



# 冬交会特别报道

2019年12月15日 星期日 海南日报  
值班主任：董纯进 主编：刘笑非 美编：张昕

冬交会上农产品地理标志产品人气高、销量好

## 好货不怕无人问 品牌“加持”天下知

■本报记者 陈雪怡 傅人意

从每斤两三元无人问津，到均价十几元供不应求，保亭红毛丹成功“逆袭”，原因何在？

“有了品牌‘加持’，保亭红毛丹的知名度和认可度上去了，销量和价格自然也上去了。”12月14日，2019年中国（海南）国际热带农产品冬季交易会上，保亭黎族苗族自治县副县长金海波，又当起了保亭地理标志农产品的“代言人”。

### 名气大了，销量高了

相比于介绍农产品特点，金海波这位“代言人”更乐于分享保亭红毛丹“背后的故事”——

“以前，保亭红毛丹每斤两三元的价格都不太好卖，许多农户都想把果树砍掉，换种其他水果或作物。但通过推进农产品品牌建设，保亭红毛丹获得了农业农村部农产品地理标志认证。”金海波说，加上产业链延长、附加值提高，以及包装宣传、组织活动等，保亭红毛丹每斤的价格涨到了12元

至15元，种植面积也增加了50%。“农户不再想着砍树，而是发愁没有更多的地种了！”

保亭县农业服务中心热带作物管理站站长谢军海透露，除了红毛丹、益智外，保亭目前还正着力申报什玲鸡、毛感鸭、六弓鹅等5个农产品地理标志和10个地理标志商标，继续推进农产品品牌建设。

脆而多汁的三亚甜瓜、口感清甜的陵水圣女果、香味浓郁的兴隆咖啡……在本届冬交会市县展区，农产品地理标志产品展架前总是围满了咨询了解的市民群众。

“买‘牌子’，就不会错！”在冬交会迎宾大厅的庆祝新中国成立70周年海南“三农”发展成就展区里看到了澄迈福橙，市民邢香莲便找到澄迈展馆立即购入了两箱，“早就听人推荐澄迈福橙味香甘甜，今天知道它还是‘明星’产品，就直接入手了，品牌产品，质量有保证！”邢香莲笑着说。

### 收入多了，农民笑了

和邢香莲一样的逛展市民，海南

善缘果业贸易有限公司副总经理冯华这几天接待过不少，“大多是认准‘澄迈福橙’品牌的的老顾客，也有不少冲着品牌产品来的新顾客……”

话音未落，一对老夫妇就“找”了过来：“这就是澄迈福橙吗？”在得到肯定回复后，夫妇俩拿起橙子讨论开来：“瞧瞧这果还挺大，颜色金黄也挺好看，那儿可以试吃，甜的话咱就买点回去……”

在冯华眼中，品牌农产品不仅代表着质量优秀、市场认可、销量可观，“同时还能通过规模化种植、标准化生产、品牌化经营增加农民的收入。”冯华说，11月中旬以来，澄迈福橙进入销售旺季，除了固定的贫困户员工外，公司还招来10多名贫困群众负责打包工作，每天120元再加上补助等，贫困户每月能增加4000元左右的收入。

品牌农产品，不仅“保”销量，还能“保”增收，这一点在永兴荔枝和三亚芒果上也得到了验证。作为地理标志农产品，永兴荔枝让海口市秀英区永兴镇建中村成了远近闻名的“荔枝村”，农户也过上了好日子。建中村党支部书记郑从盛说，近年来有200多户村民靠荔

枝种植致富，盖起了“荔枝楼”。

而三亚市凤凰镇红土村的芒果园，是海南出口加拿大树上熟“贵妃”芒果的指定果园，芒果种植面积120亩，亩产5000斤。每年的1月到6月是芒果丰收的时节，也是最忙的时候，每个月仅包装收入就能拿到6000多元。”果园包装工人陈春芳说，芒果上市她们就过来工作，1月至6月总共收入3万元。

