

继去年成功出口阿联酋迪拜等市场后,今年海口火山荔枝首次进入加拿大、阿根廷、摩洛哥、荷兰等美洲、非洲和欧洲市场。早前,海口火山荔枝还出口至泰国、新加坡、日本等海外市场,出口版图不断扩大。海口火山荔枝成功卖向全球,是海口打好“特色牌”,擦亮产业“金名片”,助力特色农产品走向世界的生动缩影。近年来,海口大力实施“品牌强农”行动,立足独特资源禀赋,全力推进农产品品牌建设,持续擦亮“椰城香见”农产品区域公用品牌,有力促进了农民增收、农业增效,为海口农业高质量发展注入了强劲动力。

□本报记者 陈丽园 李欣

今年首次进入美洲、非洲和欧洲市场

海口火山荔枝登上“世界货架”

“出海”之路越走越宽

“我家的火山荔枝王个头大、味道好,今年还成功卖到了国外。”日前,秀英区永兴镇建群村委会儒林村果农林旺在果园里忙着采摘最后一批火山荔枝王,脸上洋溢着丰收的喜悦。他告诉记者,今年火山荔枝王收购价稳定在一斤15元左右,他家卖荔枝的收入近20万元。

随着海口火山荔枝的出口版图不断扩大,越来越多的果农像林旺一样,享受到了荔枝“出海”带来的红利。

海口火山荔枝王的“出海”之路,源于其得天独厚的自然禀赋。万年火山岩富硒福地、优质的生态环境以及充足的日照,共同造就了海口火山荔枝的独特品质。

品质是“出海”的基石,品牌则是其走向世界的“金名片”。

近年来,在种植端持续提升、品质不断优化的基础上,海口聚力品牌农业建设,通过政策赋能、文化IP打造等举措,提升品牌价值,全链条

提升产业能级。

随着品牌影响力愈发强劲,海口火山荔枝的“果粉”群体不断增长,“出海”之路也越走越宽广。海口火山荔枝品牌运营中心主任黄时京介绍,今年他们运营的海口火山荔枝王产品签约出口至加拿大、新加坡、荷兰、阿联酋等海外市场的订单有10个批次,共计35吨。

“去年海口火山荔枝王小批量出口阿联酋迪拜后,备受好评。今年我们继续加大出口量,价格卖得很不错。”海南果源电子商务有限公司董事长靳洁认为,海口火山荔枝王具有个大、清甜、肉厚多汁等特点,是其在海外市场受欢迎的主要原因;而品牌建设助力,则是海口火山荔枝走上更广阔舞台的关键因素。

海南联越国际贸易有限公司销售经理林桂嘉也提到,海口火山荔枝走出国门后身价倍增,在欧洲和中东等地的终端零售价可达每公斤40—45欧元。

政企合力助“荔”“出海”

海口火山荔枝的出口之路,离不开多方的共同努力。果农们精心培育出高品质的荔枝,政府、海关、物流企业及科研机构等各方则为其“出海”保驾护航。

日前,在海口火山荔枝金农分拣中心内,工人们忙着分拣、包装,一颗颗精挑细选的海口火山荔枝王,在严格品控和全程冷链保障下,以最新鲜的状态“飞”向海外市场消费者的餐桌。靳洁深有感触:“除了火山荔枝本身品质过硬受市场青睐外,海口海关、海口市农业农村局等部门在我们水果出口时也做了不少工作。”她介绍,依托荔枝出口“绿色通道”,实现了即到即报、即查即放,有效缩短了通关查验时长。

为让海口火山荔枝在国际市场上保持“鲜”机,海口通过优化通关流程,为荔枝出口提供了强大助力。海口海关针对水果“鲜、急、特”的属性,专设“绿色通道”,对鲜活农产品实行预约查验、优先查

验,最大程度压缩货物通关时间。海口海关相关负责人介绍:“我们还同步深化了证书‘云签发’‘远程属地查检’等监管模式改革,让企业足不出户即可得到证书,为更多特色农产品迈进国际市场注入了‘加速剂’。”

海口市农业农村局限整合资源,协调海航、南航等航空货运,增加航空与陆运干线运力,开通“绿色通道”,推动机场、港口与快递企业无缝对接。同时,开设荔枝集中收寄、专线直配及冷链快递服务,畅通“进村进城”物流通道,让新鲜的海口火山荔枝快速到达消费者手中。

在保鲜技术上,企业也不断创新,延长荔枝的保鲜期。为了确保荔枝在长途运输中保持新鲜,海南联越国际贸易有限公司与中国热带农业科学院合作推出“气调锁鲜”包装技术,延长荔枝保鲜期。“今年我们公司海口火山荔枝出口量持续增长,预计同比增长50%。”海南联越国际贸易有限公司总经理李彬说。

