

深入推进品牌强农战略,累计培育市级以上知名农产品品牌227个,“青岛农品”区域公用品牌连续6年入围全国“十强”,青岛市连续三轮获得全国“菜篮子”市长负责制考核优秀等次

青岛:做强做优“青岛农品”品牌集群

农产品品牌化是现代农业发展的“强引擎”,对提升产品竞争力、促进农民增收和推动产业升级具有深远意义。

近年来,青岛市农业农村局、青岛市财政局深入贯彻落实市委、市政府关于品牌强农战略的决策部署,将其作为推动乡村全面振兴、实现农业高质量发展的重要抓手,累计安排市级财政资金2.9亿元,拉动社会投入52亿多元,做强做优“青岛农品”品牌集群。全市累计培育市级以上知名农产品品牌227个,“青岛农品”区域公用品牌连续6年入围全国“十强”,青岛市连续三轮获得全国“菜篮子”市长负责制考核优秀等次,品牌强农战略成效显著,为“青岛农品”打开了更广阔、更高端的畅销优销新空间。



■饱满多汁的黄岛蓝莓缀满枝头。

聚力特色育品牌,夯实品牌农业产业基础

品牌的生命力,深植于坚实的产业基础。青岛立足资源禀赋,深挖地方特色,打造了一批具有全国影响力的产业高地和明星产品。

西海岸新区的蓝莓种植面积近10万亩,是全国县域面积最大的蓝莓规模化生产基地,被誉为“中国北方蓝莓产业化的摇篮”;莱西市店埠镇胡萝卜种植户达7000多户,种植面积约5万亩,年总产量达25万吨,储存量60万吨,带动农户年均增收8万元,入选农业农村部“全国乡村特色产业十亿元镇”;平度市大泽山葡萄种植规模3.5万亩,拥有葡萄品种300余个,年产葡萄5万余吨,葡萄产值8亿元……

依托得天独厚的自然资源禀赋条件和历史悠久的地方保护品种,青岛做大特色农业集聚区,积极发展胶州大白菜、平度大泽山葡萄等特色农业,培育出1个国家级、4个省级特色农业优势区,带动特色农业种植面积达到400多万亩。

同时,以“青岛农品”品牌矩阵为引领,做强特色产业链条。在全市科学布局,聚力打造粮油、奶业等8条百亿级特色产业集群产业链,茶叶、蓝莓、胡萝卜等15条十亿级特色农业产业链,聚力延伸产业链,提升价值链。

“链”上带动成效显著——在莱西,胡萝卜产业实现了从育种、种植到智能分拣、精深加工、全球出口的完整闭环。智能分选线上,机器仅需3秒即可精准完成胡萝卜大小、糖度检测,科技赋能效率跃升。走进各大“盒马鲜生”超市,色彩缤纷的小番茄引人注目,这正是凯盛浩丰集团打造的“绿行者”品牌番茄,也是第三批省级知名农产品企业产品品牌。作为国家数字农业创新应用基地,莱西凯盛浩丰着力推进生产链、供应链、智慧链、品牌链“四链合一”,助力“青岛农品”打开市场,拓展销路。平度市崔家集镇建起4000多个温室大棚,种植西红柿2万多亩,跻身中国西红柿主产区行列,带动村民增收10.6亿元,带动村民年增收超6亿元。

“强产业”,首先是要有“强龙头”。青岛做优特色农业龙头企业,以此带动全产业链提升。出台了《关于强龙头补链条兴业态树品牌加快推进农业产业化发展的意见》,加快培育18家“链主企业”和32家新一代“青岛金花”企业,培育出规模以上农产品加工企业1111家,年营业收入达到2400多亿元,其中23家农业企业进入中国农业企业500强。龙头企业的壮大,为“青岛农品”注入了强劲的核心竞争力和市场引领力。

