

做优产品 做硬招牌 做强产业

——农产品品牌引领现代农业高质量发展的山东青岛实践

□□ 农民日报·中国农网记者 郝凌峰

湖一壶汤清色碧的崂山茶，是山东青岛人热情待客的拳拳之意；摘一串紫皮带霜的大泽山葡萄，是去青岛旅行不可错过的甜蜜滋味；红绸一扎，漂洋过海的“胶白”带着中国味道远征海外……四季轮转中，总有一批接一批来自黄海之滨的“青”字号农产品，或通过商超，或经网络直播，亦或是以亲友相赠的方式进入万千家庭的餐桌，成为百姓日常生活里不可或缺的一道滋味，变成了青岛最鲜活的一张名片。近年来，青岛农产品这张“色香味”俱全的名片上更是不断增加内容亮点，靠着美味、高品质、“颜值”频频出圈。目前，青岛全市涉农产品注册商标2.2万多个，“三品一标”农产品935个，市知名农产品品牌187个，“青岛农产品”区域公用品牌连续4年进入全国“十强”，走出一条以“绿色品质、世界共享”为特色的品牌农业之路。

“一品连两端”，青岛品牌农业的发展连结起地头与餐桌，农村与城市，盈透着大众的“菜篮子”，也鼓着农民的“钱袋子”，这是品牌农业促振兴的一笔生动特写。近年来，青岛锚定创建中国农产品品牌知名城市这一目标，加快推进农业供给侧结构性改革，大力实施“品牌+”宣传战略，做优产品、做硬招牌、做强产业，不断提升“青”字号农产品品牌价值，推动现代农业高质量发展。

做优产品——青岛农产品何以闻名天下

眼下正是葡萄上市季节，在平度大泽山万亩葡萄园里，葡萄品种研究和种植户韩玉波端出一大盘葡萄招待大家：“新品种，皮薄无籽，来采摘的客人喜欢得很，你们也尝尝，给我提点建议！”西有吐鲁番，东有大泽山，“中华名果”声名远播，让这片山川水泽充满振兴活力。在中国驰名商标“大泽山”品牌的带动下，大泽山镇葡萄种植面积3.5万多亩，葡萄品种300余个，年产葡萄5万余吨，产值7亿元。青岛可不只有大泽山葡萄这一块招牌，在崂山、崂山茶的代表“龙须”作为茶届新宠千金难求；在即墨，3000亩白萝卜头不仅是各大饭店的招牌菜肴，更已走出全国，远销日本、美国；在胶州，“猪肉卖得比牛肉贵”的里岔黑猪成为当地众多养殖户的致富密码……来自青岛的农产品名气不仅越叫越响，花样也越来越多，从鱼肉蛋奶到粮油蔬果，不愁卖的“青”字号农产品正通过传统商超、文旅采摘、电商等渠道进入消费市场，给消费者带来一场场味蕾盛宴。

青岛农产品何以畅销市场？好农产品源自好水土。青岛农产品之所以能迅速在全国打开市场，品类丰富、品质上乘是基础因素，但更离不开青岛优越的地理位置与气候资源。青岛地处北温带季风区域，属温带季风气候。空气湿润，雨量充沛，温度适中，四季分明，是农作物生长的黄金位置。辖区有大小河流224条，均为季风区雨源型，其中最大的水系大沽河水系发源于招远市阜山，由北向南流入青岛市，经莱西市、平度市、即墨区、胶州市和城阳区，至胶州市南码头村入海。干流全长179.9千米，流域面积6131.3平方公里，年平均径流量为6.61亿立方米，是胶东半岛最大水系。全市10个区(市)中有7个是涉农区(市)，134个镇(街)中有90个是涉农镇(街)；1.1万平方公里陆地面积，80%以上为农村腹地；海域面积1.22万平方公里，海岸线905.2公里。丰饶的农业资源、适宜的气候，让青岛这片广饶的土地上名优产品迭出：崂山茶、马家沟芹菜、黄岛蓝莓、大泽山葡萄、里岔黑猪……众多农产品品牌在全国消费市场占得亮眼位置。

