

入围，这反映出云南农产品地理标志建设面临的突出问题：地理标志登记产品开发利用滞后、品牌效益未能充分发挥。

出现这样的状况，首要原因与各级政府和有关部门对农产品品牌重要性的认识以及对地理标志农产品的认识不足有关。加上云南农产品发展形态初级，长期以来对农耕文化的保护传承不够，产业发展往往重视短期经济效益，忽视文化元素开发，这就使得包括农产品地理标志建设在内的农产品品牌建设缺乏“灵魂”，在市场上缺乏文化竞争力，地理标志公用品牌难以融入到产业发展之中。

此外，农产品地理标志的宣传推

广，主要集中在与中国绿色食品博览会同期举办的中国地理标志农产品展销会上，展示中以省为单位，以“统一形象、统一装修、统一标志”进行品牌推介，宣传方式和渠道单一，品牌价值和市场难以打开。

“农产品地理标志开发和利用滞后，是当前和今后一段时间云南农产品地理标志亟待解决的难题。”据云南省农业农村厅有关人士介绍，在今后的发展中，全省农业农村部门应高度重视，持续加强云南农产品地理标志的登记管理工作，并不断提升“贴标”产品的品牌影响力，推动云南农业产业可持续发展。

本刊记者 刘 宇 / 文图



地理标志农产品“普洱咖啡”