

让文化成为品牌,让品牌赋能发展。  
“跨越三千年,遇见新长子。”在这幅跨越古今的画卷上,一系列鲜活的品牌实践正为其注入生动注脚:212家“尧乡长子”品牌店在全国开花结果,3万名理发师从太行山走向全国;连续四届特色劳务品牌技能大赛,让“长子理发”“长子猪肉”“长子炒饼”技艺薪火相传,以赛促技,为就业创业添动力;全县蔬菜规模超14万亩,“中国青椒之乡”招牌越擦越亮;年接待游客突破50万人次,A级景区数量稳居全市前列,文旅融合热度持续攀升……从舌尖风味到手中技艺,从田间地头到山水景区,长子品牌正实现从“深闺秀”到“天下知”、从“地方味”到“风尚标”的精彩跃迁。

这些带着泥土气息、岁月回响的品牌,何以能接连破圈、持续闪光?答案在于长子县将品牌建设视作县域转型与富民增收的核心引擎,以“尧乡长子”区域公用品牌为统领,以国家地理标志产品“长子大青椒”为农业标杆,以“长子理发”“长子猪肉”“长子炒饼”特色劳务为就业名片,以长子鼓书、响铜乐器等非遗为文化底色,集群培育、系统打造,构建起有根脉、有特色、有竞争力的品牌矩阵。  
守正而出新,根深叶自茂。这些深深烙印着“长子印记”的品牌,既传承着千年古县的历史文脉,又契合了现代市场的需求节拍,不仅成为群众增收的“金钥匙”,更转化为县域高质量发展的“硬实力”,让“尧乡长子”的品牌故事,在新时代的浪潮中愈发动听。



千亩大棚尽显设施农业发展新机

# 跨越三千年 遇见新长子

## ——看“尧乡长子”品牌如何破圈赋能高质量发展

本报记者 冯波 特约记者 张月

### 破圈缘于底蕴厚重

丹朱大地,文脉悠长,物产丰饶,绵延不绝的文明史,给这里留下了丰厚的文化底蕴。

这底蕴,藏在熟悉的老味道里。  
腊月的早晨,长子县城的街巷显得格外热闹。“吃了这块肉,一年好兆头。”长子人的年味儿,要从猪肉开始。吃了猪肉,寓意着来年鸿运当头,万事顺利,已经成为长子人独有的期盼。

在长子县,猪肉有着悠远的历史,其食俗渊源可上溯至上古尧帝时期。当时,猪为祭祀重器、礼祭贡品,祭祀礼成后,人们循制分食祭品,这一古俗便成为“长子猪肉”饮食文化的最早源头。历经久远传承,这道美味于清末在市井间成熟,后经几代非遗传承人坚守与创新,在新时代焕发生机。2023年,随着全县品牌和食品产业建设步伐加快,他们抢抓发展机遇,加速布局市场,走出地方、迈向全国,频频亮相各类展会与文旅活动。这道传承千年的长子老味,香飘更远,声名更盛。

除了猪肉,“长子炒饼”也是群体技艺抱团发展、从非遗文化到产业品牌的典范。这道可追溯至东晋十六国的美食,原本是犒劳将士的便捷吃食,传民间后历经48道工序打磨,成为“色泽金黄、爽口不腻”的上党名吃,2011年其制作技艺被列入山西省非物质文化遗产名录,为品牌建设奠定了深厚的文化根基。近年来乘着品牌打造的“东风”,名声更加响亮。  
除此之外,“长子小河豆腐”“长子干卷”“石门沟小米”“乔坡底麻糖”等一个个美食名片,如今告别了“单打独斗”,迈入“组团发展”新模式,成为承载家乡记忆情感的载体。

这底蕴,藏在追求美的共识里。  
“有钱没钱,剃头过年”,长子的年味儿先在各个理发店内聚集起来。进入腊月,长子县大街小巷的理发店内,顾客早早便排起了队,只为“去年旧貌一剃了之,来年新颜从头开始”。

“长子传统三宝,磨粉喂猪剃头。”这句民间俗语中的“剃头”,说的就是“长子理发”。

非遗项目“长子理发”代表性传承人贾海亮介绍,“长子理发”历史由来已久,从最初的肩挑扁担走街串巷到如今遍布全国的理发手艺人,为了谋生,善于经营的长子“剃头匠”顶着风霜雨雪,辗转于长城内外,流徙于瀚海大漠,走南闯北向外发展,逐渐形成一支遍布全国的理发大军。  
让“长子理发”成为真正响亮的长子名片。长子县高度重视“长子理发”特色劳务品牌创建,连续四年举办技能大赛,为行业培养输送了诸多优秀人才,大力推动美发行业朝着标准化、规范化、规模化方向迈进。特别是2024年长子县高标准举办“中国美发之乡”创业创新联盟大会,汇聚起各方智慧力量,探索出长子美发产业发展新方向、新路径,推动了美发产业与文化旅游、健康养生等相关产业深度融合,进一步扩大了“长子理发”的知名度和品牌影响力,将传统理发工艺变成带动人民群众增收致富的大产业。

