



冬交会第二天现场订单交易逾3亿元

现场人流量超2万人次

现场订单交易额 3.007 亿元

合同订单总额 1.81 亿元
意向订单总额 1.19 亿元

现场交易额 246.5765 万元

线上交易总额 159.944 万元
线下交易总额 86.6325 万元

制图
孙发强

本报海口12月17日讯（记者傅人意）“冬交会上的货很正，我连逛了两天，花了2000多元都打不住！今天买了河南的枸杞、贵州的红米、海南罗牛山的猪肉，我还要再转转。”12月17日，2022年冬交会第三天，家住海南国际会展中心附近的陈阿姨拉着购物车车边逛边买。

当天适逢周末，许多市民来到冬交会“买买买”，购物车被塞得满满的。今年65岁的庞大爷正在3号乡村振兴馆五指山展区品尝花梨茶。“去年我买了当地特产优通茶，感觉很不错，今年换个口味试试。”

每年的冬交会也是不少市民准备年货的好时机。市民王女士带着儿子来逛展，在“海南鲷”展区选购了两包预制菜烤鱼产品。在海垦集团展区，主打绿色、健康的海岛福蛋很受欢迎。“当天上午已经卖了100多盒鸡蛋。”海南农垦海

津益佳牧业食品有限公司总经理陈福海介绍，公司引入优良蛋鸡品种，采用全封闭立体养殖，去年销售额达1.5亿元。“今年冬交会我们线下现场展示，线上抖音直播，销量还不错。”12月17日当天，冬交会现场交易额246.5765万元，其中线上交

易总额159.944万元，线下交易总额86.6325万元；冬交会现场订单交易额3.007亿元，其中合同订单总额1.81亿元，意向订单总额1.19亿元；冬交会项目签约数2个，项目签约金额为183.15亿元；冬交会现场人流量超2万人次。

故事里的冬交会

新品牌创办人连续三年参展，“钟情”品牌推介会一位参展商眼里 “左邻右里”

■ 本报记者 傅人意

12月17日，2022年冬交会进入第三天，参展商迈号咖啡有关负责人周经镭一大早就来到位于海南国际会展中心1号馆的展位开始忙碌。

这是周经镭创办迈号咖啡品牌的第三年，也是参加冬交会的第三年。他告诉海南日报记者，“这三年，受疫情影响，作为一个咖啡新品牌，迈号咖啡的经营非常艰难，参加冬交会是为我们寻找商机的一次珍贵机会。”

迈号咖啡位于咖啡全产业链特装展区内，这里汇聚了兴隆咖啡、母山咖啡等多个海南咖啡品牌，摆放着挂耳咖啡、速溶咖啡、咖啡豆等多种产品，一阵阵浓郁的咖啡香味扑鼻而来。

这几天，周经镭除了在自己的展位上招呼客商外，还到其他展区转转，认真观察“左邻右里”。他发现了一些新变化：参展商都是“专业选手”，无论是对品牌形象的追求，还是对产品本身口味的打磨，都体现出一定水准。

且看“左邻”——“椰兰香咖啡斑兰”今年是第一次参加冬交会。海南椰兰香岛食品科技有限公司相关负责人介绍，该品牌的一杯咖啡里融入海南三种特色农作物：椰子、斑兰、咖啡。尤其是公司和中国热带农业科学院香料饮料研究所合作开发冻干香兰叶粉，解决了鲜叶不耐储运、综合利用率低等问题，为咖啡增添“新伴侣”。

再看“右里”：母山咖啡、兴隆咖啡等老面孔的包装、口味不断出新，越来越“讨好”年轻消费者。

母山咖啡展示了与海南华研胶原科技股份有限公司等企业联合开发的海盐咖啡、胶原蛋白咖啡等产品，今年还开设了母山咖啡馆旗舰店网红打卡地。椰味休闲食品知名企业春光食品也布局饮品赛道，在冬交会上首设“随时椰”饮品小站，推出青椰拿铁等新品种。

“和‘专业选手’竞赛，不能躺平，否则就会被淘汰。”周经镭感觉到满满危机感，但是也看到了新的机遇。

机遇来自品牌推介会。本届冬交会上，各个品牌推介会轮番登场。仅开幕当天，2022年海南农业品牌发布及推介会举行，推介了海南鲜品等11个优质农产品区域公用品牌。

“这是一个良好趋势，希望海南咖啡也被当成区域公共品牌来打造，让省内诸多资源得到整合、凝聚力量，共同走出去。”周经镭说，海南种植咖啡历史悠久，但是产业规模在国内市场不占优势，可通过发掘传统文化推广品牌，而不仅停留在将咖啡作为农产品来销售。比如在咖啡特装展区内，一颗咖啡豆的旅行——从咖啡豆品种选育、种植、采摘加工到研磨冲煮、消费文化等全产业链过程，就是咖啡文化的展示。

