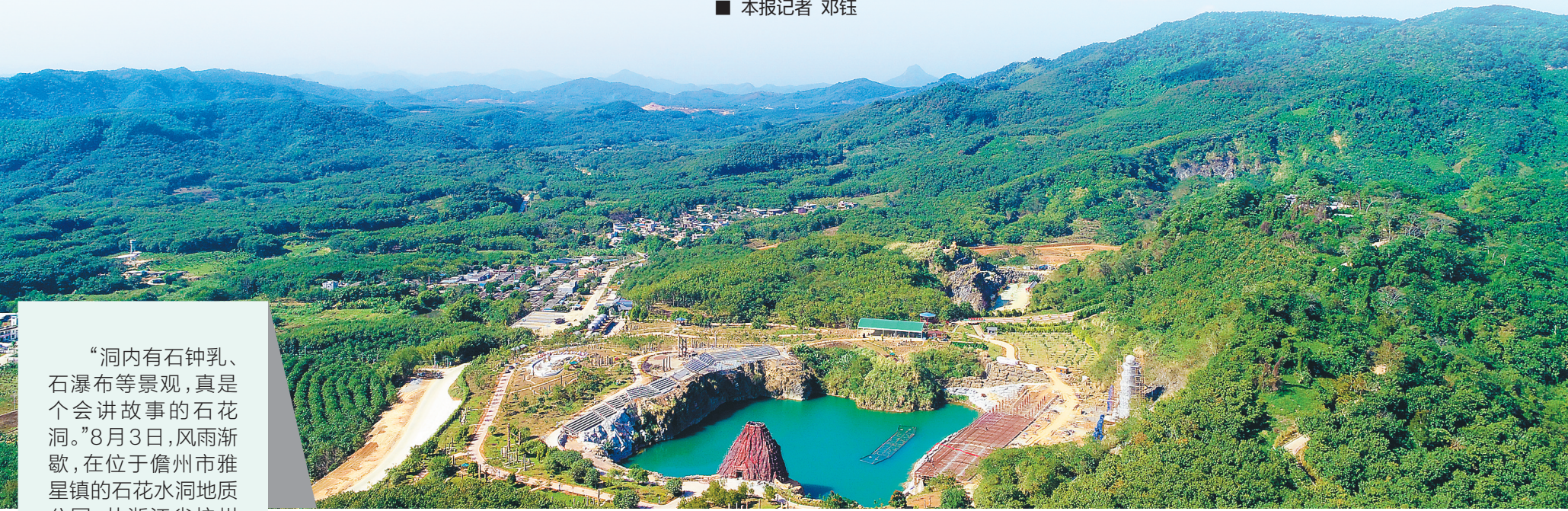


# 垦区紧跟市场需求打造产品,多领域跨界营销,抢滩“暑期档” 海南农垦诚恳邀您游海南

■ 本报记者 邓钰



俯瞰海南农垦旅游集团有限公司旗下的海南莲花山氡泉森林养生文化景区。

## A 旅游势头复苏 疫情防控不松懈

“洞内有石钟乳、石瀑布等景观,真是会个讲故事的石花洞。”8月3日,风雨渐歇,在位于儋州市雅星镇的石花水洞地质公园,从浙江省杭州市前来海南旅游的游客王瑶带着孩子兴奋地到此地游玩“打卡”。

随着暑假到来,和王瑶一样,不少市民游客趁着难得的空闲外出游玩,我省旅游迎来了火热的“暑期档”。而随着国内跨省游终于恢复开放,市场也进一步被激活。

抢滩旅游“暑期档”,海南农垦各企业近日纷纷出招,在做好新冠肺炎疫情防控工作的基础上,瞄准学生游和亲子游市场,通过打造文体产品新亮点,与线下旅行社以及线上平台合作,开展跨界营销,以及推出各类旅游促销优惠活动等举措,进一步激活旅游市场,拉动暑期旅游消费。

“每天都有不少游客,入园量稳定上涨。”对于景区最近的经营情况,石花水洞地质公园景区经理洪莉云介绍,比起二三月份时“惨淡”的人园量,景区人气“旺”起来了,游客的人园量和消费量都几乎达到了往年同期水准,“可以说,我们感受到了,旅游势头在强劲复苏。”

