

说数

□ 李 瞳

在这里读懂中国消费

# 地标农产品“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、起个名字，而是一场从田间到餐桌、从品质到口碑的全链条升级。

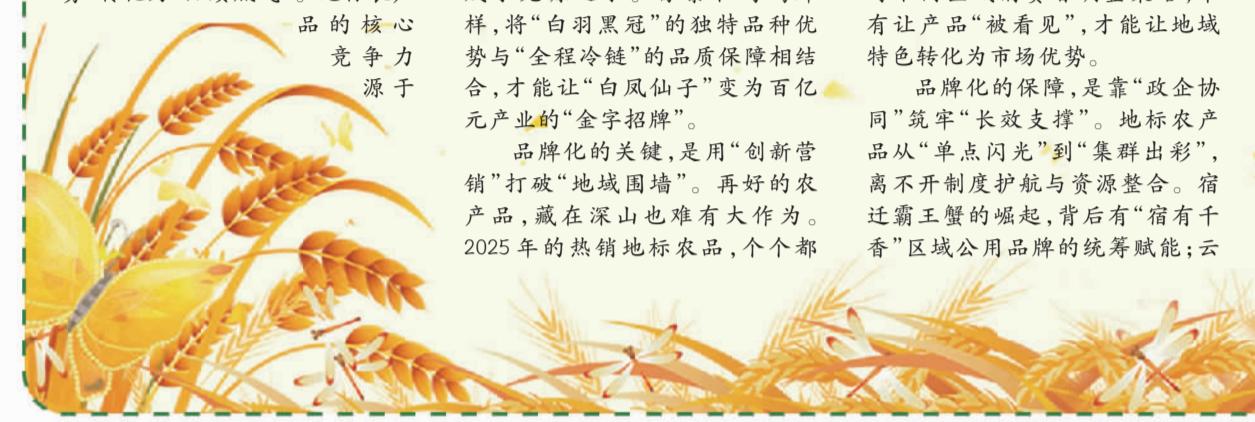
品牌化的根基，是把“地域优势”转化为“品质底气”。地标农产品的核心竞争力源于

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。像泰和乌鸡那般，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”变为百亿元产业的“金字招牌”。

品牌化的保障，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“粉甜香糯”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。

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。



## 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)



### 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

宿迁霸王蟹消费者数量增速TOP5省份



宿迁霸王蟹消费者数量TOP5省份



数据周期：  
2025年1月1日至12月8日

更多内容 扫码观看

在这里读懂中国消费

在这里读懂中国消费

