

品牌点亮山西农业高质量发展之路 打好“特优牌” 叫响“晋字号”

“圆润金黄的山西小米、酥脆多汁的玉露香梨、香甜可口的吉县苹果、声名远播的平遥牛肉……这几年，一大批“晋字号”农产品吸引了八方来客。

同样是桃仁，有的撒点巧克力粉就闯进了国际市场；同样是苹果，有的论斤卖，有的却是按个卖……背后体现的就是品牌的魅力和力量。

近年来，山西立足资源禀赋，围绕实施农业“特”“优”战略，高点谋划、高位推进，打造“有机旱作·晋品”省域农业品牌，“晋字号”农产品在全国影响力逐步增大。目前，已创建了山西小米、山西陈醋、山西药茶等12个省级区域公用品牌，评选出运城苹果、大同黄花、隰县玉露香梨等46个市级区域公用品牌，发布100个功能农产品品牌，认定发布66个“有机旱作·晋品”代表产品。

展现地域特色 让品牌更“特”

“天赋中阳美，地道黑木耳。”秋日，位于吕梁山上的中阳县暖泉镇迎来了黑木耳的丰收季。

地处吕梁山脉中部，中阳县森林覆盖率达49.44%，而且昼夜温差大，是栽培黑木耳等食用菌的天然宝地。2018年以来，该县因地制宜发展黑木耳特色产业。几年时间，“小木耳”从无到有，逐步发展成为“大产业”，成为当地最闪亮的名片。

产业发展离不开品牌的打造。实践中，中阳县紧抓木耳产业发展的综合优势，加大产品研发力度，发展高附加值的黑木耳精深加工，形成木耳系列、木耳酱、木耳多糖等独具特色的系列产品，不断提升“中阳山宝”区域公共品牌影响力。

今年，全县木耳种植5320万棒，预计产量530万斤，产值可达1.6亿元，可带动菌棒厂、采摘园、销售等上下游产业实现产值5亿元。

中阳木耳的品牌建设之路，正是山西省积极打造“特”“优”农产品品牌的一个缩影。

旱作源于特色，有机孕育晋品。山西地处干旱半干旱地区，山多地少、水资源匮乏，这样的地理环境决定了必须抓特色农业、旱作农业，发展小而精、特而优的区域特色产业。目前，全省地理标志农产品176个，居全国第四；“五寨马铃薯”等7个产品实施2022年农业农村部地理标志农产品保护工程；全省127个“特”“优”农产品入选全国名特优新产品名录。

一颗小苹果，改变着大宁县“三川十源沟四千，周围大山包一圈”的旧模样，成为承载果农增收的“致富果”。

秋季里，在大宁县曲峨镇白村一带，百亩苹果示范园里煞是热闹：果农们正忙着摘袋，一颗颗色泽诱人的果实沐浴着秋阳，散发出股股清香。

“今年进入盛果期，收成预计能比去年翻三倍，收入相当可观。”白村党支部书记、村委会主任冯元明喜悦之情溢于言表。

大宁县地处吕梁山脉南端，域内土壤疏松、光照充足、海拔高、温差大，种植苹果具有得天独厚的自然条件。近年来，当地立足绿色生态优势，在科技引领、品种改良、品质提升、品牌塑造上下功夫，探索出一条果业高质量发展的新路子。据了解，在“十四五”期间，全县“宁脆”苹果种植面积将突破5万亩，实现人均一亩。

在山西省，特色产业已成为农业增效、农民增收的新动能。

眼下，正是阳城县寺头乡忙着采桑叶、喂蚕、收获鲜茧的时节，企业收购点和加工车间忙着接收订单，并为客商赶制订单产品。

近年来，素有“华北蚕桑第一乡”美誉的寺头乡以市场为导向，注重农业产业结构调整，采取“龙头企业+公司+基地+合作社+农户”的模式，大力发展特色蚕桑产业，带动农民实现家门口就业增收，助力乡村振兴。

目前，全乡优质桑园面积达7000亩，1600多户农民从事养蚕生产，建设养蚕大棚300多栋，农民人均养蚕年收入1万元。

人1万元。

做足管控文章 让品牌更“绿”

光热资源丰富、昼夜温差大等自然条件，为兴县培育优质杂粮提供了得天独厚的生长环境。

如何依托资源优势，走出独具特色的产业振兴之路？建设绿色谷子基地、推广有机旱作新技术、创建种子繁育基地、打造种业创新平台……近年来，兴县“咬定”富民目标，坚持做好小杂粮这篇“大文章”。

