呼伦贝尔草原短尾羊。

草原臻品入万家

——呼伦贝尔市以品牌建设为高质量发展蓄势赋能

□张梁诚

草原辽阔、林海苍茫、河湖潋滟，呼伦贝尔市生态产品总值超7000亿元。生态禀赋是底色，品牌建设是关键。呼伦贝尔市正以“品牌强市”为抓手，围绕“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌这一核心，带动农牧产品、文旅、生态等特色品牌一起做强，让生态优势真正变成产业和市场优势。从区域公用品牌到一张张农畜产品名片，从文旅IP的跨区域联动到“草原到餐桌”的冷链通道，一座城市的品牌矩阵日益清晰。品牌强市建设正为高质量发展注入源源不断的动力。



依托“京蒙协作”，呼伦贝尔好物走进北京。



“呼伦贝尔大草原”品牌走入粤港澳大湾区。



“融合之路·呼唤大同”呼伦贝尔大草原品牌神州行（大同站）暨呼伦贝尔农垦臻选优品年货节在山西省大同市举办。　包小乐　摄



呼伦贝尔羊肉产品加工车间。

擘指成拳　农牧品牌体系日渐成型

“现在有了‘呼伦贝尔大草原’公用品牌，消费者买得更放心了。”走进海拉尔区的一家大型商超，工作人员张齐龙正忙着给商品上架补货，谈起品牌发展带来的变化，他说现在无论是游客还是本地市民都更愿意选择带有统一品牌标识的商品。

品牌，是农牧业由大变强的关键所在。2022年，呼伦贝尔市正式发布“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌，标志着品牌建设进入系统化推进新阶段。经过持续培育，已构建形成以“呼伦贝尔大草原”品牌为引领，以呼伦贝尔羊肉、呼伦贝尔牛肉、呼伦贝尔牛奶、呼伦贝尔奶酪、呼伦贝尔芥花油、呼伦贝尔马铃薯、呼伦贝尔黑木耳、呼伦贝尔大豆、呼伦贝尔冰香稻、呼伦贝尔蓝莓10个单品类区域公用品牌为支撑，以西旗羊肉、扎兰屯黑木耳等地理标志产品和“蒙”字标认证企业为补充的“1+10+N”品牌体系。

好品牌运营是关键。随着品牌的发展，运营机制也迎来关键升级。当地成立了呼伦贝尔市品牌建设促进会作为品牌运行主体，目前263家行业领先龙头企业已纳入授权主体范围，品牌覆盖农牧、文旅、生态等多个产业领域，实现了品牌资源集中整合。已有5个区域公用品牌被评为“2024年度内蒙古知名区域公用品牌”，多个品牌入选全国农业品牌精品培育计划和自治区农牧业品牌精品培育名录。

“要让生态优势真正转化为产业优势，必须破解品牌‘小、散、弱’难题。”呼伦贝尔农垦集团总畜牧师张绍勋的一席话，道出了这场改革背后的深意。与之配套，呼伦贝尔市市场监管部门联合7个部门印发《“呼伦贝尔大草原”区域公用品牌使用管理办法》，明确品牌使用标准、授权流程和监管要求。截至目前，已有263家企业获准使用“呼伦贝尔大草原”区域公用品牌，20家企业通过“蒙”字标认证，67家重点企业纳入品牌培育清单，产品覆盖牛羊肉、鲜牛奶、黑木耳等多个品类。

护牌，同样需要下足功夫。针对进口肉、外地肉冒充呼伦贝尔牛羊肉等突出问题，呼伦贝尔市持续开展“打假护牌”专项行动，依托“呼伦贝尔大草原”区域公用品牌产品质量溯源智慧监管平台建设，为品牌产品挂上“数字身份证”。以羊肉产业为重点，新巴尔虎右旗6家在营屠宰场已接入溯源平台，结合溯源二维码制作授权商品防伪标识，从牧场到餐桌的每一环都清晰可溯，让消费者买得放心、品牌立得长久。同时，地理标志品牌培育持续推进，呼伦贝尔芥花油、大豆、马铃薯等产品得到加快推广。

以文塑旅　“融合之路”织就文旅品牌新图景

如果说农牧品牌让呼伦贝尔的“味道”香飘四方，那么文旅品牌则让这座城市“四季出圈”。呼伦贝尔拥有967项非物质文化遗产代表性项目、13043处文物和1658个旅游资源单体，红色文化、草原文化、农耕文化、戍边文化和森林文化在这里多元交融，构成了文旅品牌最富辨识度的内核。目前，全市共有涉旅市场主体4800家、A级旅游景区63家，其中5A级2家、4A级20家，总量位居自治区前列。

2025年以来，“融合之路”文旅品牌加速向城市IP跃升，与自治区联动升级“融合之路”2.0品牌。以“融合之路”“英雄会”“那达慕”三大核心IP为抓手，呼伦贝尔市联动洛阳、大同、呼和浩特等地，携手开展文旅推介、非遗展示、特产展销等活动，让品牌在跨区域协作中越擦越亮。2026年初，“行融合之路　绘发展蓝图”自治区级“融合之路”文旅品牌传播活动成功举办，内蒙古7个盟市与山西大同等地协同联动，同步开展“百车会师”冰雪自驾活动，让品牌声量再上台阶。中俄蒙国际冰雪节、冰雪那达慕、冰雪英雄会等品牌活动接连“出圈”，冬季文旅持续火热。

