

经济  
聚焦

天佑德青稞大粮仓。本报记者 谭梅 摄

## 夯品牌之基 铸品牌之光

本报记者 谭梅

青海品牌建设  
全面升级正当时

龙腾飞

今年，是习近平总书记作出“三个转变”重要指示十周年，是国务院批准设立“中国品牌日”八周年。无论是时代发展大势所向，还是国家品牌大局所指，以及青海高质量发展所需，都使青海站在了“品牌建设全面升级”的新起点。

新起点，新征程，必有新创举、新作为。在时代日新月异、科技突飞猛进的今天，如何锻造“品牌”引擎，使之成为推动青海高质量发展的助推器？笔者认为，应当改变思想观念，不断吐故纳新，充分了解时代大势、发展大局和品牌之重、品牌之精。

品牌作为高质量发展的重要象征、推动经济社会发展和满足人民美好生活需要的重要途径，已成为推动经济高质量发展、提升区域竞争力的引擎和衡量区域综合实力的标尺。因此，加强品牌建设，是青海立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局、推动高质量发展的必然要求。

党的十八大以来，党和国家高度重视品牌建设，已将品牌建设上升为国家行动。从习近平总书记的“中国产品向中国品牌转变”重要指示，到国务院批准设立“中国品牌日”，再到国家发展和改革委员会等8部委联合印发《新时代推进品牌建设的指导意见》，都彰显了党和国家对品牌建设的重视和新时代品牌建设的迫切性。尤其是中共中央、国务院在2023年印发的《质量强国建设纲要》中，曾38次提到“品牌”这一关键词。

相对于重投资而言，品牌建设因侧重于思想、思维和方式方法的改变而备受青睐。这对于经济欠发达的青海而言，不失为一条实现跨越式发展的有效途径。正因如此，我们需清晰理解品牌的定义、作用，才能练好用好品牌这把“利剑”。

如今的品牌已不再单指标志，而是象征与力量的综合体现。它大到国家、区域，小到产业、企业，小到产品、个人，无所不涉，无所不及。另外，品牌建设作为一项极为庞杂的综合工程，既需要高屋建瓴的战略指引，又需要行之有效的战术支撑，只有“软硬”兼施，方可事半功倍。

回顾青海品牌建设之路，我们虽硕果累累，但在品牌战略规划、品牌建设战术、区域品牌定位、品牌环境营造、品牌协同理念、品牌人才培养等方面，尚存在较大升级空间。

当下的青海，以推动品牌建设全面升级为抓手，以优化供给侧结构性改革弥补发展短板，正逢其时、刻不容缓。

笔者认为，青海应积极融入全国品牌建设大局，顺应新时代品牌建设大趋势，以国际视野、全新理念，将品牌建设上升为强省、兴省战略，通过科学制定品牌战略规划，下好青海品牌建设“一盘棋”；进一步健全品牌建设体系，通过凝聚各方之力，形成全省合力，织好青海品牌建设“一张网”；结合青海品牌强省战略和高质量发展目标，通过完善品牌建设的指导、培育、研究、激励、监督、考评和人才培养等制度，打响“青”字号品牌“一张牌”。

在品牌战略定位上，青海可充分发挥“山宗水源”的地域特色优势，构建以“江河源文化”为主体，“河湟文化”“昆仑文化”为东西两翼的“一体两翼”文化体系，形成全球独树一帜、多元融合的品牌IP。

在品牌建设战术上，应充分整合“一城两湖三江四地”优势资源，以文旅业品牌建设为主要突破口，带动农业、工业、商业、企业和商品等品牌建设升级；充分利用以“红色”为代表的中国原子城，以“蓝色”为代表的青海湖、察尔汗盐湖，以“绿色”为代表的长江、黄河、澜沧江，以“青字”为代表的盐湖产业、清洁能源产业、生态旅游产业、绿色有机农业产业。全力弘扬“一弹两星”精神，打造“红色高地”；推动“两湖”保护利用，做足“蓝色文章”；整合“三江三园（三园为三个国家公园）”资源，推动“绿色发展”；紧盯“四地”建设目标，打响“青字品牌”，使之成为推动青海高质量发展的驱动。

