黄占兵:锻造“蒙”字标金名片 让“土特产”名气更大

本报记者 张鑫 杨净毓 李文华

“网购的‘蒙’字标羊肉,扫码就能查到羊羔在锡林郭勒草原的溯源信息,这份看得见的信任,正是‘蒙’字标品牌的价值所在。”2月4日,中国人民政治协商会议第十三届内蒙古自治区委员会第四次会议第二场“委员通道”上,自治区政协委员、内蒙古宏观经济研究中心农牧环资处处长黄占兵,以一个生动事例开篇,分享了他对内蒙古农牧业品牌建设的思考与建议。

当日,内蒙古人民会堂玻璃厅暖意融融,5位自治区政协委员依次亮相,与现场记者面对面交流,用鲜活故事畅谈履职心声,回应社会关切。黄占兵结合自身履职经历,聚焦“蒙”字标品牌建设,为内蒙古从农牧业大区向强区跨越建言献策。

黄占兵表示,品牌建设,是内蒙古从农牧业大区向强区跨越的关键一跃。党的十八大以来,内蒙古将农牧业品牌建设作为打造国家重要农畜产品生产基地的重要抓手,逐步构建起区域公用品牌、企业品牌、产品品牌协同发展的体系,“名特优新”农畜产品总数位居全国第一,“蒙字号”产品畅销各地。如今,按照自治区党委部署,内蒙古农牧业发展已从“产得出、养得好”向“卖得好、赢得久”转变,而“品质化立身、绿色化赋能、特色化制胜”,正是锻造“蒙”字标金名片的关键路径。

品质是品牌的“生命线”。黄占兵介绍,“蒙”字标并非简单标识,而是覆盖从牧场到餐桌的全链条标准。赤峰一家小米企业引入该标准体系后,从选种到加工全程严守规程,十年间产值增长200%,用市场成效印证了品质的价值。目前,这一“严标准”正逐步推广至牛羊肉、奶品等各类农畜产品,让“内蒙古味道”成为放心优质的代名词。

绿色是品牌的“硬底气”。“内蒙古的牛羊‘吃的是中草药,喝的是矿泉水’,这是我们的生态优势。”黄占兵举例说,呼伦贝尔牧户采用划区轮牧和智慧牧场管理,通过卫星定位实现科学养殖,既守护了草原生态,也保障了产品品质。他表示,内蒙古正大力推广绿色生产方式,让每一件“蒙”字标产品,都承载着人与自然和谐共生的草原故事。

特色是品牌的“活灵魂”。黄占兵提到,仿野生种植的蒙地道地药材,获“蒙”字标认证后价格较其他产区高出50%,彰显了原产地特色的价值。通辽黄玉米、乌兰察布燕麦等“土特产”,正通过品牌赋能,从草原走向全国餐桌,成为独特的“草原风物记”。

“品牌建设是一场马拉松,需要久久为功。”黄占兵表示,站在“十五五”的新起点上,内蒙古将继续用心、用情、用力,擦亮“蒙”字标这块“金字招牌”。

河北陶瓷走进马来西亚

从“买商品”到“品文化” 更多中国品牌“圈粉”世界

非遗技艺赋能潮玩、水墨纹样点缀新品、东方美学融入珠宝首饰……近年来,一股承载中华文脉的“国潮”火爆出圈,人文元素正为消费注入新活力。这种文化和经济的共生共荣,不仅擦亮了中国品牌的全球名片,更催生了消费领域的新模式、新服务、新场景。

近期,记者在多地调研,探寻文化基因嵌入产业的内在逻辑和“国潮”消费热潮的流量密码。

走进义乌国际商贸城文具专区,仿佛进入一个微型的“中国文化万花筒”。水墨山水样式的信纸、印有篆刻印章的书签、绘有宫廷纹样的圆珠笔……吸引印尼客商杰马杜驻足挑选:“它们不仅物美价廉,而且造型很有中国特色,在我们那边很受欢迎。”

