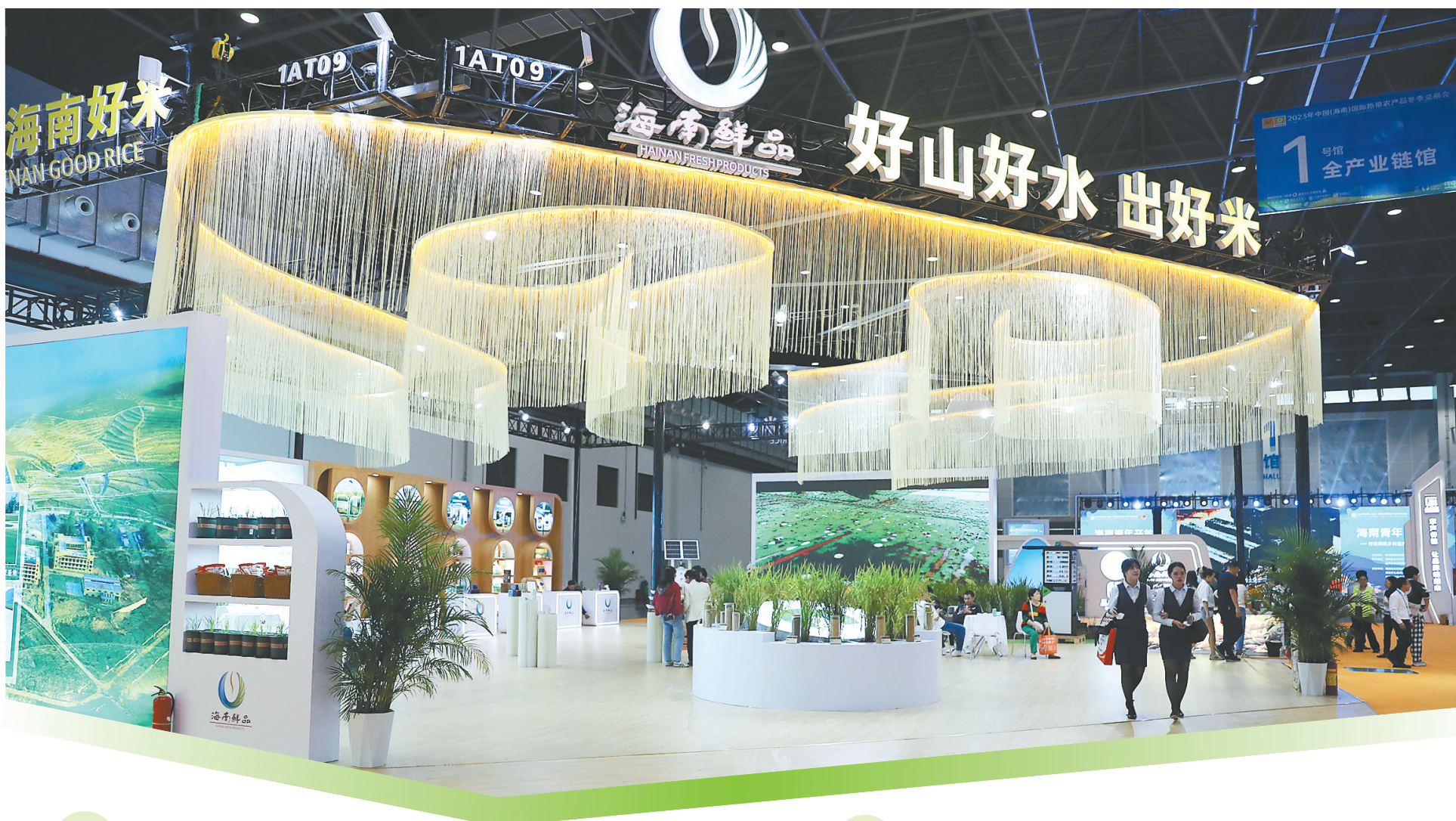


如何擦亮热带特色高效农业这张「王牌」？

从本届冬交会看海南农业品牌建设



第二十六届冬交会上的「海南鲜品」海南好山好水出好米展区。

如今,在消费新需求、市场新变化中,品牌的重要性越发凸显,品牌观念也逐渐深入人心。所谓酒香也怕巷子深,一个产品要想持续在消费者心中留下“烙印”,离不开品牌的塑造。

成功的品牌建设,能带来哪些价值?回答这个问题,我们不妨把目光投向12月14日开幕的第26届中国(海南)国际热带农产品冬季交易会。经过连续25届的成功举办,冬交会已经具有广泛的品牌影响力和行业吸引力,成为海南农业产业发展和全产业链建设的重要招商平台。再看冬交会展馆里那些琳琅满目的海南农产品,“海口火山荔枝”“三亚芒果”“文昌鸡”“海南雨林大叶茶”“大坡胡椒”“保亭红毛丹”……鲜明的地域标签、优异的品质特色,让广大消费者能够脱口而出这些产品的品牌名称。

