

“青岛农品”区域公用品牌连续四年进入全国“十强”，重要农产品稳产保供能力位居全国36个大中城市第一位——
青島農品：做優品牌農業的“青島路徑”



■莱西市凯盛浩丰集团生产的番茄。



■“青岛农品”亮相粤港澳大湾区。



■即墨区田瑞集团12层蛋禽养殖基地。

假如农产品会说话：“我为自己代言”

假如农产品会说话，它们都会唠点啥？

今天，一起聆听“青岛农品”的品牌故事，分享农民丰收喜悦，感受乡村振兴步伐。

品牌简历

姓名：崂山茶
住址：崂山区
专业：2022年崂山茶品牌价值为14.64亿元
个性签名：好山好水 自然好茶
个人简介：崂山茶具有生长周期长、品质优良、叶肥味厚的特点，被誉为“江北第一茗茶”。



姓名：黄岛蓝莓
住址：西海岸新区
专业：2021年纳入第二批全国名特优新农产品名录
个性签名：世界蓝莓看中国，中国蓝莓看青岛，青岛蓝莓的半壁江山
个人简介：黄岛蓝莓种植面积达到9.8万亩，年产值11亿元，带动4.8万农民从事蓝莓产业，直接带动农民年增收5亿元。西海岸新区已经成为全国县域内最大的蓝莓规模化种植基地和产业化基地，被誉为“中国蓝莓产业化的摇篮”。



姓名：胶州大白菜
住址：胶州市
专业：350亩A级绿色食品
个性签名：绿色无公害，只卖“白菜价”
个人简介：胶州大白菜帮嫩薄、汁乳白、味鲜甜，有一千年的种植历程，历史渊源流长，享有盛誉。



姓名：大泽山葡萄
住址：平度市
专业：中国葡萄研发的“硅谷”
个性签名：喜欢酸的甜，就是真的我
个人简介：大泽山葡萄生长于北纬36°，东经120°，全球葡萄种植的黄金纬度。葡萄风味独特、品质优良，具有色泽艳丽、甘甜多汁、矿物质、维生素等含量高等特点。现有葡萄种植品种300余个，种植面积3.5万亩，年产5000万公斤以上，已成为全国镇级葡萄生产规模最大、品种最多、质量最优、效益最好的专业镇。



姓名：里岔黑猪
住址：胶州市
专业：岛城市民最喜爱的农产品品牌
个性签名：黑的出众，土的美味
个人简介：里岔黑猪素有“南太湖、北里岔”之称。里岔黑猪肉具有肌间脂肪含量高、切面有特殊芳香气味、口感酥嫩、鲜美多汁的优良品质，富含各种氨基酸。



7月17日，“青岛品牌日”。

翻动每个青岛人的记忆，都能找到品牌与这座城市共同生长的痕迹。而青岛农品，更是居于青岛人日常生活中的“C位”。

胶州大白菜、大泽山葡萄、崂山茶、黄岛蓝莓、马家沟芹菜……青岛农品已经是品牌城市的新名片。

青岛是农业大市，也是农业强市。近年来，青岛紧紧围绕现代农业高质量发展，大力实施品牌农业发展战略，以创建中国农产品品牌知名城市为主线，以产业育品牌，以质量树品牌，以开放塑品牌，以文化润品牌，走出一条以“绿色品质、世界共享”为特色的品牌农业发展之路。

目前，全市涉农产品注册商标2.2万多个，“三品一标”农产品935个，市知名农产品品牌187个。其中，中国驰名商标20个，国家级名牌7个；国家地理标志农产品54个，位居全国副省级城市首位，省级知名农产品品牌达到58个，新增量连续三年居全省首位。“青岛农品”区域公用品牌连续四年进入全国“十强”，都市现代农业发展水平位居全国第六位，重要农产品稳产保供能力位居全国36个大中城市第一位。

这是新时代青岛品牌农业结出的沉甸甸果实，也是现代农业高质量发展的生动实践。

“青岛农品”回答时代新命题

品牌是农业现代化发展的重要标志，是农业竞争力的重要引擎，更是乡村振兴的关键支撑。

舵稳当奋楫，风劲好扬帆。

新时代现代农业怎么突破？正如一千个人眼中有一千个哈姆雷特一样，各地的路径打法也各不相同。符合自己实际情况，又有显著成效的便是最好的路径之一。青岛市通过调整优化特色优势产业发展布局，推动农业全产业链发展，形成以产业育品牌、以品牌提效益的良好发展格局。

为了推动特色农产品优势区建设，青岛市编制《青岛市农产品区域公用品牌战略规划》，引导优势资源向优势区域集聚，高标准打造了胶州大白菜、大泽山葡萄等4个特色农产品优势区。同时，以特色农产品优势区为重点，全市发展起特色农业400万亩，培育农业区域公用品牌36个，全国名特优新农产品登录数量居全省首位。

品牌引领，做大做强现代农业产业。青岛市坚持延长产业链、提升价值链、优化供应链，贯穿种苗繁育、生产、加工、流通等全过程、全环节，打造出畜牧业和农副产品加工2条千亿元级产业链、粮油、奶业等8条百亿级产业链，茶叶、蓝莓、胡萝卜等15条十亿级特色产业链。

好山好水孕育青岛好农品

康有为这样评价青岛：“碧海青天，不寒不暑；绿树红瓦，可舟可车”。清朝青岛具有传奇色彩的民间学者、地方大儒胡峰阳经过研究得出的结论：“大歉不歉，大乱不乱，千难万难，不离崂山。”

