



海南(潭牛)文昌鸡股份有限公司生产加工车间里,工作人员在加工鸡肉。 本报记者 孙士杰 摄



海口三江莲雾在冬交会上备受青睐。

本报记者 杨鹤 摄

7月28日,美兰区三江镇的海南(潭牛)文昌鸡股份有限公司生产加工车间里,自动化生产线正高速运转,一只只文昌鸡经过精细加工后,踏上销往海内外市场的旅程。“今年的产量预计增长10%至20%,目前产品已销往中国香港、新加坡等地。”该公司相关负责人介绍,如今,在国内外5000多个销售终端都可买到海南(潭牛)文昌鸡。

近年来,海口市以地理标志认证筑牢根基,深耕品牌强农战略,除“椰城香见”农产品区域公用品牌外,还推出“琼肴佳话”“美兰好品”等区级农产品区域公用品牌,打造了云龙淮山、三江莲雾等镇级农业品牌,并带动了潭牛文昌鸡等企业品牌的发展,以品牌赋能特色农产品出圈,让海口美味“鲜达”国内外。

□本报记者 雷蕾

海口以品牌赋能特色农产品出圈

让椰城美味岛外飘香



□本报记者 雷蕾

A 传统农业焕发新机

不久前,永兴黄皮、永兴荔枝、石山蜜羊、云龙淮山、三门坡荔枝等5个特色农产品通过国家知识产权局认定,正式成为继“大坡胡椒”后,海口市的地理标志产品。每个地理标志产品都凝结着自然馈赠与人文智慧,共同构成海口热带特色高效农业的独特脉络。

7月27日,秀英区永兴镇博昌村的火山荔枝园里,果农王春霞正忙着管护荔枝树,谈及今年的收成,她兴奋地说:“今年荔枝大丰收,大家都赚到钱了,咱火山脚下的果子也能让外国人尝到,特别自豪。”依托火山岩富硒土壤和热带季风气候,永兴荔枝以果实硕大、肉质爽脆、汁水丰富著称。今年火山荔枝销售季,秀英区火山荔枝以优良品质结合时兴销售模式,创下了6亿元销售额,带动农户同比增收超60%。

当天,琼山区大坡镇中税村的胡椒园里,农户王为庆正忙着采摘胡椒。“现在收购商追着要货,这地理标志就是咱大坡胡椒的‘金名片’。”王为庆告诉记者,作为海南最大的胡椒连片生产基地,大坡镇目前有近4万亩胡椒田,“大坡胡椒”入选了国家级农业品牌精品培育计划和国家地理标志保护工程名单,还入选“一带一路”地理标志品牌推广清单。

在海口石山蜜羊产业园内,海南首个楼房化养殖黑山羊智能设施,让存栏的5000余头黑山羊告别了风吹日晒雨淋的生活,轻松开启“养膘”模式。依托中国热带农业科学院品资所提供的技术支持,这里的黑山羊备受消费者青睐。不仅如此,该产业园还开发出多种饲料、种羊等衍生产品,以产业链模式带动周边农户养殖石山蜜羊。“有了地理标志加持,黑山羊在岛内都不够卖。”在海南博泰农业开发有限公司负责人看来,品牌效应让传统养殖业焕发新的生机。



▲今年,秀英区永兴镇的火山荔枝王再度迎来丰收,鲜甜多汁的荔枝走进国内外市场。 本报记者 石中华 摄

▼海口文昌胡椒有限公司的加工车间里,工作人员在流水线上打包胡椒产品。 本报记者 苏强坤 摄

B 构建产业发展格局

“椰城香见”农产品区域公用品牌的发布,将永兴荔枝、石山蜜羊、云龙淮山、三江莲雾、火山石斛等一颗颗“珍珠”串成了海口特产地图上的璀璨“项链”。记者了解到,“椰城香见”品牌自2022年发布以来,其授权使用的经营主体累计已达87家,构建起“市级带动、区级联动、企业互动”的农业品牌发展格局。

