

锐观察

“土特产”立起“金招牌”

——内蒙古巴彦淖尔市“五原黄柿子”的品牌打造之路

□□ 焦波
农民日报·中国农网记者 李昊 文/图

夏风轻拂，古郡大地迸发着蓬勃生机，田畴沃野孕育着无限希望。从田间地头到设施大棚，一派欣欣向荣的农忙景象。在这幅充满生机的“农耕画卷”上，金灿灿的“五原黄柿子”格外亮眼。

“种得好、卖得火、销得远，黄柿子品牌唱响了咱们百姓的致富奏鸣曲。”村民们喜笑颜开。

近年来，内蒙古巴彦淖尔市五原县强化党建引领乡村振兴，依托资源禀赋，深挖“土”的资源、放大“特”的优势、延伸“产”的链条，围绕黄柿子特色产业优品种、提品质、强品牌、增效益，让曾经的“土字号”产品“穿新衣”，走上了品牌化道路，实现“地标”变“金标”的华丽转变。

从“种得了”到“种得好”

五原县民隆现代农业科技有限公司的种植基地里，金灿灿的黄柿子格外醒目。“别小看这一颗颗小柿子，可值钱哩！一斤能卖到7元，最高还卖过10元以上呢。”一大早，种植户王芳萍将一筐筐采摘好的黄柿子搬上车，开足马力向黄柿子收购市场疾驰而去。

“这段时间正值黄柿子上市，每天可采摘四五百斤，抢手得很，两个大棚年收入达到了8万多元。”王芳萍笑呵呵地说。

王芳萍之前是当地一家黄柿子种植生产企业的员工。“在公司干那几年，看到黄柿子的发展前景越来越好，于是2018年我从企业辞职，承包了2座大棚种植黄柿子。”王芳萍说，“黄柿子在种植过程中不打农药，用的是农家肥，摘下来可以直接吃，所以口感沙甜，味儿特别正！”

“我们这里坐落北纬41度农作物黄金种植带，光照充足，昼夜温差大，灌淤土耕作性好，含钾量高，产出的黄柿子颜色金黄，个大肉厚，沙甜可口，富含蛋白质、维生素C、可溶性糖及铁锌等微量元素，糖度可达7度以上。”五原县绿色产业发展中心主任靳存旺介绍，五原县不仅拥有优越的自然条件，还有悠久的种植历史和广泛的科技应用，为种出好品质的黄柿子奠定了坚实基础。

据《内蒙古自治区农作物种子志》记载，1936年，西红柿传入五原。经过品种改良，从20世纪六七十年代起，当地农户开始种植黄柿子。但在过去，由于村民们的



种植户王芳萍正在采摘黄柿子。

种植的都是自家留种，选种的标准参差不齐，品质逐渐退化，产出的黄柿子果实易裂、商品率低。

为提升黄柿子质量，五原县采取“政府+科研院所+企业+农户”模式，在开展黄柿子本土品种提纯复壮的基础上推进新品种研发。新培育出的2个品种，既保持了黄柿子原有的口感和营养，又具有产量高、裂果少、商品率高的特点，满足了加工销售的市场需求。同时，在黄柿子种植过程中积极推广“五提五增两防控”综合技术措施，进一步提高了黄柿子的抗害性，提升了品质和口感。

地标好品种加上现代科技智能化、信息化等各项集成技术的“硬支撑”，现如今，五原黄柿子主要有温室、塑料大棚和露地3类种植模式，种植面积由2021年的1020亩扩大到如今的3000多亩，实现一年四季多茬种植，全年供应不间断。温室种植平均亩收入4万至6万元，最高可达8万元，大棚和露地种植平均亩效益达1.5万至2万元，种植效益稳步提升，老百姓的腰包也越来越鼓。

从“种得好”到“卖得火”

优越的自然资源和不断创新的管理技术，造就了五原黄柿子“好吃、好看、营养、安全”的独特品质。柿子种得好，但如何卖得好？

走进五原县振旭农业发展有限公司，工人们正在对黄柿子的色泽、形状、尺寸等方面进行“体检”。顺利“通关”后，金黄透亮的黄柿子便被分别装入不同规格的包装箱内，等待装车外运。

“我们每天从种植户那里收购的黄柿子鲜果近1万斤，通过各大电商平台，每天销售量都在1000多单以上，消费者的评价很好，回购率达到了50%以上。”公司负责人王辉介绍，“目前，黄柿子大都发往北京、广东、上海及江苏等地，年销售量达四五百万斤，销售额达1000多万元。”

