

京蒙携手共书「倍增」答卷——六个领域里的北疆新变

农畜产品销售篇

□本报记者 方圆

编者按

- 2023年6月,京蒙两地政府签订《全面深化京蒙协作框架协议》,提出着力实施教育、医疗、农畜产品销售、旅游、产业合作、科技创新等“六个倍增计划”。
- 2023年6月,内蒙古自治区党委办公厅、自治区人民政府办公厅印发《京蒙协作“农畜产品销售倍增计划”实施方案》,明确聚焦优化农畜产品供给、打造特色品牌体系、对接定向采购需求、拓展产销对接渠道等重点,持续发力,形成以市场为主导,政府、市场、社会协同推进的工作合力。
- 2024年,内蒙古自治区农牧厅制定印发《关于进一步做好京蒙协作消费帮扶助农增收实施方案》,提出十六条措施,从生产、加工、品牌、销售等环节多点发力,推动农畜产品走进北京、走向全国。
- 2025年,内蒙古自治区农牧厅制定印发《“协作帮扶促消费专项工作方案”2025年工作举措》,明确了遴选推荐优质产销主体、稳定提升供应保障能力、规范高效运营共享前置仓等八个方面的具体工作举措,持续扩大内蒙古自治区优质农畜产品销售体量,促进农牧民稳定增收。



京蒙携手,硕果盈枝。京蒙协作“农畜产品销售倍增计划”实施以来,更多内蒙古优质农畜产品走出草原、香飘全国。一组组亮眼的数据,勾勒出从“田间地头”到“百姓餐桌”的增值链、增收链,生动诠释了通过京蒙协作整合资源、打通堵点、激发活力,实现产业强、品牌响、销路广、农牧民富的多赢局面。

京蒙协作的“倍增”答卷,是区域协调发展的生动实践。农畜产品销售“倍增”让内蒙古这片热土涌动着因协作而生的澎湃新变,让“内蒙古味道”跨越千山万水“鲜”达全国各地。

镜头一 精深加工点“麦”成金 一粒荞麦“七十二变”

一粒小小的荞麦能变成啥?在位于赤峰市翁牛特旗的内蒙古明阳农业科贸有限公司,荞麦上演着令人惊叹的“七十二变”:风味独特的挂面、清香可口的月饼、便捷的速食米饭,甚至是保健品、手工艺品、外用药……琳琅满目的产品,彻底颠覆了人们对传统农产品的认识。如此生机勃勃的多元发展,是京蒙协作赋能当地农业企业、驱动荞麦产业从初级加工向精深加工“转身”的生动实践。

“中国荞麦之都”翁牛特旗年种植荞麦25万亩以上,年产量超3万吨。2018年,怀揣着传承父辈农业初心的杨颖回乡创立明阳农业。然而,正准备大展拳脚时,却遇到了“拦路虎”。

“起初,我们主打厨房场景的荞麦初加工产品,但同类竞品扎堆,始终打不开销路,好荞麦卖不上好价钱。”回忆起创业初期的困境,杨颖说,当时最迷茫的是找不到一条清晰可持续的产业发展路径。

转机,随着京蒙协作的深入开展悄然到来。来自北京市通州区的挂职干部们深入企业,精准“把脉”发展痛点,开出了一剂发展“良方”:通过打造“全产业链”发展模式,向精深加工要效益,向整株荞麦要价值。

“京蒙协作对我们最大的帮助不是‘输血’,而是启智。”杨颖感触地说。乘着京蒙协作的东风,明阳农业联合科研院所攻关高产、抗倒伏的优质荞麦品种;探索无土栽培技术,生产高附加值的反季节“荞麦芽苗菜”;深度开发荞麦蜜、荞麦酒、荞麦醋等特色食品;将荞麦秸秆转化为颗粒饲料……通过一系列技术突破与创新应用,最终将整株荞麦的利用率提升至95%。

生产加工端的“智变”极大地增强了产品闯市场的底气和竞争力。如今,明阳农业已研发并上市11大系列247个单品,覆盖食品、保健品、日用品、文创产品等多个领域,年加工粮食能力达2万吨,产品远销俄罗斯等地。2024年,该公司产值突破亿元大关。同时,公司通过订单农业模式,

与1500余户种植户签订荞麦等杂粮种植收购合同,带动2400余人稳定增收。

从依靠50万元京蒙帮扶资金起步、仅有几个员工的“京蒙扶贫车间”,到今年在销售额达7000万元的内蒙古农牧业产业化重点龙头企业,这条跨越之路,正是京蒙协作在生产加工端精准“扶智”、赋能产业“强筋健骨”的生动写照。