“一天收获几十万的订单,微信加了20多个新客户。”浙江一家文具公司门店负责人小吕笑着告诉记者,外商专程跨国到此下单已是常态。

LABUBU“圈粉”海外市场、样式新颖的陶瓷树成为国外装饰新选择……从时尚美妆到科技产品,如今,越来越多的中国产品和品牌凭借深厚的文化底蕴与前沿的创新理念,在国际市场掀起“中国风”。

近期,取自中国古代婚嫁习俗的“十里红妆”灵感、源于非遗的“千角灯”等承载东方美学的原创金属拼接玩具,畅销100多个国家和地区。自主品牌“拼酷”引领3D金属拼接创意产品热潮,全球市占率已超九成。

东莞市微石文化科技有限公司副总经理叶祖威说,公司2025年出口额同比增长15%。“文化属性为产品带来更强生命力,平面金属片拼接后的立体成品宛如工艺品,为消费者带来美感和成就感。”

“中国品牌在全球供应链中品牌价值持续提升。”中国广告协会文创与IP专委会秘书长徐超表示,国潮品牌的出海,绝非简单的商品售卖,而是文化自信的蓬勃生长、科技创新赋能产业的有力体现和中国品牌国际化的深度探索。

国货“潮品”全球走俏背后的流量密码是什么?

文化底蕴塑造独特魅力,传递东方智慧——

“中国品牌不只‘卖产品’,更可以让消费者感受到东方文化、哲学和智慧。”广东白云学院现代产业研究院院长王先庆认为,中国文化本身所蕴含的神秘性、哲思性与审美独特性,正契合全球消费者对多元文明、可持续生活与精神满足的深层需求。就像购买中国彩妆可以体验“东方妆韵”,选择山水内饰的中国汽车是对中式空间美学的认同。

文化赋能+持续创新,提升消费体验——

为满足国际市场多元化需求,中国企业不断改进设计和工艺,提升产业价值链。有的本土玩具企业借助3D打印技术,将新品开发周期从15天压缩到3天,实现了从规模领跑到实力领先。

世界知识产权组织近期发布的《2025年全球创新指数报告》显示,中国在全球创新指数排名中首次跻身全球前十。国潮商品的走红,不仅得益于成熟高效的产业链供应链体系,更是中国文化和创意加速走向世界的缩影。

“硬实力”铺就出海快车道——

2025年,即便身处国际环境深刻演变、世界经贸秩序遭遇重大挑战的复杂局面,中国仍与190多个国家和地区进出口实现增长。中欧班列、西部陆海新通道、港珠澳大桥的繁忙景象,构成了中国品牌通往世界的“血管”。

“国货‘潮品’火遍全球,体现的是中国传统文化的影响力、彰显的是外贸企业的创造力、依托的是中国制造的硬实力。”海关总署副署长王军说。

人文经济的蓬勃生长,需要文化内核赋能、品牌载体支撑,更离不开系统性机制创新的保驾护航。

近年来,我国出台《关于推动文化高质量发展的若干经济政策》等相关举措,浙江、广东等省份推出专项方案,推动人文经济从短期热潮转向可持续增长,为提振消费、扩大内需注入持久动力,政策精准滴灌、产业深度协同、场景多元拓展的长效路径逐步清晰。

“机遇与挑战并存。”王先庆坦言,当前人文经济发展仍面临多重挑战:文化IP同质化严重,文化资源挖掘与产业转化衔接不畅……

“未来的全球竞争,不再是单纯的产品竞争,而是品牌生态的比拼。”对外经济贸易大学教授庄芮认为,融合文化属性,本土企业应持续加大研发投入,用新质生产力铸造品牌实力,讲好技术背后的文化和品牌故事,将“外贸成绩单”转化为持久的“品牌资产”。

“越来越多承载中国文化和东方美学的创新产品在全球流通。”王先庆认为,积极推进中国产品“出海”,加快构建更多具有全球影响力的品牌矩阵,有望推动中国品牌在全球价值链中从制造加工向高端文化创造跃升。

(据新华社)