### 果实香了，品牌响了

“获得农产品地理标志登记证书的农产品，不仅来源于特定地域，有独特的品质特性或生产方式，且产品品质和特色主要取决于独特的自然生态环境和人文历史因素。”省农业农村厅相关处室负责人介绍，澄迈福橙种在当地富硒土壤地带，果实肉红味香、口感爽津，还含有丰富的硒元素。

通过引导市县大力挖掘地方特色农产品资源，实施奖励政策加强资金扶持等，我省加快推进着农产品品牌建设，目前经农业农村部登记保护的

我省农产品地理标志就达34个。

此外，三亚芒果、澄迈福橙、三亚甜瓜、澄迈桥头地瓜、文昌椰子等5个区域公用品牌，还入选了第十七届中国知名品牌目录2019农产品区域公用品牌名单。

在全省加快推进农产品品牌建设的同时，各市县也在全力打造农产品区域公用品牌。以屯昌为例，该县近期发布了“屯昌·新兴”农产品区域公用品牌，将以品牌建设为抓手，加快推进“新兴功夫鸡”“新兴稻米”“新兴水芹”“新兴肉粽”“新兴五谷香草鸭”“新兴竹狸”“新兴黑猪”等7大特色农产品产业化转型升级。

下一步，我省将继续深入推进品牌强农战略，充分发掘海南热带地域特色农产品资源，推进区域特色优质农产品登记保护，培育、打造一批知名区域农产品地理标志品牌。“一方面促进产业融合发展，做强做优热带特色高效农业，另一方面增强农产品的市场知名度和认可度，力促农业增效、农民增收。”省农业农村厅相关负责人说。

（本报海口12月14日讯）

## 冬交会第3天 现场订单金额8亿元

本报海口12月14日讯（记者陈雪怡 傅人意）12月14日，2019年中国（海南）国际热带农产品冬季交易会第3天，现场订单交易总额8.3亿元，其中临高特色优质农产品收获4.55亿元订单，澄迈收获1.3亿元订单，海南优质水产品推介会签下1.28亿元订单。

冬交会第3天，2019美丽乡村博鳌国际峰会等活动又掀起一波高潮。峰会期间举行的“乡村振兴我代言·走进乡村直播间”“美丽乡村，绿色出行”“乡村一课堂”等公益活动，邀请文体明星通过网络直播为“三区三州”等深度贫困地区产业和非遗项目代言，旨在利用互联网平台促进产业振兴。

14日，冬交会现场人流量约14.9万人次，线上交易总额5200万元，现场销售总额2353万元，农业金融服务展区累计达成金融授信金额2.375亿元。

## 文体名人助力脱贫 为欠发达乡村公益代言

本报博鳌12月14日电（记者袁宇）在12月14日举行的2019美丽乡村博鳌国际峰会上，5名冠军运动员及5名文艺界知名人士为全国10个欠发达村庄公益代言，旨在号召更多人加入助力脱贫攻坚和乡村振兴队伍。

2019年是新中国成立70周年，是全面建成小康社会的关键之年，也是打赢脱贫攻坚战的关键一年。在2019美丽乡村博鳌国际峰会上，冠军运动员张宁、郑海霞、王镇、李坚柔、宋妮娜，文艺名人斯琴高娃、张光北、王洁实、丁毅、林萍分别为宁夏彭阳县中庄村、云南福贡县亚坪村、陕西子洲县延家河村、贵州三都水族自治县拉嘎村、青海祁连县白杨沟村、新疆塔什库尔干塔吉克自治县夏拉夫迭村、河北阜平县八里庄村、安徽舒城县青墩村、甘肃积石山保安族东乡族撒拉族自治县左家村和四川雷波县甲谷村等10个欠发达乡村公益代言。

峰会上，来自10个村庄的留守儿童代表们用纯真的话语和朴实的歌声，向帮助他们家乡发展的爱心人士表达了谢意。10个村庄也向为他们代言的10位文体名人授予了荣誉村民证书。

