

# 大美青海绿色品牌从高原起飞

从“海山”牌高压锅、“青海湖”牌香烟、“白唇鹿”牛绒衫等这些上世纪八、九十年代不仅在省内知名,也在国内享誉盛名的老品牌产品,到现如今畅销全国的、行业领军的新“青海品牌”,这一路是如何发展? 都有哪些特色品牌?

高原、绿色、纯净、有机成了青海商品给大众的第一印象,从某一层面来说也成了“青海品牌”的代名词。这些青海品牌通过扩大市场让越来越多的人所熟知,它们的品牌效益日益凸显,影响着青海区域经济质量的提升与建设。而品牌企业也在积极了解不同消费者的消费需求,不断完善自我,跟上世界步伐,让更多的大美青海·绿色品牌享誉世界,扩大品牌影响力。

青海日报记者 谭梅

全球买家、卖家直接交易;引进国外优质消费品;联通国际市场;推动商品、服务顺畅流动;促进国内国际双循环……

5月7日,期待已久的中国唯一以消费精品为主题的国家级展会——首届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)在海南省海口市盛大举行。一大波匠心国货、国际大牌、高科技产品集结来袭。

从高原到沿海,从深居内陆到阔步向外,这一刻,开放的双手开始同频,发展的脚步开始共振。

青海日报记者 谭梅

## “原生态特色”展会吸睛

“世界级盐湖产业基地,国家清洁能源产业高地,国际生态旅游目的地,绿色有机农畜产品输出地”……踏着盛会的热浪,来自青藏高原的绿色有机特色农副产品吸引着观展人员的眼球,驻足询问纵深了解。

消博会上,体现青海特殊生态和生物多样性的系列营养保健品冬虫夏草、藏红花、红景天、黑枸杞、红枸杞等产品以及青海高原“绿色、生态、富硒、有机”产品青稞、藜麦、乳制品、牦牛肉干等,“原生态特色”绝对是一大亮点,更成为了高原友人带给海岛朋友的礼物。

青海是世界四大无公害超净区、全国五大牧区之一。独特的地理气候条件、多样的高原生态环境、重要而特殊的生态地位,让作为“中华水塔”的青海,成为国家重要生态安全屏障,也为打造绿色有机农畜产品输出地,提供了得天独厚、独一无二的条件。

近年来,青海积极实施“一优两高”战略,走“生态青海、绿色农牧”路子,将生态保护放在首位,多策打造“青字号”品牌。加快培育牦牛、藏羊、青稞、冷水鱼、枸杞等物种独特、种养天然的高品质有机农畜产品,不断扩大绿色、有机、高品质、安全的优质特色产品供给,持续提升农产品附加值。

特别是绿色有机农畜产品示范省创建以来,青海省围绕大力发展高原绿色有机农畜产品、建立健全牦牛藏羊原产地可追溯体系、做强农畜产品特色品牌、实施化肥农药减量增效行动、推进农牧业循环发展和废弃物资源化利用、完善农牧业科技服务体系和智力支撑等六大任务高位推动,绿色发展步伐明显加快。

“这是我们在柴达木盆地纯野生环境下种植的黑枸杞,花青素含量能达到蓝莓的4-5倍。”站在德令哈佳鑫农产品开发有限公司展位旁,工作人员招呼大家来品尝。与黑枸杞一样,纯天然、无污染的藜麦产品也吸引了络绎不绝的观众。工作人员向各路采购商表示,青海有很多这样的“宝贝”,以往缺乏传播渠道,不为外界所知。近年来,互联网电商的快速发展给青海带来了机会,“现在我们的销售基本上都依靠线上,很多人喜欢我们的原生态产品。”

“这次来到消博会的19家展商,是在众多报名企业中精挑细选出来的,都是很具有代表性的企业。”青海省商务厅对外经贸服务中心主任王利民告诉记者,青海海拔高,食品纯净,很多企业将传统产品不断创新,顺应市场潮流。“消博会第一天,我们就有企业与外地企业间有了一些合作协议,包括青海青绣产品,还有牦牛肉干产品等。”在王利民看来,消博会就是国内外消费精品展示交易平台,满足全球消费精品企业和品牌参展交易需求,给各地企业消费精品销往世界创造商机,带来更多发展的可能。

## “双循环”注入发展新动能

在打造“绿色有机农畜产品输出地”的路上,青海也不忘加快对外贸易发展的步伐。

过去的一年,受新冠肺炎疫情冲击,全省外贸发展异常严峻。面对复杂形势,我省商务部门全面落实外商投资法及其实施条例,出台利用外资工作20条措施,全流程跟踪服务重点项目,合同利用外资增长25%。积极拓展对外投资合作,对“一带一路”沿线国家投资同比增长2.8倍,对外承包工程营业额2.3亿美元,对外劳务输出人数同比增长5%。

此外,西宁综合保税区和西宁、海东跨境电商综试区的建设,一批企业积极洽谈入驻,让海东跨境电商综试区实现线上走单。7列铁海联运班列和2列中欧班列的开行,让2020年开行数量超过前4年总和。

