



一块小小的奶酪,在纬度45度的黄金奶源带上,讲述区域品牌赋能的故事,从“毡房风味”到“国字号品牌”的嬗变

2026年暮春,此刻,锡林郭勒草原尚有一丝春寒,但在位于锡林浩特市的首放·锡林郭勒奶酪文化产业园展示厅内,却是一番火热景象。

来自天南地北的客商、考察团络绎不绝,他们的目光流连在琳琅满目的奶制品之间——造型各异的奶豆腐、色泽温润的奶皮子、独立包装的手撕奶酪,以及创新推出的乳糖糖、奶制饮品。

“最受欢迎的是我们的手撕奶酪,它在传统工艺上进行了口感改良,更符合现代市场的需求,仅2025年就销售了大约1200吨。”产业园负责人杨静指着展厅中央的主打产品介绍。

她身后的数据揭示着这个产业的澎湃动力:总投资1.5亿元的园区,年产能已达2.8万吨,自开园以来产值增长了近10倍,直接带动就业超过500人。

这里,是“锡林郭勒奶酪”区域公用品牌崛起的一个缩影。从毡房里的手工技艺,到现代化产业园的标准化生产线;从本地集市上的风味小吃,到年销售额突破1.58亿元、品牌价值高达43.17亿元的“内蒙古知名区域公用品牌”,一块小小的奶酪,正在北纬45度的黄金奶源带上,讲述一个关于传统产业嬗变、区域品牌赋能与乡村振兴的宏大故事。

从手工作坊到现代化生产线

在历史的长河中,逐水草而居的牧民将鲜奶加工成奶豆腐、楚拉(奶渣)、奶皮子,既能保存营养,又能应对寒冷冬季。然而,在漫长的岁月里,这份“家的味道”大多停留在家庭自制、邻里交换或本地小范围售卖的阶段,工艺依靠口传心授,品质倚赖个人经验。

转变始于对发展路径的深刻洞察。锡林郭勒盟拥有20万平方公里的天然草原,地处全球公认的黄金奶源带。如何将得天独厚的资源优势转化为经济优势?答案指向了那些毡房

里飘香了千百年的奶食。

“我们认识到,不能总是抱着金饭碗找饭吃。”锡林郭勒盟农牧局局长南丁表示。乘着国家和自治区奶业振兴战略的东风,锡林郭勒盟将地方特色乳制品产业明确为“富民兴盟的核心抓手”。一场围绕鲜奶的产业化、现代化远征就此拉开序幕。

锡林郭勒盟本级财政每年专项安排1000万元资金,形成了覆盖全产业链的精准支持政策矩阵:引进良种奶牛,每头补贴5000元;支持建设挤奶站、生鲜乳收储中转站,每个补贴40万元;鼓励手工坊升级为SC认证企业,每家补贴20万元。这些“真金白银”的举措,如同精准滴灌,促使产业蓬勃发展。

苏尼特左旗赛罕高毕苏木的牧民斯琴图正是这股春风的受益者。他说:“我们把传统奶食改造得更现代化,像零食、酸奶这些,更受市场欢迎。”如今,他的工厂实现了自动化、标准化生产,他成立的合作社每年带动其他成员平均增收2万元。

在正蓝旗桑根达来镇,巴音青格日乐家庭牧场的负责人格日勒感慨万千:“从2005年的一家小奶食店,到去年升级为SC企业,生意越来越好,收获满满。”她的牧场日加工鲜奶1.5吨,产品远销至新疆、云南、北京、天津,年销售额突破300万元。

截至2025年,锡林郭勒盟登记注册的地方特色乳制品小作坊已达925家,SC认证食品生产企业43家,分别占自治区总量的45%和50%。

从零出发到43.17亿元品牌价值

产业蓬勃发展的另一面,是“成长的烦恼”。产品规格不一、质量标准模糊、品牌识别度低……如何让散落草原的优质产品,凝聚成一块闯荡全国市场的“金字招牌”?

