

冬交会20届回首——

行业年会如何演变为市民“节日”

■ 本报记者 陈奕霖 计思佳 刘贡



2017 中国(海南)国际热带农产品冬季交易会引来世界各地的参展企业、客商参加。 本报记者 袁琛 摄

行业年会变成全民参与的“节日”

市民捧场,在冬交会上开眼界大采购,企业争相参会,自我展示推介。冬交会切切实实反映了海南现代农业的快速发展,同时,通过成果展示,为指导生产提供了依据

“双十二”开幕 | 开眼界+大采购 |

自2009年开始,冬交会固定在每年12月12日开幕,主办方说“双十二”好记。一旦固定了日子,加上市民“捧场”——人头攒动的展厅,大包小包的购物,微信朋友圈满天飞的分享,午休时间也要赶去现场的迫切,就让人有了“过节”的感觉。54岁的苏兴文是一位海南老媒体人,他和妻子连续15年逛冬交会,已经逛成了每年必往的生活习惯。早些年买几株新品种果菜苗回来种在阳台上,长好了就请朋友们到家里来欣赏;这几年会场上植株少了,新鲜玩意儿却更多了。海南师范大学老年排球队的唐老师是和几位队友一起拼车来会场的,说不逛冬交会,这一年就过得不完整。澄迈的牛肉干、定安的腊肠、屯昌的野菜面,唐老师每年必买,感慨“海南的好

展位一席难求 | 吸睛力+吸金力 |

只要业内稍有名气的企业或产品,不去冬交会上露个脸,便觉得自己面子上无光。福建康德贝生物科技有限公司海南大区经理孔雷今年好不容易拿到一个两平方米展位。孔雷经营以“修复土壤”著称的有机肥料,去年刚进入海南市场恰逢上机会参展冬交会,会上达成了几笔大订单。一年下来,客户反馈产品使用效果非常好,所以今年无论如何也要参会。从今年10月份开始操心冬交会展位的事,一开始安排在B馆,后被取消,最后几经波折,终于在C馆拿到一席展位。孔雷拉着每一位熟识的客户在自己的小展位上合影,抱着自己有机肥料出来的硕大火龙果笑得合不拢嘴,仿佛无限荣耀。“僧多粥少,有这么巴掌大的位置我们已经很满足。”孔雷感慨。海南富友种苗有限公司董事长林建闻说,从2009年带着西瓜类嘉丽无籽、黑美人黑金刚和大美龙3个品种参会,成交金额12.6万元,到今年带着29个热销品种拿下82平方米展区,头两

折射海南发展 | 大环境+大背景 |

冬交会成功走到今天,有何秘诀?省农业厅总农艺师黄正恩嘴里蹦出两个词“坚持”“创新”。办会靠的是久久为功,创新的理念、创新的措施。第一个难题是主题。每年确定冬交会的主题,都需要主办方绞尽脑汁。“要和中央精神保持一致,与我省当年以及未来一个阶段的农业重点工作紧密结合。主题定下来,冬交会的主基调也就定下来了。”黄正恩介绍,每年的主题都代表当前一个阶段的工作重点,今年的主题“共谋农业新发展,共建美好新海南”就紧扣党的十九大和省第七次党代会的重要精神。布展的创新拉动了海南整体会展业的水平节节攀升。如今年大花海、大果篮、大长廊,以及争奇斗艳的市县馆,又是一次全新感受。今年,32个国家的232多个企业带来1000多种展品使得海南人民的“菜篮子”更加丰盛,黄

东西都拿出来展,品种齐全、质量最佳,此时不买更待何时?”王冰在朋友圈晒冬交会照片,说各色农产品琳琅满目、令人应接不暇,但最爱是“海南馆”。一进会场,鲜花扑面,左手一个巨大的瓜果篮子,右手展示智慧农业。高端、大气、上档次,如同打开了一扇海南热带高效农业之窗。扶老携幼、摩肩接踵,推着轮椅上的老人,搂着半大的孩子,拖着大采购用的拖车,架势不逊于买年货……12月15日冬交会最后一天上午10时,不少展柜货架商品已经扫空。待距离中午闭馆还剩两小时,连部分保安也加入了购物大军。过节是什么?在一个固定的日子,热闹、开心、消费……显然冬交会满足了节日的元素。