去年9月,汇鸿集团在青海建立了青海汇鸿供应链有限公司。几个月时间,通过子公司进口到中国的矿产品超过数百万美元,均供应给了国内的金属加工企业。借助外贸企业优势,如今,公司又有了新的谋划。

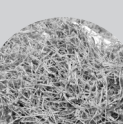
作为此次消博会青海参展企业,今年,青海汇鸿供应链有限公司打算以青海当地“蚕豆”为抓手,加工成蚕豆罐头,出口国外。青海汇鸿供应链有限公司董事长朱建宇介绍,今年计划出口蚕豆罐头1000吨左右,约5000万人民币。“这样做既能响应号召推进东西部合作,又能畅通国内国际双循环。与此同时,我们也想帮助更多的青海本土企业,借助自身外贸优势,牵线搭桥,助力贸易往来,合作共赢。”朱建宇表示。

如今,“双循环”正在为我省越来越多企业提供思路,注入发展新动能。尤其是走出省门后我国超大规模的市场优势,为企业提供了广阔的空间。而在加大对外贸易发展的同时,青海也在不断汲取经验、充实实力,在实行高水平对外开放,开拓合作共赢新局面的路上稳步前行。“近两年,政府部门也在积极开展全省外贸增长潜力大调研,研究制定出口信用保险无抵押贷款等系列政策措施,帮助企业纾困解难,保护外贸企业主体,推动全省外贸稳定发展。”青海省商务厅相关负责人表示。

据海关数据统计,今年1-3月我省实现外贸进出口总额7.9亿元,同比增长83.3%,增速位居全国第5位。其中,进口5.1亿元,同比增长169.3%,增速位居全国第2位;出口2.8亿元,同比增长16%,增速位居全国第25位。

未来,青海将持续加快外贸结构调整、动能转换,鼓励关键技术、重要设备、零部件和部分生活消费品进口,引导盐湖化工、有色金属、农畜产品、新能源、新材料等自产产品出口,促进进出口平衡发展。吸引更多加工贸易企业落地青海,推动加工贸易与新型贸易业态融合,支持商贸、运输、建筑等传统服务贸易企业出口,培育出一批具有较强竞争力的对外贸易“企业担当”。

# 青海：畅通对外开放贸易新格局



大美青海生态品牌展示墙。



青稞酒酿造车间。



青稞酒灌装生产线。



青海特色受消费者青睐。 青海日报记者 谭梅摄

今年一开年,中国青稞酒之源的青海互助青稞酒股份有限公司主打产品“天佑德”青稞酒入选央视“大国品牌”! 这于青海品牌而言,是一个新的开拓,意味着“传承、品质与担当”。

“大国品牌”由中央电视台推出,旨在贯彻落实“品牌强国”战略,助推中国品牌的成长与发展。

近几年来,在生态旅游、绿色产品两大领域拥有无与伦比资源优势的青海,因为品质优异、绿色天然

有机的牛羊肉、虫草、枸杞、青稞、原奶、冷水鱼、藜麦等“青字号”产品而称得上是吸粉无数。

回溯上世纪八、九十年代,“海山”牌高压锅、“青海湖”牌香烟、“白唇鹿”牛绒衫、“三普药业”口服液……这些知名品牌产品,也不仅在国内享有盛名,部分品牌产品甚至走出国门,走向世界,不过那时候,有“质”而无“量”,名牌产品数量寥寥。

而今,走进国内各大商超、网店直播间,来自

高原的品牌不胜枚举:有畅销全国的青稞酒品牌“互助”“天佑德”,有冬虫夏草产业的领军品牌“三江源”,有高端牦牛肉的代表品牌“5369”,有高原枸杞产业发展的引领品牌“柴达木”“三江雪”“诺蓝杞”,有矿泉水中的高端品牌“昂思多”“昆仑山”……高原、绿色、纯净、有机成了青海商品给大众的第一印象,从某一层面来说也成了“青海品牌”的代名词。

## 青海自主品牌队伍不断发展壮大

说品牌,寻品牌。

早在新中国成立之初,“威远烧酒”就已成为饮中“名牌”,后来“威远烧酒”逐步由作坊改制为今天的青海互助青稞酒股份有限公司,成为青海“天佑德”,是我国以青稞为主要原料生产白酒历史最长、规模最大的青稞酒厂,被誉为“中国青稞酒之源”。

此外,“仙红”辣椒、“汉尧”“弘大”菜籽油、“西北骄”“可可西里”牦牛肉干等特色产业品牌已经成为青海品牌崛起的强势代表,标志着青海品牌产品的市场竞争力不断提升。

青海品牌之所以让越来越多的人所熟知,离不开青海品牌建设以及让青海品牌“走出去”的步伐从未停歇。

去年11月,“大美青海·特色品牌”再次走进安徽合肥,41家青海企业成功签约,签约项目涉及土特产品、青稞酒、茶卡盐、手工艺品、商贸服务等52个项目……

近年来,在各类展会推动下,品牌企业实力增强,品牌产品诞生树立,青海品牌从高原起飞,走出省门、走向世界,信息流快速流动,动力源加速生成。

从2009年开始,青海省市场监督管理局积极帮助本省企业树立品牌意识,组织企业“走出去”,在提高青海品牌商品的知名度和市场竞争力的同时,也提升大美青海的美誉度和影响力。12年间,青海品牌商品走出深闺,亮相上海、成都、济南、郑州等13座城市,跨越两大洲,走出高原,走向世界。

