

借机借势争发展

“母瑞山变化太大了。”母瑞山农场公司职工凌海强觉得，这几年，母瑞山的变化令人应接不暇，路宽了，景美了，道路两旁的红色文化手绘墙生动精致，新增的红色山门等景观宏伟壮观，最重要的变化是，人气旺了。“以前，每年只有特定节点才有市民游客前来参观，现在一年四季都有人前来参加红色教育培训。”他说。

这样的变化，离不开定安县委、县政府近年来不断加大资金投入和建设力度，改造和升级母瑞山革命根据地基础设施。定安在升级母瑞山革命根据地纪念馆的同时；复原红军供销社、红军缝衣组和红军交通处等10个革命遗址并完善周边配套设置；硬化周边的旅游公路，沿路布置5面红色文化墙，并修建了以五角星为原型的红色入山大门，让母瑞山革命根据地面貌焕然一新，为发展红色文旅产业奠定了硬件基础。

随着变化而来的，还有新机遇。定安县委、县政府依托母瑞山革命根据地红色资源，大力发展红色研学、红色教育培训等新业态，丰富母瑞山红色文旅产业的内涵和层次，为产业升级带来新思路，也为企业等市场主体提供了新的发展平台。

政府搭台，企业发力。母瑞山革命根据地和当地红色文旅业态的全面升级也激发了企业的建设热情。

“我们过去总是守着好资源，却没有好思路。如今，在政府部门的带动下，企业积极补齐短板，扩展业务，跟上母瑞山文旅产业的升级步伐。”母瑞山农场公司党委书记、董事长叶小平表示，该公司决心积极融入当地政府对于母瑞山红色文旅产业的总体规划中，通过拓展红色旅游、红色研学、红色教育培训等业务，将红色文化资源转化为文旅产业发展优势。

育才育业寻突破

思路既已明晰，如何落子布局，则是摆在企业面前的首要问题。

“既要强优势，又要补短板。”叶小平认为，在发展红色文旅产业的过程中，该公司深扎母瑞山革命根据地，具有历史和人文积淀深厚的独特优势，但也一度存在着基础设施落后，接待能力欠缺，人才队伍建设较薄弱等局限。

为此，母瑞山农场公司在基础设施完善与专业队伍建设等方面发力，育才育业寻突破。

在硬件建设方面，母瑞山农场公司近年来投入大量资金升级改造红军旅馆，建设美丽乡村，并于今年年初投入百余万元将红军食堂改造为可供200余人同时就餐的多功能餐厅，并增设可容纳160余人开会、培训等需求的多功能会议大厅。

“农场公司于今年年中注册成立了海南母瑞山教育培训有限公司(以下简称母瑞山培训公司)，组建具有专业资质的管理团队负责开拓红色教育培训业务和相关项目。”叶小平介绍，公司将利用市场化、专业化手段，整合母瑞山红色资源和多方红色教育培训资源，设计相关产品，积极拓展市场。

母瑞山培训公司相关负责人李鹏志表示，自去年以来，农场公司便积极筹备相关事宜，力求整合多方面资源，开展红色教育培训业务，参与建设红色文旅产业。“去年，我便在省委党校挂职学习将近一年时间，全方位学习目前省内教育培训产业的运行模式、教学设计、课程管理等内容。”

同时，母瑞山农场公司对接省委党校和省、县党史办等单位以及海南大学、海南师范大学等高校，寻求在教育师资、课程设计等方面的合作支持，进一步整合社会资源和师资力量，并充分挖掘本地红色资源，设计红色教育培训产品。

求变求进谋长远

今年下半年，母瑞山农场公司尝试面向市场推出红色教育培训产品，反响甚佳。据统计，截至8月底，该公司教育培训业务收入超300万元。

“以前开展红色教育培训，看看展、听听课就结束了，内容单调也不够深刻。”省国资委党群处相关负责人表示，但母瑞山培训公司定制化的红色教育培训产品却令他耳目一新。“不仅针对我们的培训需求，邀请了专家学者进行主题授课，还提供现场教学、激情教学和体验式教学等形式丰富的教学课程形式，效果极佳。”

