



## “莱西有礼”区域品牌叫响全国

# “莱西味道”组团“出圈”

七星河手工玉米饼列入全国名特优新农产品名录,淘宝同品类销量第一;莱西木偶演出走出国门,文创产品频频圈粉;夏格庄蒜香鸡叫得响变身“网红鸡”,远销海内外;莱西湖三件套(生态鱼、大闸蟹、小龙虾)、莱西白茶、日庄火烧、蟾宫酒、宜品羊奶粉等一大批莱西“土特产”声名远播,闯出大市场……莱西“本土特产”组团“闯”市场,是莱西市以品牌之力推动推进乡村振兴、提升农业产业化水平的新变化。2024年,莱西市依托得天独厚的自然资源禀赋和独特的区位优势,以品牌为载体,打造“莱西有礼”区域品牌,激活特色产业集群效应,助力莱西本土特产抱团“出圈”。

从深入挖掘产品文化、创建子品牌、制作产品AR视频,到在各类大型展示展销活动频频亮相,崭露头角;再到全网全域布局,开设旗舰店、与达人合作,制造线上“爆款”……短短两年时间,“莱西有礼”便从“养在深闺人未识”到享誉全国,国有企业莱发集团助力区域品牌发展,让莱西的土特产“出山”,让莱西味道“出圈”:截至目前,“莱西有礼”已与50余家大型企业、共富公司、专业合作社进行合作,近200个单品入选,与全国超百家客户达成线下加盟合作意向,十余家省内外客户到莱西市选品并签订合作协议。同时,线上开设抖音旗舰店、微信小程序等,与超10位达人合作,雀巢食品、希杰食品、宜品羊奶粉等长期位居同品类销售前列,总销售额突破百万元。2025年,“莱西有礼”区域公用品牌产业计划增加值超2000万元,真正把“家乡特色”转化成“城市名片”,成为推动莱西经济与文化发展的重要力量。

“莱西有礼”频频出圈的背后,凝聚的是莱西市两年来在品牌建设工作上的不懈努力。“构建以‘莱西有礼’公共品牌为引领,乡村特产、企业产品等为主体的品牌体系,提高产品附加值。丰富拓展‘特色农业+农产品加工+乡村旅游’形式,促进农村一二三产业融合发展。”莱西有礼负责人王艺达总结说。



■ 莱西湖鱼捕捞现场。



■ 南墅镇茶园采茶忙。



■ 仙足山茶园鸟瞰。

### 以礼为基 筑牢品牌根基

精准定位,塑造“莱西样板”。秉持“好品牌赋能新发展”的理念,“莱西有礼”致力于通过品牌的力量,深入全市11个镇街,让本土产业如雨后春笋般蓬勃发展。品牌旗下产品种类丰富多样,涵盖水果、米面粮油、蔬菜、酒水、肉蛋奶等八大品类,每一款产品都承载着莱西的独特魅力。

从品牌创立之初,“莱西有礼”就以高品质、高规格为核心准则,立志打造出极具区域特色、能够完美代表莱西形象的卓越品牌。团队精益求精,十分注重细节与品质的雕琢。例如在包

装设计中,巧妙融入莱西剪纸这一国家级非物质文化遗产以及流传千年的民间传说等地域文化元素,让消费者在购买产品的同时,也能感受到莱西深厚的文化底蕴。

构建体系,严守品质防线。品质是品牌的生命线,为确保“莱西有礼”的卓越品质与良好形象,一套完善且严格的品牌标准体系应运而生。在原材料采购阶段,优先选用本地优质农产品,从源头上把控产品质量。

在生产加工过程中,引入先进的生产设备与技术,同时建立严格的质量监控体系,保证产品

质量的稳定性与一致性。为进一步保障产品品质与质量安全,“莱西有礼”携手莱西市检验检测中心的权威专家,深入产品产地实地考察。他们不辞辛劳,累计开展公益检测服务达36次,为农户和企业提供了专业、精准的技术指导。

专家们现场指导生产企业和农户科学规范使用农业投入品,严格落实绿色食品标准和操作规程。每一个环节都严格遵循绿色、环保、健康的理念,不仅保障了“莱西有礼”绿色优质产品的质量安全,还增强了企业的主体责任意识,让消费者买得安心、吃得放心。