好农产品不光得有自然好水土培育，也需有先进技术支撑生产。近年来，青岛全面推广测土配方施肥、水肥一体化、有机肥替代化肥、绿色综合防控、秸秆综合利用等先进技术，促进了生态循环农业发展，不仅提高了农产品单产，也大大提升了产品品质。以全国地理标志农产品胶州大白菜为例，为确保“胶白”在代种植过程中的稳定性状，胶州邀请山东农业大学、青岛农业大学及青岛农科院等院校专家教授指导胶州大白菜种子研发，筛选适合在全市大面积推广的优质抗病品种，为优化大白菜品种结构提供有力支撑。当前，胶州已成功繁育出胶州大白菜品种200余个，通过国家品种登记168个，播种面积6万亩，预计产量35万吨，产值15亿元。

走在全国前列的智慧化生产也成为青岛农产品提质增效、抓住消费市场的一大利器。在凯盛浩丰(青岛莱西)智慧农业产业园，一颗西红柿的大小、口感是可以“通过”“数字大脑”进行控制的。“我们对于不同品种的番茄都有植株生长模型，在种植端我们使用环境控制系统，温室内布局246个传感器、234个控制器，实时记录植株从定植到采收的全过程，每天收集30多万条数据，这些数据进入我们‘农业大脑’进行计算，并实时传输给温室中不同控制器进行温、光、水、气、肥的调整，保障植株的最佳生长状态。”凯盛浩丰农业有限公司智慧温室技术负责人常士奇介绍，棚内的温、光、水、气、肥等所有影响番茄生长的因素都将通过传感器传回电脑，然后再由“数字大脑”根据基础数据进行比对和计算分析，最终形成各项“指令”对影响西红柿生长的各要素进行调控，最终产出更符合消费市场偏好的口感与风味。记者了解到，凯盛浩丰的“绿行者”品牌番茄销量常年位居天猫、京东等电商平台占据榜首位置。

胶州大白菜、崔家集小柿子、崂山奶山羊、黄岛蓝莓、马家沟芹菜……繁不胜数的青岛农产品在大众味蕾上留下深深的印迹，不仅成为大众认识青岛的一个独特窗口，也让当地百姓通过种植这些农产品走上了致富增收之路，继而引领更多种植户主动花费心力去生产更多的优质农产品，这种良性的连锁效应让青岛农产品品牌发展之路更为健康且长久，成为品牌引领现代农业高质量发展的一场生动实践。

做硬招牌——青岛农产品“硬招牌”是怎样炼成的

在地里是看不起的“土疙瘩”，走出去却可能成为农民致富增收的“金钥匙”。农产品要在走向市场的过程中持续提升“身

价”、扩展销路，不光得有好品质，还得靠“硬招牌”。近年来，青岛市大力实施农业品牌发展战略，以监管立品质，以营销塑品牌，以文化彰特色，全面打造青岛农产品“硬招牌”，创建中国农产品品牌知名城市。

监管立品质，树立品牌核心竞争力。农产品说到底还是供给大众的食品，风味与品质是其核心竞争力。好品质是打开市场的“敲门砖”，也是留住市场的“信誉石”。为确保青岛农产品高质量、高品质发展，青岛深化国家农产品质量安全市建设，突出产管结合，建立从田间到餐桌全过程质量管理体系，从源头上保障品牌农产品质量品质。在产前环节，青岛严抓违法违规生产，以节俭、节约为原则，实施农业投入品生产经营约谈及“黑名单”管理制度，在全国率先出台禁止销售和使用高毒高残留农药规定和农业废弃物管理办法，坚决遏制销售使用高毒高残留农药等违法违规行为。在产中环节，青岛已制定农业地方标准173项，主要农作物生产实现全过程有标可循。建立严格的产地准出、市场准入、风险评估制度，全面推行食用农产品合格证，确保不合格农产品走不出田间地头。建成市、区(市)、镇(街)、村四级农产品质量管理体系，每年完成农产品定性检测40万批次，地产农产品合格率持续稳定在99%以上。实施“检打联动”，对不合格产品24小时内启动执法调查程序，一经确认立即取消农产品品牌标志使用权，用“零容忍”的态度确保农业品牌的质量信誉。此外，青岛还创新建立了知名农产品品牌库和黑名单制度，对农产品品牌实行动态管理、优胜劣汰。拓展商标注册范围、完成知识产权登记、健全品牌保护机制、提升品牌价值，一系列的强监管机制和行动确保了青岛农产品品质为先。如今，绿色、优质、安全已然成为青岛农产品在消费大众心里的代名词。

