

盛夏的荆州,当晨雾裹挟着长江水汽漫过古城墙,早堂面馆蒸腾的热气已勾勒出城市苏醒的轮廓。在这片“饭稻羹鱼”的丰饶之地,从屈子《楚辞》中的“蕙肴蒸兮兰藉”,到张居正府宴上的“三蒸九扣”,美食的基因早已融入荆州的文明血脉。

一城山水一城香。如今,荆州这座千年古城正以味觉为笔,将传统农耕智慧与现代品牌理念相融合,书写着新时代的农业华章。通过“荆州味道”区域公用品牌的打造,荆州让“洪湖莲藕”的清甜、“荆州鱼糕”的鲜嫩、“公安牛肉”的醇厚、“监利小龙虾”的麻辣等众多“舌尖上的美味”走向全国。一场从传统农业大到品牌农业强市的嬗变,正在悄然进行……

“荆州味道”:从江湖之鲜到国潮 IP 的味觉蝶变

□ 记者 刘思楦 通讯员 徐喆

品牌富民

田赋新诗 沃野流蜜

6月,公安县章庄铺镇的葡萄园里,农户张建国正忙着采摘阳光玫瑰。“以前葡萄论斤卖,现在论串卖,贴上‘荆州味道’的标签,价格翻了两番。”老张的笑脸,正是品牌力量的生动印证。

长期以来,小农户分散经营存在着好产品卖不出好价钱、增产不增收等弊端。针对这一痛点,荆州市创新推出“公用品牌+合作社+农户”模式,积极构建“荆州味道”全链条价值提升体系。通过制定严格的产地准出制度,建立从田间到餐桌的全程质量追溯系统,使每一颗果实都有了品质身份证。

江陵县三湖农场的黄桃种植户通过合作社实现“五个统一”:统一品种改良、统一有机施肥、统一采摘标准、统一品牌包装、统一冷链物流。这种组织化改造使产品合格率达65%跃升至92%。

在品牌化浪潮中,荆州以“荆州味道”为母品牌,引领“公安葡萄”“三湖黄桃”“洪湖莲藕”“松滋鸡”等子品牌,形成“1+N”品牌矩阵。双轮驱动模式既保障了公共品牌的权威性,又激发了企业自主创新活力。

松滋市卸甲坪土家族乡曾是省级贫困乡,通过打造“卸甲坪山珍”子品牌,将深山里的葛根粉、土蜂蜜等土特产进行品牌包装,借助电商渠道走向全国。如今,全乡特色农产品年销售额突破8000万元,带动贫困户人均年收入从2015年的不足3000元增长到目前的1.2万元。品牌如同一把金钥匙,为山区打开了致富之门。

从土产变特产再到名产,一连串的蜕变是品牌溢价最直观的体现。据统计,加入区域公用品牌体系后,农产品销售均价提升34%,农户亩均增收超过2000元,真正实现了“贴牌”到“创牌”的财富跃升。

品牌强农

链动山水 智绘丰年

走进石首笔架鱼肚生产加工车间,现代化生产线与传承600余年的非遗制作技艺相得益彰。通过现代化全产业链协同发力,“石首笔架鱼肚”现已开发出即食型、调理型产品,满足不同消费者需求,年加工能力达300吨,年产值9000万元,品牌价值高达8.6亿元,成为石首走向全国的美食名片。这种全产业链协同发展模式,正是“荆州味道”推动现代农业产业升级的缩影。

荆州自古享有“鱼米之乡”的美誉,这不仅源于自然的馈赠,更在于农人对土地的智慧经营。如今,随着“荆州味道”品牌战略的深入推进,荆州正凭借科技赋能、全链发展、产业集群等手段,推动农业从传统生产向高附加值产业跃升,让每一粒稻米、每一尾鱼虾都释放出更大

湖北双港农业科技贸易股份有限公司: “小鸡蛋”勇闯全国大市场

作为一家集家禽养殖、食品加工、家禽水产饲料、生物有机肥生产于一体的自营出口企业,湖北双港农业科技贸易股份有限公司也是家禽及蛋制品全产业链布局的标杆企业。

公司党支部书记谭先贵表示,入驻“荆州味道”平台后,企业产品可纳入荆州市优质农产品“名优特产推荐榜”候选清单,有助于进一步提高品牌知名度与消费者信任度。

公司将发挥“出口产品同线同标同质”的特色,积极推进线上线下融合,把传统工艺与现代科技相结合,开发更多功能性产品,提升企业竞争力,让国内消费者享用到出口品质的产品,实现“在全国市场提升影响力”的发展目标。

