# 打造消费名品方阵 让更多人看见

## 四川首次发布消费名品培育名单，64个品牌上榜

近日，省经济和信息化厅发布2026年度（首批）四川省消费名品培育名单，64个消费品牌上榜。四川是消费大省，也是消费品生产制造大省。发布消费名品培育名单，有何深意？

### 为何评？
### 打造四川消费名品方阵

为何开展省级消费名品培育名单的评选和发布？“这既是落实工业和信息化部办公厅《关于分级打造中国消费名品方阵的通知》要求的具体举措，也是为了打造四川消费名品方阵的主动作为。”省经济和信息化厅轻工纺织处相关负责人说。

在四川发布消费名品培育名单前，工业和信息化部已开展两次中国消费名品评选，从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能力等方面进行评价，从而打造中国消费名品方阵，向社会各界、海内外市场推介名品优品。

“我们参考了工业和信息化部的相关标准，根据四川的具体情况进行完善。”上述负责人介绍，经企业自主申报、市（州）推荐、处室及专家评审、信用核实和网上公示，确定了64个消费品牌上榜2026年度（首批）四川省消费名品培育名单。

记者梳理榜单发现，此次上榜的区域品牌和企业品牌，涉及白酒、食品、茶、纺织、医药、家具等多个领域，与日常生活密切相关。“可以看出，这些都是四川消费品生产领域的传统优势产业。”参与评选的专家评委、西南民族大学副研究员阳辉蓉说。

阳辉蓉表示，以白酒为例，近年来四川白酒产量和销量均占全国市场的“半壁江山”，“此次上榜的白酒品牌有14家，既有川酒‘六朵金花’‘十朵小金花’中的品牌，也有中小酒企品牌。”

专家评委、四川省冶金设计研究院正高级工程师邓永胜认为，评选的重要意义在于突出四川消费品领域优势品牌，并充分放大优势品牌的引领作用。他以上榜区域公共品牌的“川南竹浆纸”为例，这一覆盖乐山、宜宾、泸州、眉山四地的区域品牌背后，是四川竹浆纸产量占全国2/3以上、年产值突破243亿元的产业发展现实。

对于“邛崃美酒”的上榜，成都市邛崃市邛酒产业发展中心相关负责人表示，这将对邛崃660余家酒类企业形成整体带动，进一步扩大邛崃“中国白酒原酒之乡”的美誉、提升邛崃美酒的知名度和影响力。

“在产业带动和群众增收致富上，区域品牌的影响力不可小觑。”省经济和信息化厅轻工纺织处相关负责人说。

### 谁上榜？
### “老面孔”“新面孔”同亮相

此次上榜的消费品牌中，不乏日常生活里耳熟能详的“老面孔”。

这些“老面孔”中，“五粮液”“泸州老窖”“郎”“剑南春”等11个品牌已跻身“国家队”行列，相继获评2024年度、2025年度中国消费名品。

阳辉蓉更关注此次上榜的“新面孔”。

“这些‘新面孔’其实并不新，很多品牌早已深耕市场多年，在行业内声名远播，只是对于普通公众来说相对陌生。”阳辉蓉告诉记者，作为消费大省，四川并不缺乏优质消费品，“但与兄弟省市相比，在宣传和推广力度上还有较大提升空间。”

在阳辉蓉看来，四川首批消费名品培育名单的发布，对中小企业品牌来说是一个难得的机遇。

宜宾丽雅卫生材料科技有限责任公司申报的品牌“水刺无纺布（丽卫雅）”此次成功上榜。“水刺无纺布听起来是一个很生僻、很专业的词，实际上它离我们的生活很近。”省经济和信息化厅轻工纺织处相关负责人介绍，湿巾、面膜纸、医用敷料，很多柔软又结实的材料都是用水刺无纺布制作的，“该公司生产的压缩棉柔巾、卫生湿巾、湿厕纸等相关产品已推向市场，很受欢迎。”

“龍虎”品牌同样是此次上榜的“新面孔”。宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司相关负责人介绍，“作为公司核心露酒品牌，龙虎露酒以传统露酒为基底、融合健康养生理念，为养生酒品类注入年轻化、时尚化活力，开辟养生酒发展新赛道。”

“更多四川消费名品需要‘被看见’。”省经济和信息化厅轻工纺织处相关负责人表示，下一步将继续加大消费名品培育工作力度，加快构建四川省消费名品方阵，让消费者享受更多“四川造”高质量产品和高品质服务。

**四川日报全媒体记者 张明海 王密**

---

**养生奶茶、无水泡脚……**

# 这个市集让中医药“潮”起来

## 第五届国际地理标志产品博览会在泸州举行

11月6日至8日，第五届国际地理标志产品博览会（以下简称地标博览会）在泸州国际会展中心举行。作为展会的配套活动之一，“物萃酒城，潮玩九味”中医药文化养生市集同步开市。市集上，30余家省内外中医药企业携460余种大健康产品集中亮相，不仅为地标博览会注入了浓厚的“国潮养生”活力，更让市民在沉浸式体验中感受中医药的独特魅力。