锡林郭勒盟的选择是:品牌引领,标准先行。

2020年,锡林郭勒盟在自治区率先组建了地市一级的品牌建设专门机构——锡林郭勒盟品牌建设促进中心,专职负责农畜产品区域公用品牌的运营与管理。经过精心筹备,“锡林郭勒奶酪”区域公用品牌在2023年正式发布,并迅速在次年成功斩获国家农产品地理标志登记保护和地理标志证明商标,成为业内少有的“双地标”产品。

锡林郭勒盟先后推动发布了“奶豆腐”“楚拉”“奶皮子”等42项地方特色乳制品团体标准,从原料、工艺到成品,建立了详尽的技术规程。同时,构建了严密的质量安全防线:盟、旗两级检测机构能力持续提升,对生鲜乳实行“属地定期检、外来抽样测”,对乳制品生产企业和作坊实现产品抽检全覆盖。2025年,盟完成生鲜乳抽检5800批次以上,产品检测2200批次以上,合格率分别稳定在99%和100%。

严格的准入和管控,为品牌授权树立了高门槛,也赋予了授权企业强大的市场信誉背书。正蓝旗长虹乳制品厂在获得品牌授权后,发展驶入了快车道。“我们这是借着大船出海。”董事长孙立山深有感触地说:“锡林郭勒奶酪”这个区域公用品牌让我们更容易被南方市场认识和接受。”如今,该企业产品已发展到4大类近100种,销往全国多地。

2025年,“锡林郭勒奶酪”授权生产主体达到99家,全年生产品牌产品2964吨,同比增长57%;实现销售额1.58亿元,同比增长42%。同年,“锡林郭勒奶酪”品牌价值经评估高达43.17亿元,并获评“内蒙古知名区域公用品牌”称号。

从毡房到工厂,从经验到标准,从特产到品牌,锡林郭勒奶酪完成了一次华丽的嬗变。这块“金字招牌”,凝聚的是北纬45度的阳光、草场和纯净奶源,是传承与创新融合的工艺,更是全盟上下推动产业高质量发展的决心。

链。根据产业发展趋势,未来5到10年,鄂托克旗的螺旋藻产业将成为撬动地方经济转型、服务国民健康、走向国际市场的百亿级绿色产业。

如何驶向绿色产业新蓝海?鄂托克旗结合现有基础、发展路径、独特的资源禀赋和20余年的产业深耕,给出了答案。

螺旋藻属于微藻,肉眼一般不可见,在显微镜下观察为螺旋形,故而得名。这种距今已有35亿年历史的古老物种,富含优质蛋白质、维生素、矿物质等多种活性物质,具有极高的营养保健价值。地处北纬38°的鄂托克旗全年日照超3000小时,昼夜温差大,境内察汗淖尔碱湖的高盐高碱环境为螺旋藻生长提供了绝佳条件。

为依托资源禀赋发展螺旋藻产业,2003年鄂托克旗螺旋藻产业探索起步,2009年建成全球最大的螺旋藻生产基地——鄂托克旗螺旋藻产业园。目前园区拥有4993座标准化养殖大棚,年产高品质螺旋藻粉

5200多吨,占全国总产量的50%、世界总产量的40%,被誉为“世界藻都”。产品涵盖螺旋藻粉、螺旋藻片、藻蓝蛋白、保健食品、化妆品等20多个品类,远销40多个国家和地区,出口量占产量的80%以上,年产值超5.3亿元。2025年,“鄂托克螺旋藻”获国家地理标志证明商标,实现地理标志产品与证明商标“双保护”,品牌价值达5.68亿元。

产业的蓬勃发展,离不开科技创新的“加持”。2023年,鄂托克旗与浙江大学共建生物医药联合研究中心,研发出螺旋藻外泌体超纯液、纳米螺旋藻滴眼液、螺旋藻益生菌等高端产品,累计获得11项国家发明专利和1项日本专利,推动产业从原料输出向生物医药、高端健康食品领域跨越,构建起从基础研究到产业转化的全链条创新体系。