内蒙古两地入选国家乡村振兴示范县创建名单

记者从内蒙古自治区农牧厅获悉,农业农村部近日公布2025年国家乡村振兴示范县创建名单,内蒙古土默特右旗、科尔沁右翼前旗两地榜上有名。

开展国家乡村振兴示范县创建是学习运用“千万工程”经验、推进乡村全面振兴的重要举措,旨在进一步优化完善示范县创建管理,探索不同类型地区推进乡村振兴的组织方式、发展模式和实践路径,示范引领带动其他地区乡村全面振兴。

近年来,土默特右旗大力推进种养规模化、土地经营集约化、农畜产品生产加工产业化,培育形成了粮、肉、乳、蛋、糖、果蔬六大主导特色产业,稳定形成了年产85万吨粮、27万吨果蔬、18.6万吨奶、8万吨糖、8.18万吨肉和7.9千吨蛋的生产能力,成为包头市建设绿色农畜产品精深加工基地的重要承载地。2025年,科尔沁右翼前旗新建高标准农田35万亩,实施单产提升行动40万亩,推广保护性耕作160万亩、深松整地45万亩、耕地轮作42万亩;粮食作物播种稳定在390万亩,总产量达32.6亿斤,实现“十五连丰”;生猪、肉牛和肉羊存栏分别达30万口、42万头和390万只,全旗牲畜存栏突破460万头(只、口),综合实力进一步提升。

据悉,2022年以来,农业农村部批准创建了两批200个示范县,指导各示范县深入学习运用“千万工程”经验,加强组织领导,加大政策支持,创新工作举措,深化实践探索,全面推进“五个振兴”,培育出一批可感可学的典型范例,涌现出一批务实创新的路径模式,探索创新了一批行之有效的工作机制,催生了一批乡村振兴先行样板,为示范带动乡村全面振兴提供了有益借鉴。

下一步,我区将持续深入学习运用“千万工程”经验,创新工作机制,强化政策举措,扎实推进国家乡村振兴示范县创建,积极探索不同类型地区推进乡村振兴的有效路径模式,为示范带动乡村全面振兴提供有力支撑。 (韩雪茹)

金奖!乌海乌达草莓闪耀世界草莓博览会

大棚里的草莓

近日,2026世界草莓博览会在杭州举办。此次博览会以“新模式、新产品、高质量”为主题,汇聚了全国190余种精品草莓同台竞“甜”。博览会上,乌海市丰和农业发展有限公司选送的“沙漠红颜”草莓以卓越品质脱颖而出,荣获“金奖”。获奖草莓味道如何?记者带你一探究竟。

走进乌海市丰和农业发展有限公司的草莓大棚,一股浓郁的草莓香气扑鼻而来。一垄垄绿色的草莓苗生机勃勃,颗颗饱满的草莓点缀在绿叶白花之间。

草莓大棚的负责人于女士告诉记者,“沙漠红颜”草莓产自乌达区高标准果蔬种植基地,已建成42栋纯钢结构智能温室,并配有200平方米的分拣包装车间,基地创新采用立体化栽培模式,通过高效利用墙面空间,实现单栋温室年产草莓约一万斤左右,已经形成了从育苗、种植到流通的全产业链条。

记者看到,前来购买草莓的顾客络绎不绝。居民张女士说:“这个草莓价格实惠,超级甜,家里人都爱吃。”

据了解,为了给“沙漠红颜”草莓创造最适宜的生长环境,温室配备了现代化的环境控制系统,精准调控温度、湿度和光照等参数,确保草莓在最佳条件下生长。同时,基地采用高效的水肥一体化管理系统,根据草莓不同生长阶段的需求精确供给水分和养分,促进草莓健康生长,提升果实品质。基地还建立了自己的育苗中心,从源头上严格把控选用高质量种苗,为高产稳产奠定坚实基础。通过这一系列先进技术和管理措施,共同促成了“沙漠红颜”的卓越品质和成功获奖。