“‘政府搭台、企业唱戏’的区域公共品牌推介活动，为参展商打造了一个展示品牌文化的好平台。”周经镭认为，品牌创建才能带动行业“长红”。他希望，全省合力打造“海南咖啡”品牌，让更多成长型的小微企业早日踏上快车道。

（本报海口12月17日讯）

海南橡胶“玩转”全产业链，深加工产品走俏 一棵橡胶树的 “前世今生”

■ 本报记者 邓钰

滴滴白色乳胶沿树干流下，胶水可制成轮胎，也可制成家具……12月16日，在冬交会海南农垦馆的海南橡胶展区，一棵橡胶树的“十八般武艺”被展示得淋漓尽致。

在展区中，海南天然橡胶产业集团股份有限公司（以下简称海南橡胶）将带着泥土气的橡胶树搬进了场馆，组织技术人员带着参展嘉宾体验割胶流程。

“第一次尝试割胶，没想到是个十足的技术活。”来自四川的参展嘉宾田维第一次看到橡胶树，便迫不及待地动手尝试。在全国劳动模范、海南橡胶胶工虞海浓的指引下，他半蹲马步，绕着树桩割胶，下刀、运刀、收刀，一滴滴浓稠的白色胶水滴滴流下。

在橡胶树后，乳胶枕、橡胶木家具、橡胶木地板等橡胶深加工产品有序展陈。

“近几年来，得益于科技创新，我们攻破多个加工技术难题，推进天然橡胶精深加工。”

海南橡胶相关负责人介绍，橡胶从播种、孕育到可供开割，至少需要8年。胶乳可应用于国防、军工等重要领域，也能做成枕头、床垫等居家用品，甚至橡胶木也能“变废为宝”。

“本届冬交会上，我们带来了床、床头柜、木地板、茶桌等3大类25款产品亮相。”海南橡胶旗下宝橡林产集团相关技术管理人员郭雄彬介绍，橡胶木具有色泽佳、纹理美观和木质较硬等优点，但受限于糖类、蛋白质含量高，易腐易蛀，一度只能当作柴火烧掉。近年来该企业和科研院所合力攻坚橡胶木改性难题，生产出具有防火、阻燃、防白蚁等优良特性的改性橡胶木，拓展了橡胶木的应用领域。

据了解，近年来，海南橡胶依托原料优势，不断发力精深加工，加快推进加工端、贸易端和高端制造全产业链优化升级，目前已成为国内唯一一家实现橡胶全产业链的企业，今年冬交会上展出的林木家具和乳胶制品都是深加工的成果。

（本报海口12月17日讯）



2022年冬交会现场，各色鲜花缤纷多彩，吸引顾客驻足欣赏。
本报记者 袁琛 摄



2022年冬交会上，春光食品的快闪店吸引了两位外国参展商关注，他们品尝椰汁饮品后表示口感不错。目前春光正围绕椰汁做不同消费场景的尝试，利用冬交会平台开拓椰制品市场知名度，寻求更多合作。
本报记者 袁琛 摄



在2022年冬交会展馆，参展商向顾客介绍冰鲜海鱼。
本报记者 武威 摄

冬交会观察

■ 本报记者 陈雪怡

“促进农业高质量发展 全面实施乡村振兴战略”，是2022年中国（海南）国际热带农产品冬季交易会（以下简称2022年冬交会）的展会主题。

在2022年冬交会上，乡村振兴这个主题并不抽象，它“看得见、闻得到、尝得着”。“椰城香见”“乜长香”“东方味美”“保亭柒鲜”……2022年冬交会上，海南多个市县发布推介农产品区域公用品牌；

省级层面，今年9月，海南正式启动“海南鲜品”区域公用品牌创建，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，共推出品牌农产品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。

通过特色产业引领品牌先行，品牌先行引领乡村振兴，这是“看得见”的乡村振兴。三亚的芒果浓香、澄迈的咖啡醇香、陵水的玫瑰花香……2022年冬交会展馆内，“香味四溢”；

