

哈尔滨电气集团佳木斯电机股份有限公司设备安装。



第十届中俄博览会上,市民体验摩托车。



桦南林业局有限公司农盛园食品有限公司产品加工。

东极品牌质胜未来

佳木斯全链推进品牌建设纪实

□文/吴双 闫壮
本报记者 刘大泳 摄/陈刚

品牌是看得见的价值,更是高质量发展的硬核底气。当前,三江大地风潮涌动、奋楫争先,佳木斯市上下锚定“十五五”发展目标,以“华夏东极”的豪迈姿态,聚焦农业筑基、工业升级、文旅赋能、创新驱动……全力打造一批有竞争力、有辨识度、有口碑的本土品牌集群。从黑土地的粒粒优品到工业智造的匠心标杆,从非遗的活态传承到数字时代的传播创新,全市品牌建设正以“质”取胜,全面提速。

探寻佳木斯品牌成长背后的密码,其动力源自市委市政府高位统筹、谋篇布局,得益于一系列务实创新的发展举措,更凝聚着全市干群同心同向、攻坚克难、奋勇争先的磅礴力量。

“智”造赋能竞争力拉满

从舌尖上的特色豆粉,到国字号装备制造;从省内领跑的消费名品,到走向国际的农机装备,佳木斯市工业品牌正以质量打底、以创新赋能、以宣传破圈,一路提档升级、强势突围,让“佳木斯造”既有口碑更有奖杯,既有颜值更有价值。

抓好顶层设计,才能让品牌建设方向明、路子清。佳木斯市及时召开品牌建设专题会议,紧扣全市产业高质量发展总体目标,精准对标标准引领、企业培优、市场拓展各项要求,逐项细化工作举措、压实工作责任、明晰时间节点,健全常态化推进落实机制,为全市工业品牌培优做强筑牢体系支撑。

有了清晰蓝图,更要靠过硬品质站稳市场。佳木斯市深入实施“驻企专员”行动,靠前服务、精准纾困,推动企业产品质量全面提升。在品牌争创上更是捷报频传:“佳木斯豆粉”等10个品牌成功入选黑龙江省消费名品名录,入选数量位居全省前列;北大荒绿色健康食品有限责任公司入围黑龙江大豆精深加工企业10强,佳木斯冬梅大豆食品有限公司等4家企业入选“中国豆制品行业品牌企业50强”,食品工业品牌实力持续领跑。

创新赋能之下,工业品牌含金量更是节节攀升。佳木斯电机股份有限公司获评国家质量标杆,获得质量管理能力“保证级”称号,成为全省装备制造领域唯一获此殊荣的企业;卫星测控产业纳入省级规划,成功争取1000万元北斗试点城市定向资金,推动“千帆星座”第100颗星命名为“佳木斯号”;全市15项产品入选2026年省创新产品目录,数量位列全省第三,用创新实力为品牌加分。

品质立住了,更要让好品牌声名远扬、货通天下。佳木斯市积极搭建展示平台,拓宽传播渠道,推动佳木斯工业品牌持续破圈。成功举办三届卫星产业发展大会,还受邀在第四届北斗规模应用国际峰会试点城市发展专题论坛上作典型发言,城市航天名片愈发闪亮;组织企业参加哈洽会、绿色化装备供需对接会,在高端平台集中亮相;联合多部门编制优质工业产品推荐目录,目录涵盖4大类73家企业,集中展现本土工业硬实力。

与此同时,佳木斯市主动迈开“走出去”步伐,组织企业赴俄罗斯开展经贸洽谈,在农业机械进出口等领域达成多项合作共识,让“佳木斯造”稳步走向国际市场。

品牌要行稳致远,离不开人才支撑和能力提升。佳木斯市积极为企业搭建学习交流平台,推荐企业参加投融资路演、“创客中国”等大赛,在比拼交流中借鉴先进运营模式;线上线下同步发力,开展中小企业品牌专题培训6次,推动51家规上工业企业参加各类培训97人次,企业品牌运营和市场开拓能力得到全面提升。



黑龙江省三江昊米业有限公司操控室。

“黑土优品”含金量十足

一方黑土孕好物,一个品牌活产业。作为国家重要商品粮基地,佳木斯市立足黑土优势,把品牌农业作为乡村振兴、富民增收的核心抓手,从良种选育、品牌打造,到精深加工、定制销售,一环扣一环,补短板、提质效,让田间地头的好产品真正实现从“种得好”向“卖得俏、叫得响、附加值高”转变。

良种是农业的“芯片”,更是品牌发展的根基。佳木斯市紧盯“龙粳”“莲汇”“佳豆”“沃豆”这些本地优势品种,实打实地推进种业提升工程,主动牵线企业和崖州湾、农科院等科研单位合作,专心培育优质良种。今年以来,全市有77个农作物品种通过省级初审,建设26个市级品种标准化生产示范区,“龙粳3024”经农业农村部确认,被冠名为2026年超级稻水稻品种。此外,富锦、桦川、东风区、郊区成功获评“十五五”国家级制种大县。有了优质良种做底气,佳木斯的农业品牌从根上就扎得稳、立得住。