荆州纽莱福农业科技有限公司: 希望成为“荆州味道”一张闪亮的名片

“‘荆州味道’是荆州本地极具影响力的美食文化品牌聚合平台,拥有庞大的用户基础和黄金流量入口。此次能够入选本身就是对我们品牌价值和产品品质的官方认可。”荆州纽莱福农业科技有限公司品宣官李力表示。

作为本土优质大米品牌,纽莱福凭借自主研发的有机软香米和低GI健康功能米等特色产品,在市场上建立了良好口碑。入驻“荆州味道”平台后,企业将获得精准的市场曝光机会,借助平台的庞大用户群体和官方背书,进一步提升品牌影响力。

“‘荆州味道’是纽莱福在荆州市场发展的加速器和放大器。我们将借助这个平台,持续提供优质产品,深度融入荆州美食文化生态圈,让纽莱福成为‘荆州味道’一张闪亮的名片,实现企业的跨越式发展!”李力说。

记者 宁茹 陈琳 徐峰 蒋红梅

号”,持续提升城市知名度与美誉度。

荆州连续举办五届“荆州味道”美食文化节,创新采用“美食+旅游+文化”模式,每年吸引游客超200万人次;“洪湖莲藕 清甜可口”连续四年登录央视,入选农业农村部精品培育计划、全国“土特产”推荐名录;“松滋鸡”“公安牛肉”入选2024中国地理标志农产品(畜牧)品牌声誉前50强;“洪湖莲藕”“公安牛肉”“荆州鱼糕”三期专题片登录央视CCTV-17《谁知盘中餐》节目。

“荆州味道”还走进北京、上海、广州等一线城市的商圈,举办“楚风楚味”推介会,让“舌尖上的荆州”成为城市新名片;今年荆州马拉松期间,荆州味道品牌旗舰店携“荆州鱼糕”“松滋鸡”“小胡鸭”等特色产品惊艳亮相,受到全国各地跑友好评。

线下,“荆州味道”香气四溢;线上,这一“金字招牌”屡屡破圈。

2024年,荆州市农业农村局、荆州市融媒体中心、洪湖市政府联合举办全国主流媒体走进洪湖莲藕品牌核心地活动,全网、全平台总传播量约5.6亿次,覆盖粉丝20多亿人次,成为荆州品牌宣传标杆活动。全市连续3年举办“荆州味道就是抖味”短视频挑战赛,2024年全网平台总流量突破4亿次,总曝光量超7亿次,销售总额约2.7亿元,被省委网信办授予“表现突出网络文化项目”;“荆州味道”区域公用品牌被抖音平台列入年度“三农”行业互动创新案例,“荆州味道”抖音号突破百万粉丝,获赞超2900万条。

数据显示,“荆州味道”品牌带动荆州城市知名度提升37%,旅游收入年均增长15%。越来越多的游客因为“荆州味道”来到荆州,感受这座古城的历史底蕴与现代活力。

当一碟晶莹剔透的荆州鱼糕端上餐桌,当一锅洪湖莲藕排骨汤在冬日里咕嘟作响,当监利小龙虾的鲜香在夜市烟火中升腾——这些带着泥土芬芳与江河气息的“荆州味道”,正以品牌为帆,驶向更广阔的市场,成为荆州这座千年古城现代农业高质量发展的生动注脚。

洪湖市万农水产食品有限公司: 抢抓机遇,加速破局发展

“洪湖万全水产是一家集养殖、加工及销售于一体的大型现代化淡水水产品加工企业,深耕水产行业二十多年,是湖北省农业产业化重点龙头企业。近年来,随着市场竞争加剧,公司面临产品附加值低、品牌影响力有限等挑战。入驻‘荆州味道’平台,是我们破局发展的关键。”洪湖市万农水产食品有限公司电商部负责人郑胡星表示。

郑胡星对本次活动充满期待。他说,“荆州味道”是农产品区域公共品牌。入驻该平台后,产品被赋予文化价值,信誉度和市场竞争力都将得以大幅提升。

未来,洪湖万农水产将借助“荆州味道”平台与各大电商平台深度合作,构建线上线下全域推广矩阵,并联动其他水产企业,整合资源组建产业联盟,壮大荆州水产产业集群,实现优势互补。

湖北万福祥米业有限公司: 紧密合作,打造区域大米品牌标杆

“入驻‘荆州味道’平台是我们实现品牌提升的重要契机,这不仅有助于企业自身发展壮大,更能推动荆州特色农产品整体竞争力的提升,实现多方共赢的发展格局”。湖北万福祥米业有限公司总经理郑生军说。

