



第十七届冬交会昌江馆。本版图片除署名外均由海南日报全媒体记者 陈元才 摄

# 逛冬交会，解锁昌江好物

集聚六十一一种特色产品，擦亮昌江农产品公用品牌

12月6日，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)第二天，昌江黎族自治县展馆内人头攒动。

馆内，特色瓜果香气逼人，热带花卉争奇斗艳，黎锦展品厚重优雅……来自昌江各地的数百种好物，都聚集在了冬交会现场。

而这些好物，还有一个共同的名字——昌廩食。作为昌江全品类区域公用品牌，昌廩食已经形成“1+5+N”的矩阵体系，打造了包括昌江芒果、昌江凤梨、昌江菠萝蜜、昌江地瓜、昌江乌烈羊在内的5大产业单品类农产品公用品牌，以及N个企业品牌。

走出展馆看昌江，特色农业品牌比比皆是，不少优质农产品更是走出国门，一条农业跨越发展之路愈发清晰。

## 今年冬交会

昌江参展企业

28家

参展产品

61种

目前全县注册农产品商标

225件

全县“两品一标”

8个

其中

绿色食品4个

有机食品2个

国家地理标志2个

制图/张昕

## A 61种产品参展 全方位展现昌江特色

从造型上看昌江展馆，一朵绚烂的木棉花在顶部绽放，尽显“山海黎乡 纯美昌江”特色。

在整体布局上，昌江馆采用动线规划，以“粮仓+超市”为灵感规划不同展示区域，以自然原木色调为主，亮橙色点缀，突出昌江农产品的鲜活和自然。这里犹如一个被大自然打翻的调色盘，来自昌江的生鲜果蔬及农副产品，都是调色盘的最佳颜料。

走进馆内，设有特色果蔬区、加工制品区、热带花卉区、黎族文创区、洽谈休闲区，打造了具有昌江特色的景观：争奇斗艳的三角梅及各类石斛兰令人眼前一亮，黑米粽、东风螺、南美白对虾、木棉红蜂蜜、海尾辣椒酱

等昌江名优特色农产品及农副产品琳琅满目；网纹瓜、蜜思提拉水果小番茄、金童蜜瓜、泰国八号红心菠萝蜜等“新奇特优”果蔬凭借香甜的口感，吸引了众多市民游客及客商前来品尝、采购。

馆内还展示了织黎锦、编藤筐、制黎陶、春糍粑等黎族传统工艺，让大家充分感受昌江人民的热情和独特的文化魅力。

展馆好不好逛，观众说了算。参展观众王海云来到昌江馆后，便在各类新鲜的热带水果前停下了脚步。“水果很好吃，体验新鲜且甜蜜的昌江味道。”王海云说。

据了解，此次昌江参展企业共有

28家，参展产品有61种，除了特色热带水果及各类食用菌外，还有加工农产品，如火龙果冻干、果汁、辣椒酱、木棉枕头、白石黑米、酸瓜皮等，展现昌江不断引进和应用新品种、新技术，进一步推进昌江农产品精深加工及全产业链的提升。

“今年昌江馆多层次、多维度、全方位展现昌江农产品公用品牌、乡村产业振兴和农业科技创新发展成果，重点突出昌江美丽乡村建设和一、二、三产业融合及全产业链纵深发展。”昌江县农业农村局副局长杨玉娟介绍，展馆也是昌江从创建国家乡村振兴示范县的角度出发设计，旨在向外界展示该县建设宜居宜业和美乡村成果。

## B 把控品种品质 打响特色农业品牌

纵观依山傍水的昌江全域，农产品品类丰富：山地、丘陵、台地、平原地形地貌类型齐全，造就了热带水果的优良品质；多岩多丘，造就了牲畜健壮的体质和结实且富有弹性的肉质；岸线资源丰富，海洋渔业发展基础优越。

然而，在农业领域深耕十几年的杨玉娟发现，农产品越来越“卷”，已成为不争的事实。“比如周边有的市县和昌江气候很像，种出来的产品相似，同质化现象严重。”杨玉娟说。

如何突围？昌江依据实际情况，打出不一样“农业牌”，将其具体划分为品种、品质和品牌三个层面。

“品种是从源头抓好品质的关键。市场的潮流一直在变，品种也需要更新迭代，保持其优良水平。”杨玉

娟说。而在品质方面，需要行业内制定统一的生产标准，围绕产业化、生态产业化做文章，发挥好绿色循环农业的作用，种养出好吃、好看的产品。

对于农人来说，品种和品质可控，而品牌的打造，则需要外部力量的加持。昌江意识到了品牌的重要性，政府部门启动了一系列打造品牌的行动。首先是打造昌廩食这一全品类区域公用品牌。杨玉娟说，该品牌是2021年面向线上产品创办的，经过2年多的发展取得一定的知名度，便开始线下推广，扩大其知名度。

“仓廩实而知礼节，衣食足而知荣辱”，昌廩食取其“仓廩实”的谐音，寓意昌江是热带果蔬之乡，富足而文

明，产出之果蔬必为精品。从政府层面为昌江全品类农产品“背书”，让昌江好物有了共同名字。

如今，昌江通过创建县级农产品公用品牌“昌廩食”，重点在品牌形象体系、生态体系、标准体系、宣传营销体系、管理体系、支撑体系等多方面“下功夫”，集中力量培育一批具有市场影响力的农业品牌，初步形成了一批具有地方特色的农产品，全县注册农产品商标225件，昌江芒果、霸王岭山鸡获评国家地理标志证明商标，昌江芒果获国家农产品地理标志登记保护；全县“两品一标”共8个，其中绿色食品4个、有机食品2个、国家地理标志2个，推动形成品种优、品质高、品牌强的现代农业新格局。

