

湖北省黄冈市市场监督管理局党组书记、局长余水兵：

让品牌建设的资源优势更加突出

湖北省黄冈市地处大别山区，位于长江中游北岸，独特的自然禀赋孕育了众多的地理标志，因此，在区域品牌建设上有很好的基础。

近年来，黄冈市大力推进品牌战略，围绕文旅、农业、教育等6大行业打造24个重点品牌。在旅游方面，打造东坡文化旅游区首开区“东坡文创空间”，让东坡文化与文旅展会、商贸消费深度融合；在农业方面，充分发挥地理标志资源丰富的优势，全面推进92件地理标志的培育、挖掘；在教育方面，发挥黄冈教育大市、强市的优势，发挥黄冈中学品牌效应，扩大优质教育资源供给。

近年来，黄冈市在打造农产品特色品牌上主要把握了三个关键：一是“五个一”检测中心、一套标准、一个供应链平台”农产品品牌，成立红薯、菊花、板栗等16个市级农业特色产业行业协会，建立菊花等6家省级检验检测中心，全面推进农产品全产业链标准体系建设。

二是“一站式”服务。推广质量基础“一站式”服务站建设，全面整合标准、计量、认证认可、检验检测等资源，为特色农产品和重点品牌产品提供质量支撑。全市目前设立一站式服务站107个，蕲艾产业、

英山茶产业入选省级质量提升示范项目。

三是“一体化”营销。统筹用好媒体资源，在市内，先后在黄梅、麻城、罗田、英山开展4期品牌营销推介活动，让品牌建设深入人心；在市内，深度链接中国品牌促进会，带领本土品牌走进北京、上海等10余座城市。

在打造特色农产品品牌销售新模式方面，主要从三个方面进行了探索：一是打造供应链平台。市委把供应链建设作为“书记工程”，制定供应链体系建设“1+6”实施方案，构建以城乡产业供应链为平台主体，以特色农产品、大宗商品、民生、空港、纺织等供应链为支撑的现代供应链体系。

二是链接多方资源。谋划品牌营销推介活动，去年以来，黄冈市通过4期品牌营销推介活动，邀请十余家省级以上供应链公司参与线下对接活动，签订合作订单金额超4亿元。

三是强化本土企业引领。黄商集团是本土商贸领域的龙头企业，开设门店超280家。近年来，黄商集团推动实体、电商同步发展，围绕特色农产品举办“荆楚购农民丰收节”等活动，加强与农产品基地和生产企业合作，推动千吨粮油、万吨蔬果等区域优质农产品走出黄冈、走向全国。

河北省邢台市隆尧县副县长王兴国：

强化龙头企业牵引 打造特色县域品牌

河北省邢台市隆尧县持续推动县域品牌建设，积极融入全省食品加工产业隆起带规划建设，依托现有产业链基础优势，强化重点品牌培育，支持头部企业争创政府质量奖、参与中国品牌价值评价等品牌提升行动，全力推进今麦郎民族品牌建设，接续推进今旭、风韩等农业产业化头部企业发展，不断扩大隆尧健康食品产业品牌知名度、美誉度。

县域品牌建设取得成效的关键，在于发挥龙头企业引领带动作用。隆尧县注重支持产业全链条提质升级，不断壮大产业规模，引导头部企业扩大品牌影响力，从而形成具有县域特色和辨识度的产品品牌。目前，隆尧县初步形成以今麦郎为代表的健康食品制造和以远大阀门为代表的绿色铸造两大产业。

在特色农产品品牌建设方面，隆尧县近年来加大政策引导品牌农业发展的力度，财政拿出2000万元，设立农业发展基金，撬动2亿元银行贷款支持农业发展。走“龙头企业+基地+农户”特色产业之路，培育出“小孟甜瓜”“隆尧香梨”等农产品地理标志产品。目前，

“小孟甜瓜”远销上海、深圳，年产值1亿多元，带动当地农民增收7000多万元，隆尧县小孟村成为我国北方知名的甜瓜之乡。

如今，全县食品产业拥有驰名商标2件(华龙、今麦郎)，拥有“隆尧泽畔藕”“隆尧大葱”农产品地理标志2个，“隆尧香梨”“隆尧辣椒”“隆尧大葱”“隆尧小孟甜瓜”“隆尧周张梨”“隆尧贡藕”地理标志证明商标6个，打造“隆品佳尧”农产品区域公用品牌1个。

