



端午时节，蕲春艾农在采摘今年的艾草。
(受访者供图)

黄冈人杰地灵、物华天宝。蕲春艾草、麻城菊花、英山云雾茶、罗田板栗……黄冈地理标志产品有25个，其中地理标志保护产品21个，居全国市州第一位。在深闺人未识。农业区域公用品牌多集中在鲜货和初级加工农产品；品牌经济对全市经济的贡献率不够高。补齐短板，黄冈制定推进品牌建设的三年行动方案，推进“六大行动”，重点培育东坡庙会、蕲艾、团凤钢构等25个重点品牌，以点带面，逐步夯实“市县联动、行业联合、聚焦重点、全域提升”的品牌梯次培育机制。

24个特色品牌露峥嵘

“黄冈好物”出山出圈

湖北日报全媒体记者 刘毅 曹雯 通讯员 雷丹丹 陈江华

标准化筑牢品牌之基

“建立标准体系以后，‘白莲青背’胖头鱼在江浙沪销量越来越大了！”7月3日一大早，湖北万湾湖胖头鱼养殖有限公司总经理张涌就来到黄冈市标准化服务中心，就拓展全链条标准体系向专家咨询。

抓品牌就要抓标准，抓标准就要找专家，已成为黄冈企业共识。这一共识，来之不易。只有大力实施标准化，才能改变黄冈产业产量小、品种杂、加工难、包装差、附加值低的现状，打造大品牌才有基础。市品牌建设专班主要负责人洪再林表示，2023年初，黄冈市品牌建设专班组建，第一次开会就明确了标准化这个首要任务。

投入大、周期长，再加上没有龙头企业带动，又缺乏专业人才，推进标准化建设并不容易。“只要是正确的事，再难都要全力以赴。”市场监管局局长余水兵介绍，黄冈把标准化建设纳入市县两级政府中心工作，出台《贯彻落实〈国家标准化发展纲要〉实施方案》《标准化资助资金管理暂行办法》，对企业实行奖补，举办“品牌黄冈大讲堂”，成立标准化服务中心，

为企业提供智力支持。蕲艾是黄冈标准化建设的样板。近两年，在市、县两级市场监管部门推动下，通过与湖北省标准化与质量研究院合作，《蕲艾全产业链标准体系》制定大幅提速，并于今年5月正式发布，涵盖种植、仓储、物流、生产、康养服务等全流程。

“通过标准化运作，艾叶收购价每斤提高2元，产能提高30%，去年公司年总产值首次突破6000万元。”湖北鼎艾科技有限公司总经理李百林说。在蕲艾全产业链标准体系示范带动下，黄冈各类组织主导或参与制修订标准总量7985项，其中国际标准1项，国家标准19项，行业标准27项，省级地方标准47项，市级地方标准25项，团体标准49项，企业标准7817项。全市累计创建国家标准化试点20个，省级标准化试点16个。

黄冈在258家企业实施首席质量官制度，通过组建专家团队进行帮扶指导，鲁班药业、亚星电子、武穴祥云等15家企业产品获评首届“湖北精品”，数量居全省前列。

十特产一打好突围战

“大别山上茶佳话，云雾深处育精华……”优美的茶歌声中，英山云雾茶茶业集团首家旗舰店在黄冈开业迎宾。

该集团由黄冈市特色农产品投资发展公司和英山农产品开发公司共同出资组建，是黄冈探索市县一体打造“英山云雾茶”区域公用品牌的关键一招。

2023年，黄冈发起品牌攻坚行动，建立市级统筹、专班推动、县区主责的工作机制，高标准高质量打造24个重点品牌，蕲艾、浠水鸡蛋、英山云雾茶、红安岩等9个特色农产品品牌位列其中。

“黄冈是农业大市，要充分发发挥资源优势，打造特色农产品品牌。”黄冈市副市长马艳舟介绍，该市按照一个协会、一个研究院、一个检测中心、一套标准、一个供应链平台的思路，构建对重点农业品牌的支撑体系。

