从“卖原料”到“卖品牌”

——内蒙古通辽市农牧业转型升级观察



采收辣椒

秋风送爽，内蒙古通辽大地沃野飘香。在科左中旗架玛吐镇的田野上，连片鲜食玉米秆壮穗饱，采收机械轰鸣穿梭，一穗穗裹着清甜气息的玉米被迅速装车，即将通过冷链物流发往南方市场；在科左后旗的智慧牧场里，佩戴着智能耳标的肉牛悠然进食，后台系统实时监测着每头牛的健康数据，科技赋能让传统养殖焕发新生；在开鲁县的加工车间内，红干椒被精深加工成辣椒素、红色素等高附加值产品，远销海内外……这一幕幕丰收图景，正是通辽市以“通达辽阔　近悦远来”全域品牌为引领，推动农牧业高质量发展的生动写照。

作为内蒙古“粮仓”“肉库”和国家重要农畜产品生产基地，通辽市坚持以生态优先、绿色发展为导向，将品牌建设作为转方式、调结构的战略举措，全力打造全域品牌“通达辽阔　近悦远来”、农产品区域公用品牌“通辽农品”、文旅区域品牌“悦来通辽”，推动农牧业从“卖原料”向“卖产品、卖品牌、卖价值”转变，让“近者悦、远者来”的开放姿态转化为农牧业发展的强劲动能。

从“中国黄牛之乡”到全国肉牛产业第一重镇

“这头4岁的优质公牛体重已达2800斤，市场估价10万元，近期已有不少客商预约上门看牛。”在科左后旗巴彦毛都苏木硕伦家庭农牧场，返乡创业大学生文峰牵着自家培育的西门塔尔牛，脸上洋溢着自豪。作为“中国黄牛之乡”，通辽肉牛产业直接关系数十万农牧民的生计，2025年全市肉牛存栏量达396.6万头，通辽牛肉品牌价值突破285.8亿元，全产业链产值近500亿元，种质资源、品种改良、养殖规模等六项指标位列全国地级市首位。

品种迭代是通辽肉牛产业的核心竞争力。从20世纪80年代启动黄牛改良工作以来，通辽市持续推进良种繁育体系建设，目前全市已培育91名专业改良员，每个行政村配备2名持证配种员，免费提供优质冻精和全流程技术服务。在通辽禾牧科技肉牛智慧牧场，每头肉牛都拥有专属“电子身份证”，智能耳标自动采集上传品种谱系、防疫记录、实时健康状态等全生命周期数据，600多头肉牛仅需3名工作人员即可完成日常管护，养殖效率与牛肉品质同步提升。

规模化育肥则是通辽肉牛产业提质增效的关键路径。在科左后旗巴嘎塔拉苏木伊和布拉格嘎查的齐聚牧业有限公司，标准化牛棚内2000头育肥架子牛膘肥体壮，经过11至12个月的集中育肥，单牛体重达1500斤左右即可出栏，单头养殖效益稳定在3000元。2025年全旗肉牛集中育肥规模达12.06万头，2026年明确提出育肥牛出栏量突破15万头的目标。

品牌赋能让通辽牛肉走向全国大市场。通辽市推出通辽牛肉高铁冠名列车，覆盖京沪线、江浙沪皖线，车厢内设置VR牧场体验区，品牌曝光量超2亿人次，品牌价值跃居全国肉牛产业前三。目前，通辽已基本形成冷鲜肉生产、熟食品加工、副产品回收利用的全产业链发展格局，在农业农村部发布的2024年权威指数排名中，“中国肉牛基因组选择指数”前100名中通辽占26头，“华西牛基因组估计育种值”最高个体达到全国最高值302.06，种公牛遗传育种推广综合水平位居全国第一。

从“黄金玉米带”到百亿级产业集群

通辽地处世界三大黄金玉米带之一，玉米种植面积常年稳定在1900万亩以上，产量超过182亿斤，占内蒙古玉米产量的1/3。通辽黄玉米以容重高、营养含量高、霉变率低、含水率低“两高两低”的优良品质，2025年品牌价值达342.41亿元，位居内蒙古农产品品牌价值榜首位。

在架玛吐镇北新艾力嘎查，4000亩鲜食玉米迎来采收旺季。“今年平均每亩可收获2300穗，每穗市场均价约1.3元，经济效益显著优于普通玉米。”科左中旗大龙种养殖专业合作社技术管理员毛致用介绍，当地已形成“采收—加工—运输”全产业链，采收后的玉米经清洗、蒸煮、真空包装后，通过冷链车高效销往全国生鲜市场及电商平台，部分产品还出口至海外市场。