品牌赋能，成效直观地反映在数据上。2025年，呼伦贝尔市接待国内游客3682.58万人次、实现国内游客总花费640.62亿元；呼伦贝尔大草原·莫尔格勒河晋升5A级景区，呼伦贝尔市连续10年荣膺全国“十佳冰雪旅游城市”。今年国庆假期，全市接待游客158.53万人次，按可比口径同比增长11.95%，成功跻身年轻游客预订的全国热门目的地行列。从“一季游”到“四季游”，从“草原游”到“冰雪热”，文旅品牌的成色越来越足，正成为支撑城市高质量发展的支柱产业、民生产业、幸福产业。

产销联动　让“好产品卖出好价格”

品牌，最终要落到市场上见真章。呼伦贝尔市坚持“产—销—牌”深度融合，推动生态优势加快转化为产业优势、市场优势，让品牌成为联结生产与消费的桥梁。

销售渠道持续织密。依托“京蒙协作”机制，京蒙消费帮扶农畜产品销售额达35亿元；与顺丰速运联手开通新巴尔虎右旗冷链专线，打造“草原到餐桌”全程温控、可视化物流通道，顺丰已承接17万只“耳标羊”的物流保障，品牌产品在全国主要城市实现“朝发夕至”“次日达”。在北京、上海、广州、深圳等地，“呼伦贝尔大草原”品牌营销门店相继落地，与区域性中心农贸市场的合作对接不断深化。按照《呼伦贝尔市培育壮大农副食品加工业行动方案（2026—2027年）》要求，呼伦贝尔还将在全国重点城市建设品牌旗舰店、设立发货集中仓和前置综合仓，建设线上线下一体化营销网点和电商直播基地，让更优、更绿、更安全的呼伦贝尔优质农畜林产品面向全国、走向世界。

产业链条同步延伸。以呼伦贝尔农垦集团为牵引，呼伦贝尔市推动企业从单一种植模式向农牧业协同、畜牧业牵引的发展方式转变，打造全区农牧领域的旗舰企业；推广“农垦集团+合作社+养殖户”可追溯羊产业模式，加快畜牧业转型升级。与此同时，借助直播带货、社交电商、首发首店等新模式，精心培育“游牧起源草原涮肉”等特色餐饮品牌，让“好产品”有了更多打开市场的新路径。从“产品”到“品牌”、从“卖资源”到“卖品牌”，呼伦贝尔正一步步把“好产品”卖出“好价格”，让品牌真正成为高质量发展的金字招牌。

在2025年第十二届内蒙古品牌大会上，呼伦贝尔市参评区域公用品牌总价值累计达到857.34亿元，较2024年的732.31亿元增长17%，稳居全区第二。其中，“呼伦贝尔牛肉”品牌价值达353.29亿元，位列全区农畜产品区域公用品牌第二位；“呼伦贝尔草原羊肉”品牌价值达250.64亿元，位居内蒙古知名公用品牌榜首；“呼伦贝尔牛奶”品牌价值达112.53亿元，十大农畜品类累计品牌价值超838亿元。2024年品牌授权产品年销售额突破70亿元，2025年授权农牧产品销售额达89.6亿元，同比增长15%，带动2.3万户农牧民嵌入产业链，户均年增收2.8万元，产品市场溢价超过30%，品牌赋能经济高质量发展的作用日益凸显。

呼伦贝尔市在《国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》中也明确提出，打响“呼伦贝尔大草原”品牌，坚持统一品牌、统一标准、统一包装、统一宣传、统一营销，做强呼伦贝尔草原羊肉、牛肉、牛奶、黑木耳、芥花油等区域公用品牌。持续布局品牌营销门店，构建多触点销售体系和高效物流体系。

展望“十五五”，呼伦贝尔将持续健全“呼伦贝尔大草原”市域公用品牌体系，统筹构建多领域品牌矩阵。力争到2030年，品牌赋能增加值达到年均增长15%左右，“呼伦贝尔大草原”品牌评估价值力争突破1200亿元，稳居全国区域公用品牌第一方阵，成为国内一流的生态型区域公用品牌。

沃土无垠，品牌生辉。下一步，呼伦贝尔市将全面贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，坚持生态优先、绿色发展，落实自治区党委“1571”工作部署，锚定“六个强市”建设目标，以品牌强市建设为笔，把生态禀赋、文化底蕴与产业发展有机贯通，把“呼伦贝尔大草原”这张名片擦得更亮、传得更远，以品牌力量为高质量发展蓄势赋能，奋力书写现代化呼伦贝尔新篇章。

（本版图片除署名外均由呼伦贝尔市融媒体中心提供）



呼伦贝尔大草原品牌营销中心落户时间浩特。

本社地址：呼和浩特市金桥开发区　邮政编码：010040　邮箱：qxxw2004@163.com　发行电话：(0471)6635562　广告公司电话：(0471)6635799　印刷质量监督电话：(0471)6635955　广告许可证：内市监广登字[2020]01号　本报(呼和浩特)由内蒙古日报社印务中心承印