

品牌建设:内蒙古挺进农牧业强区的强力引擎

这是内蒙古农畜产品品牌建设的高光时刻。

2025年12月底,在蓉城举行的第十一届中国农业品牌年度颁奖典礼上,“敕勒川味道”呼和浩特区域公用品牌获评“中国农业百强标志性品牌”。

这是继第七届中国农业品牌年度颁奖典礼后,“敕勒川味道”再次获此殊荣,彰显出其涵盖的乳、肉、粮等名品价值的非同寻常。

内蒙古农畜产品区域公用品牌建设的荣光,绝不止于呼和浩特。

“原味乌兰察布”被评为“内蒙古知名区域公用品牌”,品牌价值现已超200亿元,品牌授权企业已达100多家,产品达500余种。

乌兰察布地处北纬40度—43度之间,是公认的优质农畜产品“黄金产业带”。独特的地理位置和丰富的自然资源,赋予了乌兰察布农畜产品得天独厚的品质,促使其成为产品3小时内直供首都的“粮仓”“肉库”“菜园”“奶罐”。

“原味乌兰察布”是什么味儿?

“后旗红”牌马铃薯、兰格格酸奶、丰镇月饼、察右中旗萝卜……这些特色鲜明、质量过硬的农畜产品,成就了餐桌上令人难忘的“原味乌兰察布”。

“天赋河套”以超过300亿元的区域公用品牌价值享誉国内外,位列中国区域农业形象品牌影响力前列,河套雪花粉、三胖蛋瓜子等多类产品畅销100多个国家和地区,走出了一条由“种得好”到“卖得好”“品牌响”的特色产业发展之路,为农牧业高质量发展注入了强劲动能。

仔细梳理内蒙古农畜产品区域公用品牌建设之路,经验弥足珍贵:品牌建设,已成为内蒙古挺进农牧业强区必考课题。

内蒙古坐拥全国1/5的羊肉、1/5

的牛奶、1/9的牛肉产量,包括羊绒、马铃薯等产量,均名列前茅。

名者实之宾,牌者业之魂。特别是近年来,以区域公用品牌建设为突破口,内蒙古锚定战略定位,构建起“政府引导、企业主体、市场运作、社会参与”的品牌培育体系,“品牌兴农牧、品牌强农强牧”的步履更加稳健,品牌建设成为内蒙古由农牧业大区向农牧业强区挺进的强大引擎。

内蒙古宏观经济研究中心专家黄占兵认为,品质是品牌的“生命线”,必须用最严标准来守护区域公用品牌,并把严的标准推广到更多的牛羊肉、乳制品及多类产品上,才能让“内蒙古味道”成为“放心优质”的代名词,让“内蒙古味道”带着地方特色走上全国人民的餐桌。

标准是品牌的基石,品质是品牌的生命。为了确保“绿色好味道”,作为内蒙古核心公用品牌,“蒙”字标以154项严苛认证标准筑牢品质防线,覆盖乳、肉、粮、绒等全区优势农畜产品领域。

2024年“蒙”字标大草原原品牌品牌价值高达5370亿元,目前品牌矩阵已汇聚数百家获证企业的1500多种优质产品,成为草原原品的“质量身份证”。

聚沙成塔,汇流成江。赤峰市深耕“赤诚峰味”区域公用品牌3年多,整合“百标千品”,161家授权企业带出1215款好物,“赤诚峰味”区域公用品牌(矩阵)总价值连续3年蝉联全区第一,仅“敖汉小米”单品牌价值已破300亿元,印证了区域公用品牌的聚合效应。

独木不成林,众志成城。呼和浩特市以伊利、蒙牛为“双核”打造“中国乳都”升级版,并依托国家乳业技术创新中心,从一棵草培育到奶牛养殖、牛奶加工全链把控,让内蒙古牛奶在全国市场稳稳占据1/5的份额,彰显龙头引

领的品牌力量。

品牌兴而产业旺。巴彦淖尔“天赋河套”公用品牌深耕粮油产业,坐拥多地地理标志产品,绿色有机产品充盈粮仓,促进了当地粮油产业集群化升级,河套灌区的沃土结出了恒丰面粉、三胖蛋瓜子、五原黄柿子系列调味料等优质品牌硕果。