“之前都是路口摆摊自己销售，好的‘论斤卖’，差的‘论堆卖’，熟得多了不能及时卖出去，就要烂在地里。自从有了电商就不一样了，人家隔一天来收购一次，我们的柿子在电商平台上‘论个卖’。今年赶上黄柿子价格行情好，我一棚下来要比往年多卖3万多元。”胜丰镇新红村种植户鲁东说。

提升附加值，还要延长产业链。在五原县民隆现代农业科技有限公司的低温冷库里，一袋袋黄柿子冻果正装车发往黄柿子汁生产企业。

“我们将完全熟透的鲜果最先送进零下35摄氏度的速冻库极速锁鲜，然后运输至合作的生产企业。通过高温灭菌等生产工艺，一瓶民隆黄柿子汁实现了从‘田间’到‘车间’再到‘舌尖’的华丽转身。”该公司总经理刘小亮介绍。

近年来，五原瞄准产业链后端做文章，丰富黄柿子深加工产品品类，打造“从田间到餐桌”的完整产业链条，黄柿子火锅底料、黄柿子气泡水、黄柿子丁……各种黄柿子相关产品层出不穷。

从“卖得火”到“强品牌”

好产品，咋推广？前些年，这可愁坏了庄恒。“我从2019年开始种植并销售黄

柿子，还专门到山西跑市场。可头一年下来，销售额并不理想。”庄恒说。

“渠道少，名气小，缺乏品牌建设，曾是五原县黄柿子产业发展面临的共性问题。”五原县副县长郭明旺说，市场上的农产品五花八门，如何让五原黄柿子脱颖而出，获得消费者青睐？这离不开品牌的打造。

近日，在北京、重庆、呼和浩特、巴彦淖尔等地火热举行的五原黄柿子文化旅游季活动，让五原黄柿子赚足了眼球。

“没想到不少客商都对我们的黄柿子产品感兴趣，有的直接现场下单。”庄恒说，2023年，公司第一次参加重庆火锅食材展，就拿下了不少订单。“从那以后，县里组织类似的参展活动，我都第一时间报名。”

近年来，五原县在推动规模化、标准化种植基础上，积极推进农产品品牌化建设，每年组织企业积极参加进博会、广交会、重庆火锅节等各类展会，提高五原黄柿子知名度和影响力。同时，组织促、工信等部门筹划开展五原黄柿子招商引荐对接会，加大与餐饮企业对接力度，不断扩大产业规模。此外，利用梨花节、国际向日葵大会等活动，策划推出文艺演出、美食品鉴、旅游摄影等项目，规划设计精品观光路线和文创产品，促进多元增收。

在各方的共同努力下，2014年，原农业部正式批准对五原黄柿子实施农产品地理标志登记保护。2019年，五原黄柿子入选第四批全国名特优新农产品名录。2023年，通过制定完善五原黄柿子全程质量控制标准化技术手册，五原黄柿子汁团体标准成功申报“蒙字标”认证，五原黄柿子地理标志产品进入巴彦淖尔市重点商标品牌保护名录。

截至目前，五原黄柿子年种植面积达到3000余亩，亩均效益达到万元以上。全县共7家黄柿子加工、销售企业，2023年产量达到1700余吨，实现产值3800余万元。黄柿子相关产品通过线上线下多渠道在内蒙古12个盟市和全国各地均有销售。

“下一步，我们将加大项目支持、落实优惠政策、做好服务保障，全力抓好黄柿子良种化、标准化、品牌化、产业化、市场化‘五化’建设，力争在三年内，种植面积突破万亩，产值突破10亿元，将黄柿子产业打造成享誉全国的富民强县特色产业。”郭明旺说。

区域风采

天津市宁河区 “津沽七里海”区域公用品牌发布

□□ 农民日报·中国农网记者 缪翼 林单丹

近日，天津市宁河区举行“津沽七里海”区域公用品牌主题新闻发布会，旨在高质量打造宁河特色生态农产品，推动乡村全面振兴。

宁河区，自古便是“鱼米之乡”，拥有丰富的农业资源和深厚的产业底蕴。近年来，宁河区坚持质量兴农、品牌强农的发展战略，以“宁河米仓、美食天堂”为定位，积极构建多元化食物供给体系，发展高产粮、有机菜、七里海河蟹等优势特色产业，努力打造乡村振兴示范区。