天的签约金额就达到1260万元,参展表现与公司实力保持同步。合资企业海南富山香堂副总经理谢明志,4个月前已开始向朋友们推介,“今年冬交会一定要来看我们的展位!”据统计,今年冬交会,海南省供销社合作联社组织中国26个省市区联社组团参会参展,有180多家企业报名参展,需求260多个展位,但只能提供104个展位需求。中国20多个省份的2700多家企业参展,参展商超5300人。“一带一路”馆,共有32个国家的232家企业报名参展,申请600多个展位,但只能满足135家企业232个展位需求。省台办企业处副处长杨志文介绍,今年在台客商报名踊跃,但展位有限,最终在550家客商里,集中选取了台湾茶业、酒业、药业、食品业和深加工业的60多个种类的产品进行展示。每年火爆的人气让冬交会成为企业宣传、展示的最佳平台,企业求得“一席之地”,是因为看到了冬交会背后巨大的“吸金力”和“吸睛力”。

正恩认为,能够满足市民“一站式”采购来自全国乃至世界各地的名特优农副产品的需求,无疑是冬交会成为全民“节日”的重要原因。细数历届冬交会产生的积极影响,省农业厅原副巡视员张健认为,海南率先在全国提出了“订单农业”,实现“以销定产”,在全国产生了极大影响;通过冬交会提升了海南农产品的品牌效应和在全国的影响力;架起了和全国各地农业交流的大平台,引进番石榴、火龙果等众多新品种和种植新技术,极大地推动了海南农产品向“名特优”方向发展;从初期的原始产品展示,活植株装点会场,到如今的精选包装品、加工品“唱主角”,切切实实反映了海南现代农业的快速发展。但冬交会最大的作用,在于它是海南农业的“晴雨表”,通过其成果,为指导生产提供了依据,助推农业供给侧结构性改革。

核心提示

从1998年(海口)全国冬季农副产品交易会到2017年中国(海南)国际热带农产品冬季交易会(简称“冬交会”),20年20届,冬交会已发展成为国家5A级会展,是海南本土会展业第一品牌,是我省唯一经国家批准举办、列入国家品牌的会展,亦是全国唯一在冬季举办的农业盛会。

20届办会,收获颇丰。订单量从48.83亿元到666.29亿元;规模从220个展位5500平方米,到35个展区2000个展位8万多平方米;参展商从4个国家和国内27个省市区及港台地区的1500个代表,到32个国家和国内28个省区市的2700多家企业、5300多名客商;市民则从6万人观展到31.2万人次踊跃“逛冬交会”,现场交易额高达3.88亿元。

1.48亿元的线下销售总额在以行业交流和订单签约为主要手段的无数展会中,并不多见,说明了普通老百姓对大会的“追捧”。而但凡到过海南冬交会现场的人,目睹了人山人海“逛会”和采购场面的人,就不会惊讶线下交易的活跃了。

回首20届冬交会,数据背后折射了热带高效农业产业的快速发展,呈现了海南改革开放大环境、大背景下的一方成果。但更有趣的研究在于,海南如何将一个行业年会办成了一个全民参与的盛大“节日”。

扫码看动深读

(见报当日8时更新)



海南日报客户端 南海网专题

视频拍摄:资料视频
视频剪辑:吴文惠

每届冬交会都是当年农业发展的缩影

从果蔬瓜菜垒在一起展示,到提出“订单农业”,尝试网上交易,举办多场国际性论坛,推进多边交流合作,再到提出农产品品牌建设和现代营销策略,冬交会的变化展现了海南农业的发展

第一阶段

1998—2000年 初创:商场办会,开阔视野、拓展销路

“农产品展销怎么在冬天办,还是在一个百货商场里办,觉得很新奇。”黄正恩回忆。1998年11月13日至17日,由中华全国供销合作社总社和海南省人民政府联合主办的首届冬交会展馆设在DC城4楼开展,儋州的尖椒、三亚的茄子、昌江的芒果、文昌的椰子等一批当时的优质农副产品成为展会主角。黄正恩时任广西亚热带名优水果实验示范场场长,了解到举办冬交会后,闻讯而来。“当时有不少台商在海南搞种苗培育,我们在冬交会上找到好多台湾的种苗带回去。”对于首届冬交会,他印象犹深,“会展很原始,就是把果蔬瓜菜垒在一起集中展示,也没有什么包装,种苗还都带着泥。”商场办会,以本地原始品种为主,产品

