

2025年6月29日
星期日
乙巳年六月初五
第10581期
总第11095期

今日4版

●中共贵港市委主管主办
●贵港日报社出版
●国内统一连续出版物号:CN 45-0013
●新闻热线电话:0775-4523735 13807858011

贵港日报

GUIGANG RIBAO ZHOURI TEKAN

周日特刊



贵港宣传微信



贵港新闻网



贵港日报抖音



讲好地方故事 推动公共品牌 共建共享

杨小露

品牌是企业、城市乃至国家竞争力的综合体现，无论是横跨世纪的百年“老字号”，还是蓬勃崛起的“新势力”，都离不开拥有内涵、文化和价值的强大品牌。《质量强国建设纲要》明确提出，到2025年实现中国品牌影响力稳步提升，到2035年则进一步达到更高的质量和品牌综合实力水平。

要实现这一目标，离不开从国家到地方的协同发力，尤其需要深耕细作于地方公共品牌的建设沃土。地方公共品牌，承载着一方水土独特的历史文脉、产业禀赋与精神气质，是国家品牌大厦不可或缺的坚实基石。在乡村振兴与文化自信的时代命题下，地方故事正成为区域公共品牌的核心灵魂，而共建共享机制则是其生生不息的血脉。

区域公共品牌的灵魂，源于对地方文化资源的创造性转化。浙江慈溪杨梅以“7000年种植史”为突破口，将新石器时代的野生杨梅传说融入品牌符号，辅以学者余秋雨的题字，使“古老萃种”的历史价值跃然眼前。贵港市以荷花为灵感设计“贵港甄选”标识，取“出淤泥而不染”的意象传递品质承诺，更将富硒小龙虾、覃塘毛尖等69项“二品一标”农产品纳入品牌体系，让生态资源转化为文化标识。可见，文化厚度可以决定品牌高度，只有把地方故事讲好，才能超越历史文本，成为消费者共鸣的载体。

区域公共品牌的生命力在于“共建”，需凝聚政府、企业、民众等多方合力。“贵港甄选”探索出“政府引导+企业为主+市场运作”的模式，让品牌既保障公益性，又释放市场活力。安徽铜陵白姜以“制度型共建”的方式，设立直销点并实施“包保责任制”，严防外地姜假冒；通过“姜农公开承诺仪式”，将品牌保护内化为行业自律。山西隰县玉露香梨的崛起则依赖科研力量与龙头企业双轮驱动，通过山西省农科院提供抗冻品种改良技术，企业引进智能分选线实现优质优价，带动农户标准化种植。因此，区域公共品牌的建设不应该是“单兵作战”，而是通过机制设计将政府公信力、企业创造力、民众认同力与科技驱动力熔铸为有机整体，让文化传承、产业升级与民生福祉在品牌共建的土壤中同频共振。

公共品牌的最大价值，在于让发展成果惠及广大群众。黑龙江五常大米品牌价值突破700亿元，带动超40万户农户户均增收3000元，让“一碗好饭”转化为实实在在的“钱袋子”。宁夏中宁枸杞构建“品牌+基地+农户”体系，不仅让种植区农民收入高于辖区平均水平30%，更吸引2.6万名外出务工人员返乡创业。福建武夷岩茶通过“地理标志+非遗技艺”双保护模式，推动茶农增收50%的同时，激活了茶文旅融合产业链，惠及沿线20余万名居民。可见，真正有生命力的公共品牌，从来就不是少数人的奢侈品，而是多数人的幸福密码。

讲好那些根植于地域肌理、打动人心的“地方故事”，不仅是塑造品牌灵魂的关键路径，更是激发多元主体参与热情、凝聚发展共识，最终实现品牌价值最大化与普惠共享的必然选择。唯有将蕴含其中的历史渊源、匠心传承、生态智慧与人文情怀生动地传递给公众，地方公共品牌才能超越单纯的商品标签，成为一方百姓的文化尊严与共富底气。

◆周日时评◆

zhouri shiping

本版图片除署名外均由“贵港甄选”区域公共品牌执行组委会提供

贵港甄选 · 选贵港

全媒体记者
杨小露

杨小露

全媒体记者
杨小露

杨小露