从提供优种、做好农药化肥等投入品的监管，到实施标准化生产，再到建立质量可追溯系统，兴县将绿色健康贯穿杂粮生产全过程，擦亮“兴县杂粮中国好粮”品牌。2022年，全县杂粮种植面积突破40万亩，杂粮产业链产值达10.24亿元，杂粮收入占农民种粮收入的83%、农民人均可支配收入的55%。

提升农业品牌竞争力，品质是根基。近年来，山西省持续强化质量管控，推动农业生产和农产品两个“三品一标”协同发展，强化农业生产过程管控，建立完善农产品质量安全监管追溯体系，到2025年全省农产品质量抽检合格率将稳定在98%以上。

数据显示，截至2022年底，山西省绿色有机农产品有效数达到1938个，同比增长17%，增速居全国前列。

秋风送爽，行走在灵丘县的乡野田间，处处透着生机和希望。

发展特色产业是实现乡村振兴的一条重要途径。2013年，灵丘县把有机农业作为农业发展的支柱产业，以车河社区为试点，探索特色农业发展新路。目前，车河已基本形成了“产储加销”的特色农业一体化产业链，村里人实现了靠“链”就业、“链”上增收。

下车河村党支部书记兼村委会主任王春透露，种出好粮、好蔬菜的秘诀很简单：有好的水源和土壤，并且全程避免使用农药和化肥。

有机农业的发展壮大创造了可观的经济效益，也给当地带来了更多就业机会。2013年到2022年，车河农业生产总值由30万元升至500万元，人均收入由2300元增加到21500元。截至目前，全县已建成有机食品生产基地3万亩，有机农业总产值达5亿元。

发展“特”“优”农业，离不开科技支撑。

“这个大棚里，是新研发的16个西红柿品种，大家随便尝。”在阳高县龙泉镇东关村迎春蔬菜种植专业合作社基地，负责人王某斌向客人介绍他的新品种“甜脆脆”。

在发展西红柿“特”“优”战略中，阳高县通过政府推动、项目促动、金融带动、科技联动、市场拉动“五环联动”，建车间、引企业、树品牌、拓市场、促销售，初步形成产学研一体化发展产业链条。按照部署，2023年，全县西红柿种植面积将突破1万亩，总产量突破6万吨，全产业链总产值达到3亿元。

同时，依托西红柿产业相对集中、经济规模较大、专业化配套协作程度较高的乡镇，申报创建省级西红柿专业镇，全方位推动西红柿产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。

创新营销策略 让品牌更“亮”

黄花产业已经成为大同市的一张靓丽产业名片。

如何让名片更“亮”？以黄花为媒，大同连续多年举办黄花丰收月活动，邀海内外朋友相约大同、走进大同，欣赏黄花美景，品鉴黄花佳肴，繁荣黄花文化，共话黄花产业未来。

莫道农家无宝玉，遍地黄花是金针。大同市不断升级黄花产业发展，在种植上更加精细、在加工上更加精深；同时，发挥黄花的品牌效应，带动农文旅融合发展，为乡村振兴注入新动力。

如今，“小黄花”已成为乡亲们的“致富花”。目前，全市黄花种植面积已稳定在26.5万亩左右，总产量达到18.4万吨；黄花全产业链产值已由2020年的18.4亿元增加到2022年的超40亿元，产业质量明显提升。

创新营销是品牌塑造的重要环节。近年来，山西省以线上线下各类平台为抓手，不断拓宽农产品展销渠道，擦亮“晋字号”招牌。

——打造对外桥头堡。聚焦“京津冀”“长三角”“粤港澳”前沿消费市场，依托省政府驻地办事处，在北京、天津、上海、广州分别建立山西特优农产品展销中心，推动更多农产品融入国内大循环中高端。

——搭建产销大平台。线上与京东联合举办“有机旱作·晋品”金秋消费季活动，汇聚全平台31家山西各地官方特产馆和1000家山西农业品牌旗舰店，在双十一、双十二等时间节点持续举办促销活动；组织山西省农产品参加全国农产品交易博览会等综合性展会。

