

## 内蒙古 16 家企业 获批使用地理标志专用标志

1月14日，从内蒙古市场监管局传来消息：国家知识产权局日前发布第660号公告，正式核准875家企业使用地理标志专用标志，其中，内蒙古16家企业成功入选，其生产的地理标志产品将获得国家层面的专项保护。这一举措不仅为内蒙古特色农畜产品贴上“国字号”品质标签，更助力区域特色产业高质量发展。

此次内蒙古获批的16家企业覆盖呼伦贝尔市、赤峰市、乌兰察布市等多个盟市，涉及产品涵盖玉米、大豆、小米、黑木耳、西芹等多个品类，尽显草原特色与地域禀赋。其中，“敖汉小米”凭借其独特的品质成功获批；来自呼伦贝尔的“阿荣大豆”“阿荣玉米”“根河黑木耳”“呼伦贝尔芸豆”“牙克石马铃薯”等多个产品获地理标志专用标志使用权，

成为本次获批的“大赢家”。此外，“商都西芹”“察哈尔羊肉”“科左后旗大米”等深受市场青睐的特色产品，也通过相关企业的申报审核，正式纳入地理标志产品保护体系。

据悉，地理标志专用标志是产品品质与地域特色的重要象征，获得该标志使用权意味着产品在原料、生产工艺、质量标准等方面均符合国家相关规定。根据《地理标志产品保护办法》，获批企业可在其生产的地理标志产品包装、标识上使用专用标志，这将有效提升产品的市场辨识度与公信力，增强核心竞争力。同时，国家知识产权局通过严格审核与注册登记，为地理标志产品构建起全链条保护机制，有助于防范假冒伪劣产品，维护市场秩序与消费者权益。

(李国萍)

## 正蓝旗赛音农牧业 荣获“察哈尔羊肉”地标使用权

1月12日，锡林郭勒盟正蓝旗市场监督管理局举行授牌仪式，正式向正蓝旗赛音农牧业投资有限公司授予“察哈尔羊肉”国家地理标志产品专用标志使用权。这一重要认证不仅是对该企业察哈尔羊产品品质的权威认可，更标志着正蓝旗特色畜牧业品牌化建设再添重要成果，为区域农畜产品走向高端市场奠定坚实基础。

察哈尔羊作为锡林郭勒盟优质地方品种，是经长期选育而成的肉毛兼用型绵羊，具有耐粗饲、适应性强、繁殖率高、肉质鲜美的核心优势。其肉质鲜红细嫩、肌纤维细密，富含18.5%—21.9%的粗蛋白，脂肪含量适中且无膻味，是符合现代健康饮食需求的优质食材。2016年已获国家地理标志产品保护，保护范围涵盖正蓝旗等锡林郭勒盟五旗县。

作为党建引领集体经济发展的标杆企业，赛音农牧业投资有限公司由赛音胡都嘎苏木12个嘎查共同出资组建，创新构建“嘎查党支部+公司+牧户”联动机制，以“双孵化+”模式推动集体经济从单一养殖向全产业链转型。成立以来，企业不仅以高于市场价收购牧民牛羊并给予专项补贴，更打通活畜收购、精深加工、门店直营、品牌营销全环节，旗下连锁火锅店年营业额突破400万元，农畜产品远销全国近30个省市，2025年实现整体流水超1000万元，累计为12个嘎查发放集体经济分红52万元，带动190户牧民增收77.5万元，让“握指成拳”的集体经济发展模式结出丰硕成果。

赛音胡都嘎苏木党委书记伯仁巴亚尔表示：“赛音胡都嘎苏木是正蓝旗察哈尔羊的主产区，今天苏木的集体经济企业被授予国家‘察哈尔羊肉’地理标志产品的使用企业，这标

志着一年来我们在农畜产品品牌化建设的工作上取得很好的突破，通过国家地理标志产品背书，可以进一步品牌升级，产品溢价、质量风险更低，销售渠道也会进一步拓宽，为下一步企业的持续发展注入了强劲的动力。”