物华天宝,贵在品牌赋能。凭借生态养殖优势,通过额尔敦、澳菲利等企业的精深加工与冷链布局,赤峰市的地理标志品牌——“昭乌达肉羊”品牌价值现已超50亿元,带动了当地农牧户持续增收。

“上下同欲者胜。”在挺进农牧业强区的进程中,为了发挥区域公用品牌的关键作用,内蒙古建立起自治区、盟市、旗县、企业四级联动机制,出台《“蒙”字标认证管理办法》,推出“惠企质量贷”,众多企业因解决了融资难问题而持续受益,政策加力为品牌建设保驾护航。

独行快,众行远。内蒙古推动京蒙协作、架起产销桥梁,实施“农畜产品销售倍增计划”,联动各盟市累计推动全区优质农畜产品销售额超千亿元,“内蒙古好物”直达京津冀、长三角、粤港澳大湾区。

一花独放不是春,百花齐放春满园。目前,鄂尔多斯羊绒、呼伦贝尔三河牛、兴安盟“极北香稻”等品牌多点开花,“呼伦贝尔大豆”“锡林郭勒羊”等19个品牌入选《中国农业品牌目录》,“呼伦贝尔草原羊肉”“乌兰察布燕麦”等13个品牌入选农业农村部精品培育计划,全区农畜产品区域公用品牌矩阵覆盖“蒙”字标全域优势产业。

事实胜于雄辩,数据彰显实力。受益于品牌建设,目前内蒙古973个农畜产品纳入国家“名特优新”产品名录,数

量居全国第一;农畜产品质量安全合格率已稳定在98%以上。

有志者事竟成。内蒙古对标国际标准,强化品牌监管,赤峰东黎羊绒进入国际时装周,三胖蛋瓜子远销海外,“蒙”字标荣获全国质量认证优秀案例,成为内蒙古农畜产品走向世界的“价值通行证”。

“治国之道,富民为始。”区域公用品牌建设,现已成为内蒙古联农带富的关键纽带。“赤诚峰味”让赤峰农人腰包鼓胀,“原味乌兰察布”带动产业链上农牧民人均增收1.2万元左右,自治区农畜产品区域公用品牌建设带动了“种、养、加、售”链条上2万多个产业帮扶项目,214万(人次)农牧民共享发展红利。

品牌建设,是内蒙古持续挺进农牧业强区必须答好的重大课题。从“蒙”字标统领全局到盟市区域公用品牌各具特色,从初级产品输出到全产业链增值,内蒙古在推进农畜产品区域公用品牌建设中,已昂首站在“十五五”开局之年。

开局之年,面对“推动经济实现质的有效提升和量的合理增长”这一重大使命任务,内蒙古又将如何加快品牌建设、挺进农牧业强区呢?

自治区党委十一届十一次全会上,内蒙古给出答案:加快农牧业转型发展、建设国家重要农畜产品生产基地,着力提高单产水平,大力推进精深加工,全面加强品牌建设,推动全产业链发展,由农牧业大区向农牧业强区扎实迈进。

道阻且长,行则将至;行而不辍,未来可期。挺进农牧业强区之路上,通过农畜产品区域公用品牌建设,内蒙古正在生动实践中拥抱农牧业高质量发展新时代!

(杨威)



工人在准格尔旗新能源110万千瓦光伏项目区施工

跃升:为“煤”寻求新未来

当目光投向产业深处,准格尔旗正在推动传统煤化工产业向高端化、智能化、绿色化进军。坐落于大路产业园的世界首套万吨级二氧化碳制芳烃工业试验项目加速建设。这一项目以二氧化碳、氢气为原料,采用清华大学自主研发的二氧化碳一步法制芳烃技术,每生产1吨芳烃即消耗约3.2吨二氧化碳,开辟了煤基能源化工的新途径。

“相较于传统石油路线,二氧化碳制芳烃工艺可节省30%以上的成本。”内蒙古久泰馨远新材料有限公司副总经理唐唐介绍,项目产品均四甲苯经加工后可制成耐高温、绝缘性好的聚酰亚胺工程塑料,广泛应用于航天、微电子等领域。

内蒙古能源集团准大电厂2×100万千瓦煤电一体化扩建项目即将竣工。机组热效率从传统亚临界的38%提升至46%左右,供电煤耗压至276克标准煤/千瓦时以下,深度调峰能力可达20%……这些数字背后,是传统煤电向清洁高效迈进的坚实步伐。