然而,品牌建设不易,农业品牌建设更难。农业生产具有复杂性和多样性,不同的农产品在生产方式、产地环境和品种特性上存在较大差异,此外,品牌运营专业化人才短缺,这些因素都增加了农业品牌建设的难度。海南拥有独特的热带特色农业资源,如何通过品牌的科学打造,将资源转化为产业优势,使热带特色高效农业真正成为海南经济的一张“王牌”。

通过本届冬交会,我们一起来看看海南如何答好这道题。

A 推进农业品牌建设,海南有何优势?

今年冬交会设有全产业链馆、品牌馆、科技强农馆、乡村振兴馆等多个展馆,展销文昌鸡、海南咖啡、海南雨林大叶茶、海南好米等特色产品。此外,还有品质优异的热带种子种苗、先进的农业机械和智慧农业的数字农业平台,充分展现了海南推进农业品牌建设的多重优势。

独具特色的资源优势——海南地处我国的最南端,是全国唯一的全域热带岛屿省份,拥有得天独厚的自然生态环境和丰富的热带农业资源,为培育特色优质农产品、发展品牌农业提供了良好的基础。特别是国家南繁科研育种(海南)基地汇集了来自全国的优异种质资源,极大丰富了海南省农业种质资源多样性,带动冬季瓜菜生产、水产种苗繁育等特色产业经济,为打造农业品牌提供了强有力的支撑。

得天独厚的区位优势——海南是我国面向太平洋和印度洋的重要对外开放门户,具有发展外向型经济的独特地理条件。在当前国家加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局下,海南发展农业品牌拥有独特的区位优势。

自由便利的政策优势——随着自由贸易港政策落地和《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)生效,在投资、贸易、数据流动等领域扩大开放,为海南农业品牌“走出去”创造了有利条件。同时,博鳌亚洲论坛年会、冬交会、消博会等交流合作平台各有特色且优势突出,为海南农业品牌建设创造了良好机遇。

特色高效的产业优势——近年来,海南立足资源禀赋造“长板”,瞄准弱项补“短板”,深化拓展创“新版”,在推进全省农业向特色化、规模化、品牌化、产业生态化和生态产业化发展的道路上取得了长足进步,特别是正在打造的六大热带农业“特色名片”(国家南繁科研育种基地、国家冬季瓜菜生产基地、热带水果生产基地、热带作物生产基地、现代渔业生产基地、特色畜禽生产基地),为全省农业品牌发展奠定了良好基础。

内涵丰富的民族文化——海南是一个多民族聚居的地方,古朴独特的民族风情和灿烂的民族文化(海南市县级以上非遗代表性项目达300多项),为海南发展农业品牌提供了丰富文化资源,是海南发展农业品牌汲取营养、提炼精华、设计产品以及推动文化创意、技术创新的最好载体。

B 品牌建设,能给海南农业带来什么?

从全国来看——十年来,我国农业品牌目录区域公用农产品产量增长近55%,销售额增长近80%,带动当地农民增收65%。农业品牌已成为农业强国的重要标志,是农业核心竞争力的综合体现。

从海南来看——热带特色高效农业是海南自由贸易港建设的四大主导产业之一。2023年1月,海南省委农村工作会议明确要走出具有海南特色的热带特色高效农业强省之路。抓好农业品牌建设,擦亮“热带特色”,对海南省推进农业现代化具有重要的战略意义。

具体来看,推进品牌建设能给海南农业带来什么?首先,是产业升级。海南农村土地规模较小,种植经营分散,不利于现代农业集约化、规模化发展。通过品牌建设,可以带动农业生产向优势区域集中,促进农业生产要素合理配置,加快海南农业由数量型、粗放型向质量效益型、生态循环型转变,从根本上解决土地资源制约和农业效益提升的矛盾。

其次,是产品提质。在传统农业中,农产品仅凭农业生产者的经验进行生产,很难实现标准化。通过建立农产品区域公共品牌,要求各农业生产经营者按照统一的标准进行生产管理、分拣包装,进而统一销售,不仅能够提升农产品质量安全水平,同时也有利于发展订单农业,最大程度减少海南农产品滞销的风险。

再者,是身价提升。通过大力推动农业品牌建设,发展农业品牌经济,能够充分发挥品牌创新引领作用,树立海南省农产品良好形象,有效提高农产品质量和附加值,形成农产品优质优价机制,增加海南省农产品在市场上的份额和竞争力,从而促进农民增收。

C “有资源、缺品牌”,海南如何解题?