发布会上，宁河区委、区政府对“津沽七里海”农产品区域公用品牌的建设进行了全面介绍。“津沽七里海”品牌的发布，是宁河区农业品牌建设的重要里程碑。宁河区拥有得天独厚的自然条件，四季分明、气候适宜、土地肥沃、水系发达，为农业生产提供了良好的环境。同时，宁河区生态环境优美，特别是七里海湿地，被誉为“京津绿肺”，为农业生产提供了良好的生态保障。更为关键的是，宁河区拥有优质的种源，作为全市唯一在种植、养

殖方面均有国家级育种场的示范区，宁河区形成了“五+N”优势种业阵型，培育了多个国家级、市级知名种业品牌，为农业产业的稳定提升和优质农产品的迭代更新打下了坚实的源头基础。

基于以上优势，宁河区农业产业不断提质增效，农产品不断培优推新。通过成立种业创新联盟、农业企业联合会以及“津沽七里海”区域公用品牌联盟等组织，宁河区鼓励行业协会不断丰富品牌内涵，健全利益联结机制。同时，积极培育市级及以上重点农业龙头企业、示范合作社和家庭农场，打造了一批包括“津农精品”在内的宁河特色农产品品牌。

为了进一步推动“津沽七里海”品牌的建设和发展，宁河区将采取一系列措施。首先，从产业培育、发展的角度出发，做好选品工作，确保授权产品具有区域属性及相对优势。同时，尽快制定标准体系，推动产业标准化、规模化发展，培育品牌优势产品。其次，深化线上线下立体化推介体系建设，打造标识统一的实体店，着力展示品牌形象，强化宣传推广，提升品牌的知名度及影响力。最后，建立健全准入退出机制，加强质量监管，确保品牌产品的高质量，预防和打击品牌侵权。

四川省安岳县 酸柠檬大有“甜”头

□□ 农民日报·中国农网记者 孙莹

炎炎夏日，一杯清爽解暑的柠檬水是很多人的选择。而提到柠檬，必定绕不开四川省安岳县。

“中国柠檬看四川，四川柠檬看安岳。”1929年，第一株柠檬幼苗在这里落地生根，湿润的环境、适宜的气温、丰富的有机质让柠檬自由生长。如今，安岳柠檬的种植面积和产量均占全国70%以上，品牌价值超过190亿元。

可溶性固形物，这是衡量水果风味的重要指标。根据中国农业科学院柑桔研究所数据，安岳柠檬可溶性固形物含量高达8.7%至11.8%。“我种的柠檬，个头大，水分多，滋味十足。”提到柠檬，在柠檬树下休息的安岳县乾龙镇罐子河村村民杨云华一下子就有了精神。“等到收获的时候你们再来看，满树都是黄灿灿的柠檬，空气里都是清新的味道。”

让每一颗从安岳走出的柠檬都成为品质的代名词，这是安岳人的骄傲和底气。为了保证安岳柠檬的品质，当地采取了一系列标准化生产措施。着力推行深施有机肥、以草抑草等绿色生态种植技术，建

立产地环境、种植、收获、储藏、运输、加工等各个环节的可追溯体系，确保柠檬及其产品“从田间到舌尖”的质量安全。与此同时，引进先进设备和技术，积极推动果园现代化升级改造，不断提升生产质效。

品质有保障，开拓市场更有动力。浑身都是宝的柠檬，果皮可以用来制作甜点，果皮精油可以提取加工护肤品，果肉可以制成饮品、果酱，柠檬籽还能制成花果茶。柠檬片、柠檬糖、柠檬酒、柠檬醋、柠檬牙膏……围绕一颗柠檬，系列特色产品被开发，200多种柠檬制品竞相亮相。

为了进一步深化“安岳柠檬”区域公用品牌建设，当地在统一标准的基础上，针对不同市场需求，将柠檬分等级、分规格供应。目前，安岳柠檬已远销俄罗斯、新加坡、印度尼西亚等38个国家和地区。

平均每个3个安岳人中，就有1人从事与柠檬相关的工作。2023年，安岳33万果农人均年纯收入超1.7万元，全县农民柠檬单项人均纯收入超4000元。世界柠檬产业发展大会、中国柠檬节、柠檬花生态旅游节……安岳以“柠”为媒，大力发展“柠檬+旅游”“柠檬+工业”等产业，并将柠檬元素融入文艺创作和日常生活中。