同时，腾讯集团也在峰会上宣布，将在上述10个欠发达乡村免费进驻腾讯“为村”项目，在党建、村务、宣传等方面进行大力帮扶，并给予流量支持，帮助10个村庄在腾讯“为村”平台上展示、推广当地特产，助力贫困村产业兴旺、脱贫致富。

## 海口琼山区 特色农产品受追捧

本报海口12月14日讯（记者张期望 通讯员许晶亮）在2019年冬交会上，海口展馆琼山区的琼山福稻、佳奋进腊味、牧榕鸡等农产品受到参展嘉宾和消费者们的追捧，牧榕鸡甚至被“一抢而光”。

据了解，琼山区受追捧的三大产品均是该区特优级农产品，牧榕鸡生产基地位于该区大坡镇，出售的鸡均在荔枝园、榕树林中天然喂养而成；佳奋进腊味则选用农家黑猪及本土新鲜猪肉为原材料烹饪而成，口感醇香，深受广大消费者的好评；琼山福稻则是琼山区今年推出的特色农产品，通过特色种植和加工方式，为稻米留下了极佳的口感。

近年来，琼山区高度重视农业品牌建设，深入挖掘各乡镇优质特色农业资源，大力实施了农业品牌战略。除上述三大产品外，还涌现出大坡胡椒、云龙淮山、甲子牛大力等一批农业特色品牌。在2019年冬交会上，琼山区签约合作项目4个，签约金额超3亿元。

## 定安扶贫食用菌走俏 2小时抢购一空

本报海口12月14日讯（记者刘梦晓）“我们一家都特别喜欢定安的秀珍菇，连着3年来逛冬交会，每年都会买回去几包，既美味价格也合算。”12月14日，2019年中国（海南）国际热带农产品冬季交易会第3天，定安展馆内人流络绎不绝，居住在海口的“候鸟”老人李故针告诉海南日报记者，她最喜欢定安展馆销售的食用菌。

定安展馆的展台上，猪肚菌、茶树菇、秀珍菇、黑皮鸡枞菌等多类食用菌整齐排放，每包有1斤到2斤不等的菌类，等待顾客挑选。这些食用菌产自定安县龙湖镇南科食用菌栽培基地。作为当地产业扶贫的龙头企业，南科食用菌栽培基地已经吸纳了380户贫困户入股，并为13名贫困户提供就业岗位。

如今正值冬季，正是食用菌热销的时节，南科食用菌栽培基地的食用菌远销上海等地，在当地市场供不应求。而在冬交会上，每天供应的100多包食用菌往往不到2个小时就销售一空，这也让当地贫困户对食用菌产业的发展前景非常有信心。

据悉，今年6月，占地260亩、总投资1.1亿元的龙湖镇“农光互补+光伏食用菌”项目投入使用，进一步扩大该基地的产量销量。南科食用菌栽培基地负责人告诉海南日报记者，到2020年，该基地计划年产3000万包食用菌，总产值可达1.8亿元，同时增加60个岗位，将更好地助力脱贫攻坚。

手机直播农产品销售成冬交会新亮点

## “网红”直播 不爱红妆爱农贸

■本报记者 傅人意 陈雪怡

听说了吗？2019年冬交会上来了一位“粽子西施”！这不是“穿越”剧情，而是发生在2019年冬交会“咚咚”网红街上的一幕——

“hello，主播西施小南在冬交会现场呼叫大家，我们在‘咚咚’网红街A区20号，有空过来玩哦！”12月14日下午，一位身着白色古装长裙、发髻高高挽起，造型复古的美女主播，正在“赵西施的店”展区通过手机做现场直播。话音刚落，她便转身招呼已围了展台一圈、准

备购买万宁和乐粽子的顾客。

“浙江粽子和海南粽子一样，也是猪肉馅儿！”“离冬交会结束还有几天”“蛋黄这么多，这个粽子太‘优秀’了”……海南日报记者通过手机微信小程序直播间看到，来自全国各地的网友正在和“西施”互动。