9月2日，“曲沃果蔬+预制菜”走进大湾区招商推介会在广州市举办，旨在进一步拓宽外贸发展空间、抢跑农产品出海赛道。

南林交大蒜、迷你苹果……在推介会上的特色美食品鉴环节，当地农产品赢得了与会人员的称赞。

“曲沃县立足全县蔬菜、水果、药材等优势特色产业，将小麦、玉米、苹果、黄瓜、辣椒等地理标志农产品、晋字号农产品导入预制菜产业链，助推农业产业加快发展。”曲沃县副县长樊奇选说，将持续实施现代农业产业园和“菜篮子”基地提质增量工程，提升农业综合生产能力。

借助网络，让武乡小米“闯”出新天地。

“我的小米不愁卖。”50岁的韩登科是武乡县种粮大户标兵、网红电商。他说，这几年小米订单越来越多，带动了周边30多个自然村，500余户农户增收。

武乡县具有种植小米的独特地理优势。近年来，借力山西小米省级区域公共品牌的契机，着力打造“小米加步枪，好米在武乡”区域公用品牌，通过“公司+基地+农户+标准化+品牌”的产业化经营模式，推动小米生产向集约型、效益型、规范化、品牌化发展。统计显示，近年来，全县谷子种植规模稳定在10万亩左右，年均总产量2万吨左右。

在销售商渠道建设上，紧紧抓住国家鼓励发展“互联网+”的大好机遇，利用已经成熟的京东、淘宝、天猫等电商平台，大力发展电子商务，促进传统产

业与电子商务产业深度融合。目前，与电商平台合作建成电商服务和收购网点覆盖75个行政村。

融入文化元素 让品牌更“厚”

一年好景君须记，最是玉露飘香时。

9月16日，2023年隰县玉露香梨采摘季活动盛装启幕，省内外的客商、梨果专家、网络主播、生鲜果企业和电商企业代表齐聚一堂，采摘游园、品鉴梨果、洽商合作，畅谈发展。

隰县是“中国金梨之乡”“中国酥梨之乡”“中国玉露香梨原产地”。近年来，当地在标准化、品质化、品牌化上下功夫，有力地推动梨果全产业链发展。

举办玉露香梨采摘季，今年已是第七届。今年聚焦梨果“种得好、储得好、卖得好”。目前，全县玉露香梨种植面积已发展到23万亩，品牌价值达87.43亿元，规模、产量、美誉度均居全国第一。今年梨果产量预计达3500万公斤，产值2.6亿元。

一部山西农耕文明史就是一部早作文明史、一部人与自然和谐共生发展史。神农尝百草、舜耕历山、嫫祖养蚕、后稷稼穡发生在山西，通过挖掘融入文化元素，一些农产品不断提升品牌影响力和市场竞争力。

一提起山西，人们就会想到老陈醋。

山西有着3000多年制醋史。颗粒饱满的高粱，在工人师傅们手中，经历“蒸、酵、熏、淋、陈”5步、82道工序，少则一年，多则10年甚至更久，方能酿成“酸、香、绵、甜、鲜”回味无穷的山西老陈醋。

为全面展示山西老陈醋传统生产技艺和历史文化内涵，山西老陈醋集团创立了这一工业旅游项目。今年上半年，东湖醋园累计接待游客10万人次。

今年暑期，东湖醋园内游人如织。“卖醋的同时卖文化，让产品的附加值大大提升，对醋文化和品牌的宣传作用巨大。”东湖醋园旅游部负责人连佳说。

近年来，山西老陈醋也逐渐走出国门，将中国醋文化带到了国外。目前，山西老陈醋已出口到美国、加拿大、澳大利亚、日本等30多个国家和地区。

文化赋能，让品牌打造增添“时尚味”。

一颗土豆蕴藏着多少力量？在岚县，借土豆花开旅游项目之机，从观赏土豆花到品尝土豆宴，从游览山川美景到餐饮、酒店，再到婚纱摄影、影视剧拍摄，形成了“赏游吃住购”一条龙旅游服务的模式，绘出土豆富民新图景。

“土豆花儿开，花海掩村寨。漫山遍野的土豆花，亮出了大农业新风采。铺天盖地的土豆花，捧出了山里人的情和爱……”民歌《土豆花儿开》唱出了岚县高质量发展土豆产业的新风貌。

在马铃薯产业发展中，岚县抓种质源头、扩品种繁育，延产业链条，创美食美景，塑文旅名片，形成了“土豆种—土豆花—土豆—土豆宴”多产业融合的特色全产业链模式。目前，全县土豆种植面积30万亩，带动种植、加工、文旅、餐饮等产业，涵盖了全县大约80%的劳动人口，形成了近15亿元的产业规模。

(赵建军)