开放塑形象，不断强化品牌声量。酒香也怕巷子深，为强化青岛农产品品牌声量，近年来，青岛充分发挥东部沿海城市优势，坚持市场化营销，以开放姿态塑品牌，为当地农产品“搭合唱戏”，既坚持“请进来”，打造全国首个农业“国际客厅”，承办亚洲农业与食品产业博览会、中国国际农业机械展览会、中国农业创富大会等重量级展会；也努力“走出去”，参加中国绿色食品博览会、中国农交会和澳门国际贸易投资展览会暨山东农产品专场推介会等高端展会，让青岛农产品多多亮相。同时发展外向型加工农业，创建中国(青岛)国际农产品加工产业园，积极拓展欧美、东盟、中亚等海外市场，全市农产品出口企业达1200多家，其中1000余家企业通过BRC等国际出口质量体系认证。为了进一步扩大青岛农产品的影响力，青岛“借道”网络平台，大力培育直播电商、跨境电商等新业态，探索“青岛农产品”直通直销、团体消费等新模式，开设地方特色农产品馆4个，打造出“胶味领鲜”“即供”“云山樱桃”等知名互联网品牌。全市农产品市场交易额突破千亿元大关，其中农产品出口432.7亿元，居全国同类城市之首。

文化彰特色，持续丰盈品牌内涵。青岛农产品深厚的品牌文化内核让其不仅仅是简单的食物，更是馈赠亲友的伴手佳品。“不管是胶州大白菜，还是里岔黑猪、五龙鹅，青岛每个大众熟知的农产品背后都有一段历史悠久的品牌故事。”青岛市农业农村局相关工作人员介绍，为持续提升青岛农产品品牌的特质和内涵，青岛坚持以文为媒、以文铸魂，讲好品牌故事，推动优秀传统文化和传统地方名品融合发展。近年来，青岛陆续建立了青丰种业、胶州大白菜、柏兰等农产品品牌博物馆、展览馆和体验馆，培育出“食在平度”“采食即墨”“乐在莱西”等区域公用品牌和“山后韭菜”“玫瑰之恋”等众多产品品牌。此外，通过中国农民丰收节、胶州湾蛤蜊节、崂山北宅樱桃节、平度大泽山葡萄节等农旅节庆活动打造“青岛农产品”系列品牌形象宣传、展示平台。

做强产业——高质量布局“舌尖上的千亿元产业”

民以食为天，当“舌尖滋味”发展为千亿元产业，关系到的不仅是千家万户的餐桌，还有农民田间地头的收入。农业产业兴则农产品品牌旺，青岛坚持“品牌+产业”思路，通过优化产业布局，打造全产业链，以产业育品牌、以品牌引产业，推动农业产业高质量发展，为农产品品牌的培育和健康发展强根基。

特色产业优势区是青岛农产品培育的源头活水。为打造坚实雄厚的产业基础，青岛市以创新融合发展特色产业优势产业为方向，编制《青岛市农产品区域公用品牌战略规划》，对种植经验丰富、发展好、已经初具规模的特色产业优势区域给予全力支持，高标准打造胶州大白菜、大泽山葡萄等4个省级特色农产品优势区，引导优势产业向优势区域聚集，进一步提升产业的规模化和专业化水平。