在品牌传播上，则可以长江、黄河流域为通道，以江河文化为纽带，聚力打造青海文化品牌、商品的两大“输出带”，使之成为拉动青海经济发展和撬动全国市场的“任督二脉”。

另外，应将政府、市场、企业和社会等力量有机整合，通过强化交流合作、提升技术素养、推动队伍建设、促进品牌培育、夯实品牌基础、加强品牌保护、优化基金使用、营造品牌氛围、推进展馆建设、完善评比政策等，共同构建“政府引导、行业支持、社会协同、企业参与”的青海品牌建设新格局。

2024年1月，一则好消息从国家知识产权局传来：青海省“青海五三六九生态牧业科技有限公司”“青海互助天佑德青稞酒股份有限公司”“圣源地毯集团有限公司”3家企业，“青海地标品牌指导站”“青海尚盈商标品牌指导站”2家商标品牌指导站，成功入选国家首批“千企百城”商标品牌价值提升行动名单。

近两年来，青海聚焦商标品牌建设，成功实现“热贡唐卡”地理标志保护产品用标零的突破；藏毯（青海产区）、玉树虫草、柴达木枸杞、互助青稞酒先后入选国家地理标志运用促进重点联系指导名录；商标、地理标志培

育运用力度持续加大。

截至2023年底，全省注册商标累计达7.667万件，农畜产品商标累计注册2.67万件。培育农畜业区域公用品牌29个，20件被认定为中国驰名商标。获准使用国家地理标志用标企业增加至66家，商标品牌指导站增加至30家，比“十三五”期间用标企业数翻了一番。

如今，随着我省积极推进商标品牌战略实施，相关产业品牌影响力和社会效益逐步提升，一批企业和产品品牌在区域公用品牌的带动下脱颖而出。下面，请跟随记者的采访，一起去了解品牌背后的力量。

## A 以品质话品牌

品牌的关键在于品质。

2月28日，记者来到西宁市南川工业园区，走进青海乃至全国最大的藏牦牛肉精深加工车间——青海可可西里食品有限公司联合生产车间，全自动化、半自动化的生产设备让人眼前一亮。

走过如同飞机廊桥的空中走廊通道，前往牦牛肉制品生产车间，透过干净明亮的玻璃，在公司项目经理马威的讲解中，记者一一参观了可以自动提升、称重、清洗的鲜肉吊挂区，排酸区，精深加工区，冻品包装区和冻品多功能加工区等生产厂区，看到工人们将鲜牛肉进行去皮、筋、碎骨、脂肪等程序，并将其各个

部分按纹路进行分割，然后速冻、打包、贴标、装箱、放入冷库中。

走访中记者看到，公司最新添置的设备——全自动蒸汽煮肉生产线，它可以自动补气、补水、调速；以及从德国进口的全自动称重包装机、全自动拉伸膜真空包装机，让食品自动称重和真空包装变得简单易行。

打造品牌产品首先要保证产品质量，做到精细。据了解，这两套机器能代替60位工人的劳动力，大大减少了工人的劳动强度。温度高达121℃，具有很强的穿透力的高温杀菌锅，对牦牛肉产品进行灭菌，并将塑料袋内的细菌杀得十分彻底，使包装内达到无菌状态。

来到园区内另一家企业——圣源地

毯集团有限公司，公司集藏（地）毯、挂毯生产、染纱、进出口贸易、产品研发、检测于一体，以“圣源牌”阿克明斯特藏毯、手工藏毯及挂毯、枪刺藏毯为市场主要产品，销往意大利、美国、英国、中东、澳大利亚等40多个国家和地区，长期与万豪、凯悦、迪士尼、嘉年华等国际知名企业保持合作关系。

“近两年，公司投资3000多万元引进比利时12色智能纱架设备和自动络筒机，对现有装备进行了智能化、数字化改造，进一步提升了产品品质，提高了产品产能，提升了企业装备智能化和数字化水平。2023年，公司再次购置试验、检测仪器设备，加强藏毯产品研发检测中心检测能力和技术创新开发能力，进一步提高了