更令人欣喜的是，采收后的玉米秸秆经打碎处理可作为青贮饲料对外销售，让当地村民得到“一份土地两份收入”的实惠。这种“合作社＋基地＋农户”的协同模式，不仅推动了标准化生产和规模化经营，更构建起涵盖种植、采收、加工及销售的全产业链体系，为乡村振兴注入强劲活力。

作为全国24个粮食产量超百亿斤的地级市之一，通辽粮食产量居内蒙古首位，稳定在200亿斤以上，其中，玉米产量约占95%。依托玉米资源优势，通辽已形成淀粉、味精、氨基酸、酒精、黄原胶、土霉素碱等13大类200多种产品的全株产业链，以龙头企业为核心，建成小品种氨基酸和原料药、医药中间体生产基地，推动玉米产业向食品药品级高端终端延伸。

从资源禀赋到品牌矩阵

“通辽农品”作为农产品区域公用品牌，以“生态通辽·绿色农品”为口号，主形象以“通”字为原型，表达通辽农畜产品通过“通达辽阔”的道路通往千家万户的美好愿景。目前，全市绿色食品申报企业达140家、认证产品330个、产品产量90.4万吨，农产品地理标志达到5个，分别为科尔沁牛、通辽黄玉米、开鲁红干椒、库伦荞麦和扎鲁特草原羊，共有43个农畜产品列入农业农村部名特优新农产品名录。

在开鲁县，开鲁红干椒凭借红色素、维生素、辣椒素、氨基酸含量远高于国内其他地区椒品的优势，成为老干妈、康师傅等知名品牌的供应原料，走俏国内外市场；在库伦旗，库伦荞麦依托独特的沙地土壤和气候条件，开发出荞麦面、荞麦茶、荞麦枕等系列产品，成为带动农牧民增收的特色产业；在扎鲁特旗，扎鲁特草原羊以天然草饲、肉质鲜美的特点，通过“蒙”字标品牌认证后溢价率显著提升，成为高端餐饮市场的“硬通货”。

2026年上半年，通辽市农林牧渔业现价总产值达111.4亿元，同比增长4.5%，畜牧业产值占比86.47%，主导产业优势持续巩固。蔬菜、瓜果与园林水果产量稳中有进，其中，瓜果产量增长33.83%，园林水果产量增长209.7%，蓝莓、葡萄等高附加值果品增产显著，有效带动种植业效益提升。渔业提质增效，上半年水产品总产量2950吨，同比增长5.3%，稻渔综合种养、盐碱地特色养殖实现突破，依托渔文旅融合、直播直销等新模式，水产品溢价提升，产业综合效益持续走高。

政策支撑为农牧业发展保驾护航。2026年，通辽市农牧局系统梳理产业发展、农机耕地、畜牧养殖、设施渔业、防返贫帮扶、金融贴息、京蒙协作等各类45项惠农惠牧政策，汇编形成《2026年通辽市农牧领域项目、补贴政策清单》，覆盖粮食生产、特色种养、加工仓储、农机装备、耕地保护等农牧发展全链条扶持举措，消除政策信息壁垒，降低经营主体和农牧民群众申报咨询成本。

从科尔沁草原的牧歌悠扬到西辽河畔的稻浪翻滚，从智慧牧场的科技之光到冷链物流的通达四方，通辽市正以“通达辽阔”的胸襟、“近悦远来”的姿态，推动农牧业从“数量取胜”全面转向“质量为王”，让绿色优质的农畜产品走出草原、走向全国、走向世界。在这片充满希望的田野上，“生态通辽·绿色农品”的品牌名片越擦越亮，“中国黄牛之乡”“黄金玉米带”的金字招牌熠熠生辉，一幅农牧业强、农村牧区美、农牧民富的壮美画卷正徐徐展开。　（张珠海　李昊）

内蒙古以标准定品质、以认证筛优品、以监管守信誉，持续完善“蒙”字标品牌标准体系，破解“好资源不等于好收益”的难题，为本土优质产品走向市场打通堵点

一“标”牵引　“链”上大市场

“眼下水稻收割已近尾声，就算订单充足，我们也严把品质关口，绝不仓促收粮，只有籽粒充分成熟、干物质积累达标才会入库。”10月20日，在兴安盟扎赉特旗，绰勒银珠米业有限公司董事长朴成奎，望着收割后的稻田，语气笃定。这位土生土长的种粮人，用20年执着坚守，把家乡的大米做成了叫得响的本土品牌，也亲身见证了“蒙”字标品牌给内蒙古农畜产业带来的深刻蜕变。

