

十年深耕塑品牌 赋能农业兴乡村

——『聊·胜一筹!』引领聊城农业高质量发展

■ 文/图 史守侠 于杰 潘东昊 侯金焕

品牌是农业现代化的核心竞争力,更是乡村产业振兴的关键引擎。近年来,聊城市国兴聊胜一筹品牌运营管理有限公司深入贯彻市委、市人民政府关于建设现代化“两河明珠”城市的战略部署,紧扣“1+4”发展定位中对“全国优质农产品重要供给基地”的要求,持续深化“聊·胜一筹!”农产品区域公用品牌建设。历经十年深耕,这一品牌不仅完成了从无到有、从有到优的跨越,更在“十五五”开局之年与京港高铁雄商段即将通车的重大机遇下,迎来了赋能产业、链接全国的全新篇章。

十年磨一剑 从单点破冰到全链破局

聊城地处黄河与京杭大运河交汇处,农耕底蕴深厚、水土禀赋优越,是名副其实的“中国蔬菜第一市”。全市瓜菜菌、杂粮、畜禽、林果等特色农业产业基础坚实,是全国重要的优质农产品供给基地。但长期以来,聊城农业存在突出的结构性短板:虽然农产品品类丰富、品质优良,却受制于品牌分散、生产标准不统一、运营模式粗放等问题,多数产品以初级形态外

销,产业链条短、产品附加值低,陷入“有品无牌、优质不优价”的发展困境,优质农业资源优势难以有效转化为产业优势和市场优势。

为破解农业品牌发展瓶颈、整合全域农业资源、带动农业提质增效与农民增收致富,2016年,“聊·胜一筹!”品牌在北京正式亮相,标志着聊城农业正式迈入品牌化、规范化、市场化发展新阶段。品牌坚守“放心吃吧,聊城产的!”的质朴承诺,秉持绿色、生态、安全、优质的发展理念,依托本地瓜菜菌等优势单品精准破局,主动对接北京、上海等一线城市高端市场,以严苛品质赢得市场广泛认可,让聊城优质农产品走出乡土、走向全国,筑牢了坚实的市场根基,树立了良好的品牌口碑。

十年深耕实干,品牌建设硕果累累。“聊·胜一筹!”始终坚持标准先行、市场运作、集群赋能的发展思路,打破县域发展壁垒、打通产业发展孤岛,系统整合全市优质农业资源,搭建起涵盖品牌准入、标准化生产、质量溯源监管、市场化运营、全方位品牌推广的全链条发展体系。品牌发展从初期瓜菜菌单品单点突破,逐步迭代拓展、全面升级,现已形成覆盖高端滋补、生鲜果蔬、特色熟食、粮油杂粮、畜禽水产的全品类产品矩阵,精准满足多层次、多元化消费需求。

打造“新三宝”

以高端集群树立价值标杆

在稳固大众消费市场、完善全品类产业布局的基础上,品牌立足聊城独特的生态禀赋与资源优势,跳出传统初级农业发展模式,聚焦高附加值康养产业赛道,倾力打造东阿阿胶、冠县灵芝、临清桑黄“聊城新三宝”高端品牌集群,补齐本地高端农产品品牌发展短板,构建起“大众品类稳住基本盘、高端品类树立新标杆”的差异化发展格局,推动聊城农业由数量增长、规模扩张向品质升级、品牌增值全面转型。

“聊城新三宝”各有优势、互补共生,精准契合当下大众品质养生的消费新趋势。其中,东阿阿胶承载三千年传统养生文化,依托国家级非物质文化遗产古法炮制技艺,坚守道地选材、匠心炼制,兼具深厚文化底蕴与稀缺滋补价值,为高端品牌集群赋予核心文化内涵,是山东省滋补农产品的标杆性名片。

冠县灵芝依托国家级“药食同源”试点政策优势与规模化种植、优良生态种植条件,打造出集标准化种植、科研创新、精深加工、文旅交易于一体的完整产业链,种植规模、年产量、市场交易量均位居全国首位,产业集聚优势十分显著。凭借雄厚的产业实力与良好的市场口碑,冠县灵芝荣登2024中国食用菌区域品牌价值榜单第二位,品牌价值高达26.79亿元,品牌影响力与产业竞争力稳居全国前列。

临清桑黄依托本地独特水土资源与生态环境,深耕高端药用菌细分领域,持续优化品种品类、升级加工工艺、深挖康养药用价值,有效填补了山东省高端药用菌产业发展空白。凭借优异品质与独特养生功效,临清桑黄快速抢占国内高端康养市场,成为聊城特色农业转型升级的新兴亮点。

