

「澄迈现象」

## 农业特色品牌推一个响一个

近年来,福橙、福山咖啡等特色农业品牌在市场上成群结队出现,并且其品牌价值不断外溢、全省开花,甚至外传岛外,形成海南农业界备受瞩目的“澄迈现象”

**桥头地瓜**  
**藤蔓伸至东方临高文昌**  
文昌农民成“桥头地瓜大王”

4月28日,手上的活儿一忙完,浙江省临安市的经销商张磊和搭档,连夜匆匆坐飞机赶到海口。

第二天一早,他俩早早起床赶到了澄迈县桥头镇沙土村的地瓜交易中心,和沙土村党支部书记王文克洽谈收购地瓜事宜。

“王总,我今天来,你看你这边有多少地瓜,我就收多少。”自从去年和王文克合作后,张磊发现,桥头地瓜不仅个头适中,而且口感甜糯可口,他收购的3吨地瓜不到半个月就售罄。今年地瓜刚上市,他就来到海南准备多收购一些。

朴实无华的桥头地瓜如今已成为餐饮市场的高端产品。在澄迈的特色农产品直销店里,店主李莹告诉记者,一箱10市斤包装的桥头地瓜,售价为80元至90元,供不应求。

王文克说,目前桥头地瓜采取统一发放种苗、统一种植、统一收购的标准化生产模式。目前桥头地瓜种植已经从澄迈延伸至东方、临高、文昌等地,今年预计产值可达5000万元。

“我从种西瓜改行种地瓜,看好的就是桥头地瓜这个品牌,市场潜力大。”文昌农民林尤丰,从1986年就开始种西瓜,由于西瓜种植成本高、投资风险过大,种了20多年西瓜的林尤丰,在2009年冬交会上看到了桥头地瓜的热销,立即决定改行种桥头地瓜。

林尤丰从澄迈引进桥头地瓜种苗,学习其“三个统一”的标准化生产模式,专门与高端餐饮企业、超市建立销售合作关系,很快就成了文昌的地瓜大王。

**白莲鹅**  
**全省18个市县“飞”**  
**1800户农民养白莲鹅致富**

清亮亮的池塘里,漂浮着一片白毛黑颈的白莲鹅,琼中黎族苗族自治县长征镇万众村村民王传彬,正站在池塘旁“哩哩哩,咕咕咕”地召唤鹅儿回来。

王传彬是琼中的白莲鹅养殖产业带头人,他2012年租了25亩山塘地养殖白莲鹅,并发动6个村民一起成立白莲鹅养殖专业合作社,第一年养鹅效益就达到了20多万元。

“以前也养过鹅,可是自己找不到市场,养多了卖不掉,养少了不够卖,最重要的是没有品牌,价格也提高不了。白莲鹅的品牌好,技术有指导,散户养殖,统一收购的方式能保证我们赚到钱。”王传彬说。

海南海平达实业有限公司相关负责人告诉记者,白莲鹅肉细腻,富含高蛋白,要保证其油而不腻、肉质层次分明的口感,就必须满足散养、饲喂草料等条件,如果以基地养殖的方式,难以开展大规模养殖,于是他们采取了“五统一分”的方式,统一品种、饲料、疫苗、技术、销售,分户养殖,保住养殖户不会出现产品滞销亏本现象。

如今,澄迈白莲鹅以“公司+养殖户”的养殖合作方式铺遍全岛,全省有18个市县共1800多户农民通过养殖白莲鹅走上致富路。

**福山咖啡**  
**18家直营店遍全岛**  
**品牌营销模式成行业范本**

由澄迈农产品品牌辐射效应带来的不仅是经济效益,还有社会效益。

在5月9日至10日举行的第三届“福山杯”国际咖啡师冠军赛上,海口米粒咖啡店老板特意停业一天,将全体员工带到比赛现场观摩学习。“这是一次难得的学习机会。”

福山咖啡,这个扎根澄迈福山的农业品牌已经成为了澄迈休闲文化的标志。遍布全岛的18家福山咖啡直营店,其成功的品牌营销模式也成为咖啡行业范本。

国内知名咖啡行业杂志《咖啡沙龙》负责人林健良认为,由澄迈每年主办的“福山杯”国际咖啡师冠军赛,云集来自世界各地的咖啡师高手,咖啡师们在赛会期间通过各种比赛、聚会等交流咖啡行业讯息,洽谈合作,其实已成为全国咖啡行业学习交流的平台。



