，精准补齐农民数字技能短板。按照年龄、学历、从业类型划分培训群体，实施差异化培训。针对中老年农户，开展基础数字技能培训，聚焦智能手机操作、线上农技查询等简易实操内容，降低学习门槛。针对青年农户、返乡创业者、家庭农场经营者，开展涵盖农产品电商运营、直播带货、数字品牌打造、大数据市场分析、智能农业设备操作等内容的专业培训。针对合作社、龙头企业的工作人员，开展数字化管理、全产业链数字化运营、大数据风控等高层次培训。

（二）完善基础保障体系，筑牢数字赋能农业发展根基

补齐农村数字基建短板，推动镇村数字基础设施全面覆盖、均衡布局。结合特色农业产业布局，在苹果、天麻、马铃薯核心种植区，优先布局物联网监测设备、智能灌溉设备、数字监控设备，实现产业集聚区数字化硬件全覆盖。建立农村数字基建常态化运维机制，安排专人负责基层网络、智能设备检修维护，保障数字基础设施稳定运行。同时，适度降低农村宽带、物联网使用资费，让广大农户用得起、用得好数字基础设施，为提升农民数字素养、推动数字技术与农业深度融合提供坚实硬件保障。

推动数字惠农政策落地与金融服务下沉，降低数字化转型成本。出台针对性扶持政策，对农民购置智能农业设备、参与数字技能培训、开展线上经营给予专项补贴，对村级数字服务站、数字示范基地建设给予资金扶持。鼓励金融机构依托大数据、区块链技术，优化涉农金融服务流程，提升惠农金融服务效率，降低农业数字化转型的成本与风险。

构建常态化数字技能培育机制，保障长效赋能。制定年度数字技能培训工作计划，明确培训频次、培训内容、覆盖范围，推动数字技能培训常态化。搭建“政府主导、院校支撑、企业参与、村镇落实”的培育机制，联合本地职业院校、农业科研机构、电商企业，组建专业讲师团队，打造本土化数字农业培育课程体系。同时，搭建线上常态化学习平台，依托微信公众号、短视频平台推送数字农业教学视频、实操教程，方便农户随时学、自主学。

（三）构建多元协同机制，凝聚数农融合发展合力

政府主导，完善政策引导与监管体系。政府各部门加强联动，打破部门数据壁垒与工作壁垒，整合数字农业、人才培育、基础设施建设、惠农扶持等各类资源，统一规划全市农民数字素养提升工作。加大财政专项投入力度，重点用于农村数字基建升级、农民数字技能培训、数字农业示范场景建设。

企业助力，搭建市场化数字服务平台。引导农业龙头企业、科技企业深度参与昭通数字农业建设和农民数字技能培育，鼓励企业结合昭通特色农业需求，开发适配性强、成本低、易操作的农业数字应用工具和数字化服务平台。搭建政企合作平台，引导社会资本参与农村数字基建、数字人才培育、数字农业场景建设，以企业技术、资源、平台优势助力农民数字素养提升、特色农业提质增效。

村镇落实，打通数字赋能农业“最后一公里”。村干部主动履职，入户宣传数字惠农政策、普及数字农业知识，带动农户主动参与农业数字化转型。培育村级数字示范户、示范片区，以点带面推进全域数字农业发展。畅通基层反馈渠道，及时收集、反馈农户数字素养提升的痛点和难点，推动政策与服务优化，切实打通数字赋能农业“最后一公里”，全方位推动昭通高原特色农业提质增效。

（作者单位：昭通市委党校）