

2022年海南农业品牌发布及推介会举行，与会嘉宾献出“锦囊妙计”——

“海南鲜品”赋能乡村振兴

■ 本报记者 傅人意

如何建设农业品牌、高质量推动乡村振兴？如何做到价值升维从而有效激活农产品区域公用品牌？自贸港建设背景下，如何引发海南品牌“特色共享”效应？12月15日，2022年海南农业品牌发布及推介会上，与会嘉宾围绕“农业品牌”这一关键词，纷纷献出“锦囊妙计”。

会上，省农业农村厅厅长何琼妹介绍，我省品牌建设政策体系正日趋完善、头部品牌带动引领效果明显、品牌宣传手段更加多元化。2022年9月，我省正式启动“海南鲜品”区域公用品牌的创建，第一批通过的15家企业，包括容益、水果岛、南国、传味文昌鸡等，推出品牌农产品36个，通过配套措施，在产品品质、品牌推广、扩大生产等方面均取得进步。

目前，我省正着力打造“海南鲜品”省级全品类农产品区域公用品牌，已成功培育“海南芒果”“海南咖啡”“五指山大叶茶”等11个省级单品农产品区域公用品牌。

如何进一步释放“海南鲜品”活力，高质量推动乡村振兴？

中国农业大学经济管理学院教授、博士生导师，中国农业品牌研究中心主任陆娟表示，品牌竞争优势的创造，既要依靠以产品质量为基础的产品优势，又要依靠以消费者感知质量为基础的品牌感知差异的特色优势。

“品牌是消费者与产品之间的关系，

一个成功的品牌需要消费者认同。目前全国农产品品牌发展进入‘泛品牌化’阶段，这意味着有部分品牌并没有进入真正意义上的品牌化。”浙江大学CARD中国农业品牌研究中心课题组研究员杨巧佳坦言。

那么，“海南鲜品”农产品区域公用品牌创建后，如何才能得到消费者认同？杨巧佳认为，需要激活价值升维：一方面，要提炼品牌差异化价值，创造价值经济；另一方面，要创造品牌差异化符号，创造符号经济。

以茶叶为例，全国茶叶品牌众多，价格高低不同。湖北宜昌“宜江”茶叶挖掘品牌差异化价值，打造“宜山、宜水、宜红茶”的茶文化；浙江安吉白茶则讲好“纯粹风味”的故事，赢得茶叶市场一杯羹。

以荔枝为例，广东茂名荔枝结合唐朝文化、“520”潮流文化，打造出复古风和时尚风“我爱荔”等差异化符号。海南火山荔枝拥有丰富的文化内涵，也可借鉴类似做法进行品牌打造。

中国首席品牌官联盟主席梁中国认为，品牌是一个系统工程，品牌创建需要品牌领导力。构建品牌领导力，则需要树立战略思维、价值思维、美学思维、故事思维、传播思维、整合思维。

杨巧佳表示，农产品公共区域品牌是一条“隐形的高速公路”，需要各方力量共同搭建。政府部门要有超强的引导能力，搭建服务平台，比如品控、标准、认证、推广、营销、研发等平台，市场主体、行业协会、国有企业、供销社、农联社等也要发挥各自作用。（本报海口12月15日讯）

《海南省农产品区域公用品牌发展报告(2022年)》正式发布

我省打造“海南鲜品”省级农产品区域公用品牌

本报海口12月15日讯（记者傅人意）海南日报记者从12月15日举行的2022年海南农业品牌发布及推介会上获悉，《海南省农产品区域公用品牌发展报告(2022年)》正式发布，我省正在积极打造“海南鲜品”省级全品类农产品区域公用品牌，已成功培育11个省级单品的农产品区域公用品牌。

实施农产品的区域公用品牌战略，是中国农业产业发展的必然趋势，在乡村振兴中发挥着重要作用，对于农业增效、农民增收、农村繁荣都具有重要意义。报告对海南省区域公用品牌发展的现状、趋势、成效、挑战等进行了剖析，并对未来发展趋势进行展望。

报告指出，海南省市县级农产品公用品牌共有11个，特色产业品牌有108个，分布在海南的东部、中部和西部。具体为：海口的“琼台福地”“琼肴佳味”、琼海的“琼海田园”、陵水的“陵鲜壹步”、白沙的“白沙良食”、保亭的