桥头地瓜、福山咖啡、无核荔枝、白莲鹅、和牛、福橙……  
澄迈创建652个农产品品牌,其中18个全省著名品牌

# 澄迈农业：品牌花开艳全岛

■ 本报记者 孙慧 特约记者 陈超 通讯员 王家专

「现象」揭秘

## 富硒沃土育良种 书记也当推销员

核心提示

1公斤澄迈无核荔枝,卖出了1000元高价!平均每颗荔枝价格约42元!近日,澄迈无核荔枝又在市场上掀起热潮,在全国荔枝上市高峰期,荔枝市场价格普遍拉低时,澄迈无核荔枝却一枝独秀,以质高、量少、价高称霸市场。

福山咖啡、无核荔枝、白莲鹅、和牛、福橙……事实上,每年的不同季节,澄迈都有不同的农产品品牌在消费市场上占据龙头地位。

澄迈瓜菜早已进驻全国各省份的大型超市和菜市场,桥头地瓜卖到日本、新加坡的高端餐饮桌上,福橙拒绝登录淘宝,因为供不应求……

目前,澄迈全县共有652个注册商标的农产品品牌,18个全省著名农产品品牌,品牌影响力辐射全岛,农业生产总值达到86.94亿元,农民收入增幅连续8年居全省前列。



◀澄迈无核荔枝独占鳌头。 本报记者 王凯 摄

白莲鹅养殖遍布全省。 本报记者 宋国强 摄▶

2008年起澄迈成功实施商标富农工程5年计划

共注册 商标 682 件

是过去 所有年份 注册商标的 2 倍

澄迈农业生产总值

从 30.13 亿元增长到 86.94 亿元

制图/张昕

土壤中富含硒元素 借力打造“硒”字号

1 地理人文优势

上天厚爱澄迈,这片2072平方公里土地上,农业自然条件得天独厚,土壤类型多为火山熔岩灰、玄武岩风化而成的红土壤,有机质和硒元素含量高。

据海南省地质调查院检测表明,澄迈县表层土壤硒元素的平均含量达0.51mg/kg,全县富硒土壤(大于0.4mg/kg)面积1177.5平方公里,占全县总面积的56%,是我省富硒土壤分布较集中、面积较大的市县之一。

在我国,有三分之二地区属于缺硒地区,针对我国大部分地区土壤中硒缺乏、当地居民硒摄入量严重不足的情况,近年来各地纷纷研究并开发富硒农产品生产技术。

澄迈抓住富硒的自然条件,将富硒食品作为科技含量高、市场前景好的特色农业来发展,继而打造出富硒大米、富硒福橙、富硒咖啡等系列农产品品牌。

澄迈人素来专注务实 爱在地里捣鼓出大名堂

“在历史上,省内农业较发达的地方其实集中在琼山、定安这一带,比如说荔枝,民国至解放前,琼山的荔枝是最有名气的,可没想到解放后澄迈农业发展这么快,其实仔细追究起来,有其一定的道理。”我省著名文史专家王俞春说,从地理条件上看,澄迈既有红土壤、沙土、石头地三种土地类型,与琼山地区相差不大,但澄迈之所以农业发展这么快,还与澄迈人不追潮流,专注、坚守乡土发展的脾性有关。

海南有句俗语:“肥土出百姓,瘦土出官爷。”越是肥沃土地上成长的人,越热衷于乡土发展,而土地贫瘠的百姓,为了生存不得不奋发读书,外出谋求更好发展。

在肥沃红土壤生长的澄迈人,自古以来就有着重视家族源流,关注乡土发展的脾性。总爱研究着,在这块乡土上能捣鼓出什么大名堂来。于是便有了罗驿村李氏家族从云南丽江回乡规划村庄,建立祠堂的故事;有了徐秀义率领全家两代人,三十年辛勤耕耘,创办福山咖啡品牌的佳迹。

不仅因为澄迈土地富含硒元素、县委书记肯当推销员、农产品品牌意识强,更因为澄迈农业理念先进……各路正能量聚集,成就了“澄迈现象”