不少从业者认为，在发展红色文旅产业的过程中，红色教育培训、红色研学游等新业态，若以灵活形式与红色旅游业深度融合，将能持续迸发活力。

“产业发展方向初现，然而，只有求变求进，才能够长远发展。”叶小平坦言，虽然该公司在丰富产品供给，发展红色文旅产业方面的努力已初见成效，但必须正视目前还存在产品供给较为单一、服务水平有待提升，管理水平急需由粗放转向精细，品牌化程度不高等局限。

“我们按照不同人群需求，定制针对性的讲解文本和产品设计，力争做到因人施讲。”李鹏志说。

“我们希望通过积极参与红色文旅产业建设，持续带动周边职工群众共同发展。”叶小平表示，下一步，该公司将并进一步壮大专业队伍，提升服务和管理质量，并在产品设计上推陈出新，积极对接各大机构、院校，推出系列化的红色文旅产品，在解决不同市场消费群体的诉求的同时，串联起周边红色文旅资源，并尝试将母瑞山地域的红色文化、生态文化以及民族文化等融入红色文旅产品设计中，植入鲜明的母瑞山文化印记。

(本报定城9月28日电)

海垦茶业集团
举行“迎国庆”职工采茶、品茶比赛
拼技能 品香茗

本报讯（记者邓钰 实习生马思思 通讯员陆和）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)在位于琼中黎族苗族自治县的白马岭茶叶基地举办2020年“迎国庆”职工采茶、品茶比赛，该集团旗下5家基地公司共选派20名采茶、品茶好手参赛。

据了解，此次比赛分为采茶和品鉴茶两大项内容。其中，采茶项目要求选手在既定时间内又快又好地采摘茶青，评委对选手采茶的数量和质量进行评比打分。品茶项目要求选手要通过品尝5杯茶汤，准确分辨每杯茶汤的生产厂家。经过紧张角逐，最终评出个人一等奖1名，二等奖2名和三等奖4名，集体一、二、三等奖各一名。

海垦茶业集团相关负责人表示，通过举办此次比赛，旨在促进广大干部和职工中营造人人“知茶、懂茶、品茶、说茶”的良好氛围，引导其树立比技能、提质量、增效益意识，并严格树立品牌意识，为做大做强海垦茶产业发力。

第三届“最美海胶人”
评选活动启动

本报讯（记者邓钰 实习生马思思 通讯员左国辉）近日，海南天然橡胶产业集团股份有限公司启动第三届“最美海胶人”评选活动。主办方将于10月中旬从各下属企业及海南橡胶直属机关党委推选出的60人中择优筛选出30人作为候选人，并通过媒体宣传展示以及开展网络投票，于明年1月选出10人授予“最美海胶人”称号。

据介绍，此次活动评选范围包括海南橡胶在编在岗员工，重点是八大产业公司、爱德福公司及总部所辖员工，含胶工、林管工、制胶工、基层管理人员、科技研发人员，以及作出重大贡献表现突出的中层领导干部、高管。

海南橡胶工会相关负责人表示，希望通过评选活动，选拔和树立一批爱岗敬业、无私奉献、勇于进取，在本职岗位上做出不平凡业绩的先进典型，引领广大员工以更澎湃的激情、更务实的作风、更雄劲的步伐，推动海南橡胶高质量发展。

据了解，此次活动由海南橡胶党委、海南橡胶工会主办，海南农垦报承办，爱德福公司协办。

农垦多家企业
举办文体活动

本报讯（记者邓钰 实习生马思思 通讯员陈修中 王虹清）国庆、中秋双节将至，连日来，海南农垦各企业纷纷开展丰富多彩的文体活动，营造浓厚节日氛围。

9月24日晚上，在屯昌县坡心镇中建居，海南农垦中建农场公司、海南橡胶中建分公司以及中建居等居委会联合举办的“迎中秋庆国庆”主题文艺晚会上，职工群众们载歌载舞、用欢声笑语迎接美好节日。