这股“暖流”出现在海南农垦多个景区和休闲游体验点。尤其随着7月

14日文化和旅游部发布的最新通知,国内跨省游恢复开放,众多企业更感受到市场利好。

“‘暑期档’的到来,释放了广大学生家长的旅游欲望。”海南农垦旅游集团有限公司(以下简称海垦旅游集团)党委书记、董事长石向荣介绍,海南持续向好的疫情防控形势,提升了人们的出行意愿,从目前各大线上平台数据来看,海南旅游的搜索数据居高不

下,尤其是亲子游、个性游等关键词出现频率极高。

石向荣认为,这透露出,随着海南疫情防控逐渐稳定,消费者出行信心正稳步恢复,海南乃至全国的潜在旅游需求将在下半年有序释放。

“迎接‘暑期档’,不松懈做好疫情防控是基础。”洪莉云介绍,为迎接暑期即将上涨的客流量,石花水洞地质

公园进一步落实好防控举措:游客须测量体温并扫描健康码才可入园;游览时游客间必须保持一米以上距离;餐食时必须保持间隔;景区采用“无接触”式消费;园内各岗位都配备防疫物资,并制定了应急预案……

石向荣表示,在疫情防控日趋常态化的今天,文旅企业要打好“安心卫生牌”,才能进一步稳定游客消费信心,助力旅游市场复苏。

## B 抢滩暑期市场 打造产品新亮点

的“学生党”群体是暑期游中极具潜力的游客群体,而以“80后”为代表的亲子、家庭出游成为暑期主要客户群体。

“我们也必须注意到,疫情改变了游客的旅游心理需求和观念,传统低价跟团游市场逐渐萎缩。”石向荣表示,现在游客更加青睐品质化、个性化的定制游、主题游等。“海南农垦旅游企业应该紧抓时机,加快产品创新、服务创新,挖掘特色,打造具有特别体验性的差异化文旅产品。”

针对暑期游主流客群以及旅游心理变化,海南农垦各企业纷纷打造青春个性游、逸趣研学游、温馨亲子游等一系列文旅产品和路线,做好定制化服务。

据介绍,桂林洋国家热带农业公园结合定位“自然生态”教育,针对学生群体和亲子家庭群体推出了专属优惠促销套餐,推出地图打卡、个性绘画、专属种植等等体验性强、互动性高的产品。“游览的过程,也是了解海南农耕文化的过程,颇有乐趣。”付丽华说。

“跨省游市场不容错过的同时,企业也必须发力精耕省内旅游。”洪莉云认为,近半年来,“海南人游海南”已经变成一种稳定的趋势,涉旅企业必须注意到本省市场也充满无限潜力。

“如何让本地人愿意走出门在家周围游玩,新鲜感是关键。”洪莉云认为,景区必须推出创新化、趣味化的新产品吸引游客,“比如说,我们和儋州多个景区联动,推出感受西部文化的系列活动,增加游客体验感。”

## C 超常规布局 发展旅游新业态

后,游客往往会增加项目、餐饮、购物等其他方面的二次旅游消费。”

而各类线上平台也成为海南农垦企业抢滩“暑期档”的战场。比如,桂林洋国家热带农业公园还与美团、天天游等OTA(在线旅游机构)平台合作,推出超值优惠线上限时抢购活动。

“旅游市场的回暖令人振奋,但企业也应该进一步把脉市场。”石向荣表示,应对疫情带来的行业洗牌,企业必

须提档升级,寻找转型契机,以超常规举措布局,发展旅游新业态。

据了解,海垦旅游集团近日已出台《关于投身海南自贸港建设实现农垦旅游业快速发展的暂行方案》(以下简称《方案》),整合海南农垦旅游资源,推动海南农垦旅游产业转型升级。其中针对性提出,要着力发展旅游新业态,打造“海陆空养演”五大旅游业态,即海上旅游、陆地旅游、空中旅游、养

旅游和演艺旅游,有针对性地开发温泉养生和富硒农业养生等系列旅游产品和服务,打造“垦旅养生”金字招牌,进一步创新产品,提升服务,深挖海南农垦旅游产业发展潜力。

此外,《方案》还提出应抓紧推动海南农垦旅游智慧化发展,加强景区智慧化建设,不断地拓展产业的内涵和外延,创造多样化的产品,改善供给结构。

(本报那大8月3日电)



