



“大同好粮”铸就农业发展“金钥匙”

——大同市持续打造农业全品类区域公用品牌



“大同好粮”品牌共创主题沙龙。

“大同好粮”是市委、市政府贯彻习近平总书记对山西工作的重要讲话重要指示精神，推进农业赛道提速增效，引领农业高质量发展而打造的质量标准严格、营养健康的全品类农产品区域公用品牌。近年来，通过持续发力、强化打造，“大同好粮”品牌已叫响全国，被评为第十八届中国国际农产品交易会“最具影响力农产品品牌”，荣获第十届上海国际现代农业品牌产品展览会“影响力品牌奖”，带动了大同特色农产品向外“走出去”，增加农民收入，助力全市乡村振兴战略实施。



“大同好粮”走进社区，新鲜直供暖邻里。



“大同好粮”走向全国。



“大同好粮”走进成都产销对接座谈交流会。

“大同好粮”的不凡来历

“大同好粮”是市委、市政府针对我市农业品牌杂、名称多、知名度低的实际，于2017年提出来的，是全省首家农业全品类区域公用品牌，并在京东北总部进行了品牌发布。那么，“大同好粮”“好”在哪里？概括地说“火山孕育魂魄，高寒铸就粮心”就是“大同好粮”的不凡来历和特优品质的高度总结。这是因为大同市独特的四大地理气候优势的孕育所造就。一是冷凉优势，全市年平均气温3.6~7.5℃，非常适宜喜凉作物特别是喜凉蔬菜生产，是全国的淡季菜和延秋菜生产基地，京津冀“菜篮子”供应基地。二是干燥优势。全市年日照时数3012小时，阴雨天气少，阳光充足，是全国光能资源最丰富的地区之一，有利于作物光合作用和碳水化合物积累，是生产高品质农产品的优势产区和养殖业发病较少的地区，全国三大奶业优势产区之一。三是温差优势。全市昼夜温差变化较大，平均日较差12.6~14.4℃，有益于农作物糖分积累，特别是瓜果糖分多、耐贮存、品质好。四是高原优势。全市地处黄土高原，平均海拔1000米左右，山多坡广，地形复杂，小气候多样，生态类型丰富，加之火山土壤富含多种微量元素，孕育出的特色农产品种类多、品质优，能够充分满足当今社会食品多样化、营养化、保健化的需求。

那么，“大同好粮”主要包含哪些特优产品？由于大同市独特的地理气候，再加上千百年来，这里的劳动人民勤劳耕作，精心选育，逐渐形成了30多种“大同好粮”特优农产品，包括：大同黄花、恒山黄芪、大同杏果、东方亮小米，以及黍子、莜麦、苦荞、高粱、豆类、胡麻、马铃薯等，营养丰富、品质优良、绿色健康，符合当今社会消费潮流。大同市委、市政府将这些特优农产品归纳到区域公用品牌“大同好粮”之中，进行统筹宣传，集中打造，初步形成了叫响全国的知名品牌。



“大同好粮”直播活动。



“大同好粮”高粱生产基地。

为了把“大同好粮”打造成全国知名品牌，市委、市政府采取有效措施，坚持不懈推动，主要做法归纳为以下五个方面：

一是制定总体规划，出台扶持政策。全市专门制定了《大同市“大同好粮”区域公用品牌战略规划(2021—2025)》，作为农业品牌建设的指导纲领，明确了“大同好粮”品牌发展目标和建设内容，即：构建科学的“大同好粮”品牌体系，引领大同现代农业实现品牌化发展，将“大同好粮”打造成全国知名品牌。主要扶持政策：在黄花产业发展中扶持品牌打造，在全市农业种植基地建设、农产品加工、“两品一标一新”认证、展览展示、节庆宣传、直播带货等方面给予扶持；鼓励建立标准化基地，进行规范化生产，全面提升产品质量，做到有机、绿色、营养、安全，不断提高品牌影响力和知名度。目前，全市通过国家认证的有机食品23个、绿色食品144个、名特优新农产品14个。