还有半个月，胶州大白菜就要上市，青岛丰硕家庭农场负责人匡兆强已经开始陆续接收全国各地的订单。匡兆强感叹，去年受天气影响，白菜产量有所减少，但是因“胶白”广受认可，因此价钱上涨了30%左右，所以虽然减产，但收成依然不错。“现在白菜进入卷心期，很快就能上市了。今年气候好，我们这里还是被认定的中国特色农产品优势区，政府对咱种植户各方面的扶持都很大，不光种植方面有专家指导，每年各种展销会也帮我们开辟了销路，咱用心种白菜就行，啥都不愁！”以特色产业优势区为重点，青岛发展起特色农业400万亩，培育出农业区域公用品牌34个，名特优新农产品登记数量居全省首位。青岛市农业农村局相关工作人员告诉记者，这些优势区是青岛特色农产品的“底子”，加强对这些优势区的扶持，就是用更少的力气实现更大的成果，把强变更强，把“青岛闻名”变成“全国闻名”，实现现有品牌带动后起，强势品牌带动弱势。

随着特色产业优势区建设的不断深入，市场主体发展的新载体、新平台也在不断涌现，农业龙头企业、农民专业合作社、家庭农场等新型农业经营主体蓬勃发展，这些新主体带动着农业产业升级蝶变，催生着新业态的产生。“目前，田瑞集团已经探索了蛋鸡自动化养殖新模式；同时，田瑞集团发力一二三产业融合，



6列12层鸡舍生产的田瑞牌鸡蛋成为上合峰会、海军节等重大活动保障食品。

打造集体体验、观光、采摘于一体的综合性生态园区。”田瑞集团董事长曲田桂介绍。从小养殖场发展到三家公司组成的大集团，从单一的发展结构升级到一二三产业融合发展，田瑞集团借助新模式成为青岛地区的企业标杆。当前，青岛市级以上农业龙头企业达333家，规模以上农产品加工企业927家，农民专业合作社和家庭农场达4万家。目前，正大、康大等95%以上的农业品牌都来源于龙头企业或农民专业合作社，成为引领特色农业优势产业发展的主力军。

针对部分企业生产规模相对偏小，缺少深加工、精加工等产业弱势环节，青岛聚焦高质量发展，进行延链、补链、优链，解决因产业链缺失、薄弱导致整个农业产业“顾头不顾尾”的状况。近年来，持续培育出生猪、奶牛、肉鸡、蛋鸡、肉牛、肉鸭、肉兔等7大优势产业链，逐步形成以康大、万福、九联等龙头企业为引领主体，贯穿种苗繁育、生产、加工、流通等全过程、全环节的特色产业优势和品牌集群。与此同时，青岛加快推进现代农业产业园区和特色专业镇村建设，通过资源集聚、抱团发展的方式

推动产业发展升级。当前，已建设现代农业园区900多个、面积50多万亩，年产值近百亿元，带动20多万农民就业。发展全国“一村一品”示范村镇33个、省级农业产业强镇41个、乡土产业名品村252个，以蓼兰镇大花生、黄岛蓝莓、金口芹菜等为代表的优质特色农业年产值达176亿元，其中，西海岸新区蓝莓种植面积近10万亩，成为全国县域面积最大的蓝莓规模化生产基地，被誉为“中国北方蓝莓产业化的摇篮”。此外，通过“双招双引”，引进俄农、瑞克斯旺、联想、浩丰、新希望等大型企业布局新兴农业产业，花生、蓝莓、茶叶、种业、肉牛、远洋渔业等6大高端产业初具规模。

好山好水好农产品，富民强农硬招牌，“青岛农产品”作为青岛市委、市政府近年来重点打造的区域公用品牌之一，已连续4年进入中国区域农业品牌影响力排行榜“十强”。眼下正是深秋时节，胶东原野丰收正忙，一批批新鲜的“青”字号农产品正贴标加工、装箱待发，向大众消费者传递着来自青岛乡土的一方风味、一城风韵和一道道山水长远的味蕾牵绊。



凯盛浩丰智慧农业产业园亚洲单体规模最大智慧日光温室培育的“一颗大”西红柿领跑网络市场。

“青岛农产品”亮相粤港澳大湾区农产品市场。

2023年新一代“青岛金花”农业培育企业。



新一代“青岛金花”农业培育企业