产品质量。”公司项目经理杜飞介绍说。

为进一步拓展国际市场，提升国内外市场占有率，提升企业品牌影响力，2023年，公司同青海省产品质量检验检测院、天津工业大学联合起草“机织+手工枪（针）刺复合地毯”团体标准（T/QAS 103-2023），并于2023年12月21日发布并实施。该标准适用于以羊毛及其他纤维的纯纺或混纺纱线为绒头原料，在机织地毯上结合手工枪（针）刺工艺，使绒头纱线与毯基经纬线交织而成的圈割绒地毯产品。

企业在提升产品品质方面的精益求精，以及打造品牌方面持之以恒的劲头，让我们看到了龙头企业“以品质话品牌”所下的真功夫和所发挥的表率作用。

## B 以创新促品牌

作为我省老牌企业，青海可可西里通过近20年的专注经营，已成为全国牦牛产业代表性企业，形成牦牛产业一、二、三产融合发展的品牌企业，深受广大消费者的信赖和认可。

据马威介绍，2023年，可可西里抢抓机遇，把打造绿色有机农畜产品输出地作为第一任务，提升牦牛肉精深加工的创新研发工作。联同中科院、中国农业大学、甘肃农业大学等9家科研单位，开展了国家牦牛产业关键技术研发工作，开发“高品质”“绿色健康”有机产品，新开发了6个系列、20多个单品，有预制菜、卤味、餐配、旅游等专供产品，“目前，企业开发的产品共计30多个系列、400多个单品。针对市场做了细分，有电商专供、省外专供、旅游专供等渠道产品。”

如今，可可西里牦牛产品已覆盖全国各大城市，线上线下形成“联动营销”模式，合作的特约经销商有400余家，终端大小店铺有7000余家，西北地区的大型超市供货率达100%，23年产销量达3亿元以上。

无独有偶，作为我省制造业的一分子，青海互助天佑德青稞酒股份有限公

司通过历年青稞酒文化节，从地理设施、原料、工艺、产品、营销、服务、法规等方面系统深挖，在2023年7月建立并发布《天佑德青稞酒技术标准体系》白皮书。“公司以严谨的法规标准制定严苛的天佑德技术标准体系，酿酒所用青稞及青稞酒产品均获得了有机认证。传承600余年的青海青稞酒传统酿造技艺‘清蒸清烧四次清’工艺更荣获中国非遗名录。‘非遗’名录的公布推动公司传统工艺创造性转化、创新性发展，是天佑德为消费者酿造高品质青稞美酒、让消费者放心的信心和底气所在。”公司营销中心副总经理倪伟表示。

“全国化”一直是天佑德酒品牌发展战略的重中之重。2023年，企业以“扎根青海、拓展西北、布局全国”为市场布局方向，深耕青海大本营市场，并依托“青甘一体化”战略逐步辐射，站稳新疆、宁夏等西北市场，全力开发晋、陕、豫市场，打造全国第二增长曲线。

同时，举办独具特色的“美食+美酒”飨食宴系列活动，创新探索将美食与美酒相结合的深度体验，在链接消费者之余，大大提高了品牌知名度与曝光度。



企业参展“中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会”。周福强 摄



牦牛肉干加工生产线。本报记者 谭梅 摄

## C 以活动兴品牌

近年来，围绕产业“四地”建设，聚焦特色、生态品牌打造，青海省市场监督管理局不断加大推介展示力度，提升大美青海影响力和美誉度。

2023年5月，我省51家经营主体参展“中国—中东欧国家博览会暨国际消费品博览会”，实现销售金额53.36万元，达成意向签约19项，签约金额1229万元，正式签约3项，签约金额207万元；

2023年9月，我省122家经营主体参展“2023无锡现代农业博览会”，实现销售金额151万元，促成签约项目45个，签约金额1.15亿元（已落地签约金额2680万元）。

两次推介活动均多角度、多方位、多元素展示了“大美青海·生态品牌”的新形象。

与此同时，省市场监管部门指导我省商标代理机构先后举办“地理标志赋能青海绿色有机农畜产品高质量发展论坛”、首届“百企千品”西宁展销会（参展经营主体共90家，签约金额560万元，销售金额125万元）；积极争取茶卡盐代表我省地理标志保护产品参展中国质量（成都）大会全国地理标志产品展，与全国40余家地标用标企业集中展示了地理标志的品质、品牌和品味；协调我省“茶卡盐”“贵德蜂蜜”“昂思多矿泉水”3个地理标志保护

