

市民:这大米真香,年货就它了! “兴盟味道”香飘京城

1月24日上午,北京凯德MALL·西直门店内米饭飘香,菌鲜奶醇。一场以“兴盟大米进北京华联”为主题的优质农畜产品推介活动在此启动,开启了一场别开生面的“风味之旅”。来自兴盟6个旗县市的16家企业,携大米、野山菌、牛羊肉、杂粮、奶制品等五大类50余款特色农畜产品集中亮相。

当日上午10时,活动正式拉开帷幕。展区布置得井然有序,各个摊位特色鲜明。晶莹剔透、颗粒饱满的兴盟大米尤为引人注目,散发着特有的稻香。来自阿尔山林区的珍稀野山菌,形态各异,鲜味浓郁;科右前旗的优质牛羊肉,色泽鲜亮,品质上乘;乌兰浩特的山珍品与传统技艺制作的奶食品,同样吸引着众人的目光。现场热气腾腾的米饭试吃、刚刚出笼的黏豆包品尝环节,更是人头攒动,市民们驻足品评,询问购买,气氛热烈。

“真没想到兴盟有这么多好产品!黏豆包口感地道,沙棘汁酸甜可口,尤其是这大米,煮出来香气扑鼻,口感软糯。”家住北京市西城区的市民赵桂英女士提着刚购买的两袋黏豆包和两盒兴盟大米,笑容满面地对记者说,“这些都是天然绿色的好东西,吃着放心,正适合备些年货。”

“我们举办此次活动,不仅是向首



小朋友正在品尝好喝的沙棘汁

都消费者推介兴盟的优质农畜产品,更是要传递兴盟坚持生态立盟、绿色兴农兴牧的发展理念。”兴盟农牧局市场信息科科长王兆航说,“此次活动地点选在北京,是因为北京市场是检验

产品品质与展示品牌形象的重要平台,同时也是一次难得的学习和对接机会,有助于我们更好地对接高端市场,提升产业整体水平。”

在突泉县的展位前,人们纷纷驻足。

“突泉县是优质绿豆的原产地之一,我们生产的绿豆品质优良,口感独特,是国家地理标志产品。但酒香也怕巷子深,品牌的全国知名度还有待提升。这次能够直接来到北京,面对广大消费者进行展示和销售,对于提升我们产品的知名度、美誉度,是一次非常直接的帮助。”突泉县农牧局市场信息股负责人童晓丽一边向顾客详细介绍产品特点,一边向记者介绍。

据了解,本次活动创新采用了“品鉴+展销+推介”的三位一体模式。除了实实在在的产品展销与体验,现场还通过精心设计的宣传展板、循环播放的专题视频,生动形象地展示了兴盟优美的自然生态环境、现代生态农牧业的发展历程以及乡村振兴战略实施以来的积极成效。许多市民在品尝美味后,纷纷主动扫描企业二维码了解更多信息,实现了线下体验与线上消费的即时联动。

兴盟将以此次进京推广为重要契机,持续深化与京津冀地区乃至全国大型市场的产销对接与合作,构建更加畅通、稳定的销售渠道,让更多“源在兴安”的“兴盟味道”走上更广阔地域的百姓餐桌,切实以生态农畜产品的高质量发展推动产业振兴,扎实助力乡村全面振兴。

(马旭)



玉龙、红山、对夹——
羊毛毡文创产品

1月26日,赤峰市松山区向阳街道“巧娘工作室”内一派繁忙景象,近百位巧娘分组协作,指尖翻飞间,一个个憨态可掬的羊毛毡雪人、灵动逼真的马年主题挂件陆续成型。这些融入冬日浪漫元素与生肖文化的限定文创产品,正紧锣密鼓赶制中。

尽管马年尚未到来,这批提前布局的马年主题挂件已凭借独特创意斩获订单,创收超30万元,不仅为即将到来的赤峰冰雪季八方游客备好特色伴手礼,更打响了松山区向阳街道“非遗+就业+文创”融合发展的亮眼战绩,真正将“指尖技艺”转化为“指尖经济”。

如今,需要照顾家庭的中青年妇女,面临着“挣钱”与“顾家”难以两全的现实难题。针对这一民生痛点,松山区向阳街道精准对接全职宝妈、下岗职工、待业妇女等重点群体的就业需求,联合竹石职业技能培训学校,推出非遗羊毛毡文创技能培训班,构建了“免费培训+技能提升+就业指导”的一体化帮扶体系,让群众能够“零成本学技能、稳增收有途径”。