线上一片热闹，线下已成功“圈粉”。海口市民王艾被“西施直播”的人气吸引，手里已拎上了大袋小袋。“我看这姑娘打扮很复古就进来了。粽子15元一个，不算便宜，但是味道真不错。”

“赵西施的店”市场总监纪运

翔告诉海南日报记者，自12月12日冬交会开幕以来，主播们已连续三天在微信小程序上进行直播，每天至少直播2小时。通过直播活跃线上流量加强客户黏性，同时还能吸引现场群众的关注。“这几天的日销售额都过万元。”

在南国食品实业有限公司展区，穿着椰风海韵风情短袖短裤的主播梁彩丽刚刚结束直播：“我们不仅直播南国品牌的产品，还带着网友们跟随直播镜头一起逛冬交会，反响十分热烈。”

通过网红直播为农产品“带

货”，成为2019年冬交会的一大亮点。随着抖音、快手等短视频平台的兴起，网红直播不仅能给商家“带货”，也成了各大品牌营销的好机会。

冬交会组委会相关负责人表示，今年冬交会在“政府主导、市场化运作”的办会形式下，首次规划网红品牌街，旨在汇聚海南好物，招募网红品牌店。通过孵化农产品网红品牌打造海南特色“网红”品牌形象，冬交会借助创新营销，吸引广大年轻消费群体助力，引爆了冬交会“网红经济”。

（本报海口12月14日讯）

冬交会市县展馆拼产品，还要拼设计

## “颜值”吸睛 琼海展馆创意足

■本报记者 陈雪怡 傅人意

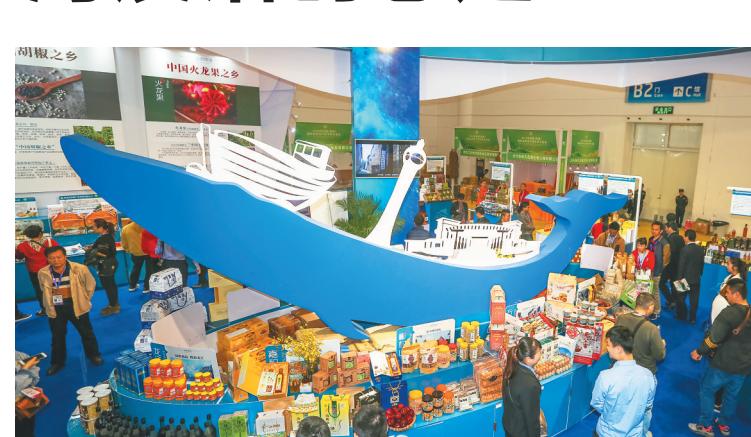
12月14日，2019年冬交会现场，背着相机，不看产品、只拍展馆的市民宁洁在人群中十分惹眼。“除了各式各样的农产品外，昨天过来时发现海南各市县展馆设计也各有特点，所以特地带相机再逛一趟。”宁洁一边拍照，一边忍不住介绍她喜欢的展馆设计。

“海口、三亚，还有中部市县的展馆设计我都挺喜欢，最喜欢的是琼海展馆。”宁洁指着相机里的展馆图片说，“看，琼海展馆设计有博鳌亚洲论

坛、渔船、灯塔等元素，融合呈现了琼海的城市亮点。同时，流畅的展位线条，半包围式的通透造型，让市民群众可以从多方位进馆参观，即使远观也可以将展位一览无余。”

不仅拼产品，还要拼展馆。琼海展馆相关负责人说，此次冬交会的展馆设计结合琼海“红色革命文化”“蓝色海洋文化”“绿色生态文化”三大文化特点，通过更加开放的造型设计，在展示当地特色优质农产品的同时，充分展现琼海城市形象、风土人情、文化底蕴，获得不少市民的点赞。

（本报海口12月14日讯）



冬交会琼海展馆设计趣味十足