产品入驻中国地理标志产业大厦（济南）常态化展示、推介。

2023年，青海省农业农村厅充分利用“生态博览会”“青洽会”“农交会”等涉农展会，通过贸易洽谈、展示展销、品鉴推介等，加大我省品牌农畜产品宣传推介和产销对接，共组织469家企业参会参展，农畜产品销售额达2367.2万元。在北京、成都、南京、合肥等地举办绿色有机农畜产品输出地宣传推介活动10场次，累计销售3.5亿元，签约额近24亿元。在16个大中型城市建立26家青海特色农畜产品专供基地、体验店，累计实现年销售额2.3亿元。

作为青海省品牌领域的社会组织，青海省品牌建设促进会2023年积极开展各项品牌领域活动，积极参与“青海省社会科学普及月活动启动仪式”“青海省网络安全宣传周启动仪式”“青海省品牌社会共治培育交流会”等活动，进一步提高了青海品牌建设氛围和企业品牌意识。

在“第十七届中国品牌节”上，推介“品牌青海”亮相开幕式，“盐湖股份”“西部矿业”2家企业入选《中国品牌500强》榜单。“青海省品牌建设促进会会长龙腾飞介绍，积极开展企业品牌培育工作，促使青海企业品牌走向全国。

## D 以服务助品牌

2023年，我省各有关部门多措并举助力青海农特产品品牌走得更高更远。

省市场监管局建成我省商标、地理标志基础信息库，其中设置全省商标、地理标志等7个查询服务模块，实现存量信息全覆盖，为提升商标、地理标志培育、运用和保护全产业链服务能力提供可靠数据支撑。

同时，围绕区域公用品牌打造、地理标志运用促进等内容，邀请国家知识产权局、国内知名的品牌运营专家及律师授课，以“理论+实操”“讨论+观摩”的形式，举办全省商标地理标志品牌建设专题培训大讲堂、海西大讲堂，为我省商标、地理标志运用、促进、保护、管理和服务提供智力支持和业务指导。

新建11家商标品牌指导站，持续构建便捷、专业、高效的商标品牌服务体系，着力打造适应经营主体需求的公益窗口和前沿阵地。过去一年，商标品牌指导站工作人员奔赴田间地头、厂矿企业、基层乡镇，普及商标知识、服务社会大众，累计服务各类经营主体1911户（次）。同时，切实增强社会大众对商标、地理标志的关注度，持续提升“认牌消费”意识，引导农牧民受益于地理标志“金字招牌”。

省农业农村厅先后成立牦牛产业

联盟、三文鱼产业发展联盟等，发挥龙头企业带动作用，打造联合品牌。

“祁连藏羊”入选中国农产品品牌精品培育计划，“玉树牦牛”“柴达木枸杞”“祁连藏羊”“共和县龙羊峡三文鱼”“乌兰茶卡羊”等5个品牌先后被认定为国家级特色农产品特优区，8个品牌入选中国农产品目录区域公用品牌，16个品牌入选青海省特色农产品区域公用品牌。

成功评选出青海省绿色有机农畜产品“百佳优品”产品品牌100个，青海绿色有机农畜产品“青农优品”产品品牌100个、企业品牌20个，154个品牌通过中国农业品牌网在线审核入选中国农业品牌目录库。

每年投入2000万元左右品牌强农计划项目专项资金，全方位、多渠道、多角度组合式开展品牌营销推介，有效提升青海农牧业品牌市场知名度和影响力，品牌社会效益明显提升，“青海牦牛”第一品牌成为青海一张靓丽的“金名片”。青海农牧业品牌重点向牦牛、藏羊、青稞、油菜、马铃薯、三文鱼、枸杞等特色优势农畜产品集聚。

如今，我省已建成全国最大的有机畜产品生产基地，成为全国涉藏地区青稞加工转化率最高省份、全国最大的枸杞生产基地、全国最大冷水鱼生产基地。