关于未来之争,布局新能源产业是准格尔旗抢先落子的“先手棋”。

走进内蒙古天晟新科技有限公司厂房,一块块N型TOPCON组件正下线待发,功率达720W+,转换效率23.4%以上。作为天合光能全资子公司,这里成功下线内蒙古首块大尺寸组件,实现光伏领域的重大突破。面对行业周期波动,政府部门迅速下调租金,为企业节省近600万元成本;企业客户时提供“保姆式”精准服务,从入场到投产仅用21天。

氢能赛道同样风生水起。2023年6月,我国首个万吨级新能源制氢项目——纳日松光伏制氢产业示范项目成功制取第一方“绿氢”,实现太阳能与氢能的深度融合。对于准格尔旗而言,打通绿氢“制—储—输—用”全产业链的条件已然具备,上游光伏资源丰富,下游煤化工企业有“绿氢”替代“灰氢”的潜在需求,矿区的大量采运矿车为氢能交通提供了可观的应用出口。

近年来,准格尔旗把挺进新能源全产业链发展作为主攻方向,加快构建集能源生产、装备制造、应用示范于一体的“风光氢储车”产业集群。辰辰智能、远景能源、库布其沙漠400万千瓦新能源项目、荣盛绿色煤化一体化项目等一批重点项目正加速落地投产。

黄河“几字弯”之畔,这座传统能源基地正在完成一次深刻的转型。从地下到地上,从黑色到绿色,从“一煤独大”到多元支撑,准格尔旗正在奋力书写高质量发展的时代答卷。

(据《鄂尔多斯日报》)

竞逐:“风”“光”无限的产业新景

关于未来之争,布局新能源产业是准格尔旗抢先落子的“先手棋”。

走进内蒙古天晟新科技有限公司厂房,一块块N型TOPCON组件正下线待发,功率达720W+,转换效率23.4%以上。作为天合光能全资子公司,这里成功下线内蒙古首块大尺寸组件,实现光伏领域的重大突破。面对行业周期波动,政府部门迅速下调租金,为企业节省近600万元成本;企业客户时提供“保姆式”精准服务,从入场到投产仅用21天。

氢能赛道同样风生水起。2023年6月,我国首个万吨级新能源制氢项目——纳日松光伏制氢产业示范项目成功制取第一方“绿氢”,实现太阳能与氢能的深度融合。对于准格尔旗而言,打通绿氢“制—储—输—用”全产业链的条件已然具备,上游光伏资源丰富,下游煤化工企业有“绿氢”替代“灰氢”的潜在需求,矿区的大量采运矿车为氢能交通提供了可观的应用出口。

近年来,准格尔旗把挺进新能源全产业链发展作为主攻方向,加快构建集能源生产、装备制造、应用示范于一体的“风光氢储车”产业集群。辰辰智能、远景能源、库布其沙漠400万千瓦新能源项目、荣盛绿色煤化一体化项目等一批重点项目正加速落地投产。

黄河“几字弯”之畔,这座传统能源基地正在完成一次深刻的转型。从地下到地上,从黑色到绿色,从“一煤独大”到多元支撑,准格尔旗正在奋力书写高质量发展的时代答卷。

(据《鄂尔多斯日报》)

荞麦飘香日子甜



工人将生产好的荞麦醋饮料分装装箱

近年来,通辽市库伦旗立足荞麦特色资源优势,以品牌建设为引领、精深加工为抓手,不断延伸产业链条、提升产品附加值,推动农产品向商品转化、资源优势向经济优势转变。目前,“库伦荞麦”区域公用品牌价值已突破112.86亿元,成为带动农牧民增收、助推乡村振兴的强劲引擎。

在库伦旗荞麦醋生物科技有限公司生产车间,工人们正加紧包装、赶制订单。作为库伦旗供销社所属企业,该公司自2024年投产以来,专注荞麦精深加工,依托生物提纯技术萃取荞麦中的黄酮、芦丁等天然营养成分,融合本地沙棘、海棠果等特色食材,成功研发红枣荞麦醋、荞麦沙棘饮料、荞麦海棠果饮料等系列产品。企业实行原料溯源、标准化生产,日产量可达3000至5000箱,产品远销吉林、浙江、北京、上海等地。