“沙漠红颜”草莓屡次在各级评比赛中脱颖而出,这既是品牌长期深耕品质、坚持品种创新的成果,也集中体现了乌达区现代精品农业科学化、标准化的生产管理水平,为农业的高质量发展提供了可借鉴的“甜蜜样本”。接下来,乌达区继续加强技术指导与服务,探索农业的多元化发展路径,进一步拓展休闲采摘、研学体验等新业态,为推进乌达区农文旅商融合发展和乡村振兴注入新的动力,让农民腰包越来越鼓、日子越过越红火。

(来源:魅力乌达)

“呼伦贝尔大草原”品牌形象店落地深圳

打开“北品南销”新窗口

近日,“呼伦贝尔大草原”品牌形象店在深圳宝安机场正式开业运营。该店位于机场GTC二层中庭核心区域,以草原生态为主题设计,集中展示来自呼伦贝尔的优质农畜产品,标志着呼伦贝尔特色农畜产品正式体系化进入粤港澳大湾区市场。

门店依托呼伦贝尔农垦集团600万亩优质耕地及近千万亩天然牧场资源,精选20余种特色产品,涵盖“游牧起源”系列牛羊肉、“苍茫谣”芥花油、“北一季”面粉等,满足日常饮食与礼品消费等多重需求。店内通过原木装饰、草原景观与民族元素融合,营造出鲜明的呼伦贝尔地域氛围。

值得一提的是,店铺同步配备“全链透明溯源系统”,消费者只需扫描产品二维码,就能清晰查看牧草生长、牛羊牧养、标准化加工、智慧物流等全流程信息。这一举措实现了从草原牧场到销售终端的全链条溯源管控,既保障了产品的新鲜度与品质稳定性,更让“生态、安全、优质”的品牌理念深入人心。

(道日苏木吉)

巴彦淖尔市所产葵花籽

成为『蒙字号』农产品出海旗手

河套葵花籽

“咔哒、咔哒……”一阵机打声响起,打印机里缓缓吐出一份检验检疫证单。1月28日,巴彦淖尔市乐河农产品购销有限责任公司的关务员张璐足不出户,便在乌拉特海关网页上办理了属地申报和证单申领业务。此次签证的货物是120吨葵花籽,将出口至伊朗。

“有了这份证单,货物就能发往港口,进行报关装船了。”张璐说道,“从网上申报到海关审核,再到证书申领、自助打印,这些业务几分钟内就全部办完了。”

走进企业的生产车间,提升机、去石机等全自动机器发出隆隆的声响,搬运、封装、检修的工人们干劲十足。7条生产线马力全开,正加紧赶制来自迪拜的5000吨葵花籽订单。“眼下正是葵花籽的出口旺季,海外客户纷纷抢货,我们的订单都已经排到3个月后了。”总经理薄乐介绍道。

海外需求旺盛,企业生产忙碌,货物通关迅速。“去年,我们公司出口了8万吨葵花籽,同比增长了10多个百分点,产品远销中东、中亚和欧洲的20多个国家和地区,预计今年的出口量能达到10万吨。”薄乐说。

巴彦淖尔市是全国最大的向日葵生产基地,去年种植面积达458.66万亩,约占全国总播种面积的50%,全国大多数葵花籽都在这里集散、分销。目前,巴彦淖尔市已形成了从种子研发、规模种植、精深加工到销售全球的葵花籽全产业链,产值约200亿元。

立足资源禀赋,放眼海外市场。去年,巴彦淖尔市葵花籽出口额达55.8亿元,同比增长21.9%,占农产品出口额的64.66%,占内蒙古农产品出口总额的40%。

“葵花籽是引领‘蒙字号’农产品勇闯海外市场的‘旗手’。为此,我们优化属地查检业务,采用线上受理申报、审单放行等作业模式,实现快速通关放行。动态开展技术性贸易措施研究评议工作,为企业‘破壁筑篱’。同时,用活用好优惠贸易协定享惠规则,让企业充分享受关税减让红利,助力葵花籽香飘世界。”乌拉特海关副关长仲崇恩表示。

(图古斯毕力格)

