

## 经济深一度

## 品牌建设:内蒙古挺进农牧业强区的强大引擎

□本报记者 杨威

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上乘品质,使其成为产品3小时直供首都的“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、察右中旗红萝卜……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,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”字标大草原优品品牌总价值高达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,成为草原优品的“质量身份证”。

聚沙成塔,汇流成江。赤峰市深耕“赤峰峰味”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,“赤峰峰味”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,坐拥众多地理标志产品,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,“赤峰峰味”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!

## 财经前哨

## 让“内蒙古味道”香飘万里

□本报记者 康丽娜

清新的空气、清洁的水源、干净的土壤,不仅是大自然的馈赠,更是内蒙古农畜产品的核心竞争力。

然而让“内蒙古味道”香飘万里,不仅要靠天赋,更要靠实干。今年,内蒙古围绕做优农畜产品精深加工和绿色有机品牌,绘制了清晰的“施工图”,以一系列具体且有力的举措,直指产业链增值、品牌化发展与市场份额扩张三大核心目标。

做强“蒙”字号产业链,向精深加工要效益。今年内蒙古将重点发力高附加值领域,大力发展玉米生物制造、固态乳制品、精品牛羊肉、动物疫苗、益生菌、小品种氨基酸等高附加值产业。通过延链补链强链,力争新增1个国家级优势特色产业集群,新入规加工企业20家以上,让“蒙”字号产品在精深加工中实现价值倍增。

打响“绿品”区域牌,向品牌化要竞争力。今年将重点培育内蒙古牛羊肉、奶酪、马铃薯、果蔬、杂粮等区域品牌,重点打造有影响力的牛羊肉、雪花粉、葵花籽、梗稻、小米、鲜食玉米等绿色农畜产品品牌。同时,全面推进品牌标准化建设,计划新认证“蒙”字标企业30家以上,让优质绿色的“内蒙古味道”拥有统一的身份标识,以过硬品质树立市场口碑。

布局全国大市场,向供应链要话语权。今年内蒙古将重点支持通辽建设全国肉牛产业重镇,并全力推动鄂伦春旗建设内蒙古牛羊肉交易中心,力争交易额达到100亿元。此外,还将主动出击,加强与北上广深等地大型工商龙头企业、区域农贸市场合作,通过在主要消费地区设立牛羊前置屠宰加工中心,缩短供应链条,让新鲜优质的“内蒙古味道”以最快速度直达全国人民的餐桌。

人们在内蒙古优质农畜产品展销中心选购各盟市特产。

在通辽肉牛产业园内,工作人员正在制作牛肉干。

在巴彦淖尔市杭锦后旗“陕坝味道”食品产业园,内蒙古燕菜养牛食品有限公司工作人员正在生产燕菜方便食品。

伊利现代智慧健康谷液态奶全球智造标杆基地内,机械手在码放牛奶。

本版图片由本报记者孟和朝鲁摄

## 数读

●内蒙古羊肉产量占全国的1/5,牛奶产量占全国的1/5,牛肉产量占全国的1/9,羊绒、马铃薯等产量,均名列前茅

●2024年“蒙”字标大草原优品品牌总价值高达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

●“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

●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稳定在98%以上

●内蒙古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