“保亭七仙”、琼中的“琼中畜牧”、屯昌的“屯长香”、临高的“临高田品”、东方的“东方味美”、儋州的“儋州珍味”等。

报告显示，我省着力打造“海南鲜品”省级全品类农产品区域公用品牌，截至目前已成功培育“海南芒果”“海南咖啡”“五指山大叶茶”等11个省级单品的农产品区域公用品牌。授权海口火山荔枝、三亚芒果、东方火龙果等10大市级区域公用品牌使用“海南鲜品”LOGO；全力推进“东方味美”“保亭柒鲜”“琼台福地”等10个市县级全品类公用品牌发展，加快“文昌鸡”“三亚芒果”“海口火山荔枝”等10个单品类公用品牌建设。

报告提到，海南加快推进农业品牌数字化，推出全国首个公用品牌数字化管理系统，即农业“品牌码”。农业品牌码构建成一个“11153”的行动框架，即一个区域品牌大脑、一个产业数据中心、一套品牌政策推广机制、五大智能化应用体系、三大支撑体系。

“用品牌走出海南强农路”圆桌对话举行，与会嘉宾建议提升特色品牌识别度影响力

本报海口12月15日讯（记者傅人意）海南农业发展地理环境得天独厚，围绕农产品打造诸多区域公用品牌取得一定成效。但是，与优势农业省市相比，海南农产品影响力、竞争力仍存在差距。12月15日，冬交会开幕首日，在以“用品牌走出海南强农路”的圆桌对话上，与会嘉宾从政策、产品定位、产品产业化、电商渠道等角度为海南农业品牌打造建言献策。

中国首席品牌官联盟主席梁中国从海南自贸港政策以及海南农业发展宏观方向、海南农业品牌建设优势方面进行解读。

海南省品牌农业联盟顾问委主任许劭艺认为，海南要大力提升本土特色品牌的识别度和影响力，围绕产品关联的文化元素做文章。

南国食品实业有限公司始于1992年，经过30年的努力，已经成为消费者心目中的“椰味食品”的代名词。海南南国食品实业有限公司董事长刘汉楷以“海南梦、品牌梦、健康梦”三个“梦”讲述品牌创建的历程。他认为，打造品牌首先要面向市场需求，在生产优质产品的同时，做好品牌营销，“南国正是以海南椰子为载体，以‘为社会创造健康美味产品’为定位，通过特色的口碑宣传，运用多种新媒体手段、体验式推广等进行品牌营销。”

抖音电商山货上头条项目负责人殷皓程认为，打造农产品品牌要在政府部门和行业协会的大力支持下，通过开展短视频直播、培育电商达人等举措，让越来越多农产品走上品牌化发展的快车道。



12月15日，2022年海南农业品牌发布及推介会在海南国际会展中心举行。 本报记者 武威 摄

活力冬交 农情相约

——关注2022年中国(海南)国际热带农产品冬季交易会

值班主任：董纯进 主编：陈奕霖
美编：孙发强 检校：叶健升 黄如祥

罗牛山打造冬交会优选好物“嘉年华”



冬交会现场，罗牛山工作人员在进行优选产品直播。

放心食品匠心造 全产业链受关注

党的二十大报告强调“构建多元化食物供给体系”。近年来，罗牛山着力打造全产业链，充分利用得天独厚的自然条件及区位优势，深耕畜牧产业，大力推进食品安全和营养健康各项工作，持续稳定地为社会提供绿色、健康、安全的食品，守护人们“舌尖上的幸福”。

此次冬交会上罗牛山馆特设的全产

业链展区，通过链条上各环节代表企业形象的有序展出，向广大客商和市民展示了“食品生产—精深加工—质量检测—物流运输”全产业链的重要内容，让大家在购买产品的同时，清晰了解产品从基地到餐桌的全过程，切实感受到罗牛山“打造放心健康食品，护航百姓餐桌”的初心和匠心。

其中，展区中展出的海口全类食品

供应保障基地（罗牛山产业园）位于海口江东新区，是全产业链经营的重要实践载体。该基地利用大数据手段，汇集海南热带农作物生产、加工、运输、销售信息，建成从产地到餐桌的溯源体系，为打造农业全产业链标准化体系，促进调结构、促转型、稳增长，推动海南热带农业和农产品加工业转型升级注入了新动能。

在生猪产业链的展示区，科技赋能育种、低碳楼房养殖、高标准屠宰加工、专业冷链物流配送……通过展板图文展示、视频宣传、现场业务人员的讲解，以及肉类展销区放心肉的实际呈现，让客商市民们全面了解罗牛山生猪养殖的各个环节，对货真价实的“罗牛山放心肉”有了更新更全面的认识。