聚力培优树品牌,壮大“青岛农品”品牌矩阵

品牌建设,离不开精心培育与有

力引导。近年来,青岛构建了完善的政策体系和激励机制,推动品牌矩阵枝繁叶茂。

“加入合作社后,靠着‘国家地理标志’这块金字招牌,我们的芋头价格翻了3倍,社员年均分红稳稳超过5万元。”即墨鳌山卫街道白庙芋头合作社理事长江崇美如是说。

这是品牌对农户“真金白银”增收的作用。为了让更多的“江崇美”从农业品牌中有获得感,青岛不断优化政策支持,出台《加快发展品牌农业的实施方案》《青岛市农产品品牌建设实施方案》等政策性文件,培育出市级以上知名农产品品牌227个。其中,国家地理标志农产品54个,位居全国副省级城市首位。

不仅如此,青岛市农业农村局、青岛市财政局还制定了《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。目前已奖补43个省级知名农产品品牌,奖补总额达890万元。这一机制有效调动了全市上下打造品牌的积极性,“采食即墨”“胶味鲜”“莱西有礼”等一批特色鲜明的县域公用品牌逐渐成熟,与“青岛农品”区域公用品牌交相辉映,形成强大的品牌集群。

胶州大白菜研究所所长荆世新深耕白菜领域30余年,见证了品牌带来的蝶变:“过去空守优质资源却卖不上价。如今,‘胶州大白菜’成了明星产品,旺季单棵卖到50元还供不应求,品牌溢价的力量令人惊叹。”

让品牌走出深闺,香飘四海。青岛以知名展会、电商平台和重点城市群为载体,加大农产品推介、展示、展销力度。先后组织80多家知名农产品品牌赴上海市参加长三角农产品推介活动,赴广州参加第二十一届中国国际农产品交易会,达成签约订单和合作意向1700万元。展会上,胶州大白菜等品牌农产品以棵为单位出售,单价30—60元不等,价格相当于普通大白菜的10倍多。

围绕激活消费活力,拓宽农产品销售渠道,市农业农村局、市财政局联合市南区政府举办了2025青岛农业农村促消费暨“青岛农品”进社区活动,50余家农产品生产经营主体,黄岛蓝莓、莱西湖鲈鱼、王哥庄大馒头等300余种优质农产品集中亮相,崂山茶、田瑞鸡蛋等6家农产品品牌主体开展现场推介,通过“产地直供”模式,确保新鲜直达,全方位满足市民多样化消费需求。活动还邀请青岛市团餐与酒店服务业协会、青岛航空、泰祥源等行业协会和农产品供应链采购商现场洽谈采购,并组织乡村达人直播带货,线上线下同步发力,拉近“青岛农品”与市民之间的距离。

“这两年,‘青岛农品’的整体宣传给我们带来了巨大流量。我们抓住机遇,加大宣传力度,还开辟了直播团购新渠道,现在单场直播销售额就能冲到20万元。”莱西夏格庄蒜香鸡负责人张为连对品牌赋能感触深刻。



■2025青岛农业农村促消费暨“青岛农品”进社区活动现场。



■樱桃“串”起欢乐时光。



■胶州大白菜已成为明星产品。



■店埠胡萝卜喜获丰收。

聚力品质铸品牌,厚植品牌农业内核竞争力

品质是品牌的生命线,是“优销”的根本保障。青岛坚持标准引领、全程监管,筑牢品牌发展的质量根基。

标准化是品质的保证。青岛大力推进标准化生产,制定农业地方标准和技术规范314项,建成农业标准化生产基地1200多处。培育出2个省级农业绿色发展先行县,苹果、茶等优势农产品标准化率达到73%,全市化肥、农药使用量持续保持“负增长”。

“我卖这个价格,正是黄岛蓝莓的品质、品牌给我的底气!”“蓝宝实”蓝莓品牌创始人佟立杰被誉为“中国蓝莓标准化种植第一人”,其从种植源头严苛把控,确保每一颗蓝莓都达到国际标准,产品畅销国内高端市场并远销海外,真正实现了从“种得好”到“卖得好”,从“国内市场”到“国际舞台”的跨越。

