

锐观察

北大荒集团九三分公司加强地理标志农产品保护——

做大做强“九三大豆”品牌

罗世玺 陆艳红 农民日报·中国农网记者 刘伟林



北大荒集团九三分公司尖山农场大豆播种现场。

张天 摄

今年，在素有大豆之乡美誉的黑龙江，北大荒集团九三分公司扩种大豆35万亩，总面积达到255万亩。在扩种的同时，九三分公司加强“九三大豆”地理标志农产品保护，不断提升大豆品牌建设，依托资源禀赋，围绕“九三大豆”品牌化发展，以向科技创新要品质、向订单服务要价值、向产业延伸要效益为行动点，进一步夯实“九三大豆”品牌根基。

向科技创新要品质

“看看，这是我们今年春播的大豆种子，籽粒饱满均匀，用这种子今年大豆的品质肯定差不了！”红五月农场的种植户张海龙捧着自留的去秋大豆兴高采烈地向记者介绍。

2021年，九三分公司实现粮食总产、质量双提升，大豆百粒重比常年增加2-4克，蛋白提升了1-3个百分点。

近年来，九三分公司始终以提单产、增品质为农业生产的出发点和落脚点，以科技创新为连接点，通过院所推荐、高校对接、企业联合等方式引进更新各类品种并开展专用品种试验。

大西江农场有限公司试验田引进了“蒙豆36”“黑科60”“九研13”等高产、高蛋白大豆品种，其中一个品种在2021年得到大豆蛋白平均含量在43.6%以上，比当地主栽品种增加了8.5%。今年，大西江农场将农业科技服务中心里的试验区划分成了五大功能区，主要为了繁育和展示高油、高蛋白、双高型大豆新品种。目前，初步确定了四大类、20余个品种。

“最初听说九三大豆，当时心里就想，都是大豆能有什么分别？不来看看看一看真不知道九三大豆的品质这么好！用你们的原料我们放心，顾客吃着也放心。”前来考察原料基地的客商吴先生说道。

2022年，九三分公司全面落实国家促进大豆和油料作物增产政策，种植大豆面积255万亩，占总种植面积67%，比计划扩种35万亩，预计大豆总产可达49万吨。值得一提的是，大西江农场有限公司针对大豆高产攻关目标，规划设计了“千亩高产攻关田”，平均产量较当地主栽品种高出17.3%的“黑科60”，今年已开始扩大大面积种植。

种植。从拌种到收获全程由技术人员跟踪指导，进行各个生育时期和各个试验标准调查，采集数据，最后由专家实地测产，探索出本地最适宜大豆产量提升的种植模式。质优量多的九三大豆在为其品牌价值提供源源不断的“底气”。

向订单服务要价值

优质的原料是吸引大批客户的前提，九三分公司除了在原料上作保障，在服务与经营上也下了很大功夫。

近年来，九三分公司主要领导率领销售人员闯市场、跑订单，与广东大豆产业技术创新联盟、达利集团、山东禹王集团等多家加工企业签订战略合作协议。采用专品种种植、专品种收获、专品种贮存，同时做好精选加工，为订单原料提供充足的质量和安全保障，实现了以销定产、销在种前。

“你们专门为我们的豆花种植的专用大豆，口感更加细腻，顾客吃着都说好！一听说原料是九三大豆，前来购买产品的人更多了！”再次来到九三分公司合作洽谈的广东客户说。

“在2021年九三大豆品牌价值34.65亿的基础上，今年有望大幅提升。合作企业购买我们的优质原料，也通过我们‘九

三大豆’的品牌价值宣传推广他们的产品，达成合作共赢的目的。”九三分公司副总经理刘忠德说。

为了巩固“九三大豆”的品牌价值，九三分公司在区域内自产粮食全面统营的同时，还面向辖区林草荒和周边农村，明码标价、挂牌收购，通过整合更多粮源，扩大集聚优势，提升议价能力，应对市场风险能力和品牌影响力。目前，九三分公司每年带动区域大豆种植1000余万亩，区域年产大豆规模超过200万吨。