包装落后,活样品活植株多,正是1998—2000年冬交会的生动写照。彼时,冬交会仍处于初创阶段,但海南人民仍旧在会上接触到了不少台湾优质品种,还开阔了海南农产品产商的视野。“展会让不少人知道了通过砍掉老枝条,嫁接新枝条能够提高产量。”张健说。也是在这个阶段,1999年冬交会首次提出“订单农业”,全省各相关部门跑市场、找订单,冬交会订单达179万吨,约占当年农副产品出岛量的80%。此后,我省农业生产步入“以销定产”的良性发展轨道。2000年冬交会首次开辟网上交易,尝试农副产品在网上信息提供和网上交易。互联网从此与海南农业牢牢牵手。无公害瓜菜也首次登场,海南喊出了“生产无公害农产品,发展绿色农业”口号。

第二阶段

2001—2010年 成长:固定场所,立足海南、面向世界

自2000年进入省农业厅工作,直至去年退休,张健见证了“稚嫩”的冬交会一步步成长为在全国颇具影响力的农业会展。他介绍,2001年,冬交会展址搬至当年刚刚启用的海口会展中心,从此有了固定的场所,而这也是在我国加入WTO后举办的第一届冬交会,俄罗斯、日本、韩国等国家和地区的百余名客商远道而来,冬交会迎来了新局面。于是冬交会也迈开了“走出去”的步伐,2003年、2004年,连续两年,冬交会在海南与北京分别设立会场,“一会两地”叫卖海南瓜果菜,成果丰硕。2003年冬交会北京交易周举办期间,企业组织进京的120多吨农产品不到展销结束日就全部销售一空,2004年冬交会北京分会场总成交额更是比

2003年增加了36%;2005年更是分别在海南、北京、上海三地办会。2006年,冬交会由“中国(海口)冬季农副产品交易会”更名为“中国(海南)国际热带农产品冬季交易会”。张健说,该届冬交会是我省首次举办国际性农产品交易会,37家境外企业组织70余种产品参展,自此,冬交会开始“立足海南,面向世界”。2008年,举办多场国际性论坛,成为推进多边交流合作的重要平台;2010年,参展企业首次突破1000家,北京新发地市场等多个国内大型农副产品批发市场组团参会……从“中国”到“国际”,从“海口”到“海南”,迈出了步子,提高站位,体现了冬交会展展理念的变化,也展现了本身日益凸显的影响力。

第三阶段

2011年至今 腾飞:专业办会,融合产业、奏响时代

黄正恩没有想到的是,在来琼参加首届冬交会13年后,他会再次与冬交会结缘。2011年,黄正恩就任海南省农业厅总农艺师,同年,冬交会再换会址,搬至西海岸海南国际会展中心,黄正恩与冬交会一并迈进了崭新的阶段。开幕定在每年12月12日之后,张健发现好处良多。一方面因为有了固定的日期更能让人印象深刻,所有工作能按时序推进,有利于会展品牌的打造;另一方面,12月中旬为海南冬季瓜菜开始大批量上市的时间,且在这个时间办会,可以通过“订单农业”,提前落实来年农产品的销售问题。2011年,冬交会首次提出农产品品牌建设和现代营销策略;2012年,首次开设“网上冬交会”;2013年,开展农产品网络电子促销,13类农产品3天销售2409万元;2014年,首设电子商务展区,进一步将线下

交易与线上交易相结合;2015年,增设“互联网+农业小镇”“农业金融服务”等专业性展馆,会展专业性明显增强;2016年,订单签约金额首破500亿元。这几年,“互联网+”催生了海南互联网农业小镇,休闲农业催生了共享农庄。而在本届冬交会上也能感受到海南“产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕”的“三农”蓬勃发展势头。每个市县携带农产品参展,其实又是叫卖本地旅游资源。今年陵水拿下主馆外场,打出了“云山牛岭、圣果传情”农旅结合口号。黄正恩发现还有旅行社专门把旅行团带到冬交会采购农产品。无疑,除了热带农产品交易、农业交流合作,冬交会还成了衔接一二三产业融合与“一带一路”建设的重要平台。展望未来,坚持创新发展的冬交会,在国际大舞台上仍将继续闪亮。(本报海口12月18日讯)