

让地标『出圈』又『生钱』

——云霄擦亮『全国地标第一县』金字招牌

本报讯（朱乔桢）云霄枇杷、下河杨桃、火田金柑……一个个耳熟能详的地标产品甜了舌尖、旺了产业、富了群众；年货节、地标宴、采风行……地标串起的一场场节会超燃火爆，上下齐心讲好“地标品牌赋能乡村振兴”的云霄故事；网络直播、招商推介、品牌塑造……让以山之珍、海之鲜、果之蜜调和而成的“云霄味”飘得更远。一枚枚地理标志产品正扎根云霄山海，带动一条条产业链，逐步成为现代农业产业化的“敲门砖”，农民增收致富的“金钥匙”，为推动县域特色经济高质量发展提供有力支撑。

近年来，云霄县委县政府高度重视地理标志培育、保护和发展工作，积极争创国家地理标志产品保护示范区，以“一镇一业”“一村一品”为抓手，鼓励发展“地标”产品精深加工，推动海产品、休闲食品、健康食品、绿色食品生产加工企业集聚壮大，提升地标产品的规模化、标准化、品牌化，全力打造独具特色的地标食品名城。为擦亮“全国地标第一县”金字招牌，云霄作了一篇着眼长远、久久为功的“大文章”。

产业+ 提升地标含金量

“身价”倍增，始于“身份”加持。原本是“养在深闺人未识”的农特产品，在相继获批注册国家地理标志证明商标后，它们声名渐起，“身价”一路上扬，成为一方富农产业。

从有“身份”到有“身价”，并不是一蹴而就的，地标注册只是第一步。云霄通过运用、规范、扶持、保护，推动地标产业高质量提升，逐步形成以地理标志商标为依托，“公司+地标+农户+基地”的产业化经营模式，以地标产品为核心，生产、加工、物流等一条龙的完整产业链，真正实现“申请一个地标，带动一个产业、富裕一方百姓”。

云霄县持续强化对地理标志的保护运用，一方面通过龙头企业率先使用规范印制地理标志商标和地理标志产品专用标志的包装袋，带动一批许可使用企业、农民专业合作社主动使用和规范使用；另一方面通过签订订单合同、牵头建立合作社等形式，提供资金、技术指导，稳定地理标志产品货源和品质，拓展和完善地理标志产品市场，加强农产品高效加工和品牌化销售，提升农产品附加值和市场竞争能力。越来越多承载着云霄人乡愁的地理标志农产品走出一条产出高效、彰显特色的现代农业发展道路。

一颗下河杨桃“甜”了一个村。下河乡下河村以杨桃产业为轴，打造“二产”杨桃加工产业及“三产”乡村旅游产业的闭环，从2020年起连续三年杨桃产业年总产值破亿。下河村被农业农村部

评为“全国乡村特色产业亿元村”；一颗云霄枇杷串起一条产业链。和平乡梭树村围绕枇杷这一主导产业，探索“生态+现代农业+乡村游”的发展模式，发展生态休闲观光农旅产业，枇杷产业年总产值逾2亿元，年接待游客超20万人次，旅游综合收入超1000万元。

类似这样“地标”变“金标”的故事，在云霄可以找到太多“同款”。梳理云霄特色农产品的“前世今生”，会发现它们的品牌增值与发展进阶之路，均绕不开同一个关键词——地理标志。目前，云霄县共有地理标志商标40枚，县域地标产品注册数量位居全国县级行政区第一位。

文化+ 放大地标带动力

前段时间，“寻味漳州地标 共享山海盛宴”大美漳州2024年漳州地标产品网络媒体、大V采风行活动在云霄举办，众多地理标志产品亮相，集中展示云霄不断强化地理标志保护，促进特色产业高质量发展所取得的丰硕成果。

该活动通过多平台多维度传播，在各级媒体网站、微博、抖音、小红书、视频号等频频出圈，全网传播数据超过1.5亿次，其中，微博主话题“漳州地标 山海盛宴”两次登上热搜榜第三位，话题阅读量超1.3亿次，讨论量达1.6万次，互动量达3.7万次；人民网、新华网、中新社、中国经济网、东南网、中国侨网、澎湃新闻、腾讯网、搜狐网等网络媒体传播阅读量超1000万次。