短评

要打造更多叫得响的品牌

评论员 王丰

内蒙古作为我国北疆重要生态屏障和资源富集区,正面临从“资源输出”到“品牌输出”的战略转型。要打造更多叫得响的品牌,内蒙古需要系统性布局,充分发挥自身独特优势。

内蒙古已有一些品牌初步形成影响力,除伊利、蒙牛外,像鄂尔多斯羊绒这类复合型品牌体系以及如锡林郭勒羊肉、科尔沁牛肉等这些区域公用品牌,它们都是“内蒙古制造”的闪亮名片,承载着丰富的历史和文化内涵,见证着内蒙古工业发展踏出的坚实步伐,凝结着内蒙古人对精益求精的执着追求。

品牌之基,在于匠心。从产品到品牌,有一段漫长的道路要走,匠心正是让产品拔节成长的密码。

伊利、蒙牛在激烈竞争中成长为享誉全国的品牌,靠的就是执着专注、精益求精、一丝不苟、追求卓越的工匠精神。从一棵牧草、一头好牛,内蒙古乳业把匠心写在每一道工序、每一个细节里,抓住了消费者的味蕾,使得好奶香飘万里。所谓千锤成利器,百炼成纯钢,只有以匠心铸精品、以质量树品牌,才能打造出更多优秀品牌,让品牌成为引领消费升级、激发经济活力的重要抓手。

品牌之魂,在于创新。对于品牌而言,质量是本,创新为魂。一直以来,鄂尔多斯羊绒都踩准了时代的节拍,以做一个拥有国际视角的中国品牌为己任,不断在生产制造、工艺传承、科学研究、品牌塑造等方面持续投入,并始终坚持自主创新。

品牌之蕴,在于文化。品牌的底蕴来自历史,品牌的魅力源于文化。内蒙古大草原赋予了牛羊肉独特的人文资源。“锡林郭勒羊肉”“科尔沁牛肉”红遍大江南北,本质上是消费者对其“风味工艺+文化叙事”的认可。品牌实力“圈粉”,既是一个“经济故事”,也是一个“文化故事”。实践表明,与其简单粗暴地喊“买它买它”,不如以文化赋能品牌建设,让品牌与消费者形成起有效的精神交流和文化共鸣。

声 明

●四子王旗联创旅游投资有限公司不慎将原法人郝团员章丢失,账号:72003012200000000123904,开户行:内蒙古农商银行四子王旗支行,基本账户编号:J2046000365304,法定代表人:张瑞斌。声明作废。

●郭三伟不慎将《房屋所有权证》遗失,房屋所有权证号:13886,房屋坐落于四子王旗乌兰花镇移民村,现已挂失并申请补办,如有他人对此有异议,请速来四子王旗政务服务中心二楼。现已声明该房屋所有权证书作废。

特此声明

●鄂伦春自治旗大杨树兴远商场有限责任公司不慎将企业法人营业执照(注册号:1521272011043)正副本丢失,现声明作废。

特此声明。

鄂伦春自治旗大杨树兴远商场有限责任公司
2026年2月10日

●内蒙古瓷忆清水文化发展有限责任公司不慎将公章(编号:15010510114184)遗失,现声明作废。

●本公司合法备案、正式使用的公章(统一社会信用代码:91150621L01199376Q,公章编号:15062110042764)为公司唯一有效公章,该公章对外签订合同、出具文件、办理相关事宜等均代表本公司真实意思表示,具有法律效力。

本公司未刻制、授权使用其他任何形式的公章,任何非本公司上述唯一公章所签订的合同、出具的文件及办理的其他一切事宜,均与本公司无关,本公司不承担任何法律责任。

特此声明!

达拉特旗创新煤矿
2026年2月10日

注销公告

经鄂伦春自治旗大杨树兴远商场有限责任公司(注册号:1521272011043)股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记。为保护债权人合法权益,请债权人自本公告发布之日起45日内,向公司清算组申报债权。联系人电话:13948805343。

特此公告。

鄂伦春自治旗大杨树兴远商场有限责任公司
2026年2月10日