二是突出展览展示，推动走向全国。积极组织“大同好粮”特色农产品参加全国、全省各类农交会、糖酒会及绿博会、中博会，以及北京、上海、广州、成都、哈尔滨、郑州、长沙、南昌等30多次品牌推介活动，通过投放广告、文艺表演、现场品尝、产品展示，达到了很好的宣传效果，扩大了大同特优农产品影响力，产品深受商客欢迎。近3年来，通过各类展会达成合作意向320多个，合作金额2.6亿元，收到了良好的效果，促进了“大同好粮”特优农产品走出去。

三是利用节庆活动，推进品牌传播。近

年来，大同市利用举办中国农民丰收节活动契机，突出打造“大同好粮”品牌，扩大影响力，提升知名度。2019年，在天镇县李二口村举办了“欢乐大同迎华诞，五彩好粮庆丰收”的“大同好粮”中国农民丰收节活动，专门创作演唱了《大同好粮》主题歌。2020年在平城区农业嘉年华，2021年在云州区忘忧农场，2022年在新荣区得胜堡，2023年在古城南城墙关城、2024年在浑源县分别举办了中国农民丰收节“大同好粮”庆丰收活动。同时，利用中国·大同车河国际有机农业论坛、大同黄花丰收活动月等各种活动，对“大同好粮”“大同黄花”品牌开展宣传，起到了积极的推动作用。

四是强化媒体宣传，深挖美食文化。大同市充分利用传统媒体和新媒体开展全方位、多层次、立体化的宣传，取得了明显的成效。市农业农村局与大同广播电视台联合举办了100期《云中新乡韵》定期栏目，专题宣传了“大同好粮”的生产、加工、销售等全产业链发展情况。针对宣传“大同好粮”美食文化需求，又专门开办了《云尚味道》栏目，挖掘“大同好粮”品牌背后的美食故事，讲述源远流长的美食文化，增加了品牌内涵的深度和厚度。一期期精美绝伦的“大同好粮”美食节目，引起了人们的食欲，勾起了游子的乡愁，串起了古往今来的历史。两个专题栏目累计播放量超过1000万次，转发量超过100万次。同时，市农业农村局与山西电视台、山西新闻网、大同日报社签订了长期“大同好粮”品牌宣传协议，进行了连续的专版品牌宣传报道。据不完全统计，近年来

“大同好粮”的成名之路

大同市在多家国家、省级媒体进行宣传报道600多篇，促进了品牌知名度提升。大同市还在高铁站、火车站、飞机场、公交站、万达商场、街头大屏幕等设置了“大同好粮”固定广告灯箱牌匾，进行长期的宣传展示。“大同好粮”品牌得到了全社会广泛认可。

五是拓展市场销售，走进千家万户。打造“大同好粮”品牌的出发点和落脚点就是为了促进全市农产品销售，增加农民收入。按照北上京津冀、东进长三角、南下粤港澳的销售主攻方向，“大同好粮”直营店入驻了上海国际食品产业园山西精品一条街。另外，市内在大同高铁南站、御府小区、外埠在北京、上海、广州、太原等地设立“大同好粮”“大同黄花”直营店、专柜30多个，年销售额达3亿元以上，产品销往全国各地，走进了千家万户，有的出口海外，促进了产品销售和农民增收。

六是开展电商销售，插上腾飞翅膀。网上销售、直播带货是新时代、新形势农业品牌打造的新渠道。近年来，大同市充分利用电子商务开展“大同好粮”“大同黄花”品牌宣传和直播带货，取得了很好的成绩。特别是近两年来，全市利用中央电视台电影频道、成龙国际动作电影周等，在电影频道、抖音、快手、淘宝、京东全媒体开展了多场“大同好粮”促销宣传和直播带货活动，观看总量超过亿次，微博相关话题阅读量超16亿次，短视频播放量达10亿次。“大同好粮”特色产品在京东、淘宝各大平台交易额达2.5亿元，全面提升了品牌知名度和影响力。