展馆外，“三亚芒果”已成为农民增收致富果，年产值近60亿元，面积和产量均居海南第一，同时三亚芒果协会按照“企业+基地+农户+旅游+地理标志”的发展模式，实行村企联动，提供数万个就业机会，还辐射带动保亭等周边地区芒果产业发展，带领农民种植芒果实现每亩农业增收50%以上。

优质农产品丰富了全国人民的“果盘子”，也丰厚了本地农民的“钱袋子”，这是“闻得到”的乡村振兴。

斑兰“摇身一变”成为美味甜品亮相冬交会、海南鲷“推陈出新”研发出酸菜鱼、鱼豆腐等新品佳肴吸引消费者……在2022年冬交会上，海南的乡村振兴不仅“闻得到”，也能“尝得着”；

如此“美味”还在不断创造——12月16日，海南通报《海南省食品安全地方标准香露兜叶（粉）》有关情况。香露兜叶俗称斑兰叶（斑兰叶），万宁引进内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司跟中国热带农业科学院香料饮料研究所达成战略合作，从冰激凌制品、牛奶乳品等方面进行市场开发，引进海垦果蔬集团达成万亩香露兜叶种植收购合作。

2022年冬交会上，还举行海南优质水产品食材创新推广会暨2022海南鲷流行菜烹饪赛，推介优质水产品，挖掘海南鲷流行菜式，助力海南鲷产品作为新食材打通餐饮渠道。此外，2020年以来，省商务厅通过“政府搭台，企业唱戏”，举办了一系列海南鲷品牌推广活动，积极帮助海南鲷认证企业对接国内市场，拓宽产品销路。

打造农业全产业链，提升农产品附加值，让农民更多分享产业增值收益，这是“尝得着”的乡村振兴。

不仅“看得见、闻得到、尝得着”，海南乡村振兴未来还有无限可能。

（本报海口12月17日讯）

冬交会动态

海南省乡村振兴 产业品牌集群成立 拥有50多家会员单位

本报海口12月17日讯（记者傅人意 陈雪怡）12月17日，2022年冬交会期间，海南省乡村振兴产业品牌集群在1号馆活动区举办成立仪式。

海南省乡村振兴产业品牌集群拥有50多家会员单位，包括企业、科研机构、高等院校、社团组织等，覆盖雪茄、咖啡、黑山羊、沉香等特色产业，涵盖新能源、智慧农业、投资、冷链物流、城乡规划、文旅等行业领域。

海南省乡村振兴产业品牌集群主席、海南王品农业科技开发有限公司董事长余慧勤认为，品牌建设是乡村振兴的新抓手。通过集群整合海南乡村振兴特色产业品牌，形成高度集约化的品牌集群参与竞争，有助于加快推进品牌强农，引领乡村产业高质量发展。

海南省乡村振兴产业品牌集群名誉主席、海南省国际品牌贸易促进会专家委员会主任蔡仁杰认为，大力发展品牌农业，快速提高品牌的辨识度、知名度、美誉度，带来产业集群和产品溢价收益，可以让农产品尽快解决小散弱问题，让农民企业受益，助力乡村产业振兴。

三亚“天涯贡此食”农业品牌亮相

本报讯（记者李梦楠 通讯员王欣欣）近日，2022冬交会配套活动之一的三亚“天涯贡此食”品牌推介会在海口举办。该品牌推介会通过打造天涯区农产品区域公共品牌，加强大三亚经济圈联动，推动文旅深度融合。

据悉，“天涯贡此食”品牌创建将围绕天涯区的特色农产品，形成首发产品、拳头产品，逐步打造网红产品；同时成立“天涯贡此食品牌管理有限公司”，通过组建专业运营团队、搭建网上商城、开通直播账号等方式，实现消费者和消费场景的无缝对接。

当天的推介会同步上线品牌网上商城小程序，消费者可通过商城选购天涯区黑金刚莲雾、燕窝果、南边海鲑鱼干、天涯椰子酒等16种优质热带水果、天然海洋产品和特色农副产品，购买成功后即可成为会员，享受品牌联盟商家带来的景区、酒店、免税、餐饮等线下消费折扣。

三亚市天涯区相关负责人表示，该区下一步将在农产业公共品牌建设中聚焦主导产业和拳头产品，加快完善产品标准，以品牌建设为抓手，逐步健全会员体系，继续加大会员专享优惠覆盖范围。同时加快培育一批懂生产、会经营、善营销的新型农民，真正实现农业品牌农民建、农业品牌为农民，引领区域热带特色高效农业转型升级，进一步擦亮“天涯”农旅融合品牌。

海南乡村振兴『看得见、闻得到、尝得着』