在特色农产品线上平台和全渠道零售模式方面，隆尧县积极打造数字化冷链物流与新零售服务相结合的创新模式。宝信物流集团作为本地的物流龙头企业，致力于构建“互联网+现代物流+农产品供应链”的新型物流模式，依托其广泛的物流网络和冷链配送体系，开发了“宝信冷链买点菜”线上交易平台，实现了农产品从田间到城市餐桌的直供，既为消费者提供了新鲜的特农产品，又帮助农民增收致富。这种线上线下相结合的新鲜农特产品进城模式，促进了农产品的快速流通，为乡村振兴注入新动能。

广西壮族自治区钦州市灵山县委副书记苏历：

培育优质、安全、可追溯的农产品品牌

从农产品质量源头管理入手，培育优质、安全、可追溯的农产品品牌，是广西灵山县县域品牌建设的目标。

近年来，灵山县全面加强农产品产地环境、生产过程、农业投入品和产地准出管理，大力培育和发展无公害农产品、绿色食品和有机农产品，初步形成“三位一体”整体推进的发展格局。“灵山荔枝”“灵山奶水牛”“灵山绿茶”“灵山香鸡”“灵山凉粉”获得国家农产品地理标志认证，“灵山荔枝”入选中国农业品牌目录和广西区域公用品牌名录。目前，灵山县有“三品一标”43个，排名全区前列，“三品一标”工作被农业农村部作为2022年典型案例向全国推广。“灵山荔枝”“灵山香鸡”“灵山奶水牛生鲜乳”被列入全国名特优新农产品名录；“灵山荔枝”被列入2023年全国“土特产”推介名单；百菲酪醇非水牛纯奶、桂软茗都(茗桂之香)等6个产品通过香港“正”印认证。

灵山县积极开展以农作物绿色防控、测土配方施肥、农作物病虫害综合防治等先进技术为主的培训，提高农户绿色防控技术水平，研发的荔

枝“光驱避”蛀害虫绿色防控技术，试点效果显著，已经在广西范围内推广应用。

灵山县在打造特色农业品牌时，注重挖掘产品的文化底蕴和品质把控，利用灵山的歷史故事、民间传说和传统节庆活动，为灵山县特色农产品赋予文化内涵，增加产品的吸引力和辨识度。同时，灵山县建立了严格的质量标准和追溯体系，确保产品的安全和品质。

在品牌推广方面，灵山县积极参加国际展会和贸易洽谈会，推动特色农产品“走出去”，建立海外营销网络，助力特色农产品企业把握全球商机。同时，灵山县巧用电商平台，建立灵山特色农产品一键发货的产地仓，持续开拓国际市场，成功将灵山荔枝销往德国、加拿大等海外市场。

通过严格品质控制、积极宣传推广，灵山县的农业品牌逐渐获得了国内外市场认可和消费者青睐，但也存在着一些农产品有市无牌、没有商标、缺乏市场竞争力的问题。下一步，灵山县将加大农产品商标注册力度，提升农产品市场竞争力。

京东科技京东云事业部交付业务部副总经理赵勇：

为地方特色产品打造全渠道供销平台

京东云全渠道供销平台(以下简称平台)是推动地方特色产品数字化转型的重要工具，通过品牌、渠道和数据三个核心维度，助力地方产业升级，在推动品牌强农方面发挥了关键作用。平台不仅为地方企业提供了强大的技术支持，还通过智能化手段实现了全渠道的深度对接与管理，提升了产业链的整体效率。

在品牌建设上，平台为地方特色产品提供了全面的品牌塑造服务，包括品牌设计、品牌管理、品牌传播等，帮助地方特色产品提升市场辨识度，打造具有地方特色的公用品牌。通过精准的品牌定位与传播策略，京东云帮助企业突破地域限制，将地方品牌推向全国乃至全球市场。

在渠道拓展方面，京东云依托数智供应链技术，通过线上线下的渠道整合，为地方特色产品提供多维度的销售路径，不仅将传统电商渠道与实体渠道进行了深度对接，还通过技术手段扩大了与其他平台的合作，进一步拓宽了地方特色产品的销售渠道。特别是在新兴电商平台与传统零售结合的背景下，京东