“我们已经拥有螺旋藻行业的标准制定权和价格话语权,正逐步将微藻养殖领域的细分赛道做精、做专、做大、做强,这一产业的未来前景十分广阔。”身兼鄂托克旗螺旋藻行业协会秘书长的苏勇宁对未来发展充满信心。

20多年行业深耕,鄂托克旗螺旋藻产业对当地经济发展与生态环保产生了深远影响。螺旋藻产业已成为当地特色支柱产业,产业规模化发展带动了养殖、加工、物流、电商、文旅等全链条发展,推动传统农牧业向高效特色现代农业转型。这一生态友好型绿色产业的发展,为资源型地区绿色低碳转型提供了借鉴,为县域经济高质量发展注入了持久动力。

(郝雪莲)

“之前咱们磴口华莱士瓜包装不统一,辨识度不高,容易和外地蜜瓜混淆,消费者也不好辨别真伪。这次统一设计包装箱,印有专属标志、中华人民共和国地理标志专用标志,标识规范、特色鲜明,消费者能轻松认出正宗瓜品,有效提升了产品辨识度与品牌价值,进一步助力华莱士瓜销售。”

统一规范的包装不仅解决了以往产品标识杂乱的问题,更强化了品牌辨识度,有效提升磴口华莱士瓜的市场竞争力,助力产品拓宽销售渠道,带动瓜农增收致富,为磴口县特色产业农业高质量发展、助推乡村振兴注入强劲动力。(赵晓惠 姜瑞)

近日,国家地理标志产品磴口华莱士瓜通过标准化标识打造品牌辨识度,全力守护磴口华莱士瓜优良品质,进一步擦亮地方特色农产品金字招牌。

磴口华莱士瓜凭借独特的种植环境和优良品质,成为享誉区内的知名瓜果品牌。以往,华莱士瓜包装样式杂乱,缺乏统一标准,不仅没能凸显地域产品特色,还容易与外地同类蜜瓜混淆,一定程度上影响了品牌形象和市场认可度。为进一步做强特色农业产业,磴口县针对性推进华莱士瓜包装规范化工作,精心设计打造统一包装箱,让每一颗磴口华莱士瓜都有了专属的品牌标识。

据磴口县文化旅游投资开发有

限责任公司宣传部职员谢雨娟介绍:“之前咱们磴口华莱士瓜包装不统一,辨识度不高,容易和外地蜜瓜混淆,消费者也不好辨别真伪。这次统一设计包装箱,印有专属标志、中华人民共和国地理标志专用标志,标识规范、特色鲜明,消费者能轻松认出正宗瓜品,有效提升了产品辨识度与品牌价值,进一步助力华莱士瓜销售。”

统一规范的包装不仅解决了以往产品标识杂乱的问题,更强化了品牌辨识度,有效提升磴口华莱士瓜的市场竞争力,助力产品拓宽销售渠道,带动瓜农增收致富,为磴口县特色产业农业高质量发展、助推乡村振兴注入强劲动力。(赵晓惠 姜瑞)

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全程可追溯。

2025年,“赤峰好味”“赤峰奔麦”“昭乌达肉羊”等7个区域公用品牌入选“内蒙古知名区域公用品牌榜单”,上榜品牌总价值达1195.65亿元,连续3年稳居全区首位。全市拥有区域公用品牌154个、农产品地理标志21个、地理标志证明商标43个、全国名特优新农产品110个、绿色食品1093个,认证数量稳居自治区前列。

站在新起点,赤峰市将持续深化品牌强农战略,聚焦“昭乌达肉羊”“赤峰番茄”等特色单品打造爆款产品,健全品牌授权与监管机制,让更多赤峰优质农畜产品走出内蒙古、链通全国。(王塔娜)

小小螺旋藻成就绿色大产业

鄂托克旗螺旋藻产业园内,一排排整齐的绿色养殖大棚在阳光下熠熠生辉。工人们正忙碌地进行日常维护,确保螺旋藻在最佳环境中生长。

螺旋藻是一种单细胞蓝藻,具有极高的营养价值和药用价值。在鄂托克旗,螺旋藻产业已经发展成为一项支柱产业,为当地农牧民带来了可观的经济效益。

随着科技的不断进步,螺旋藻的养殖技术也在不断创新。通过优化光照、温度、pH值等参数,可以实现螺旋藻的高产稳产。同时,通过深加工,可以开发出各种螺旋藻产品,满足不同消费者的需求。