曾经，“守着丰富的好物产，却卖不出理想的价钱”。这是多少像朴成奎一样的种植户们心中的痛楚。怀着让家乡好物走出乡土的朴素心愿，他一步步扩大生产规模、更新加工设备、打磨产品工艺，企业成功跻身内蒙古首批“蒙”字标品牌认证行列。首批认证当年，内蒙古260多家企业申报，最终仅有9家通过。拿到这块含金量十足的招牌之后，朴成奎没有停下提质的脚步，而是牵头落实产品全链条溯源管理，潜心研发推广旱作水稻、稻渔综合种养模式，在节约水土资源的同时，持续稳定提升稻米品质。事业稳步发展的同时，他不忘带动周边农户共同增收，企业常年稳定安置50多人就业，农忙时节吸纳460余人次务工，每年开展技术培训50余场次，带动近5万亩稻田提质增效，让合作农户户均实现年增收1.5万元以上。

朴成奎的创业经历，正是内蒙古依托“蒙”字标品牌激活特色产业的生动缩影。

内蒙古物产丰饶，牛羊肉、杂粮、奶食、沙棘等各类农畜产品先天品质出众。但长期以来，大量产品只是以初级原料向外输出，行业标准不一，品质稳定性参差不齐，缺少辨识度高、影响力强的区域公用品牌。“好资源并不等于好收益，要破解这个发展难题，必须坚定不移走标准化、品牌化的发展路子。”内蒙古自治区市场监督管理局局长吴振清在接受采访时说道。

立足这样的产业现实，2019年，内蒙古正式启动“蒙”字标区域公用品牌建设，确立了以标准定品质、以认证筛优品、以监管守信誉的发展路径，搭建起覆盖种养、加工、流通全链条的发展体系。内蒙古创新推行“标准＋认证”模式，为本土特色农畜产品建立专属品质评价体系，用国际通行的认证规则传递市场信任，打通优质产品走向市场的堵点。

循着这一清晰的发展思路，内蒙古聚焦优势产区、特色品类、龙头企业，持续完善“蒙”字标品牌标准体系，累计研制发布154项认证标准，覆盖种植养殖、田间管护、病虫防治、生产加工、仓储物流各个关键环节。系列标准的核心指标对标绿色食品和有机产品标准，达到国内先进水平，从根源上扭转了过去部分产业无标生产、粗放发展的状况。

伴随着标准化体系落地生根，通辽牛、锡林郭勒羊、赤峰小米、阴山燕麦、河套小麦粉、开鲁红干椒等一大批特色产品市场竞争力持续攀升。锡林郭勒羊肉收购价较普通市场价每斤高出5—6元，单只肉羊可为牧民增收150元；赤峰小米依托稳定品质，实现18亿元年产值、创造113亿元的品牌价值；兴安盟甜糯玉米依靠标准化种植和极速冷链物流，48小时直达北京消费市场，带动农户户均增收5000元。

高标准筑牢发展根基，严认证架起产品通往市场的信任桥梁。内蒙古建立规范严谨的认证运行机制，打造“前期调研、中期扶持、后期拓销”的全周期企业服务模式，依靠权威认证倒逼传统农牧业告别粗放式发展。截至目前，已有180家企业的1600余种产品通过认证，实现12个盟市优势特色产业全覆盖。如今，“蒙”字标品牌的认证边界已经跳出传统农畜产品范畴，延伸到高科技生物产业。普泽生物历经数十年科研攻关，培育出本土的双歧杆菌V9菌株，破解了国内高端益生菌发酵剂长期依赖进口的难题。借助“蒙”字标品牌全链条品质管控，这项来之不易的科研成果顺利走出实验室，大步走向广阔的消费市场。

