



自动割胶器、果园植保机器人、智慧农业生产场景…… 来冬交会，感受农业“科技范”

统一品牌标识和形象、首次推出二十五款伴手礼，引领全省农产品品牌矩阵发展壮大

「海南鲜品」抱团玩出新花样

海南日报全媒体记者 陈彬

“这些‘海南鲜品’伴手礼的设计真漂亮，赶紧来打个卡！”冬交会开幕两天以来，位于登录大厅里的“海南鲜品”伴手礼专区，引来不少人驻足拍照打卡。与此同时，“海南鲜品”限定超萌公仔免费领取等活动，也让现场观众排起了长龙。

近年来，我省加快构建以“海南鲜品”为统领的品牌矩阵，截至目前共培育了农产品区域公用品牌56个、企业品牌55个、产品品牌50个，授权使用“海南鲜品”企业90家，海南特色品牌农产品在全国的美誉度、知名度越来越高。

品牌引领

“海南鲜品”抱团壮大

逛过今年冬交会的市民游客，对“海南鲜品”这一省级区域公用品牌的形象标识都不会陌生。走在全产业链展馆里，“海南火龙果”“海南芒果”“海南蜜瓜”“海南咖啡”“海南雨林大叶茶”“海南好米”等展区非常醒目，“海南鲜品”的标识元素随处可见。

与往届冬交会不同的是，这次“海南鲜品”有了新的玩法。今年以来，省农业农村厅开展“海南鲜品”伴手礼产品评选活动，首次评出南国尊品伴手礼盒、潭牛椰子鸡套餐、隗坑茶民族风礼盒等25款“海南鲜品”伴手礼产品，并在本届冬交会上占据“C位”集体亮相。

“这些伴手礼产品被摆在冬交会现场醒目位置展出，对于企业的品牌形象宣传有非常大的帮助。”海南南国食品实业有限公司营销总经理杨海永表示。近年来，省农业农村厅多次组织企业走出去，到广州、深圳、长沙等城市进行“海南鲜品”品牌推介，全国各地的采购商、代理商等对海南热带特色农产品表示出了浓厚兴趣，这次冬交会上又有很多老客户过来洽谈商机。

作为省级农产品区域公用品牌，“海南鲜品”通过统一的品牌标识、形象和口号，将全省众多优质农产品聚合起来“抱团”发展，形成品牌聚合效应，引领“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”矩阵不断壮大。

如今，随着我省各市县和企业越来越重视品牌建设，“椰城香见”“陵水珍珠”“昌黎食”“保亭柒鲜”等多个具有地方特色的农产品区域公用品牌不断涌现，带动当地农产品“涨身价”“畅销路”。

“品牌建设过程中，质量始终是第一位的。”陵水农投集团总经理王晖表示。为了不断提升陵水圣女果的品质和品牌形象，陵水农投集团生物发展有限公司每年面向全球征集480多个圣女果品种，筛选出优质抗病、抗逆性强、口感好、糖度高、外观靓丽、商品性好的优良品种。此外，公司重视与南繁科研单位开展合作，并制定了圣女果标准化技术规程，采用绿色综合防控技术降低化学农药使用量，产品质量有了极大提升。

融合发展

提升企业品牌竞争力

桥头地瓜、福山咖啡、澄迈山茶油、澄迈福橙……走进冬交会的澄迈展馆，琳琅满目的特色农产品，显示出澄迈县农业品牌发展的厚实“家底”。

澄迈良好的农产品资源，也为当地企业的品牌发展打下了良好基础。澄迈“新农人”王雅丽用了近10年时间，逐渐在岛内外打响了自己的“凤梨部落”品牌。

“一家企业如果没有品牌，单纯依靠传统的销售模式，随着行业发展的激烈竞争，很难走得长远。”王雅丽认为。而如何做强企业品牌？她有自己的探索，那就是产业融合发展。除了做好田间地头的种植供应服务，王雅丽还十分关注凤梨产品的深加工，目前“凤梨部落”不仅有鲜果凤梨，还有凤梨酒、凤梨酥、凤梨果干等多种加工产品。

“通过品牌建设，近5年来，我们的凤梨鲜果价格提升了两倍，而加工成凤梨酥能提高5倍，加工成凤梨酒能提升10倍。”王雅丽说，公司的凤梨相关产品销售额提高了5倍，年产值达500万元。