11月6日，在中医药文化养生市集上，市民参与识别中药材游戏。



11月6日，市民在逛中医药文化养生市集。

### 新品“试水”
### 中药企业借市集觅商机

走进市集，“酒城九味”药食同源体验区人气最旺，养生奶茶、药膳汤包、茶饮、养生糕点等吸引了不少市民排队尝鲜。在泸州本地企业的展台上，赶黄草、金钗石斛、龙眼等道地药材集中亮相。

“这些都是我们的新品，欢迎试吃。”在天植中药展台前，工作人员庞女士拿起一盒橄榄干递给市民，不少人尝了一颗便追问“哪里能买”。

“过去讲‘良药苦口’，现在先讲‘愿意吃’。”庞女士说，本次参展，天植中药带来了多款尚未上市的新品，主打药食同源——零添加橄榄干润肺利咽，嘴馋时嚼一嚼；三蒸三晒红枣去皮去核，口感与市面普通红枣明显不同；还有地黄抱枣，主打补血。

庞女士说，此次参展以产品展示和寻求合作为主，“很多参展商对产品线感兴趣，互相留了联系方式。”面对市民的购买热情，她回应称，新品目前尚未上市，正式上线后市民可通过小程序下单。

四川森美药业的展台上，9个透明罐子排成一排，从初蒸初晒后的土黄色到九蒸九晒后的油润乌黑，吸引不少市民驻足咨询。展台工作人员介绍，企业来自内江，本次参展的黄精系列产品均由当地林下仿野生黄精制成，希望借地标博览会，让更多人认识黄精、了解黄精，也希望进一步拓宽市场。

### 养生理疗
### 沉浸式体验受热捧

健康咨询区成为市集最忙的一角。西南医科大学附属中医医院、泸州市中医医院、泸州市龙马潭区中医医院和符氏热灸的展位前均排着队。把脉、推拿、做火龙罐、刮痧……每个摊位都有人在体验。

在泸州市中医医院的推拿区，26岁的小李没忍住，不停发出“嘶”的痛苦声，“我长期使用电脑、经常熬夜，肩颈经常痛。”医生根据小李的描述，不时变换按压点位。与小李的表现截然不同，48岁的黄先生趴在推拿床上，全程闭眼皱眉，咬牙忍着酸胀，直到按完才长舒一口气。按摩结束后，黄先生主动向医生询问起平时注意事项和后续理疗建议。

除了传统中医手法和道地药材，一批科技感拉满的养生设备同样吸引了不少目光。在哈工天愈机器人集团展台前，护眼仪、无水泡脚的生物能量仪、小愈机器人（康养床）等设备科技感十足，吸引市民争相尝试。

“戴上护眼仪，感觉眼部周围暖暖的，很放松，适合天天在电脑前工作的人。”刚摘下护眼仪的市民刘女士说。旁边，体验完无水泡脚仪的徐女士对这台设备赞不绝口：“脚放上去几分钟，脚踝由内而外发热了，和家里泡脚一样。”该集团泸州运营中心经理张健解释说，设备采用内透热技术，不加水也能实现“泡脚”，“跟外部烤火完全不同，是从里面发热，祛湿驱寒的效果显著。”

### 互动体验
### 中医药文化“潮”起来

本次市集上，不少展位还把互动游戏搬到现场。其中，集章打卡成了串联各展位体验的“引线”。

参与者领取打卡券后前往各展位参与飞花令、中药识别、投壶等游园活动，每完成一项即可盖下“酒城九味”药材图章，集满还能抽取锦囊盲盒。“我抽到了香囊，太开心了。”逛展的大学生王莹说，为了集章，她逐个参与游戏，还学会了辨识一些药材，“以前只知道名字，现在‘酒城九味’到底有哪些，我全记住了。”

市集另一侧，文创区吸引了不少年轻人，还有许多妈妈带着孩子一起逛。中药耳环、手串、香囊、药锤等高颜值好物让年轻女孩们挑花了眼。

非遗手作传承区更是坐满了学生，泸州市江阳区袁氏绳结非遗代表性传承人袁雪梅手把手教市民编绳结。

杨氏香囊、五味本草药香锤等传统技艺体验项目同样场场爆满。“看起来简单，自己动手后才知道有多难，不过自己亲手做的香囊有不一样的意义。”带着女儿来逛展的市民张女士向记者展示刚做好的作品。她点赞道，这种活动最大的好处是孩子在动手的同时认识了中药，“比光看科普书印象深多了。”

**华西都市报-封面新闻记者 徐庆 摄影报道**