植入特色“火山芯片”

海口火山荔枝的“出海”,是海口特色农产品从地方“特产”迈向国际“尖货”的生动写照。近年来,海口不断调整发展思路,聚力品牌农业建设,提升品牌价值,走出了一条独具特色的发展之路。

早在2017年,海口就出台了《关于加快推进品牌农业建设的意见》,为农产品品牌化发展奠定了坚实基础。2022年,在中国(海南)国际热带农产品冬季交易会上,海口发布全新农产品区域公用品牌“椰城香见”,进一步整合资源,提升品牌影响力。

应运而生的“椰城香见”区域公用品牌,成为海口农产品出海的强大助推器。大坡胡椒、云龙淮山、石山黑豆……海口优质特色农产品丰富多样,如何持续擦亮海口农产品的“金名片”,助力好品集群式卖向全球?业内人士认为,海口应进一步强化品牌建设,提升农产品的附加值,同时加强国际市场调研,精准对接消费者需求。

海南省开放型经济研究会会长李世杰指出,要推动海口农产品走向更广阔的市场,需从品牌、品质

和市场秩序三个方面入手。他建议,要深入挖掘海口农产品背后的历史文化、地域特色和民俗风情,将火山文化元素融入品牌建设、产品包装等方面,不断提升产品附加值;持续完善品牌管理和农产品质量安全监管体系,加强“椰城香见”等区域公用品牌管理,确保品牌规范使用,并建立从产地到餐桌的全程质量追溯机制,确保消费者购买到安全、放心的农产品。同时,还要以塑造“椰城香见”等品牌为抓手,规范市场竞争秩序,引导果农、果商从单纯的价格竞争转向品质竞争,助力海口农产品持续擦亮“金名片”。

市农业农村局限相关负责人表示,海口将持续强化品牌塑造,做好品质控制、品牌优化及输出传播,做足做强“火山IP”,为荔枝、黑豆、黄皮、石斛等海口优质特色农产品植入“火山芯片”,强化火山品牌全链条闭环监管及产业延伸,持续提升海口火山系列品牌独特性、知名度与美誉度,提升市场竞争力,推动优质农产品“出圈”“出海”,实现农户增收。



记者手记

做强“火山IP”,打好农产品对外贸易牌

□本报记者 陈丽园

在国际农产品市场的舞台上,海口火山荔枝凭借独特魅力脱颖而出,成为备受瞩目的“明星”产品。这一成绩绝非偶然,而是海口一系列务实举措结出的硕果。

“酒香也怕巷子深”,即便海口火山

荔枝拥有得天独厚的自然条件,过去也曾陷入“增产不增收”的困境。打破这一局面,海口的做法是转变观念积极开拓市场。

除了持续擦亮“椰城香见”农产品区域公用品牌,每年火山荔枝季,海口精心策划并举办火山荔枝月活动,通过一系列内容丰富、形式多样的营销宣传推广,巧妙地将文化元素融入其

中,让海口火山荔枝在国际市场上声名远扬,助力火山荔枝“出圈”“出海”。

海口的特色农产品丰富多样,除了火山荔枝,大坡胡椒、云龙淮山、石山黑豆等特色农产品也各具特色。要推动这些特色农产品集群式走向全球市场,关键在于做实“产”字文章,做足做强“火山IP”,真正实现产业升级与集群发

展。海口要高度重视名特优新农产品的标准化建设,完善品牌管理,提升产品品质、规范市场秩序。此外,要打好农产品对外贸易这张牌,通过与国内外市场双向有机衔接,把国际要素、先进理念、市场渠道、品牌效应传导至产业链上中游,实现“以外促内”,提升地方农企和农产品的整体国际竞争力。



①位于琼山区旧州镇的小郑农场内,农场负责人郑学智在采摘荔枝。
本报记者 苏弼坤 摄

②5月16日,海南荔枝订货暨品牌营销活动在三门坡镇海南红明农产品(荔枝)交易中心举办,工作人员现场展示荔枝。
本报记者 苏弼坤 摄

③6月11日,海口火山荔枝分拣中心,快递人员正在录单,准备将火山荔枝王发送至客户手中。
本报记者 石中华 摄

④在海口美兰国际机场国内货站,工作人员对荔枝进行开箱检查并准备运至安检口。
本报记者 苏弼坤 摄

⑤5月21日,海南妃子笑荔枝搭乘HU7911(海口—伦敦)航班前往伦敦。
本报记者 苏弼坤 通讯员 李耀乐 摄