4月12日，黄冈市茶叶行业协会在英山成立。短短数月，入会企业达到88家，其中县外企业38家。截至目前，全市已成立红薯、菊花、板栗、中药材等16个市级农业特色产业行业协会，为品牌扩域、协力共赢打下良好基础。

大别山牛羊研究院、蕲艾产业技术研究院……一家家研究院先后成立，来自省农科院、湖北中医药大学等科研院所的专家教授纷纷进驻。

7月3日，位于麻城的湖北省菊花产品质量检验检测中心，工作人员正使用色相仪对企业送检的样品进行检测。目前，黄冈各县区公共检验检测中心已全部通过CMA/CATL“双认证”，其中多家成功获得省级认定，可提供全流程专业检测服务。

让更多“土特产”走出大山，黄冈统筹市场准入、质量提升、知识产权等30余项职能，聚焦重点品牌全生命周期服务，针对性出台支持蕲艾、英山云雾茶等重点品牌扶持政策，打造品牌发展的最优营商环境。

在一大批品质过硬、特色突出、竞争力强的区域公用品牌带动下，黄冈深厚的地理标志资源优势正逐渐发挥作用。“浠水鸡蛋”年销售量达43亿枚，年产值有望突破100亿元；蕲艾产业综合产值达到128亿元；大别山黑山羊走进北上广，产值连年翻番……2023年，黄冈农业增加值达到571.55亿元，占全省份额由1/10提高到1/9。

在刚发布的2024中国品牌价值评价榜上，8个黄冈品牌榜上有名，除了“蕲艾”以外，“麻城福白菊”品牌价值达48.86亿元，再创新高。还有长安建设、蕲艾堂等6家龙头企业上榜，品牌价值累计达46.3亿元。在各级品牌价值评价榜单中，英山云雾茶、红安岩等品牌价值分别达34.79亿元、22.07亿元。

除了链接顶层资源，黄冈还充分向内挖潜、向外拓展。“品牌黄冈”县域巡回营销活动先后走进麻城、黄梅、罗田等地，首次举办商标品牌大赛，黄冈市在本地化营销上推陈出新。随着活动不断升级，主办方还邀请中青旅、楚味堂等省内外渠道商现场签约，订单不断。

同时，黄冈品牌在外地的参展率不断刷新。茶博会、健博会、农交会、中国国际服装服饰博览会……各类展会现场，总能看到黄冈品牌的身影。

从理念转化为行动，从愿景转变为现实，从谋篇布局的“大写意”到精雕细琢的“工笔画”，一个个名特优新的黄冈品牌金字招牌越擦越亮。

市县企业凝聚强大合力

“‘蕲艾’品牌价值130.3亿元，名列2024中国品牌价值排行榜区域品牌榜第24位！”2024李时珍蕲艾文化节开幕式上，中国品牌促进会负责人的话音刚落，全场响起热烈的掌声。

“这份成绩来之不易，是各级党委、政府、产业链建设专班、协会和所有企业共同努力的结果。”蕲艾行业协会会长田群说。

黄冈把品牌建设作为强县工程和乡村振兴的重要内容，市级层面重点打造东坡庙会、黄冈教育等全国知名品牌，县市区围绕发展定位和优势产业，以“时珍故里 中国艾都”等形象品牌为引领，构建“形象品牌+区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”体系，充分调动起各方面的积极性，形成共建品牌的强大合力。

产业发展好不好，品牌价值是晴雨表。今年6月，黄冈先后成立全省首家市级品牌建设服务中心和品牌建设促进会，助力优势品牌擦亮“品牌黄冈”新名片。

经过品种优化的麻城福白菊长势喜人，菊农喜获丰收。(受访者供图)



佳佳食品主打产品之一板栗土鸡汤。(受访单位供图)