目前，正蓝旗已拥有奶豆腐、奶皮子等多个国家地理标志产品，授权24家主体使用“锡林郭勒奶酪”区域公用品牌。同时，正蓝旗成功获批“生态原产地产品保护区”，“浑善达克牛肉制品”“金莲花及其代用茶”等5项产品通过生态原产地保护，形成地理标志产品与生态原产地产品互为补充的品牌格局，为农畜产品品质筑牢制度根基。

正蓝旗市场监督管理局副局长袁旭东表示：“目前我旗是全国范围内唯一完成了‘察哈尔羊肉’国家地理标志产品认证并实质化运营的地区。这标志着从优良的品种、独特的自然生态环境到严谨的加工工艺，形成了一个完整、可追溯的品牌保护闭环。这张‘国字号’名片，极大地提升了察哈尔羊肉的品牌附加值和市场竞争能力。它不仅是对其优异品质的官方背书，更是将优质生态资源转化为经济发展优势的关键一步。”

近年来，正蓝旗始终聚焦特色农畜产品高质量发展，以建设国家重要农畜产品生产基地为目标，推动产业规模与品质双提升。2025年，出栏牲畜达31.8万头，建成456家家庭牧场及多个核心育种场，培育15家全混日粮加工企业，年生产能力突破60万吨，同时积极延伸农畜产品精深加工链条，让金莲花等特色产品研发品类达17类，实现从“源头好货”到“高端产品”的价值跃升，为实施乡村振兴战略注入持续动能。

(梁捷 阿古达木)

### 相关链接

## 察哈尔羊肉

察哈尔羊肉具有“羔羊肉肉质鲜红，脂肪呈乳白色，肌纤维细，有大理石花纹，熟肉口感细嫩，无膻味”的特点，是低脂肪高蛋白健康食品。2016年7月，国家批准对“察哈尔羊肉”实施地理标志产品保护。察哈尔羊是从20世纪90年代初开始，经过广大畜牧科技人员和牧

### 短评

## 用好地标产品这块“金字招牌”

评论员 王丰

地理标志产品是产品闯市场的“金字招牌”。这样的好招牌就要好好地用起来。

内蒙古区域辽阔、资源丰富、文化多样，地理标志产品非常丰富，是不少地方发展区域特色经济的重要途径之一。

应该看到，地理标志产品是推动质量兴农战略的一个缩影。我国不仅用不到世界9%的耕地养活了世界近20%人口，而且百姓餐桌越来越丰富，品质越来越优良。

观察身边的农贸市场、超市货架，很多蔬菜、蛋奶都打上了“绿色”“有机”“地标产品”等标识。就内蒙古而言，一大批生产有记录、流向可追踪、信息可查询、质量可追溯的优质农产品正满足城乡居民多层次、个性化的消费需求，不断提升农业综合效益和竞争力。这些积极成果，离不开政府对安全优质农产品公共品牌的推动建设。有了品牌，还要有“身价”。地标产

品要充分发挥品牌效应，就必须借助有效的市场运作。就现状来看，内蒙古地标产品一定程度还存在品牌不响、产业龙头不强等一些问题。如果通过有效的市场运作把这些地理标志商标使用好、保护好，提高它们的知名度，必将更大力度带活一方经济、富裕一方百姓，为农业转型升级提供有力支撑。

当前，一些地方地标产品存在“申报热、使用冷”现象，申报成功后并没有及时对当地种植业发展做长远规划，使得地标产品品牌开发保护工作滞后。各地应该加强对地标产品发展进行规划引导，并推动其规模化、标准化、品牌化生产，让它们在激烈的市场竞争中脱颖而出，叫好又叫座。

产品做优了就是公信力，做细了就是吸引力，做强了就是竞争力。品牌强农是一项系统工程，需长期坚持，久久为功。不光要靠市场营销，也要靠政府推动，握指成拳，带动企业增效、农民增收，实现社会效益与经济效益同步提升，方能更好推动农业转型发展。

