



北岸葡萄产业已成规模。

镇街深观察

介北安街道土特产，北安街道充分发挥党建引领作用，因地制宜组建了“香约北安·同心共富”兴农联盟，有力助推乡村振兴，为乡村发展开辟出一片新天地。

“集成式”组织引领 为引擎夯实共建基础

为实现建一个联盟、兴一个产业、富一方百姓的目标，北安街道构建运行了“1+6+1+N”党建组织体系，采取“新村党委+共富公司+企业+新媒体”的模式，成立了“香约北安·同心共富”兴农联盟，联盟成员包括6个行政村、8家规上企业、18个新型经营主体及3家销售平台。由政府为“香约北安·同心共富”兴农联盟成员统一挂牌，提升经营主体信用度。联盟以党建引领为基础，以街道带村、以企带农，变曾经的“闲散户”“小作坊”为“主力军”“致富坊”，带动辖区内农产业发展提质增效。

墨小番品牌创始人周小容表示，兴农联盟提供了一个平台，可以学习到很多农业相关政策，也可以利用联盟集中起来的资源，发挥自己的优势进行农产品的培育、推广。青岛沃优特连锁超市有限公司的孙俊祥表示，将与各联盟成员之间深入沟通、强化合作，共同携手在乡村源头发力，将“助农增收”落实到实处。

基层党组织像中央厨房般集成土地、产业、人才、信息等各方面资源，将政府、企业与村庄链接到一起，实现村集体经济由“单打独斗”向“抱团发展”转变，推动农业经济“加速跑”的同时，也保障了联盟健康长效运行。

“拼图式”资源整合 为硬件形成共赢局面

北安街道依托农业农村资源禀

为加快推进北安街道宋化泉乡村振兴示范片区建设，提高“香约北安”特色品牌辨识度、知名度，更好推

赋，因地制宜选准农产品发展的突破口，把辖区内宋化泉水库地理优势转化为产品优势，实现产品与产业精准对接匹配。产品体系构建初期，北安街道采取主动对接方式进行产品摸排，经过多次考察，遴选出王宿庄花样馒头、庄稼人面条面粉、上疃烧肉、泉北地瓜、泉岭小米等10余个“拳头”产品，为更好推广辖区优质农产品，经过与联盟成员多次沟通，最终设计出馒头、地瓜、小米等五款包装样式，精心打造出具有“北安风味”的农产品特色品牌——“香约北安”。

采取“线下+线上”双管齐下的推广模式，通过与沃优特等大型商超、企业的对接合作，全方位拓宽销售渠道，让生产跟着订单跑，以此对“香约北安”品牌产品进行宣传推介；同时积极争取品牌产品展销会摊位补贴、相关农业优惠政策，充分发挥联盟桥梁纽带的作用，强化与湛山街道等共建单位合作，以“进超市、进社区、进机关、进企业”等形式举办“香约北安”品牌产品展销会；借助现代成熟的网络直播，抓住让“香约北安”面向更大消费群体的机遇，邀请当地网红达人通过直播带货方式展示品牌体系内优质农产品，为“香约北安”插上“云”翅膀。

“菜单式”多元化发展 为导航结出共富果实

通过联盟积极搭建信息交流平台，帮助各类新型农业经营主体之间互通有无、优势互补，打破信息壁垒，同时发挥联盟成员的领头雁作用，利用联盟成员的多方优势，帮扶周边农户解决技术难题，携手走上农业增效、

聚力“香约北安” 破解“共富密码”

即墨北安街道为乡村发展开辟新天地

北安葡萄飘香。

农民增收、多方增益的共富新路子。

根据当地规上企业的发展需求，北安街道多次走访辖区内规上企业，最终确定由街道内8家规上企业出资流转营东村180亩土地，建设运营同心共富农场，与打造宋化泉乡村振兴示范片区有机结合，探索“乡村公共资源+强村共富公司”促新型农村集体经济经济发展机制，盘活村集体的闲置土地资源，共富公司通过运营获得收益，企业树立“既有工厂、又有农场”的新形象，使企业与村集体实现“双向奔赴、合作共赢”。

为持续扩大党建联盟“朋友圈”，以湛山街道社区居民对农副产品需求为出发点，通过北安街道和湛山街道联建共建，举办“携手北安 乐活湛山”等活动，推动“香约北安”特色优质农副产品走进湛山街道社区、商超，用“组织力+市场力”推动城乡发展共赢。

今年是北安街道“乡村振兴攻坚年”，北安街道将锚定抓党建促乡村振兴这一重大任务，充分发挥党建引领作用，盘活、用好集体资产资源，不断擦亮高质量发展建设北安宋化泉乡村振兴示范片区的“金名片”。

助推“香约北安” 走向更大市场

据了解，2017年“采食即墨”农产品区域公用品牌正式亮相以来，北安街道狠抓品牌培育和宣传推介，形成了一批“品牌叫得响，质量过得硬、市场反响好”的品牌农产品。“香约北安”作为“采食即墨”的子品牌，即墨区运用政策引导、资金扶持和技术服

务等多种手段，建立健全农产品品牌保障和运营体系，助力“香约北安”这一品牌的成长和壮大。

近年来，即墨区北安街道以宋化泉乡村振兴示范片区建设为抓手，立足富硒优质土地和万亩林地资源优势，特色农业发展势头强劲，涌现出了一批质量好、品质高、特色足的北安风味土特产。将周南香草、王宿庄馒头、泉岭小米等10余个认可度高的“拳头”产品遴选出来，同时与墨小番、诸葛酥梨、三二七等企业品牌强强联合，逐步构建起“区域公共品牌+重点企业品牌+特色产品品牌”的农业品牌矩阵。创新推出“四出四化”品牌运营模式，在产品包装设计、线上推介营销等方面深下功夫，通过“线上+线下”对品牌进行宣传推广，全方位、多层次、持续性地扩大品牌影响力，助推“香约北安”走向更大市场。建立了“香约北安·同心共富”兴农联盟，引导联盟成员与农产品生产经营主体建立合作关系，聚力把联盟打造成为赋能“香约北安”品牌发展的重要平台。

下一步，即墨区将进一步树牢系统观念，全链条谋划推进品牌建设，坚持全品、单类一体建设，生产、加工同步推进，线上、线下同向发力，政府、企业同频共振，以建设好、运营好、推广好“香约北安”农产品区域公用品牌为载体，切实将农业的资源优势、产品优势转化为品牌优势、发展优势，进一步提高“采食即墨”品牌的知名度和美誉度，助力农业增效、农民增收、企业增益。