如今,全县美发从业人员达到3万余人,“尧乡长子”理发国内品牌店铺达到186家,“长子理发”已然成为长子的一张亮丽名片。

这底蕴,藏在丰厚的文旅资源中。  
“我其实本身很喜欢看这种古庙建筑,我觉得它是历史和现代的一种连接方式。”1月28日,长子县法兴寺迎来一批特殊的客人,来自韩国、俄罗斯、新加坡、马来西亚等国家的全球旅游达人走进千年古刹,沉浸式感受上党古建的深厚底蕴与艺术魅力。

法兴寺作为全国重点文物保护单位,是长子县古建文化资源的瑰宝,更是精心打造的文旅品牌代表,寺内的唐舍利塔、燃灯塔、宋塑十二圆觉像被称为“三绝”。近年来,长子县坚持以文旅塑、以旅彰文,依托丰厚的古建资源,优美的生态环境,充分发挥文化铸魂、文化赋能作用,以文化丰富旅游内涵、提升旅游品位,以旅游带动文化传播、推动文化繁荣,不断释放文旅资源潜能,推动非遗、民俗、红色、教育等特色文化资源与旅游产业融合发展,打造长子县高质量发展新引擎。

今景风貌融为一体,神话传说与山水风光相互辉映。紫云山文化旅游节、“村晚”嘉年华、“神话彩灯艺术节”等一个个文化活动精彩纷呈,一个个文旅品牌被接连唱响,自然的馈赠、历史的积淀,为长子这片热土增添了无限魅力,也让其成为孕育神话传奇、缔造品牌优势的沃土。



国家级非物质文化遗产——长子鼓书



新农人利用电商拓宽销售渠道



山西星萌科技有限公司冻干食品产业园生产车间



特色劳务品牌技能大赛上理发组选手正在修面



长子“村晚”嘉年华系列活动助推文旅发展

### 破圈缘于创新求变

品牌破圈既要守住根,更要创新路。

曾经,长子县品牌建设面临“散、乱、弱”的突出痛点:各类本土品牌数量不少但精品匮乏,品类繁杂却缺乏规划,同质化竞争严重导致产品辨识度偏低;多数品牌体量偏小、产业链条短小,缺乏核心技术支撑和规模化运营能力,在市场竞争中难以形成优势,面临“养在深闺人未识”的困境。

为破解这一难题,2022年,长子县立足实际、精准发力,专门成立县品牌建设服务中心,以专业化机构、系统化举措统筹推进自主品牌培育工作,打破以往各类品牌“各自为战、无序发展”的局面。

一方面深入挖掘本土产业特色,梳理培育重点,指导制定特色产业发展规程与产品质量标准,推动本土特色品类实现规范化生产、标准化管控、品牌化运营;另一方面,聚焦品牌培育全流程,搭建服务平台,整合优质资源,为本土品牌提供从产品研发、品质提升到市场推广、形象塑造的全方位支持。“长子品牌建设服务中心工作人员陈江华介绍,作为品牌建设的前沿部门,他们紧紧围绕“挖掘品牌特色,实施品牌推广”这一主线,通过开展“进大使馆、进高校、进景区、进央视、进宾馆、进商超、进高铁站”活动,全方位拓宽品牌曝光渠道,着力增加品牌数量、提升品牌影响力、扩大品牌知名度,让更多长子品牌走出县域、走向更广阔市场。

经过持续深耕细作,如今长子县已培育出涵盖特色农产品、非遗文创等多领域的优质品牌矩阵,形成了“培育一个品牌、带动一个产业、惠及一方百姓”的喜人局面。  
2月1日,位于长子县宋村新兴产业集聚区的山西星萌科技有限公司冻干食品产业园生产车间内,工人们身着工作服、佩戴口罩,在流水线上熟练地取料、分切、装盘、速冻、冻干、卸料、挑选、包装,一派繁忙景象。  
借力发力,方能把主导产业变为优势产业,进而成为支柱产业。2025年,长子县紧扣全市发展部署要求,立足自身产业基础与资源优势,以冻干食品产业园为核心载体,高标准成立长子县食品产业服务中心,进一步整合产学研优质资源,搭建全链条服务平台,为食品产业技术研发、成果转化、企业培育、市场拓展提供全方位、专业化、精细化支撑,持续激活产业发展内生动力,加速推动食品产业向规模化、集群化、高端化方向转型,助力食品产业从主导产业向优势产业、支柱产业跨越升级。

