

致力于打造一份亲民、爱民、为民的报纸

5—8版



集宁区围棋定级升段赛落子开枰 小棋手对弈争锋

»06版«



定格金婚幸福 妇联为老人送上全家福与祝福



○工作人员为金婚老人送去专属祝福

乌兰察布市妇联供图

»06版«

风雪中送橘 退伍特种兵向环卫工人传递暖意

»07版«



打响“土特产”招牌，激活乡村振兴新引擎

■李语菡

土特产是乡土文化的鲜活载体，更是乡村振兴的重要支点。让“土字号”变身“金招牌”，需在挖掘、培育和推广上精准发力，以系统化思维激活特色资源，让土特产在市场浪潮中站稳脚跟、打响名气，成为带动产业升级、农民增收的强劲引擎。

深挖基因特质，让土特产“底子硬”。打响金字招牌，先得把土特产的“根”摸透。每一种土特产都有其不可复制的地域属性和文化密码，需以“解剖麻雀”的细致，建立从原料产地、工艺传承到人文故事的全维度档案。既要考察土壤气候等自然禀赋形成的品质特性，也要

梳理祖辈流传的制作技艺和民俗渊源，像梳理族谱般厘清“身世脉络”，为品质认证和品牌塑造筑牢根基。树立“原味至上”的价值导向，摒弃过度加工、同质化改造的短视思维，让土特产保持“土”的本真，留住“土味”核心竞争力。探索建立土特产品质标准体系，从种植养殖到生产加工设置“硬指标”，健全溯源机制，让消费者买得放心、吃得安心，为金字招牌夯实品质根基。

锻造产业筋骨，让土特产“立得住”。单枪匹马难成气候，土特产要打响招牌，需走产业化、规模化之路。聚焦产业链薄弱环

节，在种植养殖端推广标准化技术，在加工端引入现代工艺提升附加值，在仓储物流端完善冷链体系延长保鲜期，让“小特产”形成“大产业”。借鉴“合作社+企业+农户”模式，整合分散资源，实现从单兵作战到兵团作战的转变。创新“土特产+”融合路径，比如将非遗工艺融入包装设计，让土特产成为文化传播的载体；开发“土特产研学游”，让游客走进田间地头感受生产过程，把消费场景转化为体验场景。在“赛马场”上选“千里马”，通过举办土特产博览会等方式，让优质产品脱颖而出，同时建立优胜劣汰机制，对

品质下滑的产品及时“摘牌”，倒逼产业持续升级。

拓宽传播赛道，让土特产“叫得响”。在注意力经济时代，好产品也要会吆喝。打破“酒好不怕巷子深”的旧观念，用年轻化、场景化的方式讲好土特产故事。挖掘手艺人的匠心故事、产地的风土人情，把产品的温度和情怀融入传播，让消费者不仅买特产，更买一份“乡愁记忆”。善用新媒体打开市场空间，通过短视频展示山野采摘的原生态场景，在直播中还原传统工艺的制作细节，让土特产从“线下货架”走向“云端舞台”。同时深耕

区域品牌建设，打造“地域+品类”的集体标识，以集群效应增强市场辨识度。建立线上线下联动的营销网络，在城市商圈设立土特产体验馆，让消费者直观感受“土味”魅力，用口碑传播撬动更大市场，让土特产名气与影响力同步提升。从田间到餐桌，从传统到现代，土特产的金字招牌不是喊出来的，而是靠品质打底、产业支撑、创新赋能闯出来的。唯有让每一份土特产都承载文化底蕴、饱含匠心温度、紧跟市场步伐，才能在乡村振兴的画卷中，绘就“一方特产富一方百姓”的生动图景。