

梁平良品 渝见美好

——梁平以区域公用品牌引领产业高质量发展

巴渝粮仓，物阜民丰。

在重庆东北部的梁平坝子上，一场关于“良品”的探索与实践正深刻改变着这片土地的发展轨迹。从昔日“都梁之民独无苦”的丰饶自足，到今日“梁平良品，渝见美好”的品牌雄心，梁平区以打造区域公用品牌为战略支点，撬动产业升级、赋能乡村振兴。

这不仅是对本地优质物产的集中检阅，更是一次对农业现代化、产业品牌化发展路径的深度叩问。如今，承载着“良”心与“品”质的“梁平良品”，正以其独特的区域辨识度，从田间地头、匠心工坊走向更广阔的市场，讲述着新时代梁平“新和富美”的生动故事。



▲2025重庆市食品及农产品加工高质量发展产业生态大会期间，市民在梁平展馆品尝购买梁平良品 摄/向成国

梁平，史称梁山，取“高粱山下的广阔平原”之意。

“梁平的‘田间’，是品牌故事的起点。”梁平区相关负责人称，这片位于重庆东北部的沃土，素有“巴渝粮仓”美誉，不仅被南宋诗人陆游赞为“都梁之民独无苦，须晴得晴雨得雨”，更是西南地区首个国际湿地城市，集山水田园之美、人文风物之韵与现代产业之新于一体。“这片生态优良的土地，

孕育了‘梁平五子’等众多特色农产品，为品牌建设奠定了坚实的原料基础。”

梁平大米以色如润玉、形似棱角，蒸煮后脂香清逸、软糯适口而著称。尤其是生长于海拔800米以上高山的冷沙米，以清冽山泉滋养，饭粒晶莹、口感绵密，实现了从“论斤卖”到“论礼卖”的价值跃升，成为“巴渝粮仓”的品质代言。

梁平柚作为中国三大名柚之一，获国家



梁平真本味食品有限公司生产车间，工人将卤制后的张鸭子挂上烤架 摄/向成国

有了坚实的产业根基，如何将这些分散的“珍珠”串成“项链”，形成统一的品牌合力？梁平区的答案是：构建清晰的品牌矩阵与严格的管理体系，为“梁平良品”注入可持续发展的价值内核。

“‘梁平良品’是谐音，更是梁平的真诚承诺，藏着我们对‘良’的极致追求。”梁平区相关负责人介绍，“良”即优良，是梁平产品获得的市场认可、文化认同；“良”还是良知，是梁平人对土地的敬畏，对风物的珍视。“品”即品质，是对梁平好物的严谨认真的推

荐、评审和打磨；“品”还是品位，是传统手工艺与现代审美的交融，是小城烟火与时代需求的共鸣；“品”更是品牌，是用“小而美”的符号，向世界递出的梁平“金名片”。她说，“‘良品’是兼具一流内在品质、卓越文化品位、强大品牌价值的产品。”

梁平区创造性规划了“梁珍”“梁创”“梁味”三大产品谱系，并围绕三类产品评选出代表性企业和优秀企业家，明晰品牌赛道，形成差异化发展的品牌矩阵。

“梁珍”是依托本地的自然地理条件和生态资源，生产的具有地方特色的农产品、林产品、水产品等，如特色水果、优质茶叶、道地中药材、生态畜禽产品等，强调原生态、

夯实品牌根基

“田间+车间”筑牢产业底座

地理标志认证。其果实硕大、汁水丰盈，苦麻回甘的独特风味令人回味。在田间，梁平建成全国领先的柚类标准化种植基地；在车间，通过精深加工延伸产业链，开发出柚子茶、柚子酒等20多类200多种产品，实现“一颗柚子”到“多元产业”的华丽转身。

梁平拥有西南最大天然竹海，面积超35万亩。依托竹林资源，不仅发展生态旅游，更推动竹产业向“以竹代塑”“竹缠绕”等新领域拓展。国家级非遗梁平竹帘与梁平木版年画，更让竹文化成为东方美学的生动载体。

梁平卤烤鸭以“干、香、瘦”闻名，尤以张鸭子为代表，精选140天生态麻鸭，佐以48味天然香料，经先卤后烤古法工艺制成。百年老卤传承的不仅是技艺，更是一方文化的味觉记忆。

梁平豆腐承古法制作，选非转基因黄豆，以清泉石磨细滤，手工卷制而成。其蛋白质含量高达45%，柔韧耐煮，先后荣获“绿色安全食品”等称号，成为从历史走向现代餐桌的风味典范。

“如果说‘田间’是品质的源头，那么‘车间’就是价值的放大器。”梁平区相关负责人介绍，梁平以高质量发展为引领，建设绿色食品加工产业园，依托“田间”孕育的优质农产品与“车间”转化的精工制造，深度融合品牌化建设与全产业链布局，推动农产品向工业化、品牌化转型升级。为打造“梁平良品”，构建起“田间+车间”双轮驱

壮大品牌体系

品牌矩阵注入核心价值

绿色健康，符合现代消费者对高品质生活的追求。

“梁创”是立足本地产业基础、资源禀赋与文化传统，开发具有地域特色的工业制品和手工艺品，如户外用品、陶瓷制品、丝绸制品、文创饰品等，凸显文化基因与创新元素，坚守精益求精，具有显著的市场潜力。

“梁味”包括本地传统特色小吃、卤味、名菜、休闲食品等，依托独特配方与制作工艺，承载着本地的饮食文化和民俗习惯，以其鲜明的地域风味受到消费者青睐，拥有持续扩展的市场空间。