近年来,万福祥米业专注于品质大米生产,具备严格的加工工艺和质量控制体系。

郑生军表示,未来,公司将与“荆州味道”平台紧密合作,持续优化产品和服务,积极参与平台活动,展示加工工艺优势,进一步扩大市场份额。

他相信,此次合作将实现企业、平台和消费者的多方共赢,推动荆州大米产业高质量发展。

企业声音

湖北小胡鸭食品有限责任公司: 让非遗小胡鸭从江汉平原“飞”向世界

作为湖北非遗技艺传承企业,小胡鸭入驻“荆州味道”平台。小胡鸭创始人胡秀容介绍,这一举措不仅提升了品牌的溢价能力,还能借助平台提供的私域流量运营工具,助力小胡鸭精准触达消费者。

胡秀容表示,入驻“荆州味道”平台后,小胡鸭将充分运用平台的公信力背书和全渠道资源,通过线上线下联动营销,提升品牌影响力。同时,小胡鸭将发挥非遗制作技艺优势,结合“鸭藕连作”生态养殖模式(江汉平原500亩示范基地),推出招牌产品(如精品小胡鸭、甜辣鸭舌),通过“荆州味道”平台认证提升产品附加值。

未来,小胡鸭将深度参与平台营销活动,与其他优质企业联合开发创新产品,并借助平台的海外渠道加速国际化布局,吸引更多年轻消费者关注和喜爱,让小胡鸭“振翅高飞”,让湖北非遗美食从区域龙头向全国市场迈进。

锅圈欢欢食品(湖北)有限公司: 为荆州水产品打上品质标签

“作为一家省级农业龙头企业,锅圈欢欢一直专注于用现代化工艺做好产品。此次入驻‘荆州味道’平台,不仅可获政府背书的‘荆品’认证,还将拥有‘正宗荆州味’的金字招牌。”锅圈欢欢食品(湖北)有限公司创始人、总经理周金说。

锅圈欢欢是一家拥有147亩超级鲜智能工厂,通过“一路领鲜”的生产工艺,将荆州小龙虾的鲜甜本味锁进每盒产品。公司还针对平台资源柔性定制特色小龙虾产品,全方位实现从养殖到加工的全链条把控。

周金表示,未来,锅圈欢欢将重点打造产品特色,针对平台资源定制特色产品,发挥“三二一产”模式优势,带动本地虾农共同富裕,为荆州水产品打上品质标签,让全国消费者都能品尝到地道的荆州美味。

湖北恒泰农业集团有限公司: 期盼“链”动荆楚新“丰”景

“这是我们第二次参加‘荆州味道’品牌大会,入驻‘荆州味道’平台,对我们企业而言,最突出的益处在于助力品牌与价值提升。”湖北恒泰农业集团有限公司负责人陈祥章说。

陈祥章表示,借助“荆州味道”平台提供的电商运营、物流仓储及供应链服务体系,依托政府背书和公共区域品牌形象,公司旗下产品从普通商品升级为“荆州好粮油”的代表,品牌公信力和消费者信任度不断增强,知名度也迅速提升。

未来,恒泰农业将突出地域与品质特色,尤其是发挥江汉平原核心产区的地域优势,强化品种优选,严格把控品质,打造核心卖点。同时,恒泰农业期望借助平台资源,通过深挖特色、坚守品质、创新服务,“链”动荆楚新“丰”景,将产品打造成享誉全国的米业领军品牌,实现企业与区域品牌的共同发展。

湖北龙生食品有限公司: 文化赋能,借势提升品牌价值

湖北龙生食品有限公司是国内水产品冷冻鱼糜加工的龙头企业,既是行业首创者,也是目前唯一能自行出口淡水鱼糜的企业。其生产的冷冻鱼糜、串烤鱼排、串冻龙虾尾、调味小龙虾等预制菜产品,畅销国内并远销欧美等国际市

该公司总经理李由平称,公司入驻“荆州味道”平台意义重大。一方面,可借助平台品牌影响力,提升知名度与市场占有率。另一方面,入驻平台后能享受政府政策支持和资源倾斜,在技术研发、市场推广等方面获得更多机遇。此外,荆州丰富的农业文化与历史底蕴,也为产品注入独特文化基因,提升品牌价值。

未来,公司将深度整合平台资源,联合开展品牌营销,参与展会及新品发布,推出联名产品,借助平台线下网络进军本地及周边商超与特产店,探索多元销售模式。