未来,鄂托克旗将继续加大科技投入,推动螺旋藻产业向高质量发展迈进,为乡村振兴和绿色农业做出更大贡献。

鄂尔多斯市飞龙汽车城集团有限公司棋盘井销售分公司不慎将营业执照正副本丢失,证号:91150693MA0QYQ461B,特此声明。

从一滴奶香到三方共赢

锡林郭勒奶酪产业的发展,其意义早已超越了一个单一产业的范畴。它像一把精巧的“金钥匙”,通过贯通一二三产业,开启了乡村振兴、共同富裕的新格局。

锡林郭勒盟通过政策引导,鼓励牧民成立奶源合作社,并对散户实行鲜奶保护价收购,确保了“优质优价”。截至2025年,全盟奶牛存栏达34万头,产奶量66.5万吨,奶马、奶骆驼等特色奶源也同步发展,多元供给格局让更多牧民受益。养殖户不仅卖奶有保障,更在“养殖+加工”一体化模式下获得更多增值收益。目前,全盟已形成“大场带小户、集群促发展”的生动局面。

在锡林郭勒盟,遍布各旗县的1500余家奶食品加工小作坊和数十家现代化企业,构成了庞大的就业体系。首放产业园带动直接就业500余人,辐射上下游上千人;全盟产业带动就业总人数已超过8000人。许多像斯琴图、格日勒这样的牧民,转型成为产业工人,合作社负责人甚至企业家,实现了从“放牧者”到“经营者”的身份转变。

在首放产业园,不仅能看到生产线,还配套建设了奶酪露营地,通过举办奶酪文化节、美食品鉴会,让游客在品尝美食的同时,深度体验这里的优秀传统文化。线上,京东、天猫旗舰店、抖音店铺以及如火如荼的直播带货,将草原风味瞬间送达全国各地消费者的餐桌。线下,产品成功进入国内多家头部商超系统。这种立体多元的融合模式,极大提升了产业的附加值和影响力。

一块奶酪,串联起了牧户、合作社、企业,链接了养殖、加工、销售、文旅多个环节,让草原的生态价值、文化价值通过现代化产业体系,源源不断地转化为经济价值。它让牧民的钱袋子鼓了起来,让乡村的产业活了起来,也让传统文化在新时代焕发出新的光彩。

(巴依斯古楞)

“我们认识到,不能总是抱着金饭碗找饭吃。”锡林郭勒盟农牧局局长南丁表示。乘着国家和自治区奶业振兴战略的东风,锡林郭勒盟将地方特色乳制品产业明确为“富民兴盟的核心抓手”。一场围绕鲜奶的产业化、现代化远征就此拉开序幕。

锡林郭勒盟本级财政每年专项安排1000万元资金,形成了覆盖全产业链的精准支持政策矩阵:引进良种奶牛,每头补贴5000元;支持建设挤奶站、生鲜乳收储中转站,每个补贴40万元;鼓励手工坊升级为SC认证企业,每家补贴20万元。这些“真金白银”的举措,如同精准滴灌,促使产业蓬勃发展。

苏尼特左旗赛罕高毕苏木的牧民斯琴图正是这股春风的受益者。他说:“我们把传统奶食改造得更现代化,像零食、酸奶这些,更受市场欢迎。”如今,他的工厂实现了自动化、标准化生产,他成立的合作社每年带动其他成员平均增收2万元。

在正蓝旗桑根达来镇,巴音青格日乐家庭牧场的负责人格日勒感慨万千:“从2005年的一家小奶食店,到去年升级为SC企业,生意越来越好,收获满满。”她的牧场日加工鲜奶1.5吨,产品远销至新疆、云南、北京、天津,年销售额突破300万元。