在内蒙古,像明阳农业这样借助京蒙协作平台发展的企业还有很多。近年来,京蒙两地紧扣自治区农牧业重点产业链,着力从生产加工环节夯实农畜产品供应链基础。2018年以来,两地协力建成宏福现代农业产业园等79个产业园区、20个环京蔬菜保供基地、77个“直采直供基地”;累计引进首农、顺鑫、新发地等300余家涉农企落地,加快补齐农畜产品精深加工短板,持续提升优质农畜产品的供应链保障能力,让“内蒙古味道”以更多元的姿态“飘香”更广阔的市场。

镜头二 打造“蒙品”品牌矩阵 地标优品走俏全国

盛夏时节,乌兰察布市辉腾锡勒草原风景如画。7月19日傍晚,来自山东济南的游客时女士一家结束了草原之旅,意犹未尽地走进当地特产店,开启“买买买”模式。“这里的美食独具风味,熏鸡骨肉沁香,酸奶浓厚丝滑,吃一口便让人难忘,咱们多买点带给亲戚朋友尝尝!”时女士推着堆成小山的购物车,对家人说道。

地处内蒙古中部的乌兰察布市,坐拥广袤无垠的草原、清澈纯净的水源、充足日照与肥沃土壤,为孕育绿色、生态、优质的农畜产品提供了条件。这份源于自然的“原味”,赋予了当地农畜产品独特的竞争优势。2021年,“原味”区域公用品牌应运而生。

农畜产品品牌做优了就有吸引力,做强了就是竞争力。为打造好这张“金名片”,乌兰察布市与北京市帮扶团队同心携手,聚焦源头提质、渠道赋能、机制创新协同发

力,筑牢品牌根基。通过投入专项资金推动品种改良、标准化种植和现代化质量检测体系建设,从田间地头到餐桌全程护航产品品质;借力北京电商资源,推动“原味乌兰察布”马铃薯、燕麦等产品上架京东、盒马等平台,畅通全国销售网络;制定一系列制度和措施,以“乌兰察布马铃薯”“草原酸奶”等八大子品牌为支柱,攥指成拳整合全域优质资源,让曾经“养在深闺人未识”的土特产成为全国消费者餐桌上的品质之选。

树起一个品牌,闯出一片市场,富裕一方农牧民。截至目前,“原味乌兰察布”区域公用品牌授权企业达到115家,产品覆盖“麦菜薯、牛羊乳”六大优势产业及特色产业达500余种,品牌价值超200亿元。带动数万户农牧民人均年增收1.2万元,成为

内蒙古农畜产品走向全国的亮丽名片。

农牧业品牌,是乡村产业振兴的鲜活名片,也是农牧业现代化的重要标志。内蒙古抢抓京蒙协作机遇,纵深推进品牌强农战略,以精品品牌培育为引领,以区域公用品牌为主抓手,以核心授权企业和产品品牌为基础支撑,推动农业品牌由小、散、弱向大、精、强转变,构建起多层次、全链条的品牌发展体系,打造“蒙品”品牌矩阵,全方位叫响“生态内蒙古 绿色好味道”,带动乡村特色产业发展,推动地标优品走俏全国。

目前,内蒙古农牧业品牌总价值达到5370亿元。2024年,内蒙古4个区域公用品牌入选农业农村部2024年农业品牌精品培育计划,总数达8个、居全国第2位;8个品牌入选《中国农业品牌目录》,累计达19个、居全国第6位。

镜头三 立体化产销“一张网” 田间鲜美“原味”出圈

“这大米真香!米粒饱满,嚼劲十足,我要多买几袋带给家人。”在7月16日举办的“兴安好物进北京”活动启动仪式暨兴安盟生态农产品整合营销平台发布活动中,兴安盟大米征服了北京市民刘雪莲的味蕾。活动中,京蒙两地企业及单位达成13项合作协议,签约总金额达7100万元,涵盖农产品采购、供应链建设等多个领域。

活动现场,“兴安盟生态农产品整合营销平台”上线。该平台集京东、淘宝等电商渠道和“盟好物”微信小程序于一体,消费者只需轻点手机屏幕“一键下单”,便可让兴安盟200余种农畜产品及10余类文旅产品直达餐桌与生活场景。

山水情深,千里同心。2017年至今,北京市累计为兴

安盟投入帮扶资金21亿元,实施项目864个,涵盖产业发展、民生改善等多个领域。在首都的倾力支持下,“兴安好物”品牌影响力与日俱增,农畜产品销售额已突破90亿元。

从产地到餐桌,从展品到商品,“内蒙古味道”正乘着京蒙协作的东风跨越千山万水。借助北京大市场的平台优势和辐射效应,内蒙古精心打造产销对接“绿色通道”,让更多小而特、小而优的优质农畜产品融入全国市场。

