

# 『半岛味道』，让优质农产品走出象山

## 打响农产品区域公共品牌



“半岛味道”靖南体验中心。



货架上的“半岛味道”农产品。(何峰 摄)



顾客选购商品。

宽敞明亮的大厅、整洁舒适的环境、琳琅满目的商品，一走进开业不久的象山“半岛味道”丹城靖南邮政体验中心，浓郁的象山味道便扑面而来。

“门店聚集了象山不同地方的优质特色农产品，山的味道，海的味道，在这里都能找到，吃客不用再为了美食而东奔西跑。”中心负责人说。

在这里上架的农产品都有一个共同的“名字”——“半岛味道”。

“半岛味道”是象山县去年推出的农产品公共品牌，旨在通过品牌强企富农，促进农业增效、农民增收。

农业品牌建设是提升农业综合效益和竞争力的重要支撑点，是深化农业供给侧结构性改革的重要突破口。而区域农产品因小而散的特点，在品牌建设的道路上困难重重。如何通过公共品牌建设，带领区域农产品“走出去”，象山作了有益的探索。

### A 汇聚象山优质农产品

“浙东大白鹅太香了，白切和烧鹅各来一份，其他地方很难找到这么正宗的大白鹅。”在“半岛味道”靖南邮政体验中心，一位女顾客略带兴奋地对着同行的朋友说。

记者在体验中心看到，这里既有油桃、西瓜、白枇杷、甜瓜等时令水果，也有米馒头、萝卜团等当地特色点心，还有绿茶、对虾干、泥螺、香辣花蛤、橘子罐头等加工产品，货架上的农产品让人目不暇接。

“我们店是‘半岛味道’在象山的总店，汇聚了本地农、林、牧、渔、副等五大类农产品，目前上架的货品超过200种，可以说是象山优质农产品的‘大观园’。试营业当天，消费者把门店都挤爆了，不少时令产品卖断货，市场反响非常好。”靖南邮政体验中心负

责人介绍，“该中心本月18日试营业，当天办理会员卡90余张，营业额超过了5万元。”

“象山的优质农产品非常多，拥有象山柑橘、象山白鹅、象山梭子蟹等多个国家地理标志农产品，但之前都各自为战，没有统一的品牌和销售渠道。近年来，象山大力实施品牌富农战略，通过打造农产品区域公共品牌，建设线上线下渠道，搭建起生产者和终端消费者的桥梁，提升象山农产品的知名度，帮助农民增收致富。此外，当农产品滞销时，也多了一条销售渠道。”象山县农林局负责人告诉记者。

去年8月，象山县农林局申请了“半岛味道”商标，并上线了“象山半岛味道”公益性微商城和公众账号，线下建设“半岛味道”

农产品体验中心品牌店。目前，象山区域已有3家“半岛味道”品牌店营业。象山县农林局产业科陶安告诉记者，“公共品牌一推出，便得到了农产品经销商的关注。目前，‘半岛味道’金华店已经开业，余姚门店将于本周试营业，上海、杭州、宁波的门店也在洽谈中，‘半岛味道’跨出象山已走出关键一步。”

“半岛味道”品牌店的商品主要来自象山县级以上农业龙头企业、规范化合作社、示范性家庭农场等，目前合作主体已经超过30家。去年，通过“半岛味道”销售的农产品近1000万元。“为确保农产品的绿色安全，我们对‘半岛味道’的品牌授权有着严格的准入要求，具有‘三品一标’、具备追溯功能的农产品，才能进入供货体系。”陶安说，我们刻的产品准入制度，确保农产品质量的同时，也有利于引导农产品生产经营主体增强质量意识和品牌意识。

### E 线上线下齐头并进

目前，“半岛味道”已经形成一套成熟的运营模式。象山县农林局将“半岛味道”商标授权给县邮政分公司使用，监督其做好品牌运营工作，同时提供优质农产品货源名单，把好源头关；县邮政分公司负责微商城运行、线上线下产品销售、品质把控、货品配送等工作；而象山农信社借力丰收购、丰收家等互联网平台，通过积分换购模式采购“半岛味道”推荐的优质农产品。

根据规划，象山“半岛味道”的移动售货柜将进入全县旅游景区、高端民宿等展示销售。同时，邮政公司将在210个邮掌柜中选择合适的小商超加盟，设立“象山半岛味道”品牌专区。“先在象山站

稳脚跟，然后稳扎稳打向域外拓展。”象山农林局负责人说，将鼓励企业在国内大中城市开设“半岛味道”品牌门店。

线下实体店紧锣密鼓地推开，线上销售也风生水起。“通过增加时令产品的供应、改进包装等方式，提升线上用户的体验，让全国人民品尝到来自象山的‘半岛味道’。”陶安说。

记者发现，象山“半岛味道”微商城汇聚了实体店的大部分品种。“象山的海鸭蛋、紫菜，我都很喜欢，以前主要在淘宝上购买。‘半岛味道’微商城上产品价格和淘宝差不多，但有了公共品牌，质量得到保证，购买更为放心。”一位消费者留言说。

