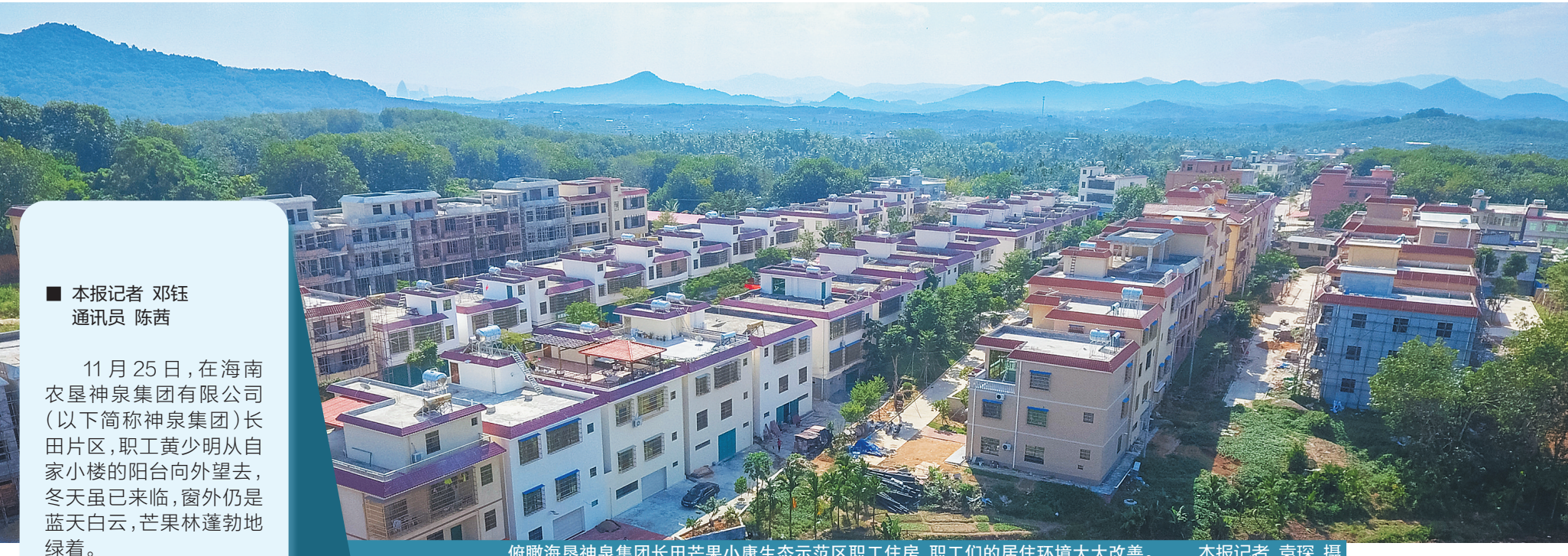


# 调整产业结构,延伸产业链条,打造发展新引擎 敢闯敢试的海垦“神泉”



俯瞰海垦神泉集团长田芒果小康生态示范区职工住房,职工们的居住环境大大改善。 本报记者 袁琛 摄

■ 本报记者 邓钰  
通讯员 陈茜

11月25日,在海南农垦神泉集团有限公司(以下简称神泉集团)长田片区,职工黄少明从自家小楼的阳台向外望去,冬天虽已来临,窗外仍是蓝天白云,芒果林蓬勃地绿着。

而过去,这片芒果林曾是片杂草丛生的荒地。

蓝天与绿树见证的,是一段长达27年、跌宕起伏的奋斗史——因产业滞后等因素,神泉集团的前身国营南田农场(以下简称南田农场)一度是全国农垦亏损前十的农场,职工领不到工资,贫困率达95%以上,只能纷纷外出打工寻找出路。

1992年,南田农场走上改革之路,大胆调整产业结构,发展芒果种植产业,近年来更是跟随轰轰烈烈的海南农垦改革步伐,转制成立神泉集团,扩大产业版图,走上三产融合道路。数据显示,经2018年初审计,神泉集团利润达到1.26亿元,净利润突破亿元,创造有史以来盈利最高纪录。职工更是过上了“四个一”的小康生活。