以工业理念发展农业 标准化管理堵住丝毫差错

2 先进农业理念

澄迈是工业大县,也是农业大县,以工业理念发展农业,是澄迈一直以来坚持的发展思路。这样的思路,从一只白莲鹅从鹅蛋到端上餐桌就能看得出来。

一只受精的鹅蛋,经过机器孵化出鹅苗,将鹅苗统一发放至养殖户手中,养殖户按统一发放的饲料喂养、统一技术指导,统一时间收购回来后,再圈养20天,屠宰分类,委托第三方机构检测合格后贴标签送往餐饮店或超市,再送上百姓餐桌。

“从鹅苗孵化到送上百姓餐桌,我们都有一套严格、标准的流程,每个环节环环相扣,从管理到技术上都难以出现一丝差错。”白莲鹅厂厂长周琼香说,白莲鹅的整个产业链条已经基本形成,市场的价格、疾病、政策等外来压力,都有一套抵御机制。

先树品牌后做产业 福橙走进人民大会堂

产业化、标准化、品牌化、国际化,这是澄迈农业一直坚持的“四化”战略,也是目前支撑澄迈农业发展的基础思路。

澄迈福橙是2003年才在福山镇试种成功的一种优质橙,虽然产量不高,却在全国享有很高知名度,是人民大会堂招待宴会指定橙类用品,这得益于澄迈人采取的“先树品牌,后做产业”的做法。

一开始,福橙也面临着和其他农产品一样的问题,产品辨识度不高,市场信任度低,面临着其他相似产品的市场冲击风险。为提高品牌辨识度,澄迈首先请第三方检测机构检测福橙营养价值,明确了福橙富含硒元素,打出富含硒元素的营养价值招牌,市场需求来了,价格也上来了。

这时,澄迈加大了对福橙产业的扶持和推广,派技术员上门辅导农民富硒种植技术,还给种植大户送微耕机、喷雾机、富硒肥,生产的福橙品质越来越高,福橙的名气也越来越响。

“2004年我刚种福橙的时候,每斤才七八毛钱,现在最低都能卖到12元/公斤。”澄迈农民王开东种福橙10年来,每年经济效益都在提高,老人高兴地在自己的福橙基地里贴着一副对联:“味美清甜招客人,富硒福橙传四方。”

不穿“品牌服装”吃大亏 10年夺回白莲鹅商标

海南大学经济与管理学院副院长柯佑鹏认为,作为小省份,海南的土地有限,自然资源有限,发展农业,可以通过科技及文化创意来提高农产品的附加值。澄迈的福橙、福山咖啡等以地方的长寿、富硒等健康文化价值融合进品牌打造,证明了这一点。

在农业发展过程中,澄迈人吃过没有自主品牌之苦。海平达有限公司,就曾因为不重视品牌而遭遇发展尴尬。从1990年代就开始在澄迈进行白莲鹅养殖,但一直以来没有注册品牌商标。2004年,海平达发现白莲鹅商标已经被湖北一家广告公司抢注,经过澄迈县工商局配合协调、谈判,一直到了2013年才以10万元价格把商标回购回来。

“我们那时候只能投机取巧,用娥字来代替鹅,结果有些顾客认为我们连商标名都写错,对我们产品的信任度有损。”周琼香说。

从2008年起,澄迈实施商标富农工程5年计划,这5年当中共注册商标682件,是过去所有年份注册商标的2倍。而也是在这5年之间,澄迈的农业生产总值从30.13亿元增长到86.94亿元,农业收入增幅明显高于全省平均水平,这背后与澄迈自主品牌意识的增强不无关系。

◀桥头富硒地瓜成功打入国际高端市场。 海报集团全媒体中心记者 张茂 摄

3 品牌守护故事

澄迈县委书记 杨思涛:抓住机会就吆喝

在澄迈农业品牌推广中,澄迈县委书记杨思涛是最醒目的“推销员”,无论是在桥头地瓜文化节、冬交会、新闻媒体邀请交流会等每个合适场合,他都会亲自向社会公众极力推荐澄迈的农产品。