# 从『中国燕麦之都』到A级旅游景区：阴山燕麦的产业『双轮驱动』实践

在乌兰察布“中国燕麦之都”的核心区察右中旗，一粒裸燕麦的旅程正在被重新定义。它不再仅仅是田间作物或袋装食品，更成为文旅体验的主角、文化输出的载体和农民增收的基石。当地龙头企业——内蒙古阴山优麦食品有限公司，通过构建坚实的全产业链并大胆注入文旅动能，正推动传统农产品向高附加值品牌跃升，探索出一条“农业为基、文旅赋能”的融合发展新路。

### 全产业链筑牢“黄金品质”根基

乌兰察布市察右中旗地处北纬41°的燕麦黄金生长带，得天独厚的自然条件孕育了品质优异的裸燕麦。阴山优麦立足这一优势，深耕“育种—种植—加工—销售”全链条，建成年产数万吨的现代化产业园，产品线涵盖六大系列70多个单品，让燕麦从传统口粮拓展至健康主食、功能食品等多个领域。

品质的源头在田间。公司通过“公司+合作社+农户”模式，以订单农业锁定种植规模与收购价格，并统一提供良种与技术指导，从根本上破解农民“卖难”和“价不稳”的困境。订单农户王二根算了一笔账：“去年我家150亩地，企业保底收购，亩产还增加了约100斤，算下来多赚了五六千块。”多年来，这一模式已惠及万余农户，累计助农增收超2亿元。稳定的原料供给与规模化生产，为后续的品牌化与文旅开发奠定了坚实基础。

### 文旅融合打造“可体验的品牌”

如果说完备的产业链是“硬实力”，那么文旅融合则为品牌注入了独特的“软内涵”。2024年，阴山优麦旅游区成功获评国家4A级旅游景区，成为全国首个以燕麦文化为主题的沉浸式体验目的地。

在这里，游客不仅能在燕麦博物馆纵览一粒麦子的千年驯化史与产业创新图景，还能通过透明工厂观光走廊，亲眼见证燕麦从清理、碾磨到成品的全流程智能化生产。景区内开发的文创礼盒等产品，因承载着当地文化故事而成为“会说话的伴手礼”。“我们让每一粒燕麦都成为文化载体，让生产线也成为风景线。”公司副总经理卢继兵道出了文旅融合的核心逻辑。

这一实践，实质上是将“绿水青山”和“厂房车间”同时转化为“金山银山”的过程。它延长了价值链，提升了品牌溢价，更让“中国燕麦之都”的形象变得可感、可知、可消费。

### “双轮驱动”下的区域品牌跃升

阴山优麦的探索，是察右中旗乃至乌兰察布推动特色农业升级的一个缩影。公司依托“辉腾良谷”区域公共品牌和“蒙”字标认证，成功推动了产品从“优质”向“优价”的跨越。目前，察右中旗已有24家农畜产品加工企业获得“原味乌兰察布”品牌授权，共同构筑起区域特色产业矩阵。

从夯实第一产业的种植基础，到做强第二产业的精深加工，再到撬动第三产业的文化旅游，阴山优麦的“双轮驱动”模式，清晰地展示了一二三产如何环环相扣、相互赋能。它不仅仅是一家企业的成长故事，更为资源禀赋型地区如何将特色农产品打造成具有市场竞争力和文化影响力的强势品牌，提供了一个系统性的解题方案。在这片希望的田野上，一粒燕麦正承载着更丰富的价值，奔向更广阔的市场。

(王旭 王磊)

## 巴彦淖尔市：番茄丰收『珠玉』满棚

寒冬时节，位于巴彦淖尔市乌拉特后旗巴音宝力格镇东升春华蔬菜种植专业合作社的温室大棚里暖意融融，一串串鲜嫩饱满的小番茄挂满藤蔓，迎来丰收季。

1月13日，临河区居民徐敏带着孩子来到巴音宝力格镇东升村游玩。温室内成串饱满的小番茄吸引了他们的目光。“孩子们体验采摘的乐趣，一家人共度了难得的闲眠时光，真是收获颇丰。”徐敏满脸笑地说。