有了好产品,更需擦亮“金招牌”,佳木斯市精心构建品牌矩阵。以“黑土优品”为龙头,紧紧围绕佳木斯大米、佳木斯大豆、佳木斯木耳、佳木斯好粮油这4个核心品牌,搭建起“1+4+N”的品牌培育框架,一步步叫响本地农产品的名气。截至目前,全市拥有15个农产品地理标志、452个绿色有机食品认证,9款农产品入选全国名特优新农产品,79款产品获得“黑土优品”授权,越来越多带着东极黑土标签的农产品,走进更多消费者的视野。

要让农业更有奔头,精深加工是必由之路。佳木斯市摒弃初级售卖模式,全力推动农产品精深加工。积极助力绿水粮田、仁之和等企业申报产业集群项目,预计获批奖补资金超2000万元。如今,全市省级以上农业产业化龙头企业达73家,规上农产品加工企业242家,一季度营业收入87.7亿元,同比增长12.9%,产业支撑力持续增强。

为了让好产品卖上好价钱,佳木斯市把定制农业做出了新亮点。全市已创建定制农业示范基地9个、优质经营主体79家、特色产品品牌8个。借助与中山“双城联动”契机,佳木斯市成功举办定制农业产销对接会,集中亮相300余款特色农产品,吸引客流超63.7万人次,现场签约额达6.76亿元。大锦农签下1.7亿元购销合同,果蔬溢价率超60%;郊区沿江镇达成500万元鲜食玉米定制合作;桦川县双盈合作社实现近6000亩农田认养,预计带动社员增收10%以上。

文旅深耕吸引力倍增

文旅产业不仅是城市品牌的“形象名片”,更是推动东极品牌高质量发展的重要动力。近年来,佳木斯市依托独有的东极地域特色和丰富文旅资源,从品牌打造、对外合作、文化深挖三方面入手,实打实推动文旅产业提质升级,让文旅融合成为东极品牌提质增效的有力支撑。

打造特色文旅IP,是激活本地旅游市场的关键一步。佳木斯市紧抓冬季旅游机遇,开展冬季冰雪旅游“百日行动”,重点打造“东极雪BA”特色品牌,接连推出打雪球争霸赛、十里花灯穿越、2026焰火迎春等群众喜爱的活动,各县(市、区)同步举办冰雪嘉年华、冰上龙舟等百余场文旅活动,用多样化、接地气的活动,补齐冬季旅游产品少、业态单一的短板,让冬季旅游火起来。

除了特色民俗活动,精品赛事更是打响文旅品牌的重要载体。佳木斯市成功举办2026东极新年马拉松,吸引全国2000多名跑步爱好者参赛,赛事相关话题在网上浏览量突破7亿次,累计64次登上各大平台热搜,并得到央视《新闻联播》、新华社等中央媒体关注报道。这场赛事带动抚远接待游客1.04万人,旅游收入超过1100万元。同时,郊区金穗谷迷宫打破吉尼斯世界纪录,成为乡村旅游新亮点。

立足本土旅游发展的同时,佳木斯市敞开大门,通过深化对外合作,让入境旅游市场更有活力。聚焦对俄文旅交流,扎实推进“引俄入佳”工作,专门制定对俄宣传方案,在哈巴旅游网、俄罗斯VK平台推送佳木斯市文旅资源,邀请俄罗斯网红来佳木斯实地拍摄宣传。借助首届中俄市长圆桌会议,与乌兰乌德、伊尔库茨克等6个俄罗斯边境城市建立长期合作关系,前往符拉迪沃斯托克、犹太自治州对接洽谈,达成游客互送、联合宣传等5项合作,推出20多条跨境特色旅游线路。同时,还积极参与国际冰雕赛事,和哈巴边区达成合作,共同举办“一江双城”第四届中俄文化季,进一步拉近中俄文旅交流距离。

文旅发展,文化是根与魂。佳木斯市始终深挖本土文化底蕴,用心守护和传承特色文化,让城市品牌更有内涵。“赫哲族伊玛堪”成功列入人类非物质文化遗产代表作名录,石福记等11家非遗首店正式开门营业。在游客集散中心、火车站等人流密集区域,打造4家特色文创店。

文旅发展也跑出“加速度”,佳木斯市在广州、杭州等城市开展5场文旅推介,发布6600多条新媒体宣传内容,喊江节、雪“BA”等特色活动话题火爆全网,累计浏览量超40亿次;联合各大旅游平台,通过旅游达人实地体验、线上分享的方式,累计宣传曝光2800万次。抚远蔓越莓旅游玩法入选全国文旅新玩法TOP100,佳木斯文旅品牌名气越来越大。



第十届中俄博览会上,外国客商品尝蔓越莓果汁。

传承创新本土味出圈

立足本土特色,佳木斯市以传承为根、以创新为翼,深耕老字号提质、拓宽营销路径、推动多业态融合,让藏在东极大地的特色品牌、地道风味破圈出彩,走出一条独具特色的本土品牌发展之路。