“现在最大的问题是我们有销路,但是缺人手,订单接不住。”竹石职业技能培训学校负责人吴老师的诉求,精准点出了项目发展初期的困境。为破解这一难题,向阳街道鼓励党员中的手工艺能手率先学习、率先出师,化身为“土专家”和“辅导员”,营造出“党员带群众、熟手带生手”的浓厚互帮互助学习氛围,迅速培育出一支有技能、有热情的骨干队伍。

从老学员转变为“辅导员”的张晓惠便是其中的典型代表,仅用一个月时间就完成了从学员到基础教学指导者的转变。“我本身就是一名学员,学习一个月后我开始协助老师指导基础学员,辅助开展教学工作。”张晓惠的话语朴实而真切。截至目前,向阳街道已累计开展羊毛毡技能培训20余期,覆盖学员超600人次,其中超100名学员成功掌握核心技艺,实现每月增收超1500元,既拓宽了就业困难群体的增收通道,更让羊毛毡这门传统非遗技艺实现活态传承。

为推动产业升级、增强可持续发展动力,“巧娘工作室”主动求变,引入3D模具生产技术提升批量生产效率,深化文旅体农商融合,一方面持续开发系列新品,另一方面加强品牌培育与市场推广,联动景区、民宿打造特色消费场景。“只有融入本土文化,手工艺品才能有灵魂、有市场。”基于这一理念,向阳街道重点引导学员将本地文化元素、旅游地标(如红山、玉龙、对

夹)融入羊毛毡创作,开发出一系列具有鲜明地方特色的文旅产品。从马年主题挂件、玉龙造型摆件,到复刻赤峰对夹的创意饰品,这些充满地域风情的“网红”文创产品,不仅成功入驻赤峰市博物馆、辽代历史文化博物馆的文创展区及各大景区商店,更代表“赤峰好物”亮相北京各类型展会,凭借独特的地域魅力和精湛工艺赢得广泛好评,部分订单远销海外,成为宣传赤峰旅游形象、传播红山文化的“亮丽名片”。

“我以前从未做过手工,但老师手把手认真教学,从简单款式入手,逐步过渡到复杂成品,制作的产品越来越精致。现在不仅学到了一门手艺,还能额外增收,完全不耽误接送孩子。”辖区宝妈翁美丽作为培训项目的受益者,言语间满是喜悦。如今,像翁美丽这样的学员不在少数,她们利用碎片化时间居家制作,既不耽误照顾家庭,又能通过制作文创产品获得可观收入,真正实现了“背着娃、绣着花,养活自己又养家”,有效化解了就业与家庭的矛盾,大幅提升了妇女群体的成就感和幸福感。

抓牢“蒙”字标 看畜产品的“七十二变”

他介绍,过去苏尼特羊面临“真假难辨”的困境,优质不优价,既伤了牧民的心,也制约了产业发展。

为破解这一难题,企业以“蒙”字标认证为准则,建立了全链条品质管控体系,从源头锁定核心群羊源,通过标准化举措保障品质;生产环节推行精细化分割,适配高端餐饮和电商市场;销售端依托“苏娃咩”商标和溯源体系,让消费者看得见草原生态、摸得着产品品质。

“‘蒙’字标是生态价值的变现通道。”马瑞介绍,企业投资4000多万元新建工厂,目标年加工10万只羊,“我们按高于市场价收购牧民的羊,既保障了农牧民收益,也为品牌积累了优质原料。

现在北京的高端餐饮客户主动找上门,南方烧烤店也抢着订货,“论品质卖”比“论斤卖”更有竞争力。”

在利益联结上,企业通过“企业+合作社+农牧户”的闭环,让生态价值精准传导。“合作社统筹调度羊源,企业负责精深加工和品牌运营,把生态溢价转化为牧民收入。”马瑞说,“2024年至2025年,企业带动全镇牧民户均增收超三成,这就是‘蒙’字标带来的双赢——牧者富、食者康。”

从敖都的账本到企业的生产线,锡林郭勒盟以“蒙”字标为核心,打通了“生态保护—标准种养—精深加工—品牌变现”的“两山”转化路径。

优质草场筑牢生态根基,标准化种养保障产品品质,精深加工提升附加值,品牌运营让生态价值变现。

“蒙”字标不仅让好产品卖出了好价钱,更让牧民和企业读懂了“绿水青山就是金山银山”的深刻内涵,为草原牧区的可持续发展照亮前路。

(赵耀光)