“星计划”村播达人秀启动 为乡村振兴注入新动能

□□ 宋锦峰

近日，以“E路村潮起·兴农主播”为主题的村播达人秀活动在北京盛大启动。活动旨在挖掘农村电子商务优秀人才，激发农村直播电商促消费潜力，推动直播电商与农业深度融合，促进推动产业提质增效，助力乡村全面振兴。

据了解，今年1月6日北京市委、市政府明确支持平谷区打造直播电商产业功能区以来，平谷区把建设北京（平谷）直播电商产业功能区作为服务“一带一路”、京津冀协同发展、国家“平急两用”发展先行区等国家战略的重要举措，作为融入北京“五子联动”的有力抓手，聚智聚力打造直播电商创新孵化策源地。此次活动将聚焦平谷区土特产、民俗文化、乡村旅游、

农业科技等内容，通过专业培训、集中展示、项目角逐、主播推介、热点曝光等方式，挖掘和培养一批优秀的农村电子商务人才，推动形成“一村一直播，一村一网红”格局。

本次“星计划”全国村播达人秀活动举办时间为2024年6月至9月，将设置线上招募选手、海选、赛前培训、决赛和颁奖等环节。活动最终遴选出一批创新活力强、业务素质高、政治立场坚定的涉农新媒体人才。

在发布会现场，“高大尚”冰糖葫芦、“博士农场”有机蔬菜、平谷大桃、宝乐元火鸡等土特产纷纷亮相，展示了平谷区特色产品和农耕文化。此次“星计划”村播达人秀活动，不仅能参与者提供展示才华的舞台，更是推动平谷区乃至全国直播电商产业发展的重要举措。

2024 吉林粮食品牌福建行活动举办

□□ 农民日报·中国农网记者 高文

近日，2024吉林粮食品牌福建推介会在福州国际会展中心开幕，借助第二十届粮食产销协作福建粮洽会平台，进一步提升吉林大米、吉林鲜食玉米在八闽大地的品牌影响力，完善品牌营销体系，强化品牌竞争力。

吉林地处世界三大黑土区，是享誉世界的“黄金玉米带”“黄金水稻带”，有广袤的平原、连片的土地，发展现代化大农业具有先天优势，是中国“粮食版图”上的“优等生”。2023年，吉林粮食产量达到837.3亿斤，总产量跃升至全国第四，单产稳居粮食主产省第

一，粮食商品率超过90%，调出率超过50%。全国每10斤商品粮中，就有1斤来自吉林。吉林与福建粮食产销合作由来已久，自2005年福建举办首届粮食产销协作洽谈会以来，连续20年组织企业参展参会，两省已建立了长期稳定的粮食产销合作关系。本届粮洽会主题为“加快培育新质生产力 激发粮食安全新动能”，共有来自福建、吉林等12个省（自治区）的500余家粮油企业和科研院所参展，5000多名专业观众参会。

近年来，吉林省委聚焦高质量发展，以品牌兴农、质量兴农为导向，集中打造吉林大米“白金名片”和吉林鲜食玉米“黄金名片”，

全力建设优质安全、营养健康的食源基地。通过持续强化品牌宣传推介和营销渠道建设，吉林大米实现了产品销售量、品牌影响力双提升。近五年，每年进入福建的吉林粮食都在150万吨以上，最高达到270万吨。目前，来自吉林的“小町米”仍是当地最畅销的大米品种之一。

在海峡国际会展中心3号馆，300余平方米的吉林大米、吉林鲜食玉米展区，展出了来自吉林52家企业的300余款产品。现场开展的品鉴试吃、有奖互动等丰富多彩的系列活动，吸引了众多与会客商驻足观看、对接洽谈。推介活动现场，同时举行了吉林粮食品牌

华南招商巡讲发布会。此次华南招商巡讲活动是加快吉林粮食品牌跃升、赋能区域品牌建设、服务企业营销拓展的重要工作之一。近期，榆树、梅河口、舒兰大米的品牌代表企业，深入到福州、泉州、厦门、深圳等华南主销区重点城市，面向经销商、消费者开展主题招商巡讲，巩固原有销售渠道，拓展新消费市场，提升吉林粮食品牌在华南地区的影响力。