截至2025年,锡林郭勒盟登记注册的地方特色乳制品小作坊已达925家,SC认证食品生产企业43家,分别占自治区总量的45%和50%。

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全程可追溯。

2025年,“赤峰好味”“赤峰奔麦”“昭乌达肉羊”等7个区域公用品牌入选“内蒙古知名区域公用品牌榜单”,上榜品牌总价值达1195.65亿元,连续3年稳居全区首位。全市拥有区域公用品牌154个、农产品地理标志21个、地理标志证明商标43个、全国名特优新农产品110个、绿色食品1093个,认证数量稳居自治区前列。

站在新起点,赤峰市将持续深化品牌强农战略,聚焦“昭乌达肉羊”“赤峰番茄”等特色单品打造爆款产品,健全品牌授权与监管机制,让更多赤峰优质农畜产品走出内蒙古、链通全国。(王塔娜)

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全程可追溯。

2025年,“赤峰好味”“赤峰奔麦”“昭乌达肉羊”等7个区域公用品牌入选“内蒙古知名区域公用品牌榜单”,上榜品牌总价值达1195.65亿元,连续3年稳居全区首位。全市拥有区域公用品牌154个、农产品地理标志21个、地理标志证明商标43个、全国名特优新农产品110个、绿色食品1093个,认证数量稳居自治区前列。

站在新起点,赤峰市将持续深化品牌强农战略,聚焦“昭乌达肉羊”“赤峰番茄”等特色单品打造爆款产品,健全品牌授权与监管机制,让更多赤峰优质农畜产品走出内蒙古、链通全国。(王塔娜)

鄂尔多斯市飞龙汽车城集团有限公司棋盘井销售分公司不慎将营业执照正副本丢失,证号:91150693MA0QYQ461B,特此声明。

记者从自治区市场监管局获悉,内蒙古2025年度“名特优新”个体工商户名单公布,968户入选,涵盖知名、特色、优质、新兴四大类别,获评的个体工商户既承载着地方特色产业与民俗文化底蕴,又彰显了个体经济创新发展活力。

“名特优新”个体工商户是国家市场监督管理总局打造的经营主体培育品牌,重点培育产品服务优质、地方特色鲜明、传承传统技艺、发展新业态的个体经营者。本次评选经自主申报、各地初审、量化评议、综合审核、公示等严格程序,围绕经营特色、产品质量、诚信口碑、创新能力等指标筛选,覆盖餐饮零售、农牧特产、生活服务、文化创意、电商新业态等多个领域。

入选的个体工商户呈现出多个特点,即民生导向更突出,以社区便民服务、特色小吃、本土特产等为主,贴近群

众日常需求;特色属性更鲜明,普遍具备地域特色、技艺独特、口碑良好优势,“小而专、小而精、小而优”特征显著;合规经营更规范,信用状况良好,无违法违规记录,在诚信经营、质量安全、服务标准上发挥示范作用。

从地域分布看,各盟市均有入选,布局均衡,特色鲜明。其中,赤峰市116户、阿拉善盟115户,入选数量居前;呼伦贝尔市113户、通辽市92户、兴安盟92户,在餐饮服务、特色加工等领域亮点突出。

个体工商户是经济发展的生力军,在稳就业、促创新、利民生等方面作用重要。内蒙古将推动“名特优新”认定与平台赋能个体经济发展深度结合,把荣誉转化为发展实效,助力个体工商户做大做强,带动更多经营主体提质增效,为内蒙古民营经济高质量发展注入更强劲动能。

(李国萍)

近日,国家地理标志产品磴口华莱士瓜通过标准化标识打造品牌辨识度,全力守护磴口华莱士瓜优良品质,进一步擦亮地方特色农产品金字招牌。

磴口华莱士瓜凭借独特的种植环境和优良品质,成为享誉区内的知名瓜果品牌。以往,华莱士瓜包装样式杂乱,缺乏统一标准,不仅没能凸显地域产品特色,还容易与外地同类蜜瓜混淆,一定程度上影响了品牌形象和市场认可度。为进一步做强特色农业产业,磴口县针对性推进华莱士瓜包装规范化工作,精心设计打造统一包装箱,让每一颗磴口华莱士瓜都有了专属的品牌标识。