### 以市场为台 拓展品牌版图

拓展线上,创新营销模式。在互联网时代,线上渠道成为品牌推广与销售的重要战场。“莱西有礼”精心开发了专属的微信小程序,界面设计简洁美观,操作便捷流畅,为用户提供丰富的产品信息。同时,推出会员服务体系,用户享受更多实惠与特权,极大地增强了用户粘性。

为进一步扩大品牌影响力,“莱西有礼”在抖音平台开设旗舰店。与众多网红达人展开合作,全方位展示产品特色与品牌形象,吸引了大

量用户关注,将“莱西有礼”的优质产品推向更广阔的市场。

布局线下,提升品牌声量。线下渠道同样是“莱西有礼”品牌建设的重要一环。在装修精美,陈列有序,极具特色的旗舰店内,各类“莱西有礼”产品在此汇聚,为消费者提供了舒适、愉悦的购物环境。

为拓展市场覆盖范围,“莱西有礼”在青岛胶东机场等国内重要城市的交通枢纽、商业中

心、热门旅游景点等人流量密集区域,开设加盟店与展示展销点。这些展示展销点布局合理,充分展示了产品特色和品牌形象。

凭借“绿色、生态、健康、优质”的品质与独特的品牌形象,“莱西有礼”已成功走进青岛“两会”、山东省旅发大会、第四届中国国际文化旅游博览会、香港山东周推广会等上百次重要活动现场,收获了领导、嘉宾和市民朋友的广泛关注与高度赞誉。

### 以美食为核 释放品牌魅力

整合资源,呈现特色美食。美食是文化的重要载体,“莱西有礼”致力于将地方传统美食与现代运营模式深度融合。团队深入挖掘莱西丰富的地方资源,充分整合文化与产业优势,努力推动莱西美食从本土走向全国,乃至全球市场。

目前,“莱西有礼”旗下拥有“莱西湖三件套”“莱西有礼·有面”“莱西有礼·有鱼”“莱西白茶”等100多种独具特色的美食,涵盖农产

品、加工食品以及精心编制的莱西菜谱等。其中,“莱西湖三件套”以其鲜美的口感和独特的烹饪方式,成为莱西美食的代表之一。此外,“莱西有礼”还推出了一系列饱含着莱西的地方特色与浓浓的乡愁特色小吃,如造型精美、寓意吉祥的莱西花饽饽,香甜软糯的烤蜜薯等。

严控品质,提升品牌美誉度。品质是美食的灵魂,为确保每一款美食都能达到最高标准,“莱西有礼”在原材料采购环节严格把关。除对

供应商进行严格的审核和管理,每一批原材料都经过严格的检验检测,只有符合标准的才能进入生产环节。

在生产过程中,不断引进先进的生产技术和设备,持续改进生产工艺。例如,在面食制作过程中,采用真空和面技术,使面团更加均匀,口感更加劲道;在食品加工过程中,严格控制温度、时间等参数,确保产品的口感与营养成分。

### 以文化为魂 赋予品牌持久力

传承创新,厚植文化内涵。文化是品牌的灵魂,“莱西有礼”深入挖掘莱西的地域文化和非物质文化遗产,展现出莱西的历史故事、民俗风情等细节,并将其融入品牌建设的每一个环节。

为传承和弘扬莱西文化,“莱西有礼”积极举办莱西文化节、非遗传承大赛等各类文化活动,让更多人了解到莱西的传统文化,同时还邀请专家学者深入挖掘莱西文化的内涵与价值,为品牌注入更加深厚的文化底蕴。

在文化表达方式上,“莱西有礼”将传统文化与现代元素相结合。在产品宣传中,运用虚拟现实(VR)、增强现实(AR)等现代科技手段,让消费者身临其境地感受莱西的文化魅力。

多元营销,提升品牌知名度。为提升品牌知名度与美誉度,“莱西有礼”积极开展周末文旅“莱西美食节”等多元营销活动,吸引了大量当地居民和游客,欣赏精彩的文艺表演,深入了解莱西美食文化。