近日,在海垦红明农场,农户们忙着采摘、装运火龙果。本版图片均由本报记者 袁琛 摄

两天确立合作意向,  
15天完成高标准采购并发货,  
16吨柚子、木瓜和火龙果亮相上海高端商超

# 海垦土货变身上海滩“佳果”

■ 本报记者 邓钰 通讯员 王小龙

“我们的优质热带水果,长途跋涉到达上海,经过层层验收和检查,终于摆上海高端商超的货架!”8月3日,在位于海口市琼山区三门坡镇的海南农垦红明农场公司(以下简称红明农场公司),该公司副总裁、红明红俊供应链公司董事长赖标说起前两天到上海的出差经历,满脸雀跃。

时间的指针拨回7月29日上午8时,两辆货车满载16吨海南农垦优质热带水果,从位于三门坡镇的海垦红明农产品(荔枝)交易中心出发,前往上海。这是红明红俊供应链公司与上海逸刻新零售网络科技有限公司(以下简称上海逸刻)达成合作后的首单业务。

## 合作 成熟产业基础成敲门砖

“这批水果有柚子、木瓜和火龙果,虽然准备时间匆忙,但我们坚持以高标准严格筛查选定产品。”赖标介绍,7月14日,红明农场公司与上海

逸刻在一次座谈会中进行了对接。第二天,上海逸刻便来到红明农场公司开展实地考察,初步确认合作意向,“在确认合作意向后,我们便派出多个采购小组,奔赴省内多个农场公司和种植基地进行标准化筛选,确保首个订单顺利完成。”

“在参观过程中,上海逸刻得知红明农场公司不仅已建成3万亩连片荔枝生产基地,拥有从基地到品控、分拣、仓储、物流、售后服务等环节完善的产业基础成为合作达成的敲门砖,让双方跨出了合作的第一步。

据了解,上海逸刻由百联集团、阿里巴巴联合持股,注册资本达10亿元,于2018年11月底注册成立,业务

主体以百联集团为主。百联集团是上海市场体量、影响力最大的线下零售商,现有超过3300家门店。

“此次合作探索意义重大,能够深度改变海南农垦农产品现有销售模式,为更多海南农垦优质农产品找到高端销路。”王波表示,红明农场公司将紧抓合作契机,助力海南农垦优质农产品找到高端“买家”。

## 冲击 工业化思维卖田头土货

海南农垦的热带水果出岛并非稀罕事,但这次红明农场公司专程派出工作组前往上海,跟进这批水果业务的完成情况,这是为何?

“我们这趟‘运镖’不同寻常。”赖标开玩笑说,他们把这次出行称为“运镖”,因为他们的任务一方面是要了解这些优质热带水果如何顺利“走”入上海高端商超,另一方面是要和上海逸刻开展更进一步的交流,为下一步的合作谋划。

“我们这一路收获的太多。这不

仅是订单,也是冲击!”赖标说,从和上海逸刻交流之初,他和许多红明人便切身感受到这次合作的特殊性,“他们在用工业化思维卖田头土货,每一步都标准又高效。”

同样参与此次上海之行的海南红明湘海农业产业发展有限公司董事长符煜举例,在采购之前,上海逸刻便传来了直采水果标准:具体到每个果的重量、每箱果的个数、单果的包装标准,甚至每个果子的颜色、形状和叶片要求等,“到了上海后,上海逸刻还派出专人利用专业的标准化流程验收水果,甚至每种水果都有独立库房储存。”

这一次上海之行,给红明农场公



司工作组工作人员的冲击还不止如此。“我们在这看到了市场的新趋势。”赖标说,他和工作人员专程拜访了上海逸刻的总部,并与该公司领导层开展交流,“我们意识到一种从田头直供餐桌的新零售模式正在形成,我们必须融入其中。现在大型零售企业在进行采购时,都力争省略中间环节,采用基地直购直采的模式与生产端企业直接对接,从而更有力地把控成本、质量和时效因素。”

“这次从出差回来,我也带回了好消息——上海逸刻的订单又来了!”赖标高兴地说。

(本报海口8月3日讯)

## 强化人才队伍

# 海南橡胶一次性引进96名高学历管培生

本报讯(记者邓钰 通讯员吴思敏)为进一步强化人才队伍建设,7月31日,海南天然橡胶产业集团股份有限公司(以下简称海南橡胶)在海口启动2020年新员工入职培训活动,本批签约的96名管理培训生参与。