据磴口县文化旅游投资开发有

限责任公司宣传部职员谢雨娟介绍:“之前咱们磴口华莱士瓜包装不统一,辨识度不高,容易和外地蜜瓜混淆,消费者也不好辨别真伪。这次统一设计包装箱,印有专属标志、中华人民共和国地理标志专用标志,标识规范、特色鲜明,消费者能轻松认出正宗瓜品,有效提升了产品辨识度与品牌价值,进一步助力华莱士瓜销售。”

统一规范的包装不仅解决了以往产品标识杂乱的问题,更强化了品牌辨识度,有效提升磴口华莱士瓜的市场竞争力,助力产品拓宽销售渠道,带动瓜农增收致富,为磴口县特色产业农业高质量发展、助推乡村振兴注入强劲动力。(赵晓惠 姜瑞)

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全程可追溯。

2025年,“赤峰好味”“赤峰奔麦”“昭乌达肉羊”等7个区域公用品牌入选“内蒙古知名区域公用品牌榜单”,上榜品牌总价值达1195.65亿元,连续3年稳居全区首位。全市拥有区域公用品牌154个、农产品地理标志21个、地理标志证明商标43个、全国名特优新农产品110个、绿色食品1093个,认证数量稳居自治区前列。

站在新起点,赤峰市将持续深化品牌强农战略,聚焦“昭乌达肉羊”“赤峰番茄”等特色单品打造爆款产品,健全品牌授权与监管机制,让更多赤峰优质农畜产品走出内蒙古、链通全国。(王塔娜)

鄂尔多斯市飞龙汽车城集团有限公司棋盘井销售分公司不慎将营业执照正副本丢失,证号:91150693MA0QYQ461B,特此声明。

记者从自治区市场监管局获悉,内蒙古2025年度“名特优新”个体工商户名单公布,968户入选,涵盖知名、特色、优质、新兴四大类别,获评的个体工商户既承载着地方特色产业与民俗文化底蕴,又彰显了个体经济创新发展活力。

“名特优新”个体工商户是国家市场监督管理总局打造的经营主体培育品牌,重点培育产品服务优质、地方特色鲜明、传承传统技艺、发展新业态的个体经营者。本次评选经自主申报、各地初审、量化评议、综合审核、公示等严格程序,围绕经营特色、产品质量、诚信口碑、创新能力等指标筛选,覆盖餐饮零售、农牧特产、生活服务、文化创意、电商新业态等多个领域。

入选的个体工商户呈现出多个特点,即民生导向更突出,以社区便民服务、特色小吃、本土特产等为主,贴近群

众日常需求;特色属性更鲜明,普遍具备地域特色、技艺独特、口碑良好优势,“小而专、小而精、小而优”特征显著;合规经营更规范,信用状况良好,无违法违规记录,在诚信经营、质量安全、服务标准上发挥示范作用。

从地域分布看,各盟市均有入选,布局均衡,特色鲜明。其中,赤峰市116户、阿拉善盟115户,入选数量居前;呼伦贝尔市113户、通辽市92户、兴安盟92户,在餐饮服务、特色加工等领域亮点突出。

个体工商户是经济发展的生力军,在稳就业、促创新、利民生等方面作用重要。内蒙古将推动“名特优新”认定与平台赋能个体经济发展深度结合,把荣誉转化为发展实效,助力个体工商户做大做强,带动更多经营主体提质增效,为内蒙古民营经济高质量发展注入更强劲动能。

(李国萍)

近日,国家地理标志产品磴口华莱士瓜通过标准化标识打造品牌辨识度,全力守护磴口华莱士瓜优良品质,进一步擦亮地方特色农产品金字招牌。

磴口华莱士瓜凭借独特的种植环境和优良品质,成为享誉区内的知名瓜果品牌。以往,华莱士瓜包装样式杂乱,缺乏统一标准,不仅没能凸显地域产品特色,还容易与外地同类蜜瓜混淆,一定程度上影响了品牌形象和市场认可度。为进一步做强特色农业产业,磴口县针对性推进华莱士瓜包装规范化工作,精心设计打造统一包装箱,让每一颗磴口华莱士瓜都有了专属的品牌标识。

