

地标农品“土味”变“品位”

从五常大米香飘万家，到云南黑松露“飞入寻常百姓家”；从大连海参消费亮眼，到宿迁霸王蟹异军突起……2025年地标农产品消费快速增长，印证了一个朴素道理：“土特产”价值跃升，关键在品牌化的精准赋能。地标农产品品牌化，从来不是简单贴个标签、起个名号，而是一场从田间到餐桌、从品质到口碑的全链条升级。

品牌化的根基，是把“地域优势”转化为“品质底气”。地标农产品的核心竞争力源于

得天独厚的自然禀赋，但这份天赋需要标准化生产来守护。山东乳山生蚝之所以能成为电商爆款，靠的是黄海渤海交汇处的Ⅰ类水质，更得益于从养殖、净化到分拣包装的完整产业链；贵州遵义干辣椒能撑起210亿元产值，离不开当地独特的气候条件，更归功于200万亩标准化种植基地的品质把控。没有标准化，就没有稳定的品质；没有可靠的品质，品牌便成了无源之水。像泰和乌鸡那样，将“白羽黑冠”的独特品种优势与“全程冷链”的品质保障相结合，才能让“白凤仙子”变为百亿产业的“金字招牌”。

品牌化的关键，是用“创新营销”打破“地域围墙”。再好的农产品，藏在深山也难有大作为。2025年的热销地标农产品，个个都

是营销破圈的高手。茂名荔枝通过拓展海外市场，让岭南甜香飘向19个国家和地区；天目山小香薯凭借“粉糯香糯”的精准定位，成为城市家庭的健康新选择；新疆有机牛肉则依托核心品牌打造，在北上广等一线城市站稳脚跟。这些案例证明，品牌营销既要懂产品，更要懂消费者。无论是借助电商平台精准触达，还是挖掘地域文化讲好故事，或是针对不同区域消费者调整策略，唯有让产品“被看见”，才能让地域特色转化为市场优势。

品牌化的保障，是靠“政企协同”筑牢“长效支撑”。地标农产品从“单点闪光”到“集群出彩”，离不开制度护航与资源整合。宿迁霸王蟹的崛起，背后有“宿有千香”区域公用品牌的统筹赋能；云

南黑松露的热销，更是地方林下经济扶持政策与企业品牌运营的完美契合。政府搭建标准体系、完善供应链支撑，企业深耕品质把控、创新品牌运营，这种“政企协同”的模式，既能避免“小散弱”的恶性竞争，又能集中力量打造区域品牌名片，让品牌价值实现最大化。

乡村振兴，产业为基；产业兴旺，品牌为魂。2025年热销地标农产品的实践表明，品牌化不是“奢侈品”，而是农产品增值、农民增收的“必需品”。从品质筑基到营销破圈，从体系保障到协同发力，只要找对路径、精准施策，就能让更多“土味”地标农产品升级为“品位”金招牌，让乡村特色产业真正活起来、强起来，为乡村全面振兴注入源源不断的动力。

总体消费情况

2025年

农产品关联搜索量同比增长

超10倍

搜索关键词种类 超4万个

农产品关联搜索热度指数TOP10省份

江西 88

新疆 392

北京 108

广西 104

陕西 101

湖北 166

江苏 87

四川 117

云南 313

贵州 542

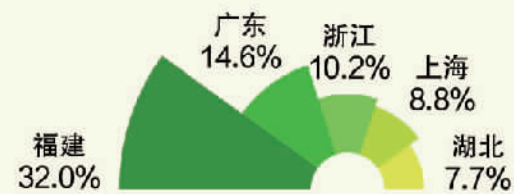
热点农产品消费情况

江西泰和乌鸡

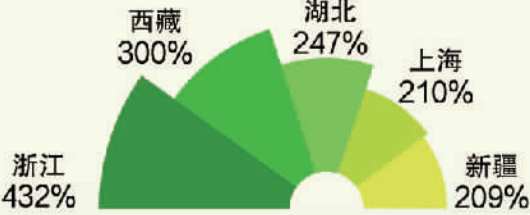
泰和乌鸡搜索量同比增长

超30倍

泰和乌鸡消费者数量TOP5省份



泰和乌鸡消费者数量增速TOP5省份



泰和乌鸡消费者关注热词TOP5（关注指数）



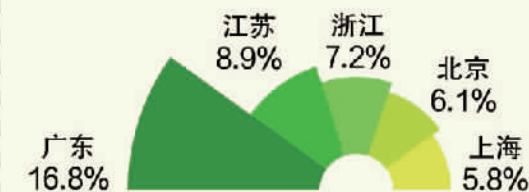
福建琯溪蜜柚

福建平和县全县蜜柚全产业链

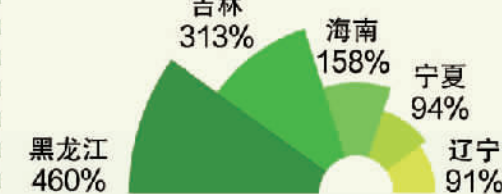
产值已达 100亿元

成为全国最大的柚类生产基地

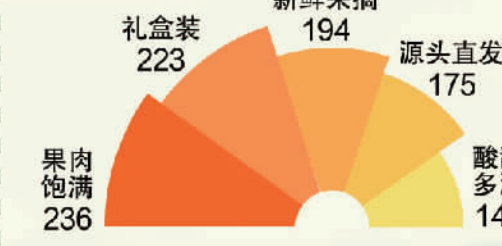
福建琯溪蜜柚消费者数量TOP5省份



福建琯溪蜜柚消费者数量增速TOP5省份



福建琯溪蜜柚消费者关注热词TOP5（关注指数）



浙江天目山小香薯

杭州临安区农业农村信息服务中心数据显示，天目山小香薯的本地年种植面积稳定在

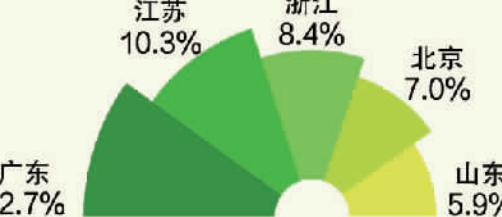
1.5万亩

预计到2025年底，亩产值 过万元 全产业链产值 近6亿元

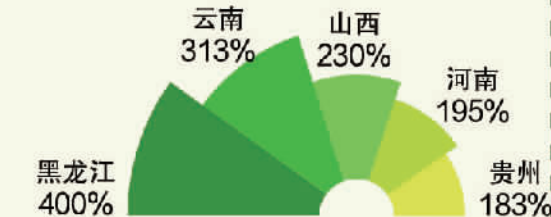
天目山小香薯成交额同比增长 超220%

搜索量同比增长 超20倍

天目山小香薯消费者数量TOP5省份



天目山小香薯消费者数量增速TOP5省份



天目山小香薯消费者关注热词TOP5（关注指数）



江苏宿迁霸王蟹

2025年，宿迁市市级农产品区域公用品牌“宿有千香”的核心单品“宿有千香·霸王蟹”，销售额 超5亿元

宿迁霸王蟹搜索量同比增长 超20倍

宿迁霸王蟹消费者关注热词TOP5（关注指数）



宿迁霸王蟹消费者数量增速TOP5省份



宿迁霸王蟹消费者数量TOP5省份



更多内容 扫码观看

数据周期：2025年1月1日至12月8日