宣传推介活动期间，吉林大米、鲜食玉米代表企业还将走进福州“长者食堂”，开展爱心试吃及捐赠活动，以好米引领健康消费，展现吉林粮食品牌温度、强化品牌记忆。

肯投入用新法 牛姐甜瓜不愁卖

□□ 国海涛
农民日报·中国农网记者 孙维福 文/图

“牛姐的甜瓜，捧在手里就能闻到扑鼻瓜香。咬上一口，满嘴清甜还不会齁嗓子。”日前，一名从北京驱车专门前往唐山购买牛姐甜瓜的回头客赞叹说。

最近，河北省唐山市丰润区左家坞镇大旺庄村牛国静家甜瓜地里特别热闹。来自北京、天津、秦皇岛等地车辆络绎不绝，都是为了吃到牛国静用红糖酵素种的甜瓜。

“普通甜瓜4块多，我家甜瓜10块多，家门口就卖没了。”种了18年甜瓜的牛姐自信满满地说，“3个大棚，4亩地的甜瓜，每年可以获得纯利10多万元。”

大旺庄村是远近闻名的“瓜果村”，2017年在镇、村支持下，村民大面积种植甜瓜。最多的时候，全村有20多户瓜农、200多亩甜瓜。由于口感好，“大旺庄甜瓜”曾成为唐山一个响亮的品牌。但由于同质化竞争以及大棚甜瓜茬茬障碍问题，现在全村甜瓜种植已缩减到10多户、100多亩。

“高投入，用红糖酵素，有机肥种高品质有机生态甜瓜，不仅能够破解重茬问题，而且可以增加甜瓜口感。”2018年，牛国静在一次高中同学聚会时，毕业于潍坊农科院职业技术学院的杨玉忠的一句话，打开了她种甜瓜的新思路。

“这就是红糖酵素。”走进牛姐家一个大棚，只见里面一个大塑料罐里，盛着用红糖、清水、瓜果混合发酵好的液体。“这种酵素，人可以直饮。”杨玉忠介绍，“把酵素通过滴管直接施到甜瓜根部，不仅可以解决土地重茬问题，而且可以提高甜瓜的甜度和口感。”

在杨玉忠的指导下，牛姐种植甜瓜改了方式：一不用化肥，全部用羊粪；二不用农药，用纯生物制剂抑菌菌体；还有重要的一条，用食用葡萄糖喷淋甜瓜瓜秧。

开始时，村民以为牛姐“疯了”。1亩地要用20吨羊粪、200斤红糖、100斤葡萄糖，每亩成本达到2万多元，是普通种植方式的10倍还多。

没想到，牛姐甜瓜亩产由以前的三四千斤，达到了七八千斤。而且因为口感好，

不愁卖，价格是普通甜瓜的3倍多。许多四川、重庆等地的顾客，甚至通过快递邮寄购买。

牛国静说她正准备给自己的甜瓜注册商标，“走品牌化道路，让更多的人吃上我种的红糖酵素甜瓜。”



牛国静和地甜香不齁味的甜瓜。

山东省平阴县：金融活水“润花开”

平阴玫瑰是山东省农业区域品牌“三朵金花”之一，具有花大、瓣厚、色艳、味浓、质优等特点。平阴县玫瑰镇因盛产玫瑰花而得名，是全国唯一一个以玫瑰命名的建制镇。近年来，农行平阴支行以平阴县打造特色产业高质量发展的玫瑰镇为样板，全力支持玫瑰产业发展，不断为玫瑰产业注入金融活水，为助力乡村振兴增添力量。

玫瑰花乡万亩园综合体项目，是玫瑰镇承担的济南市田园综合体重点项目，2019年8月开始动工。如今已是集玫瑰种植、深加工、旅游观光于一体的特色项目。“项目刚批复，正巧赶上疫情，资金遇到困难，但是项目要在2020年底前竣工，公司多方筹集资金，始终没有进展。四五月份是玫瑰花采摘、收购季，公司既要支付人工工

资，又要支付玫瑰花收购款，还要拨付工程款，所有的压力突然袭来。农行信贷资金的及时到位，盘活了公司的日常运转。”山东万亩园综合体有限公司副总经理赵海说。

原来，在获悉项目批复时，农行平阴支行第一时间与企业积极对接，了解融资需求，为客户制定专属金融服务方案，上下联动，前后台平行作业，以最快速度、最优质的服务和最优惠的利率为客户授信贷款额度2000万，并顺利完成资金投放。

2021年，农行平阴支行又在扶持基础设施建设的基础上，经过缜密调查研究，制定出平阴玫瑰产业集群整体方案，共授信6000万元用于支持玫瑰产业发展，贷款的投放还带动帮扶建档立卡贫困人口22人。

马金星 广告