佳佳食品20年专注罗田板栗加工创新“小板栗”盘出亿元企业

湖北日报全媒体记者 刘毅 通讯员 陈钦

7月1日，雨后罗田，闷热难耐。湖北佳佳食品有限公司董事长郑海元办公室的空调却没有开，“办公楼电断了好几天，电工正在车间抢装设备，没空来修。”郑海元笑着说，“我们山里人，没那么娇气。”

就在这个“山里人”带领下，佳佳食品将罗田板栗炖成鸡汤，做成罐头和零食，不仅卖到全国各地，还远销欧美，让老外爱不释手，大叫“Very good!”

从贩板栗到做加工

2004年，乡镇七站八所改革，34岁的农技干部郑海元离职下海。跟土货打了十几年交道，郑海元也不会干别的，只好学别人贩卖板栗。从农民手里收，再卖到江浙沪，挣点差价。“看似简单其实难，由于市场不熟，辛辛苦苦跑几趟挣的钱，一次就亏光了。”呛了几口水，郑海元慢慢练出了水性。

贩鲜货风险大，又没技术含量。2006年，郑海元找亲朋好友筹措资金，在大河岸镇注册成立润和食品有限公司，建起冷库，转型板栗收储、分选和粗加工。2008年，又尝试进入加工领域，做板栗罐头。

做了十几年企业，郑海元越来越有信心。2018年，他通过股权转让方式盘活一家僵尸企业，进军预制菜领域，先后推出板栗鸡汤和即食板栗仁等新产品，大受市场欢迎。

现在，郑海元的公司板栗加工量占全县30%，共有速冻板栗、板栗罐头、即食栗仁、预制菜、食用菌等五大系列30多款产品，销往20多个国家和地区。去年，公司产值达8000万元。今年，公司再次扩产，产值有望突破亿元大关。

“折腾”出一个个爆款

这些年，罗田板栗出了不少爆款。“栗甘露煮、板栗鸡汤，都是我先折腾出来的，大家都说我是个疯子。”郑海元笑着说。

栗甘露煮，其实就是糖水板栗罐头的日本名称。日本进口后，主要做凉菜和拼盘，后来传入上海等地的五星级酒店。当时，这是安徽企业的独家产品，一罐卖16元，相当于每颗板栗卖到5毛钱。

2010年，郑海元到上海出差，敏锐地发现商机，回家后立即开始试制。如何去壳、整形、固色，煮到几分熟，糖分加多少……最终，用了1年多时间，才摸索出10多道工序的标准流程。如今，栗甘露煮已经成为公司主打产品。

让板栗卖出好价钱的还有鸡汤。“没有做汤的经验，先请外地企业代工

了两年，2018年才下决心自己研发。”郑海元说，在公司未来发展战略中，预制汤至关重要。佳佳食品相继开发出排骨藕汤、老鸭汤等在内10余种大众产品，带动鸡汤年销量增速超过30%。现在，公司预制汤销售额达3000余万元，板栗鸡汤占比超过5%。

这两年，不安分的郑海元又鼓起勇气做预制菜。他把板栗枝和板栗壳打碎与菌种配比，开发适宜羊肚菌、香菇的多种袋料，成为新的业务增长点。

“撑”起来的亿元企业

“这些年，自己一门心思搞产品，跑市场，幸亏有政府部门在关键时刻给予帮助。可以说，他们帮我‘撑’起了这家企业。”郑海元说。

2017年，郑海元的老厂已不能满足发展需要。有人建议他在县城开发区购地建厂，但资金占用大，耗时长，他迟迟下不了决心。此时，县政府帮他牵线搭桥，提供了一个难得的发展机会。

原来，2004年，一位福建客商在县城郊区的鸟雀林村投资建设竹笋罐头厂，因经营不善停产。2018年春节前，在县里帮助下，郑海元联系上对方，仅用1个月就购得公司全部股权，融资2000余万元，修缮厂房，购买设备，赶在新板栗上市之前投产，扩充了产品线，产能实现翻倍。