“神泉人的成绩是干出来、闯出来的。”该集团党委书记、董事长彭隆荣表示,神泉集团将不忘初心、牢记使命,紧抓发展机遇,以敢闯敢试精神,继续当好改革“排头兵”,为率先基本实现农业现代化、率先实现小康社会的“两个率先”目标而奋斗。

“老橡胶树死了!”时隔27年,神泉集团长田分公司总经理彭礼政仍忘不了当年农场组织职工砍去老化橡胶林的震撼场景。

20世纪80年代末90年代初,受橡胶林老化,生产力下降,以及产业结构单一等因素影响,南田农场陷入运营危机——职工半年领不到工资,每年离职500多人,4年下来走了2000多人……“甚至有职工堵路拦车,讨要工资和医药费。”一句话道出了当时的无奈境地。

1992年,在生死存亡的关键时

“新种下的芒果树活了!芒果成了致富‘金果’。”在自家果园里,黄少明头戴草帽,正忙着给芒果树控梢剪叶。

自1996年开始发展芒果种植,23年过去,黄少明家的种植规模从十余亩扩大到120亩,其中70亩已投产,年收入稳定在近百万元,还从旧平房住上了3层小楼。“产业发展,让职工们‘甜’了生活,也富了头脑。”

一子落而满盘活。芒果树扎根,

一直以来,神泉集团始终坚持围绕现有资源,培育发展“新枝”,通过产业多元化发展,延伸发展链条。

据介绍,神泉集团早已积极谋划第二、第三产业的发展,利用温泉、生态等天然资源禀赋,主动对接政府与多地企业找投资,发展起芒果、旅游、

## A 老树换新 | 一次调整开启改革探索

期,南田农场决定砍掉老化的橡胶树林,腾笼换鸟,给新产业让路。

砍胶树,种芒果。一次产业调整的探索在南田农场推进。当时,职工们看着一棵棵橡胶树倒下都沉默不语,把不舍、难过和迷茫埋在了心里。

“可以说,这决定站在了当时八成职工的对立面。”彭礼政回忆,从发展芒果种植产业以来,质疑声就没停过。加上当时受物流、宣传等因素限制,芒果市场未完全打开,人们对芒果产业的认知度、接受度不高,产业前景并不明朗。“父辈们甚至指着年

轻职工破口大骂‘败家子’,指责他们挖空了家底。”

阻力虽大,发展势头却没停。“摸着石头过河,党员干部要走在前面!”南田农场以党建带动,加之宣传鼓舞、政策鼓励,通过减免地租、免费提供种苗和技术扶持、成立技术协会等举措调动职工积极性,“抱团”发展芒果产业闯市场。

这份敢闯敢试的精神延续至今。在产业发展中,神泉集团始终发挥党建带动作用,引导职工调整和改良芒果种植品种,同时学习先进的管

理技术和产业化发展思路。

如今,芒果已经成为神泉集团的“金果”。据统计数据显示,2019年上半年,神泉集团芒果总产量15.01万吨,产值13.16亿元,较1992年的136吨产量增长1102.6倍;职工年均收入7.26万元,较1992年的1873元增长37.8倍;职工们搬出了危房,住进了统建楼,而今神泉集团已有统建楼“芒果楼”12056幢(套),较去年增加600多幢(套)。

“当年抵制砍橡胶树芒果的反对声没了,芒果地里尽是职工们畅想甜蜜生活的讨论声。”彭礼政说。

## B 反哺民生 | 一个产业激活发展动能

激活了神泉集团民生、产业、人才等多个维度的发展动能。

民生方面,神泉集团实现了每户一块果园、一片菜地、一群家禽的“三个一”到每户一份产业、一幢楼房、一辆汽车、一份份的“四个一”民生发展目标转变;如今更是提出培养“三批百万富翁”目标,即一批职工百万富翁、一批管理者百万富翁、一批职工子弟百万富翁。在此基础上,神泉集团还提出壮大