5月10日,内蒙古好物好景在深圳实力出圈。240余家内蒙古企业携1300余种产品亮相,活动现场签订采购协议金额超80亿元,并达成12条乡村文旅路线合作意向。近年来,内蒙古通过“绿品出区”系列活动累计销售农畜产品超1100亿元。

3月21日,内蒙古农畜产品销售企业(北京)共享前置仓在北京市顺义区、房山区开仓。作为全国东西部协作省份中首个省级企业共享前置仓,这个采用高标仓配置和智能化管理的销售枢纽,可为企业降低40%的物流成本,缩

短1天配送时效,目前平台已有60余家销售企业入驻,实现销售3000余万元。

京蒙携手,为内蒙古好物搭建起线上线下立体化产销“一张网”,让田间鲜美直达餐桌,助力土特产“抱团”闯市场。

据内蒙古自治区农牧厅区域协作促进处云治安介绍,截至目前,内蒙古在全国建成11个优质农畜产品营销中心,在北京精准布设43家授牌营销门店。同时,持续举办农畜产品“进首都”系列活动,推动更多优质农畜产品走进北京市各大机关的职工餐桌。同步拓展线上渠道,依托京东、淘宝等主流电商平台开设32家中国特产内蒙古馆、地方特色馆,上线内蒙古绿色农畜产品通用提货平台,带动电商销售规模持续攀升。

“农畜产品销售倍增计划”实施以来,内蒙古优质农畜产品销售额实现跨越式发展。2023年至今年6月底,销售额累计达到707.6亿元。



——【专家谈】——
“产品资源+稳健市场”
驱动内蒙古
农畜产品销售“倍增”

□韩庆龄

农畜产品销售是连接生产与消费的关键环节,也是激活乡村振兴动能的重要支点。京蒙协作“农畜产品销售倍增计划”作为京蒙协作“六个倍增计划”的重要内容之一,立足于内蒙古丰富的绿色农畜产品资源和北京庞大稳健的消费市场,围绕农畜产品供应链升级、品牌影响力提升、产销渠道拓展和质量标准衔接等核心内容,以“从草原到餐桌”的理念,为内蒙古特色产业发展注入了强劲动力。

为有效用好京蒙两地资源禀赋与市场需求的互补性,最大限度推动农畜产品销售合作提质增效,需要构建“生态赋能品质、市场反哺生产”的长效机制,进一步激活市场主体的纽带作用。在利用好政府搭建的平台的同时,强化企业在产销对接中的主导地位,以达到提升产业竞争力的目的。

内蒙古现有多家对农畜产品市场运营有丰富经验的龙头企业,应进一步加大对其实力扶持力度,发挥好其引领示范作用,促进家庭农牧场和合作社规范化、规模化发展,提高农牧业生产组织化程度,与深耕终端市场的在京商贸企业达成有效合作,实现从养殖到销售的全链条贯通。可在北京部分区域设立优质农畜产品营销中心,完善供应链体系,布局前置仓,缩短物流半径,提升配送效率,达成北京商超市场与内蒙古农畜产品的直连,减少中间环节,降低流通成本,形成“订单农业”模式,让农牧民按需生产、企业按销采购,实现产销精准匹配。

内蒙古农畜产品虽有资源优势,但加工能力、品牌运营等“软实力”存在一些短板。一是有些农畜产品生产停留在粗加工阶段,附加值低,经济效益不明显。为此,应着力提升农畜产品精深加工能力,开发多样化产品生产线,加强副产品高值利用的研发,如生物医药、保健食品的研发。二是农畜产品营销人才培养尚未形成体系。应针对农牧民开展电商运营、质量管理等技能培训,让更多农牧民成为农畜产品销售的“主力军”,不仅要“会种养”也要“会经营”。此外,应进一步加强品牌建设与市场拓展,打造好“蒙”字标,不断提升品牌知名度和影响力。

内蒙古拥有广袤的草原、洁净的水源和独特的气候条件,孕育出牛羊肉、乳制品、杂粮等特色农畜产品,这是不可复制的核心竞争力。要以京蒙消费帮扶为抓手,在有机认证、冷链物流、电商直播等领域发力,将“草原羊”“有机奶”等地域标签转化为市场认可度。未来,京蒙协作需持续深化“生产端提质、流通端提效、销售端拓面”的全链条合作,通过共建冷链物流基地、共享质量检测标准、共推区域公共品牌等方式,让内蒙古的“草原味道”更精准地对接北京的消费需求,让京蒙协作的成果更多惠及两地群众,为内蒙古高质量发展注入持久活力。

(作者系内蒙古农畜产品流通研究基地主任)