“我最佩服的就是澄迈县委书记杨思涛,他可是我见过的第一个敢在大众面前帮我们农民吆喝卖地瓜的书记。”澄迈农民李永成说起县委书记杨思涛,连连竖起大拇指。

为推销澄迈瓜菜,从2001年起,澄迈县委、县政府每年冬交会前,把种植户、专业合作社、运销协会等成员组织北上国内各大瓜菜市场,组织座谈、推广等方式边推销自家产品,边搜集国内瓜菜品种、种植规模、上市时间等信息,这样北上推销瓜菜的传统,已经坚持了13年。

澄迈冬季瓜菜第一人 王美志:全国设立经销点

在澄迈县农业局,有一间二十来平方米的办公室,里面配备了简单的办公桌、电脑、电话等办公用品。澄迈瓜菜运销协会的这间小小工作室,是澄迈每年百万吨瓜菜运输北上背后的坚强后盾。

王美志,是澄迈县种植冬季瓜菜的第一人,他从1980年代起就开始种植冬季瓜菜运销出岛售卖,在他的带领下成立的澄迈瓜菜运销协会,“一手拉市场,一手牵农民”,在全国各大果菜批发市场成立经销点,上下游连接农民、收购商和经销商,每年定期搜集分析全国各省份的种植、品种、上市等信息,给全县农民每年瓜菜的种植种类、品种、面积做出指导。

“协会名称里没有‘县’字,是意味着协会将从澄迈起步,走向全省乃至全国。”经过了多年摸爬滚打,王美志对协会的未来自信满满。

澄迈无核荔枝发明人 王廷标:坚守200亩果园拒扩种

6月上旬,又到了无核荔枝收获季节。澄迈桥头镇金澄超级无核荔枝基地,200亩的果园里披红挂绿,沉甸甸的荔枝果压弯了枝条,主人王廷标坐在果园门口,忙着招待络绎不绝的上门客商。

记者看到,不到1个小时,王廷标接听了10来个电话,全都是咨询购买无核荔枝的客户。“我的无核荔枝从不上市销售,想要的全得到果园来买。”

这位澄迈无核荔枝发明人,对自己的荔枝品牌发展有着明确的定位:只走精品路线,做高端市场。从1997年研究种植无核荔枝成功,多年里王廷标一直坚持守着他那200亩果园,精细化管理,保证产品质量高优。

“有很多人上门跟我洽谈过,以资金加盟我的品牌,让我扩大种植规模,但都被我拒绝了。”王廷标说,做农业要量力而行,不能因新品种独有价值就慌忙扩大规模。王廷标在发明无核荔枝技术后,省内外都有很多农业专家、农民慕名上门学习。王廷标通过提供种苗、技术,带动了省内其他市县及广东、广西、福建等地无核荔枝的种植,目前除了澄迈外,省内外无核荔枝种植面积约有2300多亩。

澄迈“地瓜书记” 王文克:做精地瓜走国际化

王廷标在坚守他的精品路线理念,而“地瓜书记”王文克,已经在逐步实现他的地瓜产业国际化梦想。

5月9日,桥头镇沙土村地瓜交易中心里,工人们将收购回来的地瓜分类装筐,进行包装。王文克介绍说,桥头地瓜按体积、外形分类成三品,一品大果口感甜糯,将打浆成果汁向日本、新加坡、德国等国家销售,二品果细腻松软,精包装为礼品销往全国,三品果甘甜少纤维专供各餐饮酒店作为粗粮食品。

“之前都是通过第三方向国外出口,现在我们正准备出口备案手续,直接与国外市场建立合作关系,现在我们将种植规模扩大到东方、临高等市县,就是要保证每年2000吨的出口量供应到位。”

一个小小的地瓜,经过王文克之手,翻出了许多新花样。目前,在沙土村的地瓜基地边上,全国首家地瓜文化馆已经揭牌成立,基地里正忙着砌墙种葡萄,借助地瓜产业发展,与美丽乡村建设结合,形成田园风光休闲基地,发展乡村休闲游。

“摸爬滚打,立根市场,面向未来”,省政府研究室研究员沈君认为,我省农业处于“走出冬天,进入春天”的阶段,澄迈品牌农业探索的实践经验,为全省农业发展提供了很多借鉴,而“以发展工业理念发展农业”的发展思路所带来的影响力还将持续惠及澄迈及周边县市的更广大农民。

(本报金江6月17日电)

澄迈福橙进入人民大会堂。 本报记者 李幸璜 摄