芒果优势产业、打造优美环境、创造优越生活的“三个优”发展目标。

彭隆荣表示,产业建设要与职工利益紧密结合,让职工成为海垦改革、企业发展的拥护者、参与者和受益者,在共建共享中获得更多幸福感。

在产业方面,神泉集团结合智慧农业建设,推行统一规划、统一投资、统一标准、统一农资、统一品牌、统一购销的“六统一”,推动芒果产业优化

升级,扩大产业版图,进一步打响“神泉芒果”品牌。

“我们的产业还‘长’到了东南亚。”黄少明高兴地说,本月初,神泉集团旗下子公司,海南农垦果业集团股份有限公司(以下简称海垦果业集团)与柬埔寨企业开展战略合作,充分发挥各自产业、资源优势,构建跨国芒果全产业链。“跟着集团干,哪里还愁前景?”

## C 多路并进 | 一场改革还在继续进行

高效农业三大产业,并同步构建“一城五地”发展格局,一城即国际温泉旅游城;五地即世界级热带农业产业基地、具有国际影响力的经济文化交流基地、后勤保障及特供基地、康养养生基地和三亚特色旅游度假区。

日前,在南田鸿洲共享农庄项目

(一期)建设现场,一阵礼炮轰鸣声中,项目中的康养接待中心宣布封顶。“未来,这片土地将建成一个宜游宜业的生态乐园。”南田鸿洲共享农庄项目现场相关负责人邢新宝说。

新一轮的发展号角吹响,近年来,神泉集团已陆续成功引进落地南田鸿

洲共享农庄、南田马术文化小镇、南田温泉产业小镇等12个项目,5年内预计投资420亿元,将初步形成混合型经济新兴高端旅游产业业态。

神泉人的改革探索,依旧在路上。

(本报三亚11月25日电)

## 省交易服务中心 周末“开标” 为企业开通“绿色通道”

本报讯(海报集团全媒体中心记者 卢月佳)11月23日上午8时,本是周末休息时间,省公共资源交易服务中心(以下简称省交易服务中心)的3间开标室却挤满了前来投标的企业代表。很快,由海南淇利工程招标代理有限公司(以下简称淇利公司)代理的3个海垦橡胶基地建设项目同时开标了。

原来,淇利公司共有56个橡胶基地建设项目需在今年完成招投标工作,仅靠工作日进行开标,难以按时按量完成任务。省交易服务中心在了解情况后,决定在11月23日和12月7日两个周六全天加班开标,为淇利公司开通“绿色通道”。

除为项目进场交易提供场所外,省交易服务中心还负责提供专家资源及开标、评标场地等软硬件支持,通过组织专家现场评审,做好专家和代理公司的服务工作,保障开标和评标环节的公平、公正。

“想企业之所想,急企业之所急,为企业打造优质的营商环境。”淇利公司相关负责人表示,省交易服务中心完整又尽责的服务工作,也得到了淇利公司工作人员的集体点赞:办事更灵活,对企业更友好,省交易服务中心的服务意识、服务态度都有了显著提升,感觉非常贴心。

“做好服务工作是省交易服务中心的生命线。”省交易服务中心主任徐秀裕表示,今年来,省交易服务中心把“优化简化办理事项,打造一流营商环境”作为中心工作,针对以往工作中存在的痛点、难点对症下药,提升服务保障能力。过去,企业必须备齐材料才能办理进场备案,效率慢;如今,重大项目可实行“先办后补”,业主只需在承诺时间内将材料补齐即可,让审批实现了再“提速”。

## 海垦控股集团 “联姻”中信健康集团

本报海口11月25日讯(记者邓钰 通讯员杨光)11月25日,海南省农垦投资控股集团有限公司(以下简称海垦控股集团)与中信医疗健康产业集团有限公司(以下简称中信健康集团)在海口签署战略合作协议。双方将共同探索在金融证券、智慧医养、文化旅游、现代农业等领域的合作。