品牌行稳致远，离不开严密有效的监管保驾护航。内蒙古构建起制度规则、行政监管、认证约束、协会自律、社会监督“五位一体”的质量管控体系，推行“一品一码”溯源制度，做到源头赋码、全程可溯，实现认证产品可辨识、可追踪、可监管。严格的监管机制，持续倒逼企业苦练内功、深耕品质。内蒙古华欧淀粉为取得认证，对4000多亩种植基地的水土环境开展全方位检测，严守数十项质量控制参数。拿到认证之后，企业出口量实现翻倍，产品售价上浮20%；蒙亮食品融合传统工艺与智能生产线，补齐风干牛肉品质不稳定的短板，全力开拓国内重点城市市场；武川谷农农牧业投入资金升级生产车间和检测设备，取得认证之后，藜麦售价和订单量同步大幅上涨，让种植户实实在在享受到品牌带来的红利。

经过7年的深耕培育，“蒙”字标品牌的市场版图持续拓展。内蒙古与广东达成合作，落地粤蒙“一次认证、四地认可”机制，宇航人成为内蒙古首家取得湾区认证的企业。在北京、深圳及呼和浩特、鄂尔多斯等地设立展销中心，产品走进高端商超、航空、邮轮等多元消费场景。线上渠道方面，83%的获证企业入驻各大主流电商平台；线下门店达到1.9万余家。53家获证企业拥有出口备案资质，产品远销40多个国家和地区。数据显示，依托品牌赋能，内蒙古农畜产品平均溢价达到8%—15%。

9月底召开的内蒙古自治区质量大会，对做强做优“蒙”字标大草原优品品牌建设作出专门部署：要持续夯实标准基础、从严规范认证管理、不断拓宽营销渠道。深挖内蒙古优质特色资源，以品牌建设助力质量强区建设，将“蒙”字标品牌打造成为内蒙古质量IP，全方位提升区域公用品牌的影响力和竞争力……

从田野到车间，从直播间到展销台，“蒙”字标品牌正化作一股强劲的牵引力，聚拢起草原优品，链接更加广阔的大市场。　（李国萍）

一头牛的品牌账本：“两条腿走路”才叫稳

本报记者　王丰

做品牌，人们常挂在嘴边一句话：怕的是好东西没人知道。三河牛面临的尴尬，恰恰反过来——知道它的人不少，但真正算清楚它价值多少钱的人，不多。

算三河牛的品牌账，不能只算奶，也不能只算肉。得把两本账摆在一起看。它是中国第一个自主培育的乳肉兼用型品种，1986年正式验收命名，根扎在呼伦贝尔额尔古纳的三河地区。这个“兼用”的身份，在追求单产极限的行业语境里，听起来不够炸裂。但放到品牌价值的坐标系里，它恰恰是最难被复制的那张牌。

稀缺性藏在“唯一”两个字里

三河牛的稀缺，不是靠营销讲出来的故事，是品种目录上写死的。

农业农村部把它列进《国家畜禽遗传资源品种目录（2024年版）》，谢尔塔拉农牧场被遴选为国家三河牛核心育种场。全国叫得上名字的乳肉兼用型自主品种，掰着手指头数，三河牛是头一个。“第一个”这三个字，在种业里的分量，比任何广告语都重。

更稀缺的是它的生存能力。呼伦贝尔的冬天，零下四十多摄氏度，积雪期两百天，枯草期七个月。三河牛在这种环境里活下来、产奶、长肉，耐寒、耐粗饲、抗病力强，是实打实练出来的。你把这头牛挪到别的地方，它未必能这么从容；别的地方想复制一个三河牛，先得复制一个呼伦贝尔的冬天。

品牌价值的第一课，永远是“别人拿不走的东西”。三河牛拿不走的东西，是60多年在这片草原上沉淀下来的适应性，和那个“唯一”的品种身份。

产品力奶和肉各有一本硬账

品牌不能光靠身份吃饭，得拿产品说话。三河牛的产品力，妙就妙在“两头都不弱”。

奶这边，核心群牛奶年单产达到6.5吨，乳脂率稳定在4%以上，干物质含量12.8%左右。12.8%的干物质是什么水平？做奶酪的人一看就明白，这是干乳制品的理想原料。谢尔塔拉农牧场那边已经跑起来了，酸奶、哈罗米鲜酪、切达干酪，当地消费者挺认。一个地方品种的奶能进奶酪车间，说明它的品质不是“情怀加分”，是“工艺认可”。

肉这边，蛋白质含量22.5克/100克，脂肪只有1.7克/100克，赖氨酸含量突出。18月龄短期育肥屠宰率55%，净肉率46%，育肥日增重能到1千克以上。2020年，“呼伦贝尔牛肉”拿了自治区首批“蒙”字标品牌认证，三河牛被确定为首选肉牛品种。“蒙”字标品牌不是随便贴的标签，是第三方认证机构拿着标准一条一条卡出来的。三河牛能当这个“首选”，本身就是品牌背书。