向产业延伸要效益

在大豆原粮销售形势一片大好的情况下，九三分公司没有安于现状，讲求多力并发，把眼光瞄准到产业链延伸上，发展豆制品精深加工，走产业化发展道路，助力“九三大豆”品牌建设。

“这就是我们通过剥去皮技术生产出来的豆仁，这个技术保证大豆蛋白不发生改变化，营养不流失，含有很高的蛋白质。并且去皮后的豆仁没有豆腥味和苦涩味，制作豆浆、豆奶口感好，生产‘六个核桃’的河北养元智汇饮品股份有限公司就与我们的豆仁签署了订单。”嫩江农场有限公司豆仁加工厂的工作人员介绍。

九三分公司积极创新，发展特色大

豆产业。嫩北的冻干腐竹，相比传统的腐竹来说，它利用先进的真空冷冻干燥技术，只需要1分钟就可以完成泡发，营养不流失。

嫩北农场有限公司产业营销部部长孙凌霄说：“我们这里是全国唯一一家冻干腐竹生产企业。最近全新单独包装的‘绿腐竹’已经正式批量投产了，更加丰富了产品种类，并且这个‘绿腐竹’已经和沈阳有机平台签订了订单，每月持续1000余盒进行供货，他们对以九三大豆为原料生产的腐竹非常认可。”

高端大豆蛋白加工工作作为大豆精深加工产业中最具潜力的领域，市场前景广阔。2022年，九三分公司深入推进有机大豆蛋白项目，着力打好“有机牌”，与市场普通的大豆蛋白形成差异化竞争，在延长产业链的同时，提升市场竞争力。当前项目正在紧锣密鼓地筹建中，计划于今年11月底前投入生产。

“2022年，九三分公司的大豆加工产品销售预期目标是5000万元，比2021年销售额增长1倍。”九三分公司相关负责人表示，公司将以种好中国粮食，端牢中国饭碗为己任，聚焦农业、产业，以品质为核心，以订单为保障，以深加工为载体，持续做好品牌发力，让更多的人吃上优质的九三大豆。

业界动态

“天府菜油”擦亮川油金字招牌

唐恒

在线上渠道建设方面，通过三年的运营，“天府菜油”相关产品在多家电商平台菜籽油品类中高端品牌行列中，品牌影响力和品牌价值稳步提升，初步实现传统和线上渠道全面覆盖。在线下渠道建设方面，“天府菜油”相关产品已进驻永辉、沃尔玛、红旗连锁等商超。

近年来，四川省天府好粮油有限公司大力实施“中国好粮油”“天府菜油”项目，通过夯实油脂供应链、建设现代化营销网络等多种举措，不断提高产品竞争力和市场影响力，加快实现粮食供给从解决“吃得饱”到满足“吃得好”的转变。

2022年初，“天府菜油”作为粮油品牌首次入驻“四川名片”。天府好粮油公司作为“天府菜油”品牌运营积极参与者，天府好粮油积极践行“天府菜油”区域公用品牌建设责任，自2018年承接“天府菜油”品牌建设相关工作以来，通过“宣传推广+渠道开拓”，持续提升“天府菜油”的品牌价值。

作为“天府菜油”品牌运营的积极参与者，天府好粮油积极践行“天府菜油”区域公用品牌建设责任，自2018年承接“天府菜油”品牌建设工作以来，通过“宣传推广+渠道开拓”，持续提升“天府菜油”的品牌价值。

网上茶博会提升陕茶品牌影响力

杨启燕 农民日报·中国农网记者 胡明宝

近日，“遇见陕茶遇见你·陕西春茶尝鲜季”第三届陕西北茶博览会正式启动。西安、咸阳、汉中、安康、商洛五市在各分会场通过视频连线参加启动仪式。

本届茶博会由陕西省农业农村厅、陕西省商务厅指导，陕西省农业宣传信息中心、陕西省园艺技术工作站、陕西省现代农业园区服务中心主办，陕西农业品牌网和各相关市县农业农村部门具体承办。