这波“地标热”的背后是云霄县着眼文农旅深度融合、放大地标产业带动力的不懈努力。今年来，云霄县“以地标为媒、以节庆为缘”，在漳州古城接连举办了“漳州年·云霄味”云霄名优农特产品展销会暨地标产品年货节和“云霄枇杷寻‘蜜’和平”专场直播带货活动，与福建电视台等上级媒体联合摄制“春宴-云霄地标宴”新春专题片，还远赴四川开展“巴蜀多娇，龙腾云霄”云霄县食品产业链暨文旅产业（成都）招商推介会，让云霄地标产品真正“走出去”“火起来”。

地标为媒、文化搭台、旅游唱戏……云霄探索出“地标产品+食品制造+文旅融合”的发展路径，吹响文农旅融合发展的协奏曲。

2021年，云霄在全省率先创建了地标馆，并设置下河杨桃、云霄枇杷、马铺百草园、火田白石四个地标驿站，打造“一馆四驿站”新文旅IP，将地理标志产业与文化旅游产业深度融合，创新推出“地标+文旅”的旅游线路，掀起一轮特色地标文旅热潮，地标经济不仅成就了游客的“诗和远方”，也在“丰景”变“钱景”、“颜值”变“产值”的过程中成为县域经济发展新引擎。

一方水土酝酿一方味道，一方美食保留一方印记。为持续放大地标标志溢出带动效益，云霄深挖“地理标志+”潜能，以地标产品为食材，保留民间传统技法，制作推广云霄味的“地标餐”，菜名背后蕴藏着向东渠先进事迹、开漳圣王文化、乌山革命文化等本土传统文化内涵，使文化美食化、美食文化化，着力打造富有地方特色的美食产品，力图在地标文旅体系中成为新的闪光点，加快促成目的地美食资源价值变现为美食旅游市场价值。

数字+ 做强品牌影响力

拥抱数字经济时代，电商直播已成为不少地理标志产业发展的“标配”，线上销售平台、新媒体宣传推广等互联网新模式、新业态，让地标产品获得更多“出圈”又“生钱”的机会。

酒香也怕巷子深，好产品更需吆喝。在日前举办的“云霄枇杷寻‘蜜’和平”专场直播带货活动的牵线搭桥下，云霄好物“云”销四方，一天之内线上线下成交金额超200万元，成交订单量超3万单，活动可谓“吸睛”又“吸金”。

无独有偶，下河乡依托杨桃基地，建立农村淘宝运营中心，搭建“田野直播间”，集中开展直播带货、社区团购等活动，同时组建电商销售队伍，打造电商助农矩阵，实现杨桃线上、线下有效对接，共享电商增值效益……可见，电商直播助力农产品上行潜力无限。

今年初，由云霄具有一定代表性和社会影响力的自媒体从业人员自愿组建的自媒体联盟正式成立，这是自媒体行业的又一利好。该组织将充分发挥自媒体联盟成员间的桥梁和纽带作用，积极推进会员之间的资源共享、信息互通、创新协作，切实发挥网络支农助农作用，帮助更多农民走“线上”增收之路，用互联网思维拓宽乡村振兴新思路，在乡村振兴行动中贡献网络智慧和力量。

当前，越来越多有志青年回归乡野，怀揣着新思维、新观念、新办法、新模式，当起了“新农人”。因此，去年云霄建立全市首个“巾帼互联网营销师”实训基地，培训线上营销、直播销售技能，这些“新农人”们将投身智慧农业、智慧养殖、农村物流、农村电商，用自己的勤劳与智慧为云霄地标产品代言，让“村口”成为“风口”，在希望的田野上，实现一场梦想与振兴乡村的双向奔赴。

从天赐地造到匠心培育，由躬耕田间到美名远播，一件地理标志延伸一项特色产业，一项特色产品托起一个兴农富农梦，一个个地理标志农产品，为乡村振兴新画卷增光添彩的故事，正在云霄不断上演……



▲“寻味漳州地标 共享山海盛宴”大美漳州2024年漳州地标产品网络媒体、大V采风行活动在云霄启动 朱乔桢摄



▲张杰、谢勤杰摄



▲电商直播助力地标产品上行 郭扬摄



▲云霄地标馆 李金文摄