“我们坚持生产、加工、基地一体化发展,从种植端严格把控原料品质,依托山西省食品研究院提供技术支持,构建线上线下相结合的销售体

系。”库伦旗供销社主任涂志远介绍,企业目前日产能达5000—10000瓶,年产值可达960万元,以工业化生产带动荞麦产业提质增效。

库伦旗立足本地特色资源,深耕荞麦产业创新发展,打造多款荞麦系列健康产品,推动粗粮精作、产业提档升级。

近年来,库伦旗持续加大荞麦产业扶持力度,推动产品从荞麦米、荞麦面等初级加工,向苦荞茶、荞麦醋饮料、荞花茶、荞麦面条等多元化、高端化产品升级。目前,库伦旗荞麦种植面积稳定在10万亩以上,年产量稳定在3000万斤,拥有荞麦绿色认证企业7家。

从一粒粮到一杯茶、一瓶醋,从初级产品到高端饮品,从特色种植到全链发展,“库伦荞麦”正沿着品牌引领、科技赋能、加工增值的发展路径,持续激活杂粮产业新动能,走出一条特色鲜明、效益显著的乡村振兴之路。

(据《通辽日报》)

锡林郭勒品牌直播带货助力农畜产品走出草原

近年来,锡林郭勒盟品牌建设促进中心结合那达慕、新羊上市、双十一、双十二、年货节等消费热点,组织策划了5场主题直播活动,联合商家让利补贴百万余元,让广大粉丝尽享购物实惠。锡林郭勒品牌全网累计曝光量超1.5亿次,销售额突破4340万元。

据了解,锡林郭勒盟着力在线上营销推广以锡林郭勒羊、锡林郭勒奶酪区域公用品牌产品为代表的优质农畜产

品上下功夫、探路经,相继出台了一系列扶持政策和措施,连续举办了网红大赛、电商购物季等系列活动,不断挖掘培养壮大网红直播队伍,宣传营销锡林郭勒羊、锡林郭勒奶酪区域公用品牌及产品。

截至目前,累计曝光量达2.5亿次以上,累计销售额达8502.75万元,有效推动了锡林郭勒优质特色农畜产品走出内蒙古、走向全国。

(闫浩军)

短评

唤醒“草原优品”:破解内蒙古农牧业的品牌“短板”之困

评论员 王丰

“天苍苍,野茫茫,风吹草低见牛羊。”这句脍炙人口的民歌,描绘的正是内蒙古得天独厚的农牧业画卷。

作为国家重要的农畜产品生产基地,内蒙古坐拥广袤的草原、独特的资源禀赋和纯净的空气,孕育出锡林郭勒羊、科尔沁牛、兴安盟大米、乌兰察布马铃薯等一批优质农畜产品。然而,当我们跳出产区,站在全国乃至全球的消费市场回看,一个尴尬的现实摆在面前:好东西不少,真正叫得响、立得住、能代表内蒙古的“金字招牌”却不多。资源禀赋的“优”尚未完全转化为市场竞争的“势”,强力补齐农畜品牌建设的短板,已是当务之急。

内蒙古农畜品牌尽管都有各自的拳头产品,但品牌主体多以中小企业、合作社为主,缺乏像伊利、蒙牛这样具

有全国乃至全球影响力的头部企业引领。这就导致品牌建设各自为战,力量分散。一个典型的例子是肉羊市场,消费者是能说出“内蒙古羊肉好”,但更需要越来越多坚韧度高的品牌。品牌识别度低,使得内蒙古的优质产品常常陷入低价竞争的泥潭,甚至被其他产区的产品“搭便车”,损害了原产地声誉。

内蒙古农畜产品的核心竞争力,不仅仅是“绿色、有机”,更在于其背后深厚的文化。牧民与自然和谐共生的智慧、传承千年的传统养殖方式、草原人民的热情与淳朴,这些都是品牌故事中最动人的情节。要将这些独特的文化基因有效注入品牌灵魂,讲出动人的故事,与消费者建立情感连接。消费者购买的不仅是食物,更是一种对遥远草原的向往和眷恋,这种情感价值有必要进一步开发。

产业链条延伸广,品牌附加值才能体现得淋漓尽致。

如何系统谋划?如何精耕细作?这需要政府、企业、行业协会和农牧民多方合力,打出一套补齐品牌建设短板的组合拳。

强化顶层设计,构建内蒙古品牌矩阵。应借鉴其他农业强省的经验,做好内蒙古农畜品牌发展的总体规划。重点打造一批像“天赋河套”那样具有全品类引领作用的区域公用品牌,形成“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”协同发展的矩阵。明确各层级的定位、权利和义务,统一形象、统一标准,统一宣传,形成拳头效应。同时,加大政策扶持力度,在资金、项目、用地等方面对品牌建设主体予以倾斜。