据了解,此次签约入职管培生既有来自新南威尔士大学、昆士兰大学、墨尔本大学等国外知名大学的毕业生,也有来自中国农业大学、中南大学、东北大学等双一流院校的优秀毕业生。本批管培生中,研究生比例约占30%,具有国外留学背景且英语可作为工作语言的国际化人才有11人,占比11.34%;具有公司急需的高分子类专业人才17人、机械自动化专业人才10人,市场营销、国际贸易专业人才8人,金融、投资专业人才5人,急需专业人才占比41.67%。

据了解,在2年的管培期内,海南橡胶采取轮岗培养与定岗培养相结合的模式,并为每一名管培生配备职业导师,充分帮助、指导管培生迅速成长。

## 推动产业发展

# 宝橡林产与东升门业协会拟开展深度合作

打造上下游一体化木材行业综合体

本报那大8月3日电(记者邓钰 通讯员梁丰源)海南日报记者8月3日从海南橡胶宝橡林产集团获悉,日前,广东省中山市东升门业协会(以下简称东升门业协会)组织中山当地11家木门制造企业,前往该集团调研考察并进行洽谈,了解国产橡胶木的加工工艺流程、产业发展现状,以及宝橡林产橡胶木改性技术应用、精深加工项目等情况,双方初步达成合作共识。

据了解,双方将切实发挥好海南自贸港的政策和区位优势,打造上下游一体化的木材行业综合体,推动国产橡胶木在实木门领域的广泛使用,有力提升橡胶木的科技含量和附加值。

东升门业协会相关负责人表示,海南农垦、海南橡胶有得天独厚的资源优势,在海南自贸港建设的重大机遇中,双方优势互补,强强联合,在木材贸易与下游应用领域的合作前景广阔。

宝橡林产集团相关负责人表示,将会充分借助本次交流的机会,对接行业发展趋势,深入了解客户用材需求和习惯,充分做好客户定制化服务工作,并切实做好木材下游产业转移的准备,通过内引外联的方式,打好内贸外贸两张牌,加大产业延伸力度,着眼长远早谋划、早布局、早落实,推动双方实现互利共赢。

## 推进“百城千店”

# 海垦茶业集团第107家专营店开业

本报讯(记者邓钰 通讯员陈倩)近日,海南省农垦五指山茶业集团股份有限公司(以下简称海垦茶业集团)旗下第107家专营店在东方市八所镇福民北路开业,专营店内销售以“海垦茶业”为母品牌的旗下5个子品牌茶系列产品。

在专营店内,消费者可以购买到海垦茶业集团旗下五大品牌(“白沙绿茶”“白马岭”“金鼎红茶”“南海”“瑞军潭”)的数10款茶叶产品。店内所有茶叶产品均由海垦茶业集团统一设计包装,产品外包装上均印有统一的“HSF海垦茶业”标识。

据介绍,海垦茶业集团多措并举推进海南农垦茶产业做大做强,实施“百城千店”计划,即计划在每个人口数量密度足够大的(城市、乡镇、社区)区域开设统一形象、标识的“海垦茶业专营店”,让消费者放心购买海垦茶叶,持续扩大海垦茶叶在岛内外的市场影响力。

此外,在积极开设线下专营店的同时,海垦茶业集团还在天猫、京东、苏宁、微店等线上销售平台开设专营店,形成“线上+线下”的营销模式。

## 加强校企合作

# 海垦大丰集团与省机电工程学校携手举行产学研交流会 母山咖啡香飘校园

本报讯(海报集团全媒体中心记者袁宇君)咖啡伴书香,美味更悠长。7月30日,海垦大丰咖啡产业集团(以下简称海垦大丰集团)与省机电工程学校携手举行母山咖啡产学研交流会。活动中,40名师生现场感受海垦明星产品母山咖啡的别样魅力。

活动现场,海垦大丰集团工作人员向在场师生讲解了咖啡品鉴基础知识、海南本土咖啡产业的发展历程、母山咖啡系列产品的品质特点,并指导该校2019级高星级饭店运营与管理专业学生,进行手冲咖啡、虹吸壶冲煮咖啡现场演示。

海垦大丰咖啡产业集团市场营销部相关负责人阎文博介绍,近段时间以来,母山咖啡通过特产直营店、大小商超、西餐厅等销售渠道,提高了产品知名度与美誉度。此次与高校合作召开产学研交流会,一方面能助力相关专业人才培养,另一方面能以人才为桥梁,为母山咖啡进驻销售主流渠道打下基础。