

品牌影响力连续五年名列全国“十强”

## 青岛农产品：汇聚打造品牌城市的“三农”力量



农业品牌是农业农村现代化的重要标志,培育发展农业品牌是全面推进乡村振兴、加快建设农业强国的重要抓手。

近年来,青岛围绕打造中国知名农产品品牌城市的目标定位,汇聚品牌力量,做强“青岛农产品”,为现代农业高质量发展注入强劲动能。

当前,“青岛农产品”区域公用品牌已完成商标注册和版权保护,品牌影响力连续五年名列全国“十强”,连续三轮获得全国“菜篮子”市长负责制考核优秀等次,综合保供能力在全国36个大中城市领先,农产品出口额稳居全国城市首位。



■黄岛蓝莓。

### 家种子

农药饲料等投入品生产销售主体的实时监管,着力打造全域全面全过程的质量安全体系,已实现对近6万家生产经营企业的精准化全程监管和高效化即时服务。

近年来,青岛深化国家农产品质量安全市建设,持续加强从田头到餐桌的全过程监管。制定农业地方标准和技术规范270项,建设农业标准化生产基地1200多处,实现主要农作物生产有“标”可循。每年完成定性定量检测1.5万批次、快速检测38万批次以上。

与此同时,为打通农产品出村进城“最初一公里”,青岛累计争取中央财政资金5000多万元,支持建设200多个农产品产地冷藏保鲜设施,着力打造功能衔接、上下贯通、集约高效的产地冷链物流设施网络,全力提升农业产业链和农产品供应链保障水平,每年为农民增收1亿元以上,降低果蔬损耗20%以上。

平度市崔家集镇坚持以“好柿”引领产业发展,持续健全崔家集西红柿标准体系,涵盖种植、培育、采摘、销售全环节,严格种源筛选,让产业从源头起就质量过硬。健全西红柿产品追溯体系,为每个种植大棚编上“身份证”,坚持对西红柿定量检测,确保产品合格率达标,在保证品质的同时也对市场中的“冒品”起到了遏制作用。目前,崔家集镇西红柿设施栽培大棚总数超4500个,种植面积超2万余亩,实现年销售收入10.3亿元,带动村民年增收超6亿元。凭借这一股红色“柿”力,该镇成功获评第十二批全国“一村一品”示范村镇、全国乡村特色产业超亿元镇。

### 建立培育体系,做大“青岛农产品”

日前,2024中国茶叶企业产品品牌价值评估报告发布,崂山茶“万里江”“晓阳春”“圆福茗苑”“崂池”的品牌价值分别达到8.98亿元、6.87亿元、6.20亿元和5.66亿元,名列省内前四位。

在碧绿的生态茶园里,青岛碧海蓝田生态农业有限公司负责人林先勇说,“这几年市里、区里的扶持政策越来越完善,不仅有效促进了咱们茶农和茶企增收,同时也提升了崂山茶品质,赢得了社会的一致好评。”得益于青岛市、崂山区两级政府推出的一揽子茶产业扶持政策和良好的产业发展环境,崂山区已有碧海蓝田、晓阳工贸、北崂3家企业成功创建为市级生态茶园,碧海蓝田、北崂2家茶企产品获得青岛市首批生态低碳茶认证。

近年来,青岛市先后出台《加快发展品牌农业的实施意见》《青岛市农产品品牌建设实施方案》《加快以品牌建设引领高质量发展的意见》等政策性文件,编制《青岛市农产品区域公用品牌战略规划》,打通品牌发展路径,聚力打造“青岛农产品”区域公用品牌;出台《青岛知名农产品品牌管理办法》,对获得省级以上知名农产品区域公用品牌和企业产品品牌的主体,分别给予50万元、15万元的一次性奖励,激发品牌农业内在活力。

目前,青岛市已授权“青岛农产品”207个,全国名特优新农产品登录数量达54个,省级知名农产品品牌达58个,新增数量连续3年居全省首位。汇聚全市品牌力量,带动市区打造“采食即墨”“胶味领鲜”“莱西有礼”等品牌,为做大“青岛农产品”注入强劲动能。

从胶州大白菜这一知名青岛农产品的发展轨迹,我们便能清晰看到,品牌培育对于富民增收的重要性。

胶州大白菜帮嫩薄、汁乳白,味鲜美、纤维细,生食清爽可口,熟食味甘肥美,历史已逾千年,唐宋时期传入日本、朝鲜,被称为“唐菜”。鲁迅在《藤野先生》中写道:“运往浙江便用红头绳系住菜根,倒挂在水果店头,尊为胶菜”,说的就是胶州大白菜。2023年,胶州大白菜被农业农村部列入“农业品牌精品培育工程名单”。近年来,胶州市不断强化政策支撑,确保大白菜生产稳定,累计安排本级财政资金1500余万元,从育种、种植、加工、销售等多方面给予种植户引导帮助。特别是创新试点大白菜价格指数保险,财政补贴保费比例高达80%,切实避免价格波动风险、提振农户种植信心。目前,胶州大白菜种植面积稳定保持在6万亩以上。