品牌的价值在于口碑，口碑的生命在于品质。持续健全“梁平良品”品牌矩阵，建立品牌目录管理制度和评价体系，围绕产品品质、品牌、知名度、美誉度、文化内涵、区域特色、产业价值等方面，突出代表性企业在行业引领、技术创新、就业带动等方面的贡献，以及企业家在诚信经营、社会责任履行、行业影响力等方面的表现，对“梁珍”“梁创”“梁味”三大类别产品及所涉企业和企业家进行评选。他说，“杜绝‘终身制’，建立目录管理制度与动态退出机制，实行季度监测，确保品牌池持续优化。”

到2025年底，梁平计划全面启动并完成首批“梁平良品”评选认定工作，精选具有区域影响力、质量过硬、特色鲜明的标杆性产品10个左右。自2026年起，不断迭代升级入选产品，优化品牌矩阵，形成规模效应，积极推动“梁平良品”融入全国统一大市场，全面提升其知名度和美誉度，带动入选产品销售额年均增长10%以上。

动的产业新格局。

据介绍，梁平打造了26万平方米“拎包入住”标准厂房，配套20万平方米冷链物流园、2万平方米辐照中心、0.5万平方米食品检验检测中心，落地梁平的食品企业可享受辐照、检验检测减免50%服务费用。通过降低水电气等要素成本，企业综合成本降低10%以上，形成了川渝东北地区规模最大、技术领先的食品加工产业集群。

与此同时，梁平还联合中国农科院、江南大学等科研机构，共建产业研究院，攻克锁鲜技术、精深加工等关键难题。例如柚子从鲜果到精油、果干的全利用，豆腐从食材到即食产品的开发，都是科技赋能的具体体现。

“服务精准赋能，生态持续优化。”梁平区相关负责人介绍，梁平创新“整园授信”模式，与金融机构合作形成超千亿元资金池，为真本味食品等企业快速融资支持；通过“专员服务月”活动，以“四单一书”机制闭环解决企业难题，实现“问题收集—靶向对接—精准化解”的全流程服务。“从田间到车间，从原料到产品，梁平通过‘双链融合’筑牢了产业发展的品质根基。”

数据显示，梁平区拥有食品及农产品加工企业324家，其中规模以上企业35家。今年1—9月，规模以上企业实现产值18.9亿元，增速6.3%。“梁平良品”不仅成为品质的保证，更成为区域高质量发展的生动注脚。



梁味——担肥肠

创新品牌营销

数字赋能拓展全国市场

“酒香也怕巷子深。”在存量竞争的时代，如何让“深闺”中的良品走向全国？

“以数字化营销为核心引擎，结合区域协同与场景创新，拓宽‘梁平良品’出渝之路。”梁平区相关负责人表示，整合多维资源，开展层次清晰、持续渗透的品牌传播与用户体验建设，实现从流量引爆到品牌资产沉淀的跨越，打造为推动产业高质量发展而生的区域公用品牌，重点展示梁平农业资源、文化底蕴与饮食文化。

今年9月23日，“梁平良品”京东特产馆正式上线，首批37款产品入驻。

“这并非简单的‘上架’，而是一场‘线上为主、线下联动’的系统化营销战役。”梁平区相关负责人介绍，线上，依托京东4亿活跃用户，通过“签到领积分”“拼团折扣”等互动及千万级流量扶持，精准触达消费者；线下，在京东总部举办非遗表演、快闪打卡等活动，并通过直播同步引流，形成了“线上引流—线下体验—反哺线上”的营销闭环。“其中，双桂集团携手京东，为20余家本地企业提供从商品上架到直播带货的全链条服务。”该负责人说。

数字化营销迅速结出硕果。2025年智博会期间，“梁平良品”系列产品日均销售额破万元，卤烤鸭、柚汁等多次售罄。国庆中秋假期，通过线上促销和线下形象店联动，触达用户超3000万人次，带动销售额突破千万元。

这场营销实践，直接链接了500余家专业合作社，惠及农户5000余户，实现了农民增收与产业升级的双赢。

多维突破，拓展品牌发展新境。在区域协同上，梁平牵头联合周边4个区县，共建“渝味卤香”区域品牌，统一标准，避免同质化内耗，提升整体竞争力；在场景创新上，敏锐捕捉川渝火锅消费场景，创新推出“梁平良品·火锅伴侣”产品组合，首批1万份上线3天即售罄，成功将品牌从展会展销引入百姓日常消费。

梁平还通过生态共建，与京东规划了“四季营销”节点，并通过建设数字化平台，利用溯源技术实现从田间到餐桌的全流程管理，致力于建立“品牌沉淀—长效增收”机制。

数据显示，“梁珍”系列主打的冷沙米单价8元，实现优质优价；“梁创”系列聚焦文化创意，通过文创开发让竹制品收益翻10倍；“梁味”系列涵盖卤烤鸭、豆腐等特色食品，142家卤味企业形成“百家姓百家鸭”产业格局，年销量超百万只。

实践证明，梁平通过“数字赋能+区域协同+场景创新”的三维发力，不仅打破了地域壁垒，更在激烈的市场竞争中开辟了新赛道，推动“梁平良品”实现从“区域品牌”到“全国品牌”的跨越。

罗晶 王琳琳

图片除署名外由梁平区委宣传部提供



梁平区“万石耕春·千年良田”优质稻丰收 摄/刘辉

梁平区合兴街道龙潭村，村民采摘梁平柚 摄/熊伟