青岛，大都市带动大农村的典型特点非常突出。整个城市位于北纬35° 35' ~ 37° 09'，是农作物生长的黄金位置。全市10个区市中，有7个是涉农区市，134个镇街中有90个是涉农镇街；1.1万平方公里陆域面积，80%以上为农村腹地；海域面积1.22平方公里，海岸线905.2公里。广阔而富饶的农业资源，为发展品牌农业奠定了坚实的基础。

一方水土养育一方人，一方水土孕育好农品。青岛市有大小河流224条，均为季风区雨源型，多为独立入海的山溪性小河。流域面积在100平方公里以上的较大河流33条，其中，大沽河是全市最大的河流，干流全长179.9千米，流域面积6131.3平方千米，年平均径流量为6.61亿立方米，是胶东半岛最大水系。

这是一片生机盎然的土地，这是一片潜力巨大的土地，这是一片希望的田野。青岛市为海滨丘陵城市，山地约占全市总面积的15.5%，丘陵占2.1%，平原占37.7%，洼地占21.7%。其中，东南是崂山山脉，山势陡峻，主峰海拔1132.7米。北部为大泽山山系，海拔736.7米。南部为大珠山、小珠山、铁厓山等组成的胶南山群。

独特的山海资源，叠加温带季风气候，使青岛呈现出空气湿润，雨量充沛，年降水量662.1毫米，温度适中，四季分明等适合农业生产的特点。

青岛农品源自好水土。近年来，崂山茶、黄岛蓝莓、胶州大白菜、大泽山葡萄、里岔黑猪、琅琊鸡、五龙鹅、崂山奶山羊等具有地方特色农产品品牌声名鹊起，从青岛走向全国，从全国走向世界。1949年，胶州大白菜曾被毛泽东主席作为国礼送给前苏联领导人斯大林作为生日礼物，在鲁迅先生的《朝花夕拾》里也有过生动的记录：“北方的白菜运往浙江，便用红头绳系住菜根，倒挂在水果店头，尊为‘胶菜’”。2002年，4只崂山奶山羊曾被中国政府作为礼物赠送给泰国王后……青岛市坚持以文为媒、以文铸魂，讲好品牌故事，推动优秀传统文化和传统地方名品融合发展，极大地提升了农业品牌的特质和内涵。青岛农品，已成为青岛走向世界的新名片。

“青岛农品”探索品牌农业新路径

2021年7月，青岛市政府新闻办发布《关于加快以品牌建设引领高质量发展的意见》。其中，“青岛农品”作为青岛品牌发展战略重要内容和重点打造的区域公用品牌。

市农业农村局以建设乡村振兴齐鲁样板先行区为目标，实施品牌强农工程，打造农业高质量发展的重要引擎。

强化品牌扶持。保护发展农业中华老字号品牌，培育“青岛农品”区域公用品牌、企业品牌和产品品牌，争创国家级和省级知名产品品牌。对获得省级以上知名农产品区域公用品牌、企业产品品牌的，分别给予50万元、15万元的一次性奖励，极大地调动了农产品生产主体创建品牌的积极性和工作热情。

提升品牌质量。深化国家农产品质量安全市成果，实施农产品品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产，完善农产品质量全程可追溯管理体系，全面推行食用农产品合格证制度，切实保障人民群众“舌尖上的安全”。建立严格的产地准出、市场准入、风险评估制度，确保不合格农产品走不出田间地头。建成市、区市、镇街、村四级农产品质量监管体系，每年完成农产品定性检测40万批次，地产农产品合格率持续稳定在99%以上。

规范品牌管理。制定农业地方标准173项，主要农作物生产实现全过程有标可循。建立知名农产品品牌库和黑名单制度，对农产品品牌实行动态管理、优胜劣汰。拓展商标注册范围，完成知识产权登记，健全品牌保护机制，提升品牌价值。

加强品牌营销。组织参加中国农交会、亚洲农博会等国内外知名展会；大力培育直播电商、跨境电商等新业态；探索“青岛农品”直通直销、团体消费等新模式，更好地服务“双循环”新发展格局。发展外向型加工农业，创建中国（青岛）国际农产品加工产业园，积极拓展欧美、东盟、中亚等海外市场，全市农产品出口企业达到1200多家，其中1000余家企业通过BRC等国际出口质量体系认证。去年完成农产品出口432.7亿元，居全国城市之首。

扩大品牌效益，实施农产品仓储保鲜设施建设和数字农业示范创建等品牌配套工程，助力农产品产得下、运得出、供得上、吃得好，带动农民增产增效。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”等新产业新业态，开设地方特色农品馆4个，打造出“胶味领鲜”“即供”“云山大樱桃”等知名互联网品牌。全市农产品市场交易额突破千亿元大关。

今年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是中国式现代化开局之年，也是加快建设农业强国的起步之年。青岛市农业农村局将深入实施农产品品牌战略，坚持“品牌+产业”“品牌+质量”“品牌+要素”，三措并举盘活品牌农业建设“一盘棋”，全链条打造育品牌、全过程监管树品牌、全方位塑造铸品牌，提升品牌知名度、美誉度和影响力，将“青岛农品”的金名片立得住、擦得亮、叫得响！

青岛，在新时代农业现代化的征程上，正以昂扬向上的奋进姿态阔步前行，全力打造中国农产品品牌名城！
(杨 静 蔺 静 刘志浩 李 伟 李雪童 张 敏)