从一开始的“试水”内地市场,到后来的“一抢而空”,再到越来越多的订单销售,青海可可西里食品有限公司法人代表邵磊深有感触,“这一趟趟的‘走出去’,让更多的国人乃至世界都开始了了解青海并认可来自青藏高原的优质农畜产品。”如今“可可西里”从青海本土品牌成长为国内知名品牌,成为全国牦牛肉精深加工领军企业。

随着“走出去”步伐的加快,天佑德、昆仑山、藏羊、三江源、5369、可可西里等品牌企业与国内许多一线城市的国际知名企业达成合作,在北京华联、山东银座、河南丹尼斯等国内知名大型商场超市安营扎寨。

不仅如此,青海省市场监督管理局积极响应“一带一路”倡议,去国外举办品牌商品推介会。2018年,67家青海企业携带600多种产品亮相第十六届哈萨克斯坦—中国商品展览会;2019年,37家企业走出国门,参加第28届俄罗斯国际食品展览会。走出国门带来满满的收获,不仅向“一带一路”沿线国家展示了青海特色产品,还觅得巨大商机。

“得益于青海品牌商品推介会,公司主营青藏水井巷青稞酒,产品销量一路攀升,2019年青稞酒销售额达1300万元。”青海水井巷实业发展有限公司总经理冯超告诉记者。

除此之外,我省依托绿色有机农畜

产品示范省建设,加大地理标志保护产品和著名商标的培育,商标品牌培育、保护、发展和使用机制逐步完善,商标品牌的数量和质量实现了跨越式发展。据省市场监管局提供数据显示:截至2020年底,我省累计商标注册量达45924件,“十三五”期间增长近3倍。我省拥有认定的中国驰名商标48件,涉及牛羊肉、青稞酒、毛纺织品、民族工艺品、藏医药保健品、盐化产品等18个商标类别。申报成功地理标志保护产品15件,注册成功地理标志证明商标36件。商标的品牌带动力不断增强,促进了整个产业的发展。

在省市场监管局局长马骥看来,青海是一个成长型的省份,未来发展潜力无限。从我省商标发展可以看出我省区域营商环境的优化、市场主体的活跃,而产品质量的提升促进了企业品牌竞争实力的增强、品牌美誉度的提升、品牌附加值的提升。

## 品牌效益助推经济高质量发展

成,青海自主品牌正深刻影响着青海区域经济质量的提升与建设。

任杰表示,青海特色经济体现了自然资源富集、生态环境独特、民族文化多元等省情特点,由此形成了能源化工、盐湖化工、有色金属、特色生物和农畜产品加工、中医药业、旅游业等特色产业。在此基础上培育出了“互助”青稞酒、“晶珠”藏药、“金河”藏药、“三江源”冬虫夏草、“藏羊”地毯等中国驰名商标。同时,具有鲜明特色的青海众多中国驰名商标,为青海特色经济高质量发展源源不断提供着人才培养、技术创新、市场优势,形成了具有较强市场竞争力的青海特色经济。

近年来,在省委、省政府加快推进“青字号”农产品品牌政策引领和资金

支持下,青海依托绿色、有机的独特优势,培育出强大的畜牧业产业,具有较强影响力的品牌开始形成并集聚。

“因为‘牦牛’‘藏羊’,让牛羊肉销量比重逐步提升;因为‘有机枸杞’,我省成为全国最大的有机枸杞生产基地;因为‘冷水鱼’产量占比近全国的1/3,青海成为国内唯一一家获准出口欧洲的省份。不断发展的特色经济促进了农产品品牌效益逐渐凸显,让品牌带动能力也显著增强。”任杰说。

同时,“大美青海”“环湖赛”等生态品牌影响力的全面提升,极大促进了青海旅游、休闲、运动等相关产业的快速发展,形成了地区第三产业由点到线、由线到面的发展格局。至今多层次、多形式的第三产业逐步成为支

撑全省经济发展与转型的主力军。“这其中,产业的品牌引领也是功不可没。”任杰表示。

为继续增强青海品牌商品的竞争力,省市场监管局制定了青海品牌商品推介会规划。通过品牌展示、商品展销、商贸对接、商务交流、人文宣传,提升我省品牌发展,进一步促进我省企业与国内外企业的交流与合作,以品牌创新为引领,大力发展品牌经济。

除此之外,基于我省丰富的资源和多元的文化,孕育出一批特色鲜明、品质优良、丰富多彩的“老字号”品牌也是推陈出新,不断地发展。这些“老字号”品牌,也在满足消费需求,丰富人民生活、传承民族文化等方面不断创新、加码,成为了青海的闪亮名片。