据了解,中信健康集团为中信集团的全资子公司,是中信集团进行大健康产业投资运营的专属平台。签约双方将本着“优势互补、长期合作、共谋发展、互利共赢”的原则开展战略合作,以合作共赢、资源共享、市场化运作方式,在多领域开展深度合作。

根据协议,海垦控股集团将在借助本地资源优势基础上,引入中信健康集团大健康产业资源及其母公司相关资源,共同在海南打造一系列生态农业及文化健康旅游融合发展的康养、度假、宜居的建设项目,并尝试合作创立“共享农庄+健康学院+互联网医疗+智慧康养”的新型康养体系,打造多业态结合的新型康养产品。

海垦控股集团相关负责人表示,双方将实现资源共享、优势互补,有效推进该集团“八八战略”建设,助力海南自贸区、自贸港建设。

## 优质农产品 抱团“闯”冬交

本报海口11月25日讯(记者邓钰)乳胶制品、茶叶、胡椒、咖啡……海南日报记者11月25日从海南省农垦投资控股集团有限公司(以下简称海垦控股集团)获悉,该集团将携手兄弟垦区单位,带多种优质农产品亮相2019年中国(海南)国际热带农产品冬季交易会(以下简称冬交会)。

据了解,为做好本届冬交会筹备工作,海垦控股集团专门成立筹备工作领导小组,从参展布局、产品推介、品牌推广、宣传工作等方面部署,力求利用好冬交会这一平台,积极推荐特色产品,打响海垦农产品品牌,提高市场占有率。

本届冬交会中,海垦控股集团紧扣展会主题和海垦特色,精心设置展馆、展品和准备相关活动,以此充分体现海垦的发展优势和“八八”战略改革成效,届时海垦特色农产品将“组团”亮相冬交会。同时,该集团将加大宣传力度,积极营造良好的宣传氛围,吸引更多消费者、商家和企业了解海垦企业文化,进一步提高旗下优质农产品的知晓度和美誉度。

据了解,该集团将结合往届冬交会参展经验,做好推介营销工作,对相关产品进行集中展出,并在现场设置品鉴接待区等区域,提高参展嘉宾、市民的互动感和体验感。

## 海垦八一·甜蜜小镇 项目开工

本报讯(记者邓钰 通讯员颜飞 郑鹏)日前,海垦八一·甜蜜小镇项目开工仪式在海南农垦八一总场有限公司(以下简称八一总场公司)举行。

据悉,为加快垦区产业结构调整,盘活建设用地存量,八一总场公司与保亭金欣房地产开发有限公司合作,共同开发建设海垦八一·甜蜜小镇项目。

该项目位于海垦八一总场公司糖厂片区,项目总占地面积约2535亩。双方将以甜蜜文化、军垦文化、农耕文化和健康文化为主线,在项目内打造甜蜜农业种植观光园、甜蜜瓜果生产观光园、热带水果大棚采摘园等园区,旨在建设一个集康养旅居、休闲农业、甜蜜文化体验为一体的康养旅游小镇。

(本报海口11月25日电)

## 海垦控股集团实行“品牌强垦”战略,提高产业“吸金力” “小橙故事”遍垦区

■ 本报记者 邓钰 通讯员 杨光

### 品牌建设 让员工抱团发展

“从2003年的种植面积不足百亩,到如今将近2000亩,红橙产业蒸蒸日上,靠的就是打出自己的品牌。”龙江农场公司职工彭旺华说,龙江农场公司的红橙产业发展史,也是一部品牌建设史。“过去,没有品牌意识,职工各自种植的红橙,多以低廉价格销往周边乡镇。”

为改变职工“单打独斗”局面,2017年起,龙江农场公司整合红橙产品,通过统一标准、质量、技术、销路、价格和包装等“多统一”发展思路,引导职工“抱团”发展打造品牌,提升了红橙的知名度。今年更是与白沙黎族自治县合作共建“白沙红”品牌,打造区域公共品牌。