深挖文化内涵,讲好草原上的品牌故事。将草原上的文化、文明、特色与

现代消费理念相结合,赋予品牌独特的文化IP。通过纪录片、短视频、文创产品、体验式营销等多种形式,讲述传统技艺传承、绿色养殖坚守的故事。让消费者在品味内蒙古口味的同时,也能感受到内蒙古的文化魅力,建立起情感共鸣和品牌忠诚度。

延伸产业链条,提升产品精深加工水平。围绕优势特色产业,大力引进和培育精深加工龙头企业,推动农牧业从卖“原字号”向卖“大服务”转变。鼓励企业与科研院所合作,开发适应市场需求、符合消费新趋势的产品,如方便食品、休闲食品、功能性食品等。通过产业链的纵向延伸和横向拓展,提升产品附加值,夯实品牌价值根基。

品牌是农业现代化的核心标志,也是内蒙古由农牧业大区向农牧业强区跨越的关键一环。

脆瓜铺就增收路

近日,在巴彦淖尔市杭锦后旗二道桥镇东方红太阳升田园综合体温室大棚内果香扑鼻,一串串绿中透白、饱满匀称的高石脆瓜挂满藤蔓,在暖阳光下泛着诱人光泽。这一源自陕西的特色品种,跨越千里在杭锦后旗落地生根,凭借香、脆、甜的独特口感,成为新春市场上炙手可热的“甜蜜特产”,更成为带动群众增收、助推乡村振兴的特色产业。

走进种植大棚,翠绿的瓜藤沿着支架蜿蜒攀爬,沉甸甸的果实缀满枝蔓,圆润饱满、色泽鲜亮。工人们穿梭其间,忙着套袋、采摘、装箱,一派繁忙的丰收景象。目前,棚内脆瓜已陆续进入盛果期,大量上市供应市场,不仅丰富了居民的新春果盘,更成为备受青睐的特色年货,为村民们送上了沉甸甸的“甜蜜增收礼”。

园区技术员王小康一边查看瓜田长势,一边介绍说:“我们今年主要给西

安供货,同时拓展了全国多城销售渠道。一部分从线下售卖,另一部分在线上售卖,线上礼盒主要销往广州、深圳、上海、北京等地,凭借过硬品质很受消费者欢迎。”

对于太阳升村村民刘凤莲来说,这个春节因脆瓜变得格外充实。“以前这个时候,基本就是在家歇着,现在不一样了,这几天正是脆瓜热销的时候,活儿多,收入也高。在家门口就能上班,既能照顾家庭,又能稳定增收,心里特别高兴。”正在棚内忙碌的刘凤莲笑着说。

小小的高石脆瓜不仅串起了“种植—采摘—分拣—销售”的完整产业链,更带动周边群众就近就业、技能增收,让村民的“钱袋子”越来越鼓。未来,杭锦后旗将持续做强特色设施农业,不断完善产业链条、拓宽销售渠道,以产业兴旺为乡村振兴注入源源不断的“甜蜜动能”。

(王旭尧 马娟)

安供货,同时拓展了全国多城销售渠道。一部分从线下售卖,另一部分在线上售卖,线上礼盒主要销往广州、深圳、上海、北京等地,凭借过硬品质很受消费者欢迎。”

对于太阳升村村民刘凤莲来说,这个春节因脆瓜变得格外充实。“以前这个时候,基本就是在家歇着,现在不一样了,这几天正是脆瓜热销的时候,活儿多,收入也高。在家门口就能上班,既能照顾家庭,又能稳定增收,心里特别高兴。”正在棚内忙碌的刘凤莲笑着说。

小小的高石脆瓜不仅串起了“种植—采摘—分拣—销售”的完整产业链,更带动周边群众就近就业、技能增收,让村民的“钱袋子”越来越鼓。未来,杭锦后旗将持续做强特色设施农业,不断完善产业链条、拓宽销售渠道,以产业兴旺为乡村振兴注入源源不断的“甜蜜动能”。

(王旭尧 马娟)