述评 SHUPING

绿色化是内蒙古农牧品牌发展的命脉

评论员 王丰

内蒙古的农牧业,不仅是基础产业、民生产业,更是承载着地域文化、生态密码与民族记忆的标志性符号。

在消费升级、健康意识觉醒和可持续发展成为全球共识的今天,内蒙古农牧品牌要实现从“知名度”到“忠诚度”的飞跃,从“产品输出”到“价值输出”的转型,“绿色化”不仅仅是锦上添花的选项,而是其生存与发展的基石、核心竞争力和不可动摇的生命线。

众所周知,内蒙古的草原生态系统是农牧业的根基,但其本身又相对脆弱,面临着气候变化、过度利用、生态困境等多重压力,传统粗放的发展模式难以维系。

绿色发展,核心在于尊重和顺应自然规律,实现“草—畜—人”的和谐共生。这就要求从牧草种植、牲畜养殖、水源保护到草场轮休的全过程,都贯彻生态优先、循环可持续的理念。

试想,一个建立在生态退化基础上的农牧品牌,注定是沙上之塔。唯有将绿色、可持续深深烙印在产业链的每一个环节,“内蒙古”这块金字招牌才能获得最根本的持久力。

在农牧产品市场竞争白热化的当

下,“内蒙古”一词固然能唤起天然、纯朴的联想,但仅有地域标签已远远不够。消费者愈发关注产品背后的故事:是否真正健康、安全?生产过程是否对环境友好?动物是否享有福利?绿色化,正是对这些关切最有力的回应,是构建品牌信任体系的硬核要素。

绿色化意味着严格管控投入品、推行标准化生态种植养殖、建立完善的可追溯体系。这直接转化为产品无残留、高品质、更安全的承诺,是“草原奶”“放心肉”“有机粮”等品牌承诺的坚实支撑。

绿色农牧产品承载着保护草原生物多样性等多重价值。品牌通过讲述绿色生产背后的生态故事、匠心故事与科技故事,能够与注重生活品质、具有社会责任感的消费者产生情感共鸣,从而超越简单的物质消费,升华为一种价值认同和生活方式的选择。

绿色化绝非一时之风尚,而是内蒙古农牧品牌安身立命的根本。它要求从理念到实践、从生产到消费的全方位深刻变革。只有坚定不移地将绿色发展贯穿于农牧业全产业链,内蒙古的农牧品牌才能持续留在大江南北百姓的餐桌上。

深冬,白雪皑皑的乌日根塔拉草原涌动着生态与经济共生的热潮。锡林郭勒盟以“蒙”字标品牌为核心,铺就“生态保护—标准种养—精深加工—品牌变现”的转型之路。这一路径的鲜活实践,藏在牧民敖都的账本里,映在天然草原牧业有限公司的生产线上。

“以前养羊全看天,卖羊全凭运气。现在跟着‘蒙’字标走,生态好、羊价高,心里踏实!”苏尼特右旗乌日根塔拉镇牧民敖都指着账本上一组数字说。2024年,他家的羔羊均价才600元,2025年加入苏尼特羊核心群后,每只羔羊能卖到1000元以上,“这可不是凭空涨价,是‘蒙’字标认可我们草原的生态和养殖标准!”敖都介绍,“这些年镇里推行草畜平衡、禁牧休牧,以前总担心草场退化,现在轮着放牧让草长得又密又壮。羊吃的是天然碱性草,喝的是碱湖水,肉质紧实没膻味,这就是‘蒙’字标要求的‘生态基因’。”作为77个苏尼特羊核心群的养殖户之一,他家的羊不仅佩戴溯源耳标,还要经过严格的疫苗接种和检疫,每只羊都有“身份证”,从草场到餐桌全程可追溯。最让敖都舒心的是三方协议带来的稳定收益。“现在镇政府、合作社和企业签了协议,企业按高于市场价格1元/斤收购,定时定点收羊,当日结算。这钱是生态保护带来的红利,也是‘蒙’字标品牌的溢价!”