陕西北茶博览会已成功举办两届，引起各界高度关注，已成为行业内品牌宣传盛事，为陕茶品牌影响力注入了新的活力，为陕西茶产业做出了重要贡献。2022年茶产业被列入陕西省重点现代农业全产业链建设。

为了更好地助力陕茶产业发展，第三届陕西北茶博览会将重点围绕绕巴等7个茶产业集群县的茶产业全产业链建设，采取“国内茶商探产地、新闻媒体走茶乡、本土主播销产品、外地市民尝新茶”的立体组合，形成“推介+宣传+促销+体验”的全方位模式，线上、线下相互策应、一齐发力，宣传陕茶品牌、促进陕茶销售、推介茶旅融合、推动产业发展。

除启动仪式外，本届陕西北茶博览会还有10项活动：第三届陕西北茶博会上展馆；“对话陕茶”高峰论坛；陕西茶旅融合精品线路推介；全国茶商陕茶集群县产区行；新闻媒体走茶乡；直播、新媒体陕茶产区探访；百名主播带货陕茶活动；陕茶访谈间；“我和我的家乡”短视频大赛；“国际茶日”宣传推介活动。

新疆昌吉

着力打造天山北麓葡萄酒产区品牌

农民日报·中国农网记者 李道忠

近日，记者从新疆昌吉回族自治州人民政府新闻办公室举办的昌吉州天山北麓葡萄酒产区推介发布会上获悉，昌吉州党委、政府启动编制《新疆·昌吉州天山北麓葡萄酒产业发展总体规划》，科学严谨地提出了天山北麓葡萄酒产区的目标定位、总体布局、小产区构建及支撑保障措施等规划内容，以产区高质量发展成果助力乡村振兴、提升区域发展核心竞争力。2022年，昌吉州计划设立自治州葡萄酒产业高质量发展专项资金5000万元，重点用于参展参赛补助、组织推广推介、基地建设补助、品牌扶持补助、市场开拓补助、酒庄建设及办

赛、文旅融合扶持等方面。

据介绍，天山北麓葡萄酒产业在市场开拓和营销推广方面将借助展会营销、招商营销、旅游营销、援疆营销、电商销售、媒介销售等渠道，扩大天山北麓葡萄酒产品市场占有率，持续加大品牌推广力度。昌吉州将通过打造总建筑面积约为1.3万平方米的天山北麓葡萄酒风情街，抢占新疆第一个葡萄酒主题文旅街区，打通葡萄酒产业与旅游消费之间的壁垒，发挥集聚效应，创造葡萄酒产业一二三产融合的经典样板案例。目前项目正在有序推进设计工作，已有9家企业达成意向。

目前，直播带货是电子商务市场最大增长点之一，昌吉州也将借助直播平台发力，拓宽优质葡萄酒产品销售渠道。

内蒙古呼伦贝尔

发布八大农畜产品区域公用品牌

付饶 董博

日前，由内蒙古呼伦贝尔市委、呼伦贝尔市人民政府主办的“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌首场新闻发布会在加拉尔区举行。

发布会上，“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌正式启用，品牌符号、口号等标识也随之对外发布。呼伦贝尔草原羊肉、黑木耳、牛奶、牛肉、马铃薯、芥花油、蓝莓、大豆等8大农畜产品区域公用品牌和市文化旅游广电局、市农牧局、呼伦贝尔农垦集团、内蒙古森工集团4家代表单位获得“呼伦贝尔大草原”品牌使用授权，标志着我市公用品牌发展进入崭新阶段。据了解，此次“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌的发布，将为呼伦贝尔全域全季全域旅游、绿色生态农牧业、特色文化产业提供品牌支撑，充分展示呼伦贝尔坚定不移走以生态优先、绿色发展为导向的高质量发展新路子，助力推动优质、绿色“呼伦贝尔”生态产品走向全区、走向全国、走向世界。