9月25日，在琼海市会山镇东平居，东平居工会、海南农垦东太农场公司工会、海南橡胶东太分公司工会联合举办2020年迎国庆乒乓球联谊(男子团体)赛，三个代表队10余名选手在比赛中互相切磋，展现良好的精神面貌和运动风采。

据了解，海南农垦各企业还将陆续举办形式多样、内容多彩的各类文体活动，在营造节日氛围的同时，丰富职工群众节庆文化娱乐生活。

海垦景区双节旅游活动多

本报那大9月28日电（记者邓钰）2020年国庆、中秋假期期间，海南农垦各景区连日来推出多个旅游优惠活动和形式多样的特色旅游活动，欢迎各地游客“说走就走”畅游海南农垦。

在儋州，石花水洞地质公园将举办全民定向赛、动感单车派对以及中秋祈福等主题活动，同时还有丰富多样的本地特色小吃、旅游纪念品等为市民游客营造浓浓节日氛围。

在海口，桂林洋国家热带农业公园推出“粉色幸福 爱心陪伴”“恐龙出世·再现侏罗纪”“寿星最大”“迎中秋庆国庆，优惠享不停”等六大主题活动。双节期间，园区中的粉黛乱子草迎来盛花期，一片如云似雾的粉色花海将呈现在人们眼前。游客们可在花海中打卡拍照，其中合拍全家福并发送至朋友圈获得10条评论者，还有机会获得景区准备的精美礼物。

海垦南繁携手天津企业
推广优质小站稻产品

本报三亚9月28日电（记者邓钰 通讯员蒙胜国）海南日报记者9月28日从海南农垦南繁产业集团(以下简称海垦南繁集团)获悉，该集团将于2021年和天津金世神农种业集团有限公司(以下简称金世神农公司)开展深入合作，共同培育新品种优质小站稻。

据了解，小站稻是我国著名的优质水稻之一，原产于天津南郊小站地区，具有颗粒饱满、晶莹剔透、米香浓郁扑鼻等特点。此前，海垦南繁集团看好小站稻的市场前景，与金世神农公司共同注册成立天津南繁小站香米业有限公司，结合南繁育种资源和天津小站稻土地、市场、品种和科研力量等资源，选育优质小站稻新品种，并进行产品开发和市场推广销售，取得了良好的经济效益和社会效益。

据介绍，天津南繁小站香米业有限公司2021年重点推广津育梗22、金稻919、金粳518、新品种津育梗25、29号。目前，该公司在金世神农大北基地试种的上述水稻试验品种表现突出。

(本报海口9月28日讯)

让红色资源『活』起来

母瑞山农场公司着力补齐短板，发展红色文旅产业

■ 本报记者 邓钰 通讯员 陈春霖 许振东



党员干部在母瑞山革命根据地宣誓。 本报记者 袁琛 摄

海南农垦多家企业试水直播带货见成效
流量变订单 农货变网红

■ 本报记者 邓钰 通讯员 林宝华

“所有女生！海口大坡的黑胡椒，它是完整的颗粒。每次要使用它时，打开盖子直接研磨就可以吃……”日前，来自海南农垦东昌农场公司的优质农副产品“大坡胡椒”亮相淘宝主播李佳琦的直播间，在4分多钟的直播过程中，“大坡胡椒”库存多次被“清空”，截至当日24时，销量超过3万单。

在直播间，一出出货量变订单、农货变网红的“魔法”上演。今年年初以来，“直播带货”成为消费热词。

在众多企业纷纷试水直播带货的风口，海南农垦各大企业也勇于试水，并着手探索背后的深层逻辑——如何在直播红海中另辟蹊径，将流量变现为订单，甚至化为企业的软实力。



日前，淘宝主播李佳琦(左)和演员李宗翰共同为“大坡胡椒”直播带货。 邓钰截图

早在2019年，海南橡胶加钗分公司新伟片区琼中蜜缘养蜂合作社理事长梅学国便在企业工会的指导下，尝试以直播的形式销售纯天然野生蜂蜜。

“大家请看，这就是我们的养蜂箱，周边全部都是翠绿的树木，还有各种山花，我们的蜂蜜可都是产自这里的哦。”在直播时，梅学国和合作社社员陈小山从蜂箱里拿出蜂排，用手沾了蜜汁放到嘴里，津津有味地吃起来。