形;海南农业品牌初步实现产业链布局、品牌标识、管理机制、品控标准、市场形象“五统一”,品牌价值进一步提升,全省品牌建设基础得到进一步夯实。

抓品质——

质量是品牌形成的重要基础和要素。海南将加强农业品牌质量监管作为持续推动品牌建设的第一要务来抓,质量监管贯穿品牌建设全过程。

强化农产品标准化生产。已完成23个农业地方标准编制及火龙果、莲雾等十大农产品区域公用品牌团体标准制定,对生产种植、产品质量、标志使用、包装设计、储存运输、防伪、追溯等进行全过程规范;建立“三亚芒果”“文昌鸡”等多个品牌产品标准化生产基地。各市县在农业品牌标准化建设方面也不断加强探索、积累经验。

加强农产品质量监管。依托海南省数字“三农”服务平台农产品质量安全检测监管系统,试点推广“海南省食用农产品质量安全智慧监管”小程序,全面推行食用农产品“合格证+追溯+信用”一体化监管。全省有18个市县设立了农产品质量安全检测机构,193个乡镇建立了农产品质量安全监管站,5359家农业生产经营主体入驻国家农产品质量安全追溯管理信息平台,6个市县通过农产品质量安全检测机构考核和检验检测机构资质“双认证”,县级农产品质检站在全国率先实现全覆盖,全省四级农产品质量安全检测体系初步建立。近年来,海南省农产品历年抽检合格率达97%以上,蔬菜、禽畜及水产品合格率均高于全国平均水平。

重科技——

科技创新是引领农业品牌化发展的原动力,品质培育、品牌打造和标准化生产,每个过程都离不开科技的支撑。

海南积极开展农业品牌科技创新攻关。五指山市实施“五指山市大叶种茶种质资源库建设及资源创新利用关键技术研究与示范”揭榜挂帅项目,重点突破本土化优异茶树品种选育、绿色高效栽培、茶叶精准加工等关键技术研发;

三亚市通过与东南亚国家及海南省内的科研机构合作完成榴莲嫁接、品种

矮化、种植管理、防风等技术攻关,将榴莲树存活率由过去的30%提高到90%以上,并于2023年开始规模结果并成功走入市场;

东方市引进5个芒果新品种及适合热带环境、高产优质的哈密瓜品种进行试验、培育及示范、推广;保亭黎族苗族自治县培育出保研1号—保研12号十二个红毛丹品种。

这些科研成果目前都已转化为各市县的主导农业品牌,极大地提高了品牌的效益。

“云”发力——

海南大力推进信息化建设,为农业插上数字的“翅膀”,装上智慧的“大脑”。建成并推广应用海南农产品公用品牌管理系统(以下简称品牌码),授权一企一码,做好与质量认定、安全追溯、诚信管理和市场营销等各类平台的对接共享;运用数字技术加强品牌运营管理,建设农业基地数字地图,为品牌健康发展提供现代化支撑。围绕“云展示、云直播、云推广、云招商、云交易”等核心功能,建立“数字冬交会”平台,打造海南省农产品区域品牌库,实现农产品品牌多维度销售数据管理和交互。利用数字冬交会的线上资源,发动网红对我省农业品牌进行推广,实现线上线下同步宣传。

各市县也积极推进品牌信息化,如三亚天涯区创建的“天涯贡此食”小程序,为客户提供该全品类品牌旗下优质品牌产品等;保亭推广运行农业品牌码系统,进行线上授权,2023年以来农业公用品牌数字管理平台新增录入主体12家,已实现入库主体和个体共计96家。

在建设农业强省的道路上,海南坚持以品牌农业为引领,将热带特色高效农业这张“王牌”越擦越亮。未来海南农业品牌之路如何走得更加坚实?将在本届冬交会上举行的2023年首届海南农业品牌发展论坛,我们相信并且期待,与会各方共同为海南农业品牌的培育、发展和推广建言,将为海南农业品牌的可持续发展注入新的活力!

(本版撰文/木嘉)



在冬交会“海南鲜品”海南大叶茶展区,市民前来体验炒茶。本版图片由 肖肖 摄



在“海南鲜品”咖啡展区和海南渔业展区,市民在品鉴咖啡、金枪鱼。