奶能进车间，肉能拿认证。两条产品线各自立得住，品牌的底盘才稳。

带动力养殖户的账本最诚实

品牌价值如果只停留在报表和认证上，那是空中楼阁。三河牛最扎实的一笔账，写在养殖户的收入里。

呼伦贝尔农垦集团谢尔塔拉农牧场职工马继荣，养了三河牛十多年。她家的奶牛年产奶量从最初的3.2吨，升到了6.5吨，个别好的个体能到8吨。净肉率也往上走了。她家人均年收入从5000多元，涨到了2万多元。这个数字不惊艳，但踏实。品牌的价值，最终要落到养牛的人能不能多挣一点、日子能不能好过一点。

宏观层面的支撑也在跟上。2023年内蒙古下达畜牧良种补贴资金2亿元，2024年1.7亿元，呼伦贝尔市拿到1478万元用于肉牛冻精补贴，加速三河牛群体的扩繁。2025年，“三河牛乳肉性能基因组选育提升及种质创新”项目拿了自治区科技“突围”工程立项，科研经费800万，企业配套1600万，中国农业大学、内蒙古大学、内蒙古农业大学一起参与。钱往哪里流，价值就往哪里走。政策和科技同时押注一个品种，说明它的长线价值被看见了。

抗风险一头牛撑起两条路

这才是三河牛品牌价值里最容易被低估的部分。

纯奶牛品种，奶价一跌，养殖户就难受。纯肉牛品种，肉价一波动，压力全扛在出栏那一下。三河牛两头都占着，奶价不好的时候肉能补一点，肉价不行的时候奶还在天天出。这种“不把鸡蛋放一个篮子”的结构，在草原畜牧业的现实里，比任何单产纪录都实用。

当然，兼用也有兼用的难处。产奶比不过荷斯坦，长肉比不过安格斯，这是事实。但品牌价值从来不是“每一项都拿第一”，是“在特定的场景里，你是最合适的选择”。对于一个需要稳、需要抗波动、需要让养殖户手里多一份保障的地方产业来说，三河牛就是那个最合适的选择。

从1956年谢尔塔拉种牛场筹建，到1986年验收命名，再到今天“蒙”字标品牌认证、基因组选育项目落地，三河牛走的是一条慢路，但慢路的好处是，踩下去的每一个脚印都是实的。



呼伦贝尔农垦谢尔塔拉农牧场里的三河牛

林下特色菌菇种植铺就致富路

“看我们这赤松茸长得多好，白白胖胖的，都是一级货品。”秋日里，在兴安盟突泉县六户镇钢铁村赤松茸种植基地，钢铁村党支部书记支艳珍看着长势喜人的菌菇，满脸丰收的喜悦。

小小赤松茸，已然成为六户镇盘活林下闲置资源、带动群众稳定增收的特色富民产业。

近年来，六户镇立足林下资源优势，大力发展特色食用菌产业，推动产业规模化、集群化发展。目前，全镇食用菌种植面积达560亩，年产量超1280吨，产业辐射带动全县5个乡镇、20个行政村，成功打造县域食用菌产业集群。林下种植模式有效盘活闲置林地，实现生态保护与产业发展共赢。

为持续做强食用菌产业，六户镇联合内蒙古金隆生物科技有限公司，实现菌棒本土化全流程生产，通过菌种本土化驯化改良，培育适配本地水土、气候条件的优质种源，显著提升菌种成活率和菌菇品质。同时，当地就地取材，利用玉米秸秆、稻壳等农业废弃物制作种植培养基，每亩可消纳5至6吨农业废料，有效解决农村废弃物处理难题。

据内蒙古金隆生物科技有限公司负责人张旭介绍，今年该公司辐射带动赤松茸种植669亩，预计总产量1672吨，产业总产值突破千万元。产品销路畅通，60%鲜菇直供华东市场，20%用于出口代工，20%加工为速冻制品供应全国，构建起多元稳定的销售体系。

2026年，突泉县食用菌种植面积稳定在800亩以上，预计鲜品总产量突破4300吨，已形成菌种研发、标准化种植、精深加工、多元销售的完整产业体系，实现食用菌产业从“种得好”向“卖得好、加工深、品牌响”提档升级，产业辐射带动农户1000户以上，户均年增收6000元以上。　（孟和朝鲁）