据磴口县文化旅游投资开发有

限责任公司宣传部职员谢雨娟介绍:“之前咱们磴口华莱士瓜包装不统一,辨识度不高,容易和外地蜜瓜混淆,消费者也不好辨别真伪。这次统一设计包装箱,印有专属标志、中华人民共和国地理标志专用标志,标识规范、特色鲜明,消费者能轻松认出正宗瓜品,有效提升了产品辨识度与品牌价值,进一步助力华莱士瓜销售。”

统一规范的包装不仅解决了以往产品标识杂乱的问题,更强化了品牌辨识度,有效提升磴口华莱士瓜的市场竞争力,助力产品拓宽销售渠道,带动瓜农增收致富,为磴口县特色产业农业高质量发展、助推乡村振兴注入强劲动力。(赵晓惠 姜瑞)

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全程可追溯。

2025年,“赤峰好味”“赤峰奔麦”“昭乌达肉羊”等7个区域公用品牌入选“内蒙古知名区域公用品牌榜单”,上榜品牌总价值达1195.65亿元,连续3年稳居全区首位。全市拥有区域公用品牌154个、农产品地理标志21个、地理标志证明商标43个、全国名特优新农产品110个、绿色食品1093个,认证数量稳居自治区前列。

站在新起点,赤峰市将持续深化品牌强农战略,聚焦“昭乌达肉羊”“赤峰番茄”等特色单品打造爆款产品,健全品牌授权与监管机制,让更多赤峰优质农畜产品走出内蒙古、链通全国。(王塔娜)

鄂尔多斯市飞龙汽车城集团有限公司棋盘井销售分公司不慎将营业执照正副本丢失,证号:91150693MA0QYQ461B,特此声明。

记者从自治区市场监管局获悉,内蒙古2025年度“名特优新”个体工商户名单公布,968户入选,涵盖知名、特色、优质、新兴四大类别,获评的个体工商户既承载着地方特色产业与民俗文化底蕴,又彰显了个体经济创新发展活力。

“名特优新”个体工商户是国家市场监督管理总局打造的经营主体培育品牌,重点培育产品服务优质、地方特色鲜明、传承传统技艺、发展新业态的个体经营者。本次评选经自主申报、各地初审、量化评议、综合审核、公示等严格程序,围绕经营特色、产品质量、诚信口碑、创新能力等指标筛选,覆盖餐饮零售、农牧特产、生活服务、文化创意、电商新业态等多个领域。

入选的个体工商户呈现出多个特点,即民生导向更突出,以社区便民服务、特色小吃、本土特产等为主,贴近群

众日常需求;特色属性更鲜明,普遍具备地域特色、技艺独特、口碑良好优势,“小而专、小而精、小而优”特征显著;合规经营更规范,信用状况良好,无违法违规记录,在诚信经营、质量安全、服务标准上发挥示范作用。

从地域分布看,各盟市均有入选,布局均衡,特色鲜明。其中,赤峰市116户、阿拉善盟115户,入选数量居前;呼伦贝尔市113户、通辽市92户、兴安盟92户,在餐饮服务、特色加工等领域亮点突出。

个体工商户是经济发展的生力军,在稳就业、促创新、利民生等方面作用重要。内蒙古将推动“名特优新”认定与平台赋能个体经济发展深度结合,把荣誉转化为发展实效,助力个体工商户做大做强,带动更多经营主体提质增效,为内蒙古民营经济高质量发展注入更强劲动能。

(李国萍)

近日,国家地理标志产品磴口华莱士瓜通过标准化标识打造品牌辨识度,全力守护磴口华莱士瓜优良品质,进一步擦亮地方特色农产品金字招牌。

磴口华莱士瓜凭借独特的种植环境和优良品质,成为享誉区内的知名瓜果品牌。以往,华莱士瓜包装样式杂乱,缺乏统一标准,不仅没能凸显地域产品特色,还容易与外地同类蜜瓜混淆,一定程度上影响了品牌形象和市场认可度。为进一步做强特色农业产业,磴口县针对性推进华莱士瓜包装规范化工作,精心设计打造统一包装箱,让每一颗磴口华莱士瓜都有了专属的品牌标识。