依靠产业融合发展，不断提升企业品牌竞争力，除了“凤梨部落”，还有越来越多的企业正在探索这一路径。

在12月6日冬交会现场举行的万宁兴隆咖啡品牌招商推介会上，正大（海南）兴隆咖啡产业开发有限公司市场部经理柯鹏分享了该公司的经验做法。

兴隆华侨农场咖啡厂成立于1952年，2021年底，正大（海南）兴隆咖啡产业开发有限公司对园区做了升级改造，打造成兴隆咖啡·正大产业园。

“我们将把园区跟文旅进行深度结合。”柯鹏介绍，园区通过“前店+后厂”模式，将会打造成集咖啡工业旅游、咖啡贸易与深加工为一体的观光式产业园。（本报海口12月6日讯）

本报海口12月6日讯（海南日报全媒体记者孙慧）自动巡田的农业遥感无人机，手机操作就能割胶的机器人……在今年的冬交会上，不少智慧农业装备纷纷亮相，让不少观众感叹：现代农业发展越来越有“科技范”！

在2号馆的延捷智蜂展位，一台通体漆黑，外形酷似“坦克”的机械装备颇为吸睛；除此之外，周边还有数台黑黄色相间，同样装有履带的大型机器也吸引了观众的关注。

“这是我们推出的首款多功能履带果园植保机器人，它突破了果树环境定位导航、全电控行走机构及控制、非视距监管及控制等关键技术，填补了国内果

园领域纯电动智能植保的空白。用这一台机器人，就能够实现割胶、施肥、运输等多项植保作业。”延捷农业机器人（海南）有限公司营销总监张丹梅介绍，今年9月，这款“智蜂-500”就曾亮相第20届中国—东盟博览会，获得国内外客商的关注与肯定，希望通过本届冬交会，这款产品能获得更多青睐。

解放人工的机器人还不止这一台。本届冬交会上，由海南天然橡胶产业集团股份有限公司带来的一款割胶机器人也吸引眼球。这款割胶机器人固定在树上就可全自动进行割胶作业，2分钟割一刀，割胶工艺达到一级胶工水平，胶农通过手机APP就能控制它。目前，割胶机

器已经在海胶集团旗下多个作业区推广使用。海南橡胶工作人员介绍，在胶工短缺、年龄老化的情况下，革新割胶的设备和方式势在必行。

随着科技的发展，农业物联网、人工智能、5G应用等技术越来越多地应用到农业生产当中，为不同的农业场景装上了“智慧大脑”。

在中电科海信通展厅，海洋上“碧波荡漾”，菜园蔬菜“长势良好”，水稻田里“一片金黄”，果园里“硕果累累”，这些人工模拟设置的农业生产场景旁边，有电脑显示在实时监控下，各类农业生产数据，如农业气象数据、土壤墒情数据、水位水质数据、蔬菜市场价格数据等各

类信息。

中电科海信通科技（海南）有限公司软件研发部主任李家兴介绍，该企业通过布设企业自主研发的全国产化农业物联网传感器装备，打造智慧农业生产场景；同时通过信息技术，详细呈现了农业生产的环境要素指标，便于精准施策，为农业发展保驾护航。

“我们的目的是让更多的农民解放双手，在种植环节节省精力，让精力可更多地放在销售和提升农产品附加值上。”李家兴表示，接下来，该企业将持续深耕农业领域，打造更多智慧农业标杆示范项目，用信息化、数字化赋能农业农村农村。

好物云集 体验不停



① 12月6日，冬交会乐东展馆，非遗技艺酿造的山兰酒吸引市民前来品尝。
海南日报全媒体记者 张茂 摄

② 在冬交会现场，“海南鲜品”限定超萌公仔免费领取活动受到欢迎。
海南日报全媒体记者 陈元才 摄

③ 彩色的鱼苗展示吸引不少观众的目光。
海南日报全媒体记者 陈元才 摄

借助冬交会平台，多家本土参展商推广糟粕醋产品 这碗“醋”从海南走向全国

海南日报全媒体记者 党朝峰 刘梦晓

“太棒了！味道很好！”12月6日，第27届冬交会现场，在文昌展馆3家糟粕醋展位前，每天现场免费提供上千份新鲜烹饪的糟粕醋，搭配对虾、螺肉、猪杂、米粉等食材，让不少市民游客啧啧称赞。

糟粕醋，这一海南经典本土小吃正受到越来越多人的喜爱。“现在无论男女老少，大家对糟粕醋已经比较熟悉和喜爱，特别是这两年来，糟粕醋品牌犹如雨后春笋般出现，可谓是‘全岛开花 香飘全国’。”糟粕醋品牌“海岛永芳”创始人张寒冰说。

张寒冰介绍，糟粕醋已经从海南小吃

发展为火锅底料、调味料，应用于各类食材。“糟粕醋健康、安全、零添加的特点在冬交会上受到很多客商的青睐，今天一天我的微信已经加了十来个客商，希望开展下一步合作。”