2020年6月，由于疫情阻断物流，严重影响销售和回款，公司现金流告急。当时，罗田县政府主要负责人来到公司，现场办公，协调金融部门予以解决。仅10天后，2500万元无息贷款就打到公司账上，解了郑海元燃眉之急。

现在，加强对板栗企业的信贷支持已经成为罗田优化营商环境的重要举措。佳佳食品被纳入罗田县涉农“白名单”，每年公司可以贷款3000余万元，极大地缓解了流动资金不足的问题。

政企携手逐“绿”民本集团成长为“国家级绿色工厂”

湖北日报讯（记者刘毅、通讯员刘向华、郭芳珍）“这份荣誉要第一时间跟你们分享！”今年2月，第七届湖北省环境保护政府奖一公布，黄冈市生态环境局武穴市分局党组书记、局长胡炳辉就接到了湖北民本集团有限公司董事长吕文龙的电话。

短短10余年，在基层环保部门辅导和指引下，民本集团从省级环保督察重点监督企业，成长为“国家级绿色工厂”“全国绿色矿山20强”，直至捧回湖北环保奖这份省级最高绿色荣誉。

民本集团2005年落户武穴田镇。起初，企业环保设施投入不够，增加了地方生态环境的压力。武穴成立矿山粉尘专项治理小组，深入民本集团一线矿区和车间，与企业共商共议，协助制定提标升级方案，提升污染防治设施和处理能力。

近年来，民本集团先后投资25亿元，建设30余公里长的封闭廊道，实现砂石运输不落地、作业全封闭、全程无粉尘。在矿区创新推行阶梯式分层开采、无尘作业，率先使用中深孔爆破技术，减轻对周边生态环境的不良影响。投资1.2亿元的压滤系统，日处理泥渣达8万吨，可实现水资源循环利用，压滤泥用于矿山复绿或制砖，将资源“吃干用净”。

2020年，民本集团筹建马口新型建材产业园。生态环境局成立服务专班，由胡炳辉带领现场办公，为“环评手续、搬迁安置、配套规划、资源配置”等一系列工作按下“加速键”。2022年6月29日，民本集团450万吨氧化钙项目一期提前投产，成为企业新的增长点。

“对于企业来说，最好的营商环境不是管，而是帮。”民本集团董事长吕文龙感慨地说，环保不仅强壮了企业的生命线，更成为企业价值曲线上的最大助力。

依托数据汇聚平台黄冈完成首例远程异地评标项目

湖北日报讯（记者刘毅、通讯员刘星、余高峰）6月底，黄冈市首个采用数据汇聚平台，实行远程异地评标的政府采购项目顺利完成。

该项目为罗田县党校学员宾馆客房家具定制项目。罗田县公共资源交易中心作为主导方和项目评审主场，浠水县公共资源交易中心作为项目评审客场，两地评委通过会商系统实时沟通、同步评审，最终在数据汇聚平台上成功完成评标。

“我们在本地就可以参加外地投标，节约了大量打印、差旅等交易成本。”一位参与投标的浠水企业负责人说。

使用数据汇聚平台，用数据“跑路”替代人工“跑腿”，实现多方“共赢”。采购人、供应商、代理机构和监管部门使用一个平台、一个账号、一个电子证书，就可实现政府采购业务一网通办，既降低了市场主体成本，又大大提高了政府采购办事效率。

“异地评标可以实现专家资源共享，提高评审效率和质量，破解本地评标容易出现‘熟人评审’‘打感情分’等乱象。”罗田县公共资源交易中心负责人说，此次远程异地评标项目的成功实施，还打破了传统政府采购的空间维度限制，实现跨市互联互通、优势互补、平台资源共享和评标模式升级，为将来跨市和跨省域协同合作积累了实践经验，成为罗田优化营商环境的最新举措。