

郧西七夕文化旅游节成果展

# 叫响“南来北往·郧西做东”品牌

郧西县打造区域公用品牌助力乡村振兴

“党的二十大报告明确提出:“加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”全面推进乡村振兴是一项系统工程,需要整体推进、重点突破,打造区域公用品牌是其中的重要抓手。

在郧西,属于全县人民的“南来北往·郧西做东”区域公用品牌已经硕果累累。在今年的十堰郧西天河七夕文化旅游节期间,这一区域公用品牌再一次展现出其独有的魅力。

■文、图/记者 何利 刘成臣  
特约记者 邹景根 高玲



十堰郧西天河七夕文化旅游节上,市民正在选购当地特色产品。

## 借助七夕东风 打造地方公用品牌

郧西县以特有的七夕文化资源为背景,打造独有的区域公用品牌,用以提升郧西县文创、科创、农创产品的附加值,带动产业发展和群众增收。

近年来,郧西县整合农文旅产品资源,充分挖掘七夕文化的经济、文化和社会价值,倾力打造“南来北往·郧西做东”区域公用品牌,带动一二三产业绿色低碳、融合创新发展,并以十堰郧西天河七夕文化旅游节为契机,持续打响“南来北往·郧西做东”区域公用品牌,赋能产业高质量发展。

开展区域公用品牌共建共享,有利于科学整合资源,提升产业整体市场竞争力,是打响区域品牌、提升品牌价值、促进产业发展的重要路径。郧西县结合乡村振兴、产业融合发展等,于2021年10月设立了“南来北往·郧西做东”区域公用品牌。

去年以来,郧西县作为全市首个推出区域公用品牌的县市区,相继在浙江省绍兴市柯桥区、湖州市吴兴区及北京市平谷区、陕西省西安市、湖北省鄂州市等地,开展“南来北往·郧西做东”公用品牌发布活动。一批郧西文旅产品、手工艺品、农产品、康养产品等借助该品牌,走出深山,走进全国大市场。

从品牌创建到持续发展,郧西县为“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌倾注了大量的心血。而这一品牌的创建,也为郧西县的发展带来了巨大的发展潜力。

在今年第14届天河七夕文化旅游节期间,“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌再一次发挥着它的巨大作用,成功吸引南来北往的游客和前来投资兴业的众多企业家。

“这条‘织女绣’丝巾真不错,无论是图案还是质地,我都非常喜欢。”8月21日晚,郧西天河七夕消费季活动的启动仪式上,来自襄阳的张女士被精致的文创产品所吸引。最终,她买下10条“织女绣”丝巾,打算将这些丝巾带回家送给亲友。

“织女绣”丝巾只是“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌旗下的一款产品。除此之外,七夕文创纸雕灯等文创产品,七夕美人茶、石斛花茶等天然养生系列产品,葛根粉、核桃油等数百种文创、科创、农创产品,都被囊括在“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌之中。

“郧西县以公用品牌为龙头,以产品资源为载体,以品牌品质为核心、以消费需求为导向,打造了一批有特色、有竞争力的本土市场经营主体,为农文旅产业赋能,为乡村振兴添彩,为产业融合发展助力。”8月23日,负责“南来北往·郧西做东”品牌运营的湖北千喜汇文化发展公司副总经理陈浩在全国商业企业家活动日推介该品牌时说。

## 激发品牌效应 持续提升产业质效

郧西县聚焦“南来北往·郧西做东”区域公用品牌的发展战略,以七夕文化为核心,以牛郎、织女、喜鹊等七夕文化元素为主要背景,推出一批文创、农创、科创产品,走出一条特色品牌发展之路。

在品牌塑造过程中,“南来北往·郧西做东”区域公用品牌按照三产带二产促一产的发展模式,通过品牌引领,整合现有农文旅产品资源,搭建中国七夕文化创意生活馆平台,实现“品牌+平台”的“双轨”构建。

在郧西县,富含七夕元素的胸针、项链,精美的“喜上眉梢”灯具、喜鹊水杯、喜鹊U形枕、七夕文创折扇、“织女绣”丝巾,石斛花茶、艾叶茶等草木养生系列产品……这些产品都有着一个个响亮名字——“南来北往·郧西做东”。

依托“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌,郧西县一大批文创、农创、科创产品纷纷搭上“七夕快车”。截至目前,郧西县已有50多家优秀企业获得“南来北往·郧西做东”这一区域公用品牌的授权。而这些企业,已累计研发和生产相关产品500多种,

年产值达1500万元,带动2800余农户增收。“南来北往·郧西做东”这一被日益叫响的区域公用品牌,正在为郧西县的乡村振兴发挥重要作用。

成立于2017年的郧西县店子镇七里沟村金星艾叶种植专业合作社,主要从事艾草产品研发及中药材种植、加工、销售。合作社成立伊始,由于缺乏叫得响的品牌,产品的认可度、市场占有率不高,销售渠道也很单一。

该合作社的产品与“南来北往·郧西做东”这一公用品牌结缘后,开发的七夕艾叶茶、艾条、艾绒、艾布艺术品等产品“借梯上楼”,远销北京、陕西、湖南、广东、江苏、浙江等地,成为“南来北往·郧西做东”区域公用品牌的众多受益企业之一。

“郧西县有着很好的农特产品资源,但在过去,始终没有一个叫得响的品牌,使得这些高品质的产品无法带来高收益。”负责该品牌运营的湖北千喜汇文化发展公司董事长张兴杰表示,“南来北往·郧西做东”区域公用品牌授权本地企业、合作社、农户共同使用,带动了产业高质量发展。

## 扩大品牌影响 助推郧西全域产业发展

产业振兴是乡村振兴的重中之重。郧西县坚持做好“土特产”文章,依托农业农村特色资源,强龙头、补链条、树品牌,推动乡村产业全链条升级,增强市场竞争力和可持续发展能力。扩大“南来北往·郧西做东”区域公用品牌的影响力,自然也成了该县的重点工作之一。

“借助天河七夕文化旅游节宣传我们的区域公用品牌,只是诸多措施中的一项。让‘南来北往·郧西做东’这一品牌走出郧西,让更多的人所熟知,是我们一直努力的方向。”郧西县文化和旅游局局长姚超介绍,“南来北往·郧西做东”区域公用品牌先后参加2023年十堰文旅春季推介会、2023年世界大健康博览会、2023年“极目楚天钟情湖北”房车露营展,在北京市平谷区、陕西省西安市等地召开公用品牌发布

会,签订友好区域战略合作协议……今年以来,“南来北往·郧西做东”区域公用品牌逐渐走向全国,品牌影响力不断扩大。

叫响一个品牌,带动一方产业,繁荣一方经济。截至目前,郧西县全流程、全方位、全要素打造区域公用品牌,延伸产业链,构建“1+N”品牌联合体,实现企业抱团发展、共闯市场。

从过去的卖资源、卖产品,到如今的卖品牌,“南来北往·郧西做东”区域公用品牌的构建,整合了区域资源优势,发挥了品牌集聚效应,有力带动企业、农民专业合作社和农户发展,进一步增强市场竞争力和可持续发展能力,助力构建生产订单化、产品优质化、全程标准化、营销品牌化的现代产业格局,为乡村振兴提供了强劲动能。