被誉为“中国名茶之乡”的青岛西海岸新区海青镇坚持“有标贯标、缺标补标、低标提标”原则,发展茶园3.5万亩、茶叶种植村57个、茶企200余家,年生产干茶260余万斤,产值突破3.73亿元,“海青茶”区域公用品牌价值8.83亿元。

全程监管为品质护航。市农业农村局打造“质量安全”“智慧畜牧”等数字化监管新场景,对全市13.7万余家种植业、畜牧业、投入品等生产经营主体开展精准化全程监管、高效化即时服务,基本实现来源可查、去向可追。

马家沟芹菜是智慧监管的受益者,率先建立“从种子到餐桌”的全程质量控制体系,获得国家地理标志保护产品、绿色食品认证等多项殊荣。当现代农业产业园建起智能温室,二维码溯源系统“嵌入”每一份产品包装,传统农耕智慧与现代品控体系碰撞出新的“火花”。在青岛农产品区域公用品牌的统筹下,马家沟芹菜以“嫩黄清香,空心脆筋”的独特口感,叩开高端餐饮市场的大门,实现12.8亿元的品牌价值,书写着“一棵芹菜闯市场”的传奇。

联动兜底为品质“加码”。市农业农村局全年完成定性定量检测1.5万批次、快速检测38万批次以上,全面推行农产品合格证管理,提高地产农产品合格率。对发现质量问题的农业市场主体,实行一票否决,已撤销5个知名农产品品牌称号,维护了“青岛农品”的金字招牌。

聚力数智塑品牌,激发品牌赋能内生动力

“亲爱的观众朋友们,欢迎来到我们的‘青岛特色农产品’直播间!”青岛市农业农村局在全国农业农村系统推出AI数字人直播间,在抖音等平台开展7×24小时不间断直播带货。直播间里,数字人主播青小丰宛如来自青岛田间的邻家女孩,清新又亲切。青小丰清新亮丽的形象、生动的讲述,让观众仿佛看到“青岛农品”背后的故事,更添对“青岛农品”的向往。

如今,数字化浪潮为品牌农业插上腾飞之翼。青岛积极拥抱新技术、新业态,重塑品牌价值链。

强化平台引领。在全省率先建成云网融合、算网融合、云算一体的农业农村大数据平台,突出服务、保障、决策、管理、调度、指挥6大功能,实现“三农”工作“一图速览、一屏统管、一键直达”。成功入选全国智慧农业优秀案例、全省数字政府优秀案例,获得全省数字乡村建设创新大赛第一名。

强化模式带动。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”等营销新业态。培育引进直播电商机构400多个,带动发展农村电商2.8万家,设立农村电商实训基地15个,培育出农村电商带头人3100多人。通过网红带货、社区团购等新模式,打造出“沃隆坚果”“一颗大番茄”等知名电商品牌,拉动农产品电商交易额达到135.1亿元。

强化补链增效。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,为农民年增收1亿元以上,降低果蔬损耗20%以上。

青岛锐阳蒜薹专业合作社拥有蔬菜种植基地3000余亩、恒温库容量12000吨,通过发展冷藏保鲜设施,补齐蔬菜收购、入库、保鲜、加工、销售中薄弱环节,产地集散、商品化处理以及低



■马家沟芹菜叩开高端餐饮市场的大门。

温处理能力显著提升,销售价格高于市场价格0.6元/公斤,年均可实现增加销售收入60万元。在西海岸新区六汪镇的胶河马铃薯合作社,冷库中存放着两个月前收获的马铃薯。其负责人介绍,冷库温度始终保持在14到16℃,可以很好地保存马铃薯的干物质。由于和百事公司签订了订单农业合同,这座冷库申请到65万元农业补贴,对冷库升级改造,进而带动马铃薯种植面积达到一万两千亩。

从田间地头的标准化生产到消费市场的品牌溢价,从传统农业的转型升级到乡村振兴的全面带动,青岛的探索证明,品牌化不仅是农产品的“身份标识”,更是农业现代化的重要驱动力。未来,随着消费升级和科技应用深化,青岛将进一步推动品牌强农,实现“品质农业”向“价值农业”跨越。

(张晋 张敏 赵嘉伟)