向新而行,破圈持续不止步。随着长治市首届冻干食品产业发展大会的成功举办,长子县冻干食品产业迎来了新的发展机遇,行业优质资源加速集聚,产业发展动能持续释放。

如今,一条集研发、生产、加工、销售、物流、服务于一体的冻干食品产业链集群发展之路,正在丹朱大地上加速铺展、全面起势。从品牌培育的精准发力,到产业链条的协同升级;从技术创新的持续突破,到市场空间的不断拓展,长子县正以创新为帆、以产业为桨,推动本土品牌不断破圈突围,为全县食品产业高质量发展注入强劲动力,让长子特色品牌成为县域经济最鲜明的标识、最坚实的支撑。

### 破圈缘于聚势赋能

隆冬时节,寒意逼人,长子县鲍店镇东万户村路硕丰农业科技有限公司的大棚内,颗颗鲜红饱满的草莓点缀在翠绿之间,一派暖意融融的美好景象。随着今冬首批草莓成熟上市,不仅为消费者带来了冬日的“甜蜜滋味”,也为乡村振兴产业发展注入了新鲜活力。

长子县气候温和、光照充足、土地肥沃、水源丰富,素有“聚宝盆”“米粮川”的美誉,是农业农村部规划的黄土高原夏秋蔬菜和设施蔬菜优势区域的重要基地,既是名副其实的农业大县,更是享誉全国的蔬菜大县。在悠久的蔬菜种植历史中,“长子青椒”种植尤为突出,成为县域农业的“金字招牌”。“长子大青椒”凭借个大肉厚、色泽鲜艳、辛辣适中、耐藏易运的优秀品质,深受全国各地客商和消费者的青睐。

“长子大青椒”种植历史可追溯至20世纪80年代,1998年长子县被中国特产之乡委员会正式命名为“中国青椒之乡”,2008年“长子大青椒”成功获得农产品地理标志认证,2019年长子县荣获“国家农产品质量安全县”称号,同年“长子青椒”入选全国名特优新农产品名录,并成功创建为“山西农产品品牌区域公用品牌”。

如何让特有品牌变为特优品牌,让“金字招牌”焕发更强活力?长子县紧紧依托县域资源禀赋和产业基础,坚定不移推进“一县一业”发展战略,将以青(尖)椒种植为主的设施蔬菜产业作为重点发展方向,精准发力、久久为功。先后出台《振兴“长子青(尖)椒”产业建设方案》等一系列规范性文件,明确扶持标准、细化扶持举措,通过发放种植补贴,提供免费技术培训、扶持建设育苗基地等方式,引导脱贫户通过种植青(尖)椒、参与劳务用工、租赁流转土地等多种途径获得稳定收益,为巩固脱贫攻坚成果、助推乡村振兴提供了强有力的产业支撑和政策保障。

同时,搭建产销对接平台,组织企业、种植户参加各类农产品展销会、推介会,拓宽销售渠道;推进农产品精深加工,延长产业链、提升价值链,让“长子青椒”从新鲜果蔬向泡椒、青椒酱等深加工产品延伸,进一步提升品牌附加值。

一株幼苗承载希望,一片大棚孕育振兴。如今,从标准化育苗培育到精细化田间管理,从多元化成品销售到高品质精深加工,通过持续的标准化建设、品牌化运营,一个现代高效、特色鲜明、结构合理、链条完善的现代农业产业体系正逐步形成。

“一枝独放不是春,百花齐放才能春满园。”长子县从未止步于单一农业品牌的发展,而是坚持“全域品牌、全面赋能”的发展理念,推动特色品牌做优做强、全域品牌竞相发展。

如今的长子,农业品牌硕果累累,除了“长子青椒”,“长子小米”“长子羊肚菌”“长子食用菌”等特色农产品品牌也声名远扬;文化品牌熠熠生辉,依托尧乡文化、精卫填海传说等本土文化资源,打造了一系列文化IP,让传统文化焕发新生机;劳务品牌活力迸发,“长子理发”等劳务品牌逐步走向高端化、规模化,成为带动群众外出就业、增收致富的重要支撑,“尧乡长子”的整体品牌影响力持续提升。

一个个品牌拔地而起、蓬勃生长,成为支撑长子县高质量发展的硬核实力。“推动品牌向高端化迈进,实现品牌价值持续提升,助力县域经济高质量发展,这才是品牌建设的核心目标。”陈江华表示,经过深耕培育,长子形成了独特的品牌发展模式,将持续完善服务体系、提升服务品质,以标杆打造推动品牌自身价值提档升级。同时,持续深化品牌建设举措,稳步实现从政府引导投入,到辐射带动全域社会效益提升,再到持续释放品牌经济效益的良性闭环转变,让长子品牌的价值充分显现,长效赋能县域经济社会高质量发展,让更多长子品牌走出山西、走向全国。

版式:高琪  
本版图片由长子县融媒体中心提供

全国重点文物保护单位——法兴寺