东升春华蔬菜种植专业合作社，已打造成集蔬菜种植、技术示范与培训、休闲采摘、观光旅游于一体的现代化设施农业基地。该基地积极探索“农业+生态+旅游”融合发展模式，通过商超直销、线上推广、采摘体验及口碑传播等多种渠道，让大棚里的新鲜果蔬走向更广阔的市场。

“目前棚内种植的‘夏日阳光’等小番茄品种，在市场上很受欢迎。这一茬采收的产量已达到4000多斤，预计能带来2万多元的收入。”种植基地负责人赵孝银介绍道。

近年来，乌拉特后旗大力发展设施农业，通过集成科技种植、休闲体验与多元销售模式，有效延伸了农业产业链。一颗颗小小的番茄，不仅丰富了当地冬季“菜篮子”，鼓起了农户的“钱袋子”，更带动了乡村休闲旅游的发展，为当地乡村振兴注入了强劲的产业动能。

(薄金凤 阿拉腾苏布达)

图为赵孝银采摘小番茄

进入成长期的燕麦

## “暖水山地”苹果获“蒙”字标认证

近日，鄂尔多斯市准格尔旗暖水乡德胜有梁村集体股份经济合作社生产的“暖水山地”苹果通过内蒙古自治区“蒙”字标认证。该合作社成为准格尔旗第二家获此认证的经营主体，标志着全旗特色农产品品牌化、高端化发展取得新进展。

“蒙”字标认证是自治区打造的区域公用品牌认证体系，以“高标准、严认证、强监管、优服务”为核心，对申报产品实施从生产环境、加工工艺到最终品质的全流程审核。获得该认证，代表着产品在质量、安全、特色等方面均已达到自治区同类产品的先进水准，成为优质农产品的鲜明标识。

暖水乡德胜有梁村依托当地独特的山地气候与土壤条件，深耕苹果产业，已先后取得有机产品认证和绿色食品认证。此次申报的“暖水山地”苹果，以其果形端正、色泽艳丽、酸甜可口、香

(段渊)

## 通辽市肉牛产业：“以数赋能、以质取胜”

1月12日，通辽市内蒙古科尔沁肉牛种业园区内，标准化牛舍整洁明亮，一头头肉牛毛色鲜亮、体格健硕，智能化的胚胎生产车间正高效运转，展现出现代种业科技的创新活力。园区内，从饲料投喂到生长监测已全面实现机械自动化，健康管理全程由数据驱动，实现了精准化、科学化养殖。

通辽市自20世纪50年代以来就致力于肉牛品种改良，经过数代科研人员的辛勤耕耘，最终培育出外貌一致、遗传稳定、肉用性能卓越的通辽肉牛。作为核心育种基地，科尔沁肉牛种业建有国内领先的国家级核心场，通过建立高质量育种核心群、推广胚胎移植等生物繁殖技术，不断提升核心竞争力。目前，企业年生产优质胚胎5000枚，年产值突破2000万元。

企业的突破，是通辽市整体战略的缩影。近年来，通辽市紧扣国家重要农畜产品生产基地建设战略，以打造“全国肉牛产业第一重镇”为目标，推动肉牛全产业链向集群化、高端化方向加速发展。2025年，全市肉牛存栏396.6万头，出栏155.3万头，其种质资源、养殖规模等6项指标均居全国地级市首位。

肉牛种业是肉牛产业的“芯片”。通辽市聚焦种源这一核心环节，积极推进国家级种源基地和自治区肉牛种业技术创新中心建设，持续强化品种培育，深化与科研院所的合作育种，为打造“全国肉牛产业第一重镇”筑牢根基。目前，全市已建成2家国家肉牛核心育种场和1家国家种公牛站，共同构建起强

(薛一群)