守护老味道,焕发新生机,筑牢本土品牌根基。佳木斯市坚持保护与创新并行,全力激活老品牌内生动力,针对家喻户晓的佳木斯拌冷面,推动松竹三姐妹餐饮牵头制定省级地方标准并成功立项,打造品牌标杆旗舰店,让这一地方特色小吃摆脱零散经营,朝着标准化、品牌化大步迈进。

同时,推动老字号延伸产业链,打破单一经营模式,助力乌苏里江餐饮4000万元冷水鱼食品精深加工项目顺利投产,实现传统餐饮向食品加工领域跨界升级。为壮大本土品牌梯队,佳木斯市建立常态化培育机制,将江天宾馆等12家优质企业纳入老字号培育储备库,积蓄发展后劲。主动搭建展示平台,组织冬梅豆粉等老字号及抚远蔓越莓等特色产品亮相消博会、“龙江好物全球行”等15场国省级展会,让本土好物站上更高舞台,进一步提升知名度。

数字赋能添活力,拓宽销路,让本土产品走向全国。顺应电商发展趋势,佳木斯市以政府引导、平台合作,推动本土品牌线上线下融合发展,50余个本土品牌、255款特色产品悉数入驻电商平台及省“龙江好物”选品中心,助力抚远蔓越莓、富锦大米等区域公共品牌持续提质升级。

创新营销玩法,借助抖音平台发放政府消费券,联动百货大楼等8家老字号参与惠民促销;依托“网上年货节”“数商兴农庆丰收”等活动,通过直播带货、即时零售等接地气方式,全方位推广本土好物;深化跨区域合作,推动109款本地产品入驻广东南粤分享汇平台,实现销售额16.88万元,让东极本土风味远销省外。

融合发展拓空间,多点发力,助推本土品牌出圈。佳木斯市整合多方资源,建立多部门联动消费机制,搭建优惠商户资源库,吸纳272家市场主体抱团发展。春节期间,联动餐饮、住宿、影院等80余家商户开展促销活动,依托航空支线环游线路,推出旅客凭登机牌享商户优惠政策,精准引流带火本地消费。

加大品牌宣传力度,组织老字号走进社区、参与公益活动5场,联合市融媒体中心制作9期专属短视频,多平台推送22条次,用鲜活内容讲好本土品牌故事。紧抓助农帮扶机遇,多次参与东航助农活动,在北京举办“邻里品鹅节”,推动汤原绿夫人糯玉米、东极白鹅、佳木斯拌冷面等特色产品热销,让本土品牌口碑越叫越响。

匠心培育林下珍优品

品牌赋能实业,山珍绽放光彩。佳木斯市依托丰富林下资源,多措并举提升林产品知名度与市场竞争力,稳步推进林下特色品牌建设。2026年,在已有14款产品获得品牌授权基础上,组织6家经营主体共10款特色林产品申报第五批“九珍十八品”品牌认证,林下品牌培育工作成效显著。

线上线下联动宣传,持续扩大品牌影响力。佳木斯市构建全域宣传网络,充分发挥宣传引导作用。依托林草部门官方微信公众号,常态化推送品牌动态、产品故事与产业政策信息,同时组织市县两级林草工作人员、涉林企业人员转发,借助社交平台实现裂变推广,不断增加品牌曝光度。线下组建专项服务小组,深入林产品生产企业开展面对面宣讲,细致解读“九珍十八品”品质标准、市场定位与发展优势,引导企业主动融入公用品牌发展体系。

强化专业指导服务,提升品牌申报质效。针对企业申报经验不足、基层人员服务能力偏弱等问题,佳木斯市以“培训+实操指导”夯实品牌建设根基。专题开展“九珍十八品”业务及申报实务培训,全面提升基层工作人员服务水平。建立实地走访与线上答疑相结合的常态化帮扶机制,对桦树汁浓缩液、黑木耳等新申报产品开展材料前置审核、点对点指导,及时破解申报难题,为产品顺利获批保驾护航。

搭建多元展销平台,不断拓宽营销渠道。佳木斯市积极为企业牵线搭桥,借助各类展会平台助力林产品拓市增收。组织企业参加全国糖酒交易会、世界林木大会、公益助农直播、品牌一线城市行等活动,大幅提升佳木斯林产品在全国范围的知名度。

佳木斯市将持续做大做强林下特色品牌。精准梳理培育对象,重点对接优质企业,围绕蔓越莓啤酒等品类充实品牌储备梯队,力争将更多产品纳入“九珍十八品”体系,让东极林下珍优产品走向更广阔的市场。

立足东极沃土,深耕品牌之路。如今,佳木斯农业优品、工业智造、文旅IP、本土风味、林下珍品……多层次品牌矩阵日趋成熟。未来,全市将继续坚守品质本源、激活创新动能,持续擦亮“东极”招牌,推动更多“佳木斯好物”走出龙江、走向更广市场,将品牌活力源源不断转化为发展实效,为佳木斯市高质量发展注入持久动力。



杏花节上市民选购商品(资料片)。



杏花节上的“杏花仙子”衣衫翩翩(资料片)。