“确定品牌发展思路,大家就能按照标准共同努力提升红橙品质,并按照市场化思路分拣产品,利用不同的品质打出产品差异化特色。”彭旺华高兴地说,现在10斤装的“白沙

红”高端红橙在岛内可以卖出每箱148元的价格。

发生在龙江农场公司的“小橙故事”,是海垦控股集团品牌建设故事的缩影。过去,海垦控股集团旗下品牌虽然不少,但有含金量的知名品牌和龙头品牌却不多。且由于未建立完善的企业品牌体系,缺少具有较大市场影响力和消费者认知度的企业品牌,导致各农场公司的产品流入市场后竞争力薄弱,如同“散兵游勇”,难以市场占有一席之地。

为此,海垦控股集团近年来大力推行“品牌强垦”战略,通过提升科技含量、推进产业化建设等措施,树立起母品牌和子品牌“1+N”的品牌发展模式,形成以“海垦”品牌统领,“母子联动”、互为支撑、协同发展的品牌体系,助力“八八战略”建设。

品牌建设的探索,发生在海南垦区的各个角落。在“品牌强垦”战略引领下,白沙(绿茶)、母山咖啡、南金果果(菠萝蜜)和瓏坑茶等,一批既蕴涵泥土香气又富有科技含量的品牌应运而生。据统计,海垦控股集团现

已有各类品牌(商标)148个。

### 品牌力量 推动供给侧改革

品牌力量,如“润物细无声”般潜移默化,如“顺风而呼闻者彰”般具有放大效应,价格提升、销路拓宽是最直观的体现。而借助“文旅+品牌”建设,也能推动农业供给侧结构性改革,拉伸产业链条,实现农旅融合,焕发无限生机。

“果好还需品牌撑腰。在菠萝蜜产业初具规模、打出名声后,公司迅速跟进,与企业合作建设深加工工厂,希望围绕‘南金果果’品牌打造一条集生产、冷藏、加工、物流、销售为一体的热带水果产业链。”海南农垦南金农场有限公司党委副书记张伟东说,好品牌是企业发展的底气,借助“品牌强垦”战略建设契机,该公司进一步融入建设大局,从种植源头到销售终端都建立起紧密联系,在产品生产、品牌推广、营销渠道等核心环节,推进农产品品

牌化、产业化,为菠萝蜜产业增添“蜜”意。

海垦控股集团还通过“文旅+品牌”拉伸着农旅融合的产业链条。

一望无际的生态茶园既是富饶之地,也拥有美妙景致。“茶品牌打响后,不仅能吸引消费者,更能引得四方游客纷至沓来。”海南省农垦五指山茶业集团股份有限公司副总裁陈凯此前接受海南日报记者采访时表示,该集团以“文旅+品牌”为主线,加强同地方政府合作,打造结合茶叶种植、加工、销售和文化体验为一体的农旅结合生态产业链条,助力海南全域旅游建设。目前,已初步规划形成“东西南联动,中部为本”的茶旅产业布局。

海垦控股集团相关负责人表示,品牌创建是农业供给侧结构性改革的抓手。通过推行“品牌强垦”战略,调整产业结构,调优农产品品种,提高农业科技含量,提升农产品品质,增加农产品市场竞争力,在助推农业供给侧结构性改革中实现产业增效、职工增收。

(本报海口11月25日电)

### 中国农垦品牌目录 收录海垦控股集团品牌

- 1个垦区(集团)公共品牌
- 9个企业品牌
- 26个产品品牌

海垦控股集团现已有各类品牌(商标)148个

11月25日,海南农垦龙江农场有限公司(以下简称龙江农场公司)红橙种植基地里,一个个饱满馥郁的红橙,正准备“登陆”消费者的味蕾。

近年来,海南省农垦投资控股集团有限公司(以下简称海垦控股集团)推行“品牌强垦”战略。以科技创新为动力,积极培育知名品牌,用“品牌强垦”提升传统产业“吸金力”,全面提升现代农业发展水平和效益。

在第十七届中国国际农产品交易会上揭晓的中国农垦品牌目录,共收录海垦控股集团的1个垦区(集团)公共品牌、9个企业品牌、26个产品品牌。白沙牌绿茶更以总票数第一名的成绩荣获“我最喜爱的农产品品牌”荣誉称号。