除了文昌馆外，海南日报全媒体记者看到，还有来自海口、定安的糟粕醋商家也展出了自己的产品。

在定安馆内，“铺前三婆”糟粕醋品牌颇受欢迎。参展商煮了一锅浓郁的糟粕醋汤底供观众试吃，展位前十分热闹。

该品牌糟粕醋市场经理余金福介绍，此次参展已将品牌下的所有品类带到现场，既有供应商超、农贸市场的瓶装醋，也有可以邮寄到岛外的袋装醋。此外，该品牌还将海南粉和糟粕醋相结合，打造出糟

粕醋醋畅销单品。

“2023年我们的年销售额达1700万元，作为一个刚创办不久的糟粕醋品牌，这让我们对市场很有信心。”余金福说。

临近中午，在海南惠施食品有限公司推出的“醋理大师”糟粕醋展位前，现场摆放的10张桌子坐满了前来品尝的顾客。

“一碗20多元，能吃鲍鱼、虾等海鲜，汤也十分美味，我想了解加盟事宜，在社区开一家糟粕醋火锅店。”在海口生活的山东人宋女士找到“醋理大师”品牌负责人咨询。

糟粕醋为何如此受欢迎？对此，余金福认为，近年来，海南旅游持续升温，不少外地游客得以品尝糟粕醋，积累了一定的市场基础。再加上糟粕醋的独特

风味，尤其是能激发海鲜的鲜味，让食客欲罢不能。

张寒冰介绍，糟粕醋在近几年的发展中，针对西北、东北、江浙等不同地域人群的口味，在酸度、辣度口味上进行改良，逐渐形成大众普遍容易接受的口味，从而迎来销量的增长。

据介绍，目前岛内多个糟粕醋生产厂家除了自有品牌外，还和国内其他省份企业进行代工或贴牌合作，推出相应的品牌产品，占领当地市场。

“冬交会是一个非常好的平台，现在人们饮食已经回归清淡、健康，而海南有着很多这样的好食材，值得我们向国内外推广。”北京一位客商代表刘先生这样说。（本报海口12月6日讯）

白沙可生食鸡蛋走俏冬交会

这枚“蛋”有何热销密码？

本报海口12月6日讯（海南日报全媒体记者李梦瑶）“麻烦大家排队，一个一个来。”12月6日下午，2024年第27届中国（海南）国际热带农产品冬季交易会（以下简称冬交会）白沙黎族自治县展馆内，一处展台前被围了个水泄不通，引得工作人员王玉梅只能时不时提高嗓门维持秩序。

“这里卖的啥，咋这么多人？”见场面火爆，仍有人不断围上来。

“卖蛋的！”王玉梅赶紧应答，“这可不是普通的蛋，非鸡养能生吃。”

发展有限公司，并不是首次参加冬交会，但每次参展，该公司均只带来一件展品：非鸡养可生食鲜鸡蛋。

展品虽少，销量却不少。“这次我们一共带了3000个鸡蛋，第一天就卖了2000多个，根本不够卖。”王玉梅打开微信好友列表，连续滑动了好几下，均是这两天在冬交会上加的新朋友，“都是想找我们长期订蛋的顾客。”

但她也发愁：“我们生产的鸡蛋根本不够卖。”王玉梅的话不假，就在几天前，

快乐的蛋（海南）农业发展有限公司刚刚通过国际贸易单一窗口申请了一批鲜鸡蛋供应香港，共计4.32万枚。

一枚鸡蛋，为何能卖得如此火？到访该公司位于白沙细水乡的养殖基地，可以找到答案：与传统的鸡养蛋鸡不同，该基地采取非鸡养的“福利养殖”模式，把鸡从束缚的笼子里解脱出来，让它们可以自由活动，喂料、饮水、鸡蛋分级、粪污收集加工、温控等工序均实现自动化。

“高福利养殖就是让鸡生活得更舒

服更健康，健康的鸡才能产出健康的蛋。”该公司相关负责人介绍，与此同时，基地还与中国农业科学院北京畜牧兽医研究所研究员佟建明合作成立工作站，研发无抗养殖饲料营养技术，让蛋鸡吃得更健康。

“白沙生态环境好，温度、湿度都十分适宜发展蛋鸡养殖产业。”该负责人介绍，如今，该公司仍以“企业+政府+村集体经济+农户”的模式参与乡村振兴，正帮助越来越多周边农户闯出蛋鸡养殖这一“传统产业”的“新蓝海”。

我省加快构建以“海南鲜品”为统领的品牌矩阵

截至目前共培育了农产品区域公用品牌

56个

企业品牌

55个

产品品牌

50个

授权使用“海南鲜品”企业

90家

制图/张昕