### 建立标准体系,做优“青岛农产品”

来到位于燕儿岛路的青岛市农业农村大数据中心,应用先进智慧手段打造的“青农云脑”映入记者眼帘。2023年7月,农业农村部大数据中心、青岛市农业农村局、青岛市大数据发展管理局签订协议,正式启用“青农云脑”。

近年来,青岛市围绕“生产智能化、监管精准化、服务高效化”,高标准推进农业数字化转型,以数据平台整合农业农村信息资源、以智慧监管护航农业品牌化升级目标。聚焦“服务、保障、决策、管理、调度、指挥”六大功能,汇聚全市6890万条涉农数据、总量达660.3TB。探索打造“质量安全”“智慧畜牧”等数字化监管场景,以质量安全擦亮“青岛农产品”金字招牌。

“现在,我们看到的是‘质量安全’场景,从屏幕上可以看见今天的达标合格证、质量追溯、质量检测等详细情况,实现农产品的实时监管和预警分析。”乡村振兴讲解员介绍道。

确保农产品质量安全是事关人民生活、社会稳定的大事。目前,质量安全板块已实现对全市5.9万多家监管主体和3914

### 建立营销体系,做响“青岛农产品”

“山西、河北、广东……南北方的顾客来我直播间里买产品。”青岛九龙山农产品专业合作社负责人李春花说,除了采摘、地头订货等形式,在政府扶持下,这两年她开始尝试直播形式卖货,经过几年的经验积累,李春花的农产品已经卖到全国各地,特别是当地有名的“胶白”,在她直播间里根本不愁卖。

这是青岛市线上线下推广农产品的一个生动事例。近年来,青岛市抢抓“流量机遇”,大力发展“互联网+营销”“生鲜电商+冷链宅配”“中央厨房+食材冷链配送”等品牌新业态,开设地方特色农产品馆4个,打造出“沃隆坚果”“一颗大番茄”等知名电商品牌和田瑞、响石等114个知名农业电商龙头企业,农产品网络销售额突破百亿元大关。

2023年11月,第二十届中国国际农产品交易会在青岛举行,来自乌兹别克斯坦、伊朗、俄罗斯等18个国家和地区的近3000家企业参展,2万余种品牌特色农产品集中亮相,



■胶州大白菜喜获丰收。

3万采购商前来洽谈合作,观展达15万人次。159家农业企业、248种“青岛农产品”等优质特色农产品亮相展会,彰显青岛知名农产品品牌“绿色品质 世界共享”的发展理念和建设成果。展会首日,青岛农恩蔬菜专业合作社与光明集团签下1000万元的番茄订单。展会期间,现场交易额、签订意向订单交易额突破200亿元,拉动相关产业增加收入226.5亿元。青岛借力自贸试验区和上合示范区等国家战略,引进重要农业展会落户青岛,为“青岛农产品”搭建展示平台,提升品牌知名度、美誉度。

此外,青岛市坚持以文化涵养品牌,创设视频栏目《兴农记》,编纂《话说青岛农产品》,讲好“国礼”胶州大白菜、崂山奶山羊等“青岛农产品”品牌故事。建立青丰种业、柏兰辣椒等农产品品牌博物馆、展览馆和体验馆,丰富品牌历史内涵。

崂山区“以文塑旅、以旅彰文”,打造“山、海、城、茶、田”农文旅融合发展模式。从制作《崂山茶歌》,到编纂出版记载崂山茶发展历程的第一部专业性茶志——《崂山茶志》,再到创新性地设计发行“南茶北引”70周年邮票纪念册《茶韵崂山》,不断赋予崂山茶以新的文化内涵。创新举办了崂山茶节、崂山茶谷雨开采节,将北方茶开采定义为谷雨时节。今年的崂山茶节期间,推出“茶韵崂山·创意打卡行”、茶乡音乐会、禅茶市集等系列活动,串联全区五大茶园景点,通过全方位的感官体验设计,设置特色热门话题,吸引游客徜徉山海、浸润茶香。通过举办各类茶节活动,崂山区深度融合茶文、茶节、茶旅,“茶元素”成为打造乡村文旅新业态的精髓。2024第十九届崂山茶节为崂山区引流50余万人次,拉动旅游收入2亿余元。

(李雪童 冯志)



■西红柿已是青岛特色产业。



■优质品牌农产品深受市民喜爱。



■2023年11月,第二十届中国国际农产品交易会在青岛举行。



■崂山区大力发展战略性新兴产业。