云为产品提供了更广泛的市场触达与消费者接触点。

数据的应用则是平台推动产业数字化转型的关键。平台积累的大量产业数据，帮助企业精准了解市场需求，及时调整产品策略。通过数据的反向反馈，京东云能够为产业发展提供决策参考，助力地方特色产业实现从“传统生产”到“智能管理”的跨越。

京东云在推动品牌强农方面也充分发挥了技术优势，尤其是在AI技术与大数据分析的支持下，平台能够有效提升农业产品的品牌价值。平台通过京东云言犀大模型技术，实现了自动文案写作、宣传文稿和品牌包装设计等功能，不仅提高了营销效率，还在一定程度上保证了品牌宣传的统一性和专业性。

此外，平台结合电商API技术和商品动态表单等工具，推动线上线下渠道的无缝对接，帮助地方特色产品迅速适应不同的销售平台和市场需求。这些技术手段让品牌推广和产品营销更加智能化，并能够根据实时反馈进行动态调整，为农业产品的市场化与品牌化提供更精准的支撑。

福建省邵武市政府党组成员、副市长郑焜：

努力把“小竹子”做成“大产业”

福建省邵武市地处武夷山南麓，是南方集体林区重点县，也是闽北工业重镇，拥有丰富的竹林资源和优越的产业基础。

近年来，邵武市委、市政府立足自身禀赋，积极探索竹产业高质量发展新路径，倾力打造了以竹产业为核心、一二三产融合发展的竹产区区域公共品牌“武夷竹立方”。通过品牌牵引、发挥集群优势、优化产业布局，邵武市为竹乡人民打造了一条绿色致富链。

“武夷竹立方”是邵武市践行“两山”理念的生动实践。“武夷竹立方”Logo整体设计为绿色的立方体，代表三生万物，蕴含了要将“小竹子”做成“大产业”的品牌宗旨。其分为左右两个部分，左边是一个山字，设计为三根竹的造型，意为山中有竹，寄予“生态生产生活”三生融合理念；右边是一个篆体竹字印章，是行使权力的信物，体现品牌的公共属性，同时竹字形似牵手小人，代表合作共赢，整体体现了“武夷竹立方”开放包容和和谐共赢的发展理念。

在一产上，邵武市立竹量1.35亿株，竹笋质量、竹材生产性状、抗性以及纤维长度为全国最优。在二产上，邵武市拥有竹快消品、竹家居两条完整产业链，以及292家竹制品企业，被誉为“中国竹家居之都”和“中国特色竹乡”。在三产上，邵武市打造了规模大、应用场景全、科技含量高的“武夷竹立方生态科创馆”，系统展现全竹沉浸式应用场景。

邵武市委、市政府在全力打造“武夷竹立方”区域公共品牌上展现了坚定的决心和信心。2023年，“武夷竹立方”登上国际期刊《Sustainable Structures》封面，竹立方科创馆获得法国设计奖金奖和美国缪斯设计奖银奖。2024年，邵武市发布“全竹茶空间”团体标准，品牌出海亮相中欧非竹科技与绿色产业合作论坛，促成国际竹产业品牌中心落地邵武。经品牌价值评价，“武夷竹立方”品牌价值达202.37亿元，展现了其在竹产业领域的影响力和发展潜力。

安徽省阜阳市临泉县副县长李刚：

提高“中原牧场”品牌知名度美誉度

安徽省阜阳市临泉县是皖西北粮食种植、生姜种植、肉牛羊养殖的重要县域城市，于2017年注册“中原牧场”区域公用品牌，整合全县农产品上线进城，承担着助推乡村全面振兴的重要责任。

近年来，临泉县致力于将“中原牧场”打造成具有较高知名度和美誉度的县域品牌，提升县域的综合竞争力和影响力，推动县域经济高质量发展。在这一过程中，临泉县不断强化干部及农户的品牌意识，明确品牌定位、培育品牌产品、加强品牌传播以及完善品牌管理；同时，加强对县域品牌的监测和评估，及时调整品牌策略，确保品牌形象的一致性和稳定性。