惠民福利掀热潮

醋文昌鸡等，在展销现场同样备受青睐。放心猪肉既是罗牛山“口碑”产品，也是馆内的“人气”产品。在罗牛山肉类展销区，猪蹄、五花肉、肉馅、排骨、猪肚……一盒盒通过气调保鲜技术处理的产品整齐地排列在冰鲜展柜中。现场工作人员介绍，气调盒产品属于精分割单品，该类产品不仅安全有保障，还方便市民直接烹饪，是现代许多家庭优先选择的肉类产品，目前在海口部分生鲜超市每日均有供应。

糟粕醋是海南独具特色的传统火锅

汤底，如今已成为“网红”特产之一。作为“罗牛山优选”在本届冬交会上的主打产品，罗牛山糟粕醋首次亮相便吸引了众多市民品尝购买。罗牛山糟粕醋主要以糯米天然发酵而成的酒糟，加入海南小米椒、黄灯笼椒等食材熬制而成，融合了醋香、米香和蒜香，回味悠长。现场工作人员将罗牛山糟粕醋与正宗潭牛文昌鸡搭配，煮制的鸡肉吸收了汤汁的酸辣，口感更好味道更好，获得试吃群众的一致好评。

搭建“云上”逛展平台
展现海南好物风采

今年冬交会增设“数字冬交会”线上平台，打造一个全年365天永不落幕的冬交会。罗牛山除了现场参展，还利用淘宝、抖音、快手等直播平台进行线上直播带货。

展会期间，罗牛山馆将通过“罗牛山优选”平台直播，邀请专业主播，联合罗牛山旗下各参会展企业，分时段线上推介罗牛山优选产品，力争通过新潮且接地气的营销方式，提升罗牛山产品在冬交会上的展销成效，进一步打响罗牛山品牌。

罗牛山相关负责人介绍，“罗牛山优选”是当前罗牛山倾力打造的电商平台，旨在通过不断聚合垂直资源，拓宽产品品类，深化品牌内涵，同时依托罗牛山冷链物流平台优势，整合上下游资源，打造成为“海南好物”集中展示展销的重要窗口，以及集产品分拣、包装、物流、销售于一体的一站式供应链服务平台。

接下来，罗牛山将充分发挥农业龙头企业带动作用和罗牛山产业园作为全类食品供应保障平台的优势，建设多样化农产品销售渠道，以全球快速集货、高效流通，配送全岛等形式，助力海南优质产品品牌建设与推广，推动海南直播电商发展，帮助传统企业向直播电商新零售行业转型升级，助力海南乡村振兴事业高质量发展。

撰稿/容朝虹 林佳蓓 刘小旭
图片由罗牛山提供

12月15日，2022年中国(海南)国际热带农产品冬季交易会在海南国际会展中心隆重开幕。作为冬交会的“常客”，农业产业化国家重点龙头企业、海南“菜篮子”工程建设的参与者和引领者——罗牛山现代农业板块多家企业携手参展，并以出色的展馆设计，对畜牧养殖、食品加工及冷链物流等板块进行多维度呈现，诠释罗牛山在高效生态全产业链上的优化布局，集中展示罗牛山深耕全产业链，在海南农业产业化高质量发展道路上不断释放活力，持续创造产业新价值的成熟经验与实践成果。

本届冬交会上，罗牛山馆位于1号馆海南鲜品馆品牌企业展区，罗牛山馆共分为三大部分，包括全产业链展区、特色产品展示展销区以及互动共享区。冬交会开幕当天，罗牛山馆凭借丰富的展销产品，形式多样的互动内容，令人心动的促销活动，以及现场直播卖货新玩法，吸引了大批客商市民一站式体验“吃、喝、玩、购、学”。

一直以来，从更好地满足人民美好生活需要出发，保障肉类、蔬菜、水果、特色食品等各类产品有效供给，从“满足量”到“提升质”的快速转变，让海南消费者的餐桌更丰富、吃得更健康，是罗牛山践行社会使命，发挥龙头企业带动作用的缩影。

冬交会开幕当天，罗牛山展馆惊喜连连。从黑猪肉、老盐文昌鸡、椰子文昌鸡等肉类产品，再到咖啡、调味品，加上糟粕醋等新产品的惊喜亮相，罗牛山展