“当时直播间里的观众反应很热烈，‘看着好吃’‘买买买’之类的

评论不断刷屏。”梅学国回忆，当时直播的反响极佳，不仅表现在订单上，合作社还因此“圈”了一波粉。究其原因，他认为，“一方面是观众看到了生产过程，对产品质量感到放心，另一方面是他们平时很难有机会接触到养蜂取蜜，感到很新鲜。”

梅学国的话，从某种程度上解释了直播带货走红的原因。

“相较于传统的促销形式，直播带货展示货物时，更加形象直观，且具有连续性，很容易给观众沉浸式体验。同时，这是卖家与买

评论不断刷屏。”梅学国回忆，当时直播的反响极佳，不仅表现在订单上，合作社还因此“圈”了一波粉。究其原因，他认为，“一方面是观众看到了生产过程，对产品质量感到放心，另一方面是他们平时很难有机会接触到养蜂取蜜，感到很新鲜。”

评论不断刷屏。”梅学国回忆，当时直播的反响极佳，不仅表现在订单上，合作社还因此“圈”了一波粉。究其原因，他认为，“一方面是观众看到了生产过程，对产品质量感到放心，另一方面是他们平时很难有机会接触到养蜂取蜜，感到很新鲜。”

家间点对点的直接传播和沟通，更具有针对性，也更容易让受众在心理上产生信服感。”暨南大学新闻与传播学院教授、新媒体研究所所长谭天认为，直播带货作为一种全新的线上促销形式，具有传播成本低、准入门槛低等特性，因此受到市场的欢迎。“而农产品直播带货，解决了传统营销模式中销售和宣传割裂的难题。”

今年以来，海南农垦众多企业乘势而上，试水直播带货，在线上打开新的销售局面。

位于琼中黎族苗族自治县黎

保驾护航。

与此同时，不少业内人士认为，直播卖货不仅打开了农产品销路，还推动农村传统生产方式的改变，重塑农业生产者和企业思维模式。

事实上，海南农垦众多企业也在思考这一问题。“我们正在培育自己的直播团队，希望以直播间为窗口，和消费者开展良性互动。”海垦茶业集团副总裁陈凯表示，在直播中，主播的角色定位绝不只是产品的促销员，更是企业文化和品牌形象的展示者，消费者意见的倾听者。

“农产品+直播”模式，对产品标准化程度要求较高，产品需要通过

母山镇的海南农垦大丰咖啡产业集团有限公司，曾多次开展直播带货互动，让消费者通过直播镜头，从田间地头看到加工车间，了解一颗颗小小的咖啡豆如何从种子“走”入杯子。

“通过现场直播销售，让消费者能更清晰地了解购买的产品，放心吃这些新鲜、健康、绿色的农产品。”海垦大丰咖啡产业集团党委副书记、总裁李豫表示，如今，借助网络直播，免去了中间经销商环节，实现了消费者与生产者的互动，有力地促进了品牌打造和产品销售。

统一的包装、品牌等增加辨识度。而海南农垦作为我省最大的农业集群，近年来积极建设标准化生产基地，农产品推行规模化、专业化生产，并树立起许多特色农业品牌，这对于直播带货而言，无疑奠定了良好的基础。

“直播带货，不仅卖出当下的产品，更要卖出品牌的故事，着眼于长远的品牌建设。”事实上，在一众海南农垦人看来，“带货”只是直播的第一步，更重要的是通过直播展现企业文化和形象，从而“带出品牌”，发挥出“直播+”真正的影响力。

(本报海口9月28日讯)