下一步，该市将以打造“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌为契机，突出生态天然多元富集，产品绿色健康安全，全方位推介“呼伦贝尔大草原”优质品牌，重点打造一批高端品牌，不断提升生态品牌效益和价值，持续增加生态产品附加值，奋力擦亮呼伦贝尔文旅和生态农牧业“金字招牌”，为呼伦贝尔经济社会高质量发展贡献“品牌力量”。



眼下，贵州省务川县委第一书记正在指导辣椒管护，地里一派繁忙景象。近年来，务川县立足土地资源优势，调整产业结构，通过“村级集体经济+公司+农户”的模式，大力发展特色品牌农产品，助力乡村振兴，花椒种植面积已发展到3万多亩。图为技术人员向村民讲解花椒修剪技术。



山东东营：“吕韵西瓜”喜获丰收

近日，山东省东营市东营区牛庄镇谭家园子蔬菜采摘基地西瓜棚内，种植户在整理瓜蔓。该基地引进“早春蜜”西瓜品种，通过增施有机肥增强土壤肥力，改善土地盐碱程度，采用“一藤一瓜”精细种植，所产“吕韵西瓜”品牌西瓜具有肉质脆嫩爽口、汁多味甜无渣等特点，深受市场欢迎。

刘智峰 陈同磊 摄

河南商丘

发展品牌农业 助推乡村振兴

高会鹏 农民日报·中国农网记者 范亚旭

代庄草莓香又甜，游人尝后直惊叹。河南省商丘市梁园区代庄草莓有基地8000多亩，基地内遍布了5000多个日光大棚，棚内的草莓散发着阵阵果香，让人垂涎不已。

在商丘大地上，除了梁园区代庄草莓外，不久前，宁陵酥梨、柘城三樱椒、夏邑西瓜等15个农产品，一起入选河南省知名农产品品牌目录。宁陵县、柘城县、梁园区、夏邑县、永城市分别被授予为中国酥梨之乡、中国辣椒之乡、中国草莓之乡、中国西瓜之乡。

中国面粉之城的称号。这些都源于商丘精心培育全国区域性农产品公用知名品牌努力的结果。

农业稳，则天下安；品牌兴，则经济强。行走在商丘乡间沃野，能明显感受到商丘以品牌建设推动现代特色农业产业发展取得的丰硕成果，品牌农业不仅享誉国内，更蜚声海外。其中，商丘贵族集团在吉尔吉斯斯坦投资建设的“亚洲之星”农业产业合作区，所生产的“楚河”牌离内产品，已占该国离内市场销售额的49%，创造了商丘本土品牌在域外市场占有份额新高。

一方水土，孕育一方特色，形成多个品

牌。宁陵22万亩酥梨就是其中的代表，从最初的防风固沙到农民增收，再到如今的脱贫致富，宁陵酥梨发生了巨大转变。目前，宁陵酥梨正在打造品牌，加大农产品的品种和品牌转型升级，同时不断延长梨产业链，新开发出梨膏、梨酵素、梨木餐具等相关产品。“宁陵梨真好”已成为国内外客商共识，这得益于商丘持续推进的农业品牌建设。

“想壮大农业，品牌太重要了！我们注重打造商丘的农业品牌，统一提升品牌形象，知名度大大提高，产品价值也得到提升。”商丘市农业农村局党组书记、局长袁其

杰介绍，商丘市委、市政府在确保粮食产量稳定在140亿斤的基础上，加快推进乡村产业发展，突出发展辣椒、花生等优势农产品，做优做强草莓、西瓜等特色农产品品牌；以现代农业产业园、农产品加工园等园区建设为重点，培育国家级和省级农业产业化龙头企业，依靠品牌统筹国内外两个市场，努力把品牌效益转化为经济效益。

一个个品牌农产品见证了商丘大力培育和推进品牌农业发展的不凡实力。如今，“一县一业、一乡一特、一村一品”的产业格局在商丘已经形成，有力推动了商丘乡村振兴战略的实施和农业农村现代化发展。