据磴口县文化旅游投资开发有

限责任公司宣传部职员谢雨娟介绍:“之前咱们磴口华莱士瓜包装不统一,辨识度不高,容易和外地蜜瓜混淆,消费者也不好辨别真伪。这次统一设计包装箱,印有专属标志、中华人民共和国地理标志专用标志,标识规范、特色鲜明,消费者能轻松认出正宗瓜品,有效提升了产品辨识度与品牌价值,进一步助力华莱士瓜销售。”

统一规范的包装不仅解决了以往产品标识杂乱的问题,更强化了品牌辨识度,有效提升磴口华莱士瓜的市场竞争力,助力产品拓宽销售渠道,带动瓜农增收致富,为磴口县特色产业农业高质量发展、助推乡村振兴注入强劲动力。(赵晓惠 姜瑞)

日前,走进赤峰市敖汉旗盛远农副产品购销有限公司包装车间,工人们正加紧打包敖汉小米。“我们的小米发往全国30多个城市,年销售1.6万吨,带动周边400多农户。”公司董事长王伟介绍。

敖汉旗素有“世界小米之乡”美誉,谷子种植面积常年稳定在100万亩,年产优质谷子6亿斤。依托全球重要农业文化遗产——敖汉旱作农业系统,敖汉小米先后获批“国家地理标志保护产品”“国家地理标志证明商标”,入选“中国农业品牌”目录、全国名特优新农产品目录,品牌价值达320.78亿元,远销大江南北。

“敖汉小米”享誉全国,背后是赤峰市大力推进农牧业品牌建设的务实之举。作为农牧业大市,赤峰粮食产量连续多年保持在100亿斤以上;2025年,牲畜存栏2409.5万头只,居全区首位。如何让“昭乌达羊肉”“敖汉小米”“赤峰番茄”等优质产品走出赤峰、叫响全国乃至世界,成为推动产业升级、农牧民增收的关键。

赤峰市以区域公用品牌为引领,推动农畜产品品牌化、标准化、产业化深度融合,加快构建从“种得好”“养得好”向“卖得好”跨越的品牌农业新体系。

制度护航,筑牢品牌规范运营“压舱石”。赤峰市先后出台《赤峰市农畜产品区域公用品牌建设三年行动方案(2021—2023年)》等文件,设立“严选好物联盟”,形成“基础授权+严选认证”双层准入机制,细化培训、分销、餐饮、展会全流程规范化管理。

渠道拓维,打通优质优价变现“快车道”。赤峰市高标准建成全市优质农畜产品展示基地,揭牌成立内蒙古优质

赤峰市:品牌创优助力特色农畜产品强势“出圈”

农畜产品营销中心。组织企业参加新加坡国际食品饮料展、中国国际食博会等国际国内展会,直接覆盖消费者超百万人次;“赤峰好物进北京”持续深耕,打通产品直达餐桌“最后一公里”。

人才兴旗,培育品牌传播“生力军”。赤峰市创新“农推官”选拔机制,形成自治区级农推官27人、市级农推官71人的梯队格局,构建涵盖农牧民、企业骨干、乡村干部、网络达人的多层次传播矩阵。打造“赤峰好物直播电商人”劳务品牌,为品牌推广注入持久人才动能。

在一系列举措下,越来越多的赤峰农畜产品走进消费者视野。宁城县瓜果蔬菜常驻京津冀市场,松山区彩椒出口俄罗斯,赤峰蔬果直抵粤港澳大湾区“菜篮子”……赤峰特色农畜产品加速“出圈”,凭实力“圈粉”。

为做大做强农牧业品牌,赤峰市加强对农畜产品全程质量监管,实现生产记录可存储、产品质量可追溯、储运信息可查询,做到“一品一码”,实现“从田间到餐桌”的全