品牌效应带来的收益增长实实在在。7月28日,海口文昌胡椒有限公司生产车间内,工人们正在生产线上忙碌着,贴有“昌农”商标和“大坡胡椒”地理标志的瓶装胡椒粉接连下线,即将发往全国各地。该公司副总经理卢进告诉记者,该企业去年的胡椒类产品营收为1.52亿元,并首次出口到新加坡市场;目前,企业正积极探索更多进入国际市场的机会,以进一步扩大品牌影响力,提升产品附加值。

C 勾勒品牌发展路径

2025年是《海口市农产品区域公用品牌建设三年行动方案》的效益呈现年,一场更系统的品牌升级战役正在打响。围绕“标准化、供应链、传播力、全增值”四个维度,海口正勾勒热带特色农产品品牌化发展路径。

“今年我市计划新增25家‘椰城香见’授权企业,建设5个标准化示范基地,采用品牌化和数字化双轮驱动模式,实现从‘田间到餐桌’的品质可控。”“椰城香见”品牌负责人、海口市品牌运营管理有限公司执行董事兼总经理那钦满怀信心地告诉记者,“椰城香见”将进一步强化与科研单位、品牌授权企业及农户的协作,让每款产品都带着“科技含量”闯市场,并通过多元传播提升品牌知名度。

此前,海口火山荔枝已走进泰国、新加坡、日本、阿联酋等海外市场;今年,出口版图不断扩大,带着火山岩富硒土壤营养的荔枝首次进入加拿大、阿根廷、摩洛哥、荷兰等国家,让更多品尝到香甜多汁的“海口味道”。

政府与企业的协同发力让品牌之路越走越宽广。今年4月,《海口市“椰城香见”农产品区域公用品牌管理办法(试行)》出台,为品牌规范发展保驾护航。在火山荔枝销售季,海口海关通过开设“绿色通道”,实行预约查验,深化证书“云签发”“远程属地查检”等监管模式改革,压缩了荔枝等农产品的通关时间;市农业农村局协调航空货运,增运力、开专线,推动机场、港口与快递企业无缝对接,助力“海口鲜品”通达国内外市场。

市农业农村局相关负责人表示,海口将继续坚持以品牌化引领规模化、标准化、绿色化、融合化的热带特色高效农业高质量发展之路,持续擦亮“椰城香见”农产品区域公用品牌和“火山荔枝”“大坡胡椒”等一批特色农产品品牌,以品牌引领农业高质量发展。

从火山岩富硒荔枝王到红土壤孕育的辛辣胡椒,从鲜嫩弹牙的文昌鸡肉到住在楼房里的石山蜜羊,在地理标志与区域品牌的双重赋能下,海口这片热土上的物产将带着椰风海韵的气息,在全球市场绽放更耀眼的光芒,让“海口味道”成为海南自贸港走向世界的一张“飘香名片”。

用品牌“金钥匙”打开全球市场大门

□本报记者 雷蕾

海口火山荔枝“鲜达”欧洲、大坡胡椒飘香新加坡、文昌鸡“飞”进香港……行走在海口乡村,特色农产品品牌“出海”的故事令人振奋。“椰城香见”品牌矩阵的扩容升级,恰似一把“金钥匙”,打开了热带农产品通向全球市场的大门。

农产品品牌建设的“海口答卷”已初见成效:“椰城香见”87家授权主体构建起产业合力,出口版图从东南亚拓展至欧美。但要让“海口味道”真正成为国际名片,仍需在三个方面持续发力——

品质保障是品牌生命线。海口要制定火山荔枝、大坡胡椒等核心产品的全链条规范,从种植环节的土壤检测到加工环节的品控,实现“一品一码”溯源,让地理标志真正成为品质的“信用证”。

销售渠道需精准布局。海口可依托自贸港政策,针对不同市场定制产品;同时借力跨境电商直播,让海外消费者看见产地风貌,真实直观地感受到农产品种植的原始魅力。

品牌故事需生动讲述。各品牌不妨邀请海内外博主探访产地,用镜头记录农产品从田间到餐桌的“旅程”,让“椰城香见”不仅是产品标签,更成为传递海南生态与文化的使者。

当标准化生产、全球化销售、情感化传播形成合力,相信“海口味道”定能在世界味蕾的图谱中占据更显著的位置。

◀在海口石山蜜羊产业园,黑山羊住进了智能化养殖楼房。 本报记者 石中华 摄