## C 积极寻求机遇 走出海南天地宽

今年5月，昌江果品企业海南尚岭农业科技所产的1000斤红心火龙果和100斤燕窝果搭乘航班飞往阿联酋迪拜，成为该县打开中东市场的第一块“敲门砖”，标志着昌江火龙果成功迈出国门，远销海外市场，火龙果出口实现零的突破。

时隔7个月后的冬交会现场，海南尚岭农业科技带着自家的火龙果、菠萝蜜等水果参展，广受参展观众好评。“上一次把货卖到国外去，对企业来说是一次全新的尝试，让我们看到了更广阔的市场，对

国外市场消费者的需求有了更清晰的认识。”该公司销售经理杨泽琪说。

“走出去”，方能看到更广阔的天地。“走出去”，也是昌江农业一直在努力的事。

杨玉娟介绍，如何让农产品卖出好价钱，让农户、企业收益更高，这是支撑昌江不断“走出去”，寻求更多机遇的根本动力。

为此，昌江曾多次组织农户、企业到国外考察，切身体验当地的风土人情和实际的市场需求，既肯定自身的优势，又找出实际差距，为有针对

性地种养殖提供参考。

此外，昌江还积极和省内相关部门建立联系，通过省农业农村厅、省商务厅等提供的渠道，建立销售渠道。

对于企业来说，真正要实现“走出去”，还得在源头把好品质关。“现在我们的种养殖技术已经有了很大的提升，绿色产品符合进入国外市场的标准，所以把品质稳定下来，就能助力产品‘走出去’。”杨玉娟表示。

(本报海口12月6日讯)

# 昌江两个「明星」果品亮相冬交会

阿鲁斯网纹瓜、巴斯夫蜜思提拉水果小番茄

本报海口12月6日讯(海南日报全媒体记者刘梦晓)“很甜，果肉口感像冰淇淋，汁水还很多。”12月6日，在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)昌江黎族自治县展馆，一颗颗圆润的网纹瓜吸引许多参观群众争相试吃。

果皮青绿中泛着淡黄，被一层密密的网纹包裹，这是昌江果品企业海南果鲜生农业开发有限公司从日本引进的阿鲁斯网纹瓜，属于日本静冈网纹瓜系列中的一种，有“瓜中贵族”之称。

和许多网纹瓜不一样的是，阿鲁斯网纹瓜的特殊之处在于其有浮雕式的网纹，摸上去更立体，触感更清晰。

“刚开始种植的时候，它长到拳头大小时就突然裂开了，把我吓坏了。”海南果鲜生农业开发有限公司销售经理张银芳向海南日报全媒体记者分享试种时的一件趣事。他说，当时以为瓜种坏了，却被日本的技术人员告知，这正是阿鲁斯网纹瓜生长的特性，要在一次次裂开、修复中不断长大，进而长出浮雕式的网纹。

如今，阿鲁斯网纹瓜在昌江已经实现批量生产，总计种植面积1200亩，可日产3万颗，打破了国内高端蜜瓜主要依赖进口的局面。昌江农业农村局相关科室负责人介绍，阿鲁斯网纹瓜按照果子品相分为特级果、A级果和B级果，主要销往高端社区私人订制、大型日料店、高端商超以及上海、北京等地的市场，预计今年冬季的销售额将达6000万元左右，预估每亩产值达5万元左右。

阿鲁斯网纹瓜的丰收不仅为当地农业带来了可观的经济效益，也为周边群众提供了就业机会。海南果鲜生农业开发有限公司仓库管理负责人邹岚表示，在种植管理、采摘、分拣、打包等关键时期，公司会聘请周边村民前来帮忙，用人高峰期时每天可以达到六七十人，带动了周边群众在家门口就业。

除了阿鲁斯网纹瓜外，昌江馆内还展出另一个“明星”果品：海南果鲜生农业开发有限公司从德国引入的巴斯夫蜜思提拉水果小番茄。

和市场上常见的圣女果不同，巴斯夫蜜思提拉水果小番茄个头更小，却皮薄汁多。“这个品种非常抗病，易种植、产量高，非常受高端市场的欢迎。”张银芳介绍，巴斯夫蜜思提拉水果小番茄亩产量可达8000斤至1万斤，且甜度高、汁水多、果香浓、果型美。目前，该果品已经与全国大型的高端商超、水果专卖店签订了购销合同。

今年，海南果鲜生农业开发有限公司计划种植约150亩巴斯夫蜜思提拉水果小番茄，当前已完成种植80多亩。公司准备明年扩种至1000亩，带动更多农户发展种植业，并提供种苗、技术服务。

针对这些效益高、市场潜力大的果品，昌江县农业农村局相关负责人表示，昌江将继续加大这类特色农产品的种植和推广力度，加强技术培训和市场开拓，推动农业产业升级和农民增收，助力乡村振兴。



展位上摆放的阿鲁斯网纹瓜、巴斯夫蜜思提拉水果小番茄。海南日报全媒体记者 刘梦晓 摄



在冬交会昌江馆，黎族妇女现场展示黎锦织造技艺。



冬交会昌江馆展示的黎族特色饰品。



鹿角灵芝。

海南日报全媒体记者 刘梦晓