同时,通过举办产品推介会、品牌发布会等活动,向各界人士展示“莱西有礼”的最新产品与品牌理念。充分利用电视、报纸、网络等媒体平台,进行全方位、多角度的宣传推广,开展精准营销。

协同合作,实现多方共赢。“莱西有礼”深知,品牌的发展离不开各方的支持与合作。因此,积极与莱西市政府相关部门展开合作,开展农产品采购、销售等活动。政府的背书与支持,为品牌的发展提供了坚实的后盾。

与当地企业紧密合作,共同开展农产品加工、销售业务。同时,与高校建立产学研合作关系,共同进行产品研发和人才培养。高校的科研力量为产品创新提供了技术支持,培养的专业人才为品牌发展注入了新鲜血液。



■ “莱西有礼”走进第五届跨国公司领导人青岛峰会。



■ 莱西周末嘉年华暨第二届“莱西有礼”美食季活动现场。

### 持续奋进 铸就城市名片

完善体系,提升品牌价值。持续完善品牌发展目标及标准体系,不断强化产品质量追溯体系建设。通过大数据、物联网等技术,实现产品质量的全程追溯,让消费者清楚了解产品的来源与生产过程。

始终专注于打造具有鲜明区域特色、质量过硬的

### 双翼齐飞 融合周末与美食

品牌联动,释放发展活力。近年来,莱西市全面拓展“文旅+”模式,以文化为引领,以旅游为载体,吸引了来自八方的游客前来品尝美食、深度体验莱西的独特魅力。在莱西特色产品集市上,“莱西美食”百优产品纷纷亮相,以独特的口感和精美的包装,吸引众多游客驻足品尝、下单购买。

围绕莱西周末文旅品牌,精心筹备策划举办“莱西周末狂欢节”“莱西文化之旅”等各类主题活动,搭建莱西美食的推广平台,

让游客亲身体验莱西美食文化,深入了解制作过程和文化内涵。

规划线路,打造美食之旅。“莱西有礼”精心打造“莱西美食之旅”特色线路,将特色美食与旅游景点有机结合,游客在欣赏湖光山色的同时,品尝鲜美的莱西特色美食。

为了给游客提供更加便捷的服务,在旅游景区周边,设置美食街区、餐厅等设施,提升旅游服务质量,为游客提供详细的美食介绍和旅游攻略。

品牌形象,以提升品牌附加值为核心,加强品牌文化建设。进一步完善品牌的中高端市场定位,通过提升产品品质、优化服务质量,提升整体销售收入和市场份额。

优化推广,拓展市场覆盖。持续优化市场推广布局,深入分析不同地区、不同消费群体的需求特点,制定精准的市场推广策略,提高品牌的市场影响力。

同步推动“莱西有礼·莱西美食”“莱西有礼·有面”“莱西有礼·有鱼”等子品牌的进一步发展。针对不同子品牌的特点,制定个性化的推广方案,促进产业多元化发展。

保障资金,助力品牌发展。优化资金流转和上下游资金流转机制,争取更多的资金支持与优惠政策。合理规划资金使用,确保资金在各个环节的合理分配。

建立长期稳定的合作关系,通过优化供应链管理,降低采购成本和物流成本,提高资金使用效率,为品牌发展提供坚实的资金保障。

深耕文化,提升品牌溢价。进一步加强

文化挖掘,将更多的文化元素融入到产品设计、品牌宣传中。通过举办文化活动,开展文化交流等方式,提升品牌的文化价值感和市场认同度。

优化产品结构,不断推出新产品,淘汰落后产品。加强产品质量管控,建立严格的质量检测体系。通过提升产品品质与文化内涵,提升品牌的溢价能力。

结合“1+N+M+X”发展模式,充分发挥品牌的核心引领作用,整合各方资源,提升品牌的市场覆盖面和消费者黏性。通过精细化运营,整合现有资源,简化运营流程,降低成本,提升资金周转效率,从而提升盈利空间。

未来,“莱西有礼”品牌将秉持“立足青岛、走出山东、面向全国、放眼全球”的宏伟愿景,以品牌效应带动产品溢价增值,助力乡村实现共同富裕,努力打造乡村振兴的“莱西经验”,成为莱西走向世界的一张闪亮名片。

王艺达 于言朋