### B 统一包装整体出击

2017年8月，象山县农林局联合象山农信社和象山县邮政分公司，举行了首次“半岛味道”品牌推广。象山县农林局组织优质大米，并授权使用“半岛味道”商标，象山农信社向客户推出积分换购大米的活动，并借助邮政分公司的物流渠道进行配送。活动首战告捷，共销售优质稻米75万公斤，销售额超过550万元，为当地种粮农户增收100余万元，打响了象山“半岛味道”品牌建设的“发令枪”。

为提升公共品牌整体形象和知名度，象山县农林局委托专业公司对“半岛味道”品牌进行了整体设计策划。入驻品牌店的农产品必须更换产品包装，采用“政府+企

业”的母子品牌。记者看到，货架上的外包装风格统一，“半岛味道”四个字非常醒目，也允许供货商在包装上印制自己的商标和二维码。根据产品类别的不同，选用不同的包装。

“团圆团”是一家食品生产企业，他们生产的萝卜团、米馒头等特色点心，广受吃客的追捧。在去年的省农博会上，该公司生产的米馒头被评为浙江省十大农家特色小吃。在“半岛味道”门店，记者看到“团圆团”的点心由可降解的盒子包装，可以4盒至8盒自由组合，装入“半岛味道”的袋子。“‘团圆团’去年进驻‘半岛味道’，线上线下都有销售。通过

这个渠道，提升了我们的知名度。”公司负责人说。

象山绿藤农业发展有限公司种植的油桃，进入“半岛味道”的销售渠道还不到10天。“一周时间在‘半岛味道’门店销售了500公斤，是个非常不错的开始。接下来水蜜桃、黄金桃也将陆续进入‘半岛味道’。外包装采用母子商标，可以扩大我们公司知名度。”公司负责人施江南说，“一个农场的农产品做出名气有难度，但搭上了‘半岛味道’这艘大船后，销售渠道将进一步拓宽。”

“通过公共品牌的建设，帮助小农户走向大市场、大联合。”陶安安介绍，下一步，“半岛味道”将参加食博会、农博会、“双红”发布会、拍卖会、“网红直播”等农产品展示展销活动，并借助报刊、网络等媒介进行宣传报道，提高品牌美誉度。



“半岛味道”深加工产品。(何峰 摄)

本报记者 何峰  
象山记者站 陈光耀

## 小城镇综合整治绘就“灵秀横溪”新画卷



松石岭门户区新建的公园。(王珏 摄)

本报记者 王珏 通讯员 郑拓

横溪主干道人民路上，新修建的柏油路宽阔平坦，两侧绿化景观提升后成为一道亮丽风景线。沿线统一经过外立面改造的民房，白墙黛瓦，掩映在绿树红花中。行走在横溪，令人沉醉在江南水乡的清秀典雅气息中。

今年以来，横溪镇按照“改造南部老镇区、整合工业集聚区、发展北部新镇区、启动山水旅游区”四区联动、协同发展的部署，通过实施人民路、环镇路综合改造工程，建设“美丽乡村风景线”，打造“美丽乡村示范村”等举措，奏响小城镇综合整治“交响曲”。

拆除违法建筑、消除“牛皮癣”、发放整治倡议书……小城镇环境综合整治中，每个横溪人都是主角。由镇、村干部组成的攻坚小组奔赴一线，包片负责，通过干部带头、率先垂范，不少商户、居民参与其中，积极整理自家房屋

后。志愿者们自带工具清扫街巷，整治绿化带，劝导占道经营。

灵秀横溪，文脉兴盛。为了传承历史文化，留住乡愁记忆，横溪以小城镇环境综合整治为抓手，着力推进美丽乡村建设，打造“创新、宜居、共享”的山水小镇。

在周夹村，村口的办公楼古色古香，农房墙壁上古朴的墙绘，让村庄充满活力和文化气息。穿过香樟树掩映的村道，一排排小木屋在一片葱茏中忽隐忽现，新修的观景台让来到这里的游客忍不住驻足休憩。在建的横溪村上街公园加入历史文化元素，融合王家大屋的建筑元素，将成为横溪村文化展示的新窗口。“周围环境大变样了，溪流干净了，角落垃圾没了，蚊虫也少了。”横溪村村民李阿姨说，新修建的文化礼堂成了村里文娱活动场所，大家经常聚在这里唱歌跳舞，生活更加丰富多彩了。

房前屋后栽树种花，街头巷尾整洁如新，在古朴乡村中寻找乡愁

记忆，在山水自然间放松身心……一条串联美丽乡村与境内景点的“美丽乡村风景线”，让游客全面体验横溪之美。

“美丽乡村风景线”一期起点位于亨溪岭古道入口附近，终点是金峨禅寺，串联起周夹村、横溪村、金峨村等3个美丽乡村示范村及3个美丽乡村合格村，全长约13公里。二期起点位于朱金漆木雕博物馆附近，终点为朱家峰公交站，全长约11.3公里。

“希望通过‘美丽乡村风景线’，让横溪成为都市人品味浓厚乡愁、抒发思乡情怀的地方。”横溪镇党委书记陈贤富说，通过小城镇综合整治，助推横溪打好乡村振兴组合拳，进一步提升小镇颜值和气质。

国家3A级旅游景区、浙江省非遗主题小镇、市乡村全域旅游示范区……一张张名片纷至沓来，灵秀横溪，正呈现出一幅破茧成蝶的美丽画卷。