临泉县“中原牧场”区域公用品牌建设的成功，离不开临泉县政府的大力支持。政府在资金、项目审批、税收优惠等方面给予扶持，为品牌建设创造了良好的政策环境。

临泉县突出地域特色与优势，将其融入品牌内涵，大力实施“秸秆变肉”暨肉牛振兴计划，让品牌具有鲜明的地域特色和差异化竞争优势。同时，临泉县推动产业融合，将“中原牧场”品牌融入农产品加工业、乡村旅游等领域，延伸产业

链，增加农产品附加值。

临泉县积极探索线上线下相结合的销售模式，开设多家“中原牧场”线下实体店、体验店，让消费者可以实地感受产品，增强消费者的购买信心。线上销售方面，临泉县建立了“中原牧场优选”官方网站和B2B2C小程序，全面展示农产品的品种、特点、生产过程等信息，增强消费者信任度，并积极入驻知名电商平台，如淘宝、京东等，利用社交媒体平台进行营销推广，通过内容营销吸引消费者关注。

为保障产品质量，临泉县建立了严格的农产品质量检测标准，引入农产品溯源系统。消费者通过扫码等方式可以查询到农产品的生产源头、加工过程等信息，增加产品透明度和可信度。

目前，推动农产品销售标准化是临泉县重点关注的问题。由于县农产品生产较分散，标准化生产难度大，导致线上展示的产品与实际收到的产品在品质、规格等方面存在差异，易引发消费者不满和投诉。未来，临泉县将加大农产品标准制定、品牌建设与维护，进一步提高“中原牧场”区域公用品牌的知名度和美誉度。

福建省福鼎市茶产业发展中心主任张青碧：

提升茶产业品牌和文化影响力

在推动县域经济高质量发展的过程中，县域品牌建设至关重要。福建省福鼎市在打造福鼎白茶这一区域公用品牌方面积累了丰富的经验，采取了多维度的整合方式，以文化、产业和科技的统筹为核心，成功推动了品牌的提升与发展。

福鼎市品牌建设计划重点强调文化和产业的结合，通过生态化管理和标准化生产提升福鼎白茶的整体品质。这一过程包括了从茶园的生态管理到加工生产企业的标准化体系，进而实现全程可追溯的数字化管理。此外，福鼎市通过“1+2+N”的品牌推广活动，以开茶节为龙头，推动了福鼎白茶向全国乃至国际推广。福鼎市通过积极参与国际活动，如在法国巴黎卢浮宫展示中国茶文化，进一步提升了福鼎白茶品牌的国际影响力。

福鼎白茶的品牌建设已见成效，当前福鼎白茶的综合产值突破了150亿元，品牌价值连续15年跻身全国农产品区域公用品牌前十。然而，在农产品品牌化过程中，福鼎市仍面临一些挑战，尤其是在现代管理、人才引

进、技术发展以及土地资源保障等方面存在瓶颈。下一步，福鼎市将加强上述领域的投入，包括引进更多的专业人才和完善供应链金融体系，推动更高效的资源配置与发展。

在特色农产品品牌建设的过程中，福鼎市还注重线上平台和全渠道零售模式的创新，积极探索与电商平台融合。近年来，福鼎市不仅借助传统电商平台推广福鼎白茶，还通过“数字游民”项目吸引全国各地的年轻人和创业者到福鼎，利用当地的自然和文化资源扩大福鼎白茶的影响力。这一文旅融合的方式，将福鼎的茶文化与年轻消费者需求紧密结合，为品牌推广注入了新活力。

此外，福鼎市致力于建立政府支持的公共仓供应链体系，实现对福鼎白茶的精细化管理与标准化定位，确保产品质量和价格的稳定性。这一创新举措不仅提升了消费者的信任度，也为福鼎白茶面向国内外市场推广提供了有力保障。政府公共仓和电商平台的结合，是福鼎市未来品牌发展的方向。



绛县位于山西省运城市东北部，有着“七山二岭一分川”的地形地貌。独特的土壤和山区小气候，为山楂、樱桃、中药材等特色农作物生长提供了良好的条件。图为工作人员在2024产城融合推介研讨会期间展销绛县山楂。 中国城市报记者 全军军摄

(中国城市报记者康克佳、巩静、孙雪霏整理)