“聊城新三宝”的强势崛起,打破了外界对聊城农业以低端初级产品为主的固有认知,大幅提升了聊城农产品的品牌溢价与市场话语权,推动本地高端滋补农业跻身全国第一梯队。作为“好客山东·好品山东”的核心特色名片,“聊城新三宝”为县域特色产业提质升级提供了优质范本,极大丰富了聊城农业品牌的核心内涵与价值体系。

深耕“一县一特”

以公用品牌赋能全域振兴

在做强高端标杆产业的同时,“聊·胜一筹!”始终坚持全域赋能、普惠三农的发展导向,深入落实“一县一特、一乡一品”发展战略,立足各县域资源禀赋与产业基础差异,因地制宜培育特色子品牌,构建起“市级公用品牌引领、县域特色品牌支撑、企业精品品牌落地”的三级联动发展格局。通过品牌资源共享、生产标准统一、产销渠道互通、集中宣传推广,实现对全市特色农业产业的全域精准赋能。

这一创新发展模式,有效破解了县域农产品品牌分散、辨识度低、市场竞争力弱的发展难题,为各类特色农产品提供权威品牌背书与广阔市场通路,在保留县域产业特色的基础上,实现全域资源聚合、抱团发展、合力突围,形成“大品牌托举小品牌、小品牌丰富大品牌”的良性发展生态,让“聊·胜一筹!”品牌根基更

加稳固、品牌体系更加完善。

在公用品牌全方位赋能下,全市县域特色产业提质增效、多点开花。莘县百万亩蔬菜产业持续迭代升级,构建起种苗培育、绿色种植、冷链仓储、精深加工、全域销售的完整产业链,百余种优质蔬菜产品畅销全国,是全国重要的“菜篮子”保障基地,筑牢了富民强县的核心产业根基。

冠县灵芝顺利实现从初级产品“论斤卖”到高端康养产品“论克卖”的价值跃升,产品附加值大幅提升,带动数万群众稳定就业、增收致富。东昌府葫芦依托品牌赋能与农文旅融合发展优势,占据全国75%以上的市场份额,年综合效益超30亿元,成为助力乡村增收的特色富民产业。

与此同时,冠县鸭梨、高唐驴肉、魏氏熏鸡、一吊钱熏鱼等一批县域优质产品,借助“聊·胜一筹!”公用品牌完成标准化、精品化升级,成功跳出区域小众市场,走向全国消费市场。全域特色产业协同联动、互补发展,有效激活镇村经济活力,实现了产业兴旺、农民增收、乡村提质的良性循环,为全域乡村振兴夯实产业支撑。

抢抓高铁机遇

从内陆腹地迈向开放高地

交通是产业流通的重要动脉,是品牌出圈的关键纽带。长期以来,聊城作为鲁西内陆城市,交通区位优势不足,制约了优质农产品外销流通与品牌跨区域传播。随着京港高铁雄商段通车进入倒计时,聊城将形成双高铁十字交汇的立体化交通格局,一跃成为贯通南北、连接东西的区域性交通枢纽,补齐内陆区位短板。

高铁通车后,聊城可实现1.5小时通达北京、1小时直达雄安,时空区位格局全面重塑,人流、物流、商流、信息流高效汇聚流转,为“聊·胜一筹!”品牌走出山东、深耕全国高端市场打通高速通道,推动聊城从内陆腹地加速迈向对外开放新高地。

立足“十五五”开局全新起点,聊城市国兴聊胜一筹品牌运营管理有限公司锚定建设“全国优质农产品重要供给基地”发展目标,抢抓高铁时代发展红利,科学布局品牌长远发展路径,聚焦资源整合、科技创新、市场拓展、三产融合四大方向,全面提升品牌核心竞争力与产业辐射带动力。

未来,品牌将持续优化全品类产品矩阵,做强“聊城新三宝”高端产业集群,完善县域特色子品牌体系,精准对接京津冀、长三角等高端消费市场,持续拓宽产销合作渠道。同时,积极探索“农业+文旅+电商+康养”深度融合发展新模式,依托高铁带来的客流、商流优势,大力发展农产品精深加工、直播电商、农耕研学等新业态,持续延伸产业链、完善供应链、提升价值链,构建多元协同、提质增效的现代农业发展新格局。

十年深耕铸品牌,聚力扬帆启新程。十年砥砺前行,“聊·胜一筹!”从区域小众品牌成长为赋能乡村振兴、彰显好品山东实力的标杆品牌,以实干坚守兴农初心,以品牌彰显国企担当。站在全新发展起点,“聊·胜一筹!”将持续深耕农业品牌建设,不断放大产业赋能效应,全力擦亮聊城农业金字招牌,让“聊·胜一筹!”品牌享誉全国,推动聊城农业高质量发展再谱新篇。



面膜产品展示

部分灵芝产品展示



第七届跨国公司领导人青岛峰会上的“聊·胜一筹!”展位

“聊·胜一筹!”精品馆



冠县国兴灵芝科技示范园