“没有‘蒙’字标,苏尼特羊的好品质就很难被市场认可;没有生态打底,品牌就是无源之水。”天然草原牧业有限公司负责人马瑞深有感触。在企业精细化分割车间,肥厚的苏尼特羊尾格外抢眼,“别家羊尾最多两三斤,我们的能到四五千斤,这是草原生态和标准化种养的成果。”

清水河县小香米
资料图片

走进乌兰察布市察右中旗巴音乡绿源农牧业有限公司(以下简称绿源公司)的现代化养殖基地,一群体型匀称、毛色莹白的“澳洲白”良种肉羊格外抢眼。它们并非传统本地羊,而是通过胚胎移植技术孕育的“科技结晶”。这批羊的健康成长,标志着察右中旗在畜牧品种改良、高效育种领域迈出关键一步,为传统畜牧业转型升级按下“加速键”。

近年来,呼浩特市深度挖掘本地文化底蕴,依托自然生态资源,整合优质农畜产品,打造了“敕勒川味道”区域公用品牌。目前已形成覆盖肉类、乳制品、杂粮、果蔬等多品类的产品矩阵,并已构建起以“敕勒川味道”为引领的市域公用品牌体系,包括“五彩土默特”“源味武川”等9个县域公用品牌、36个企业品牌、11个产品品牌入选内蒙古自治区精品培育品牌目录。

品牌的最终要通过市场来检验。2025年5月开展的深圳推介活动,成为“敕勒川味道”南下拓市的关键一步。20多家企业带着300多种产品,从草原直抵南海之滨。

展台上,清水河县的小香米色泽金黄,熬出的粥油润喷香;武川县的藜麦颗粒饱满,吸引众多注重健康的深圳市民咨询;而现包现蒸的羊肉烧麦档口,始终排

着长队。“肉馅紧实,汁水丰盈,和我们平时吃到的确实不一样。”采购商杨海霞在品尝后,当即表达了合作意向,“希望通过我的渠道,让更多深圳人尝到地道的草原风味。”

线下体验的热度也延伸至线上。内蒙古新食品有限公司的代表李红萍介绍,公司以牛肉精深加工为核心,通过电商平台和云仓物流,打造了“康养牧场”等品牌,2024年线上销售额突破1.5亿元。“这次来深圳,既是推介产品,也是寻找线下合作伙伴,我们希望打通线上线下,让‘敕勒川味道’触达更多消费者。”活动现场,不乏“回头客”。深圳市民周子怡表示,她的大学同学来自呼浩特,过去常分享家乡的奶制品,这次她专程来“寻味”,发现产品的种类和口感比记忆中的更加丰富。“品牌化运作之后,产品的标准化和多样性确实提升了一大步。”

品牌的背后,离不开产业的坚实支撑和科技的持续赋能。呼浩特立足区域资源优势,重点培育马铃薯、玉米、杂粮杂豆、冷凉蔬菜等优势单品,通过“引进来、走出去”强化科技支撑和品牌建设,努力将资源转化为持续的产业优势和发展优势。

夏季,赛罕区金河镇碾格图村的内蒙古吉星种业有限公司玉米育种田一望无际。这里保存和培育着3万多份玉米种质

资源,如同一座庞大的“基因库”。公司科研人员历经多年攻关,已培育出24个具有自主知识产权的玉米新品种,覆盖早熟、晚熟、耐密等多种特性,部分品种已进入国家或自治区级试验。“好种子是农业的‘芯片’,我们希望通过科技创新,为‘敕勒川味道’提供更优质、更高产的原料基础。”公司负责人表示。

针对耕地分散、效益不稳等问题,呼浩特市统筹推进农业综合示范园区建设。2025年,在土左旗、托县等地建设玉米示范园区,在武川县建设马铃薯和油菜园区,在清水河县建设谷子园区等。并持续扩大蓝莓、麒麟瓜等高附加值作物的种植。赛罕区嘉仕数智农场等项目引入物联网、大数据等技术,实现精准环境调控和水肥一体化管理。部分园区还配套建设仓储物流交易中心,着力完善“从田间到餐桌”的全产业链条,降低损耗,提升效益。

未来,呼浩特市将继续完善以“敕勒川味道”为引领的品牌标准体系,加强从生产到市场的全过程品质管控。同时,深化与科研院所的合作,将更多科技创新成果应用于品种改良、精深加工、保鲜物流等环节,提升产品科技含量与市场竞争力,助力“敕勒川味道”品牌走出内蒙古、走向全国,为全面推进乡村振兴注入新动能。

(杨彩霞)