“大同好粮”再绘新图景

农业高质量发展的核心就是要向品牌要质量、要市场、要效益。全市力争在今后3~5年内，叫响“大同好粮”农业名片，引领农产品精深加工集群建设，达到一二三产业融合，带动全市农业高质量发展。

政策扶持行政推动。本着“政府主导、市场运作、企业参与、协调联动”的原则，强化品牌建设的政策扶持，出台市、县各级农业品牌的扶持政策，形成一个品牌建设的政策体系，在做大基地、做优产品、做强销售等方面强化扶持，多维度、全方位推进“大同好粮”区域公用品牌创建。

制定标准规范运作。根据国家标准、行业标准和生产需要，抓紧制定“大同好粮”“大同黄花”品牌农产品的生产技术标准、操作规程和产品的分等分级、产地准出、包装标识等方面的标准，做到有规可依，逐步完善、建立品牌标准体系。同时，要建立产品质量安全追溯系统，实现生产记录可存储、产品流向可追踪、储运信息可

查询，建立起品牌信用机制，增强消费者对“大同好粮”的消费信心。

线上线下推进销售。做好品牌产品的销售工作是品牌推广的出发点和落脚点。要坚持做好线上线下两条线销售，在线下销售方面要稳步拓展当地市场，推动“大同好粮”（黄花）系列产品进超市、进社区、进酒店、进机关、进校园、进车站、进机场、进企业、进文旅、进军营等“十进”，鼓励“大同人吃大同好粮”，推出一批“大同好粮”经典美食，进行全市推广。同时，拓展北京、上海、广州、成都等全国大中城市市场，设立“大同好粮”“大同黄花”区域品牌产品旗舰店。创新农产品营销方式，大力发展农产品电子商务、直销配送等新型营销模式，实现线上线下相结合，经营消费无缝对接，健全完善实体店与网店相结合的品牌农产品营销体系。

全面抓好品牌宣传。要深入讲好品牌故事，向全国展示出一个真实、立体、全面

的“大同好粮”品牌形象。充分利用电视、报刊、电台、互联网、微信、抖音、快手等全媒体，构筑“大同好粮”“大同黄花”品牌全方位、立体化宣传网络；积极参加国家和省、市各类型农交会、推介活动，促进“大同好粮”“大同黄花”特优农产品走出去。

利用节庆活动积极举办本地特色农产品展览，加强品牌推广宣传。利用乡村旅游、休闲农业、观光旅游等方式，促进品牌农产品的传播和销售。注重“大同好粮”“大同黄花”品牌的广告投放，在高铁站、火车站、长途汽车站、公交站、机场、旅游景点等人流密集处投放广告，全力塑造“大同好粮”“大同黄花”农产品整体品牌形象，提高市场知名度。

积极完善品牌保护。要加强对“大同好粮”“大同黄花”品牌保护，注重维护品牌形象。开展对品牌认识、品牌保护的知识培训，使广大种植户、养殖户、合作社、企业充分认识到品牌的重要意义，合理使用品



牌，防止滥用、搭便车、假冒给品牌带来不良后果，切实保护品牌农产品知识产权。积极对接大学、科研院校，借助其科研优势，推进企业产品创新、技术创新、管理创新，提高产品的科技含量和品牌实力。

今后，要进一步强化以“大同好粮”为代表的区域公用品牌的提升、传播、运营和保护工作力度，构建以“大同好粮”为共识的品牌价值共同体，不断完善相关准入、评价、使用、管理和质量安全等体系，建立从种植到消费、从基地到餐桌的高品质农产品上行通道，让“大同好粮”特色农产品插上腾飞的翅膀，“飞”出大同，传遍九州！

（本文由大同市农业农村局供稿）

