

品牌助农、科技强农、生态惠农——2023冬交会亮点扫描

新华社海口
新华社记者袁睿、周慧敏

村民代表热情推销乡村土特产，协会人员详细介绍区域公用品牌助力下形成的茶叶、咖啡等产品全产业链发展情况，企业代表邀请观展商亲自操作高科技农业机器人……在第26届中国（海南）国际热带农产品冬季交易会场馆里，一个个充满巧思的醒目LOGO，一件件先进的农业设备，一声声模拟雨林鸟鸣的啼叫声，映射出品牌、科技和生态等农业发展新亮点。

本届冬交会吸引了来自世界各地的2000余家企业参展参会、5000多名专业采购商进场对接，成为热带国家和地区农业交流合作的窗口，为热带农产品展示展销、经贸洽谈、招商引资提供了重要平台。

品牌助农提品质

冬交会首日，“海南雨林大叶茶”区域公用品牌正式发布。周玉景负责的海南鹦哥岭景红

茶叶有限责任公司成为“海南雨林大叶茶”区域公用品牌首批认证的10家单位之一。

周玉景称这一刻是他做茶这么多年来的高光时刻。他告诉记者，他们的种植园位于五指山市水满乡，早期经营模式主要是茶叶种植和批发。5年前，公司创立“鹦哥岭”茶品牌，陆续推出了一批结合海南黎、苗等文化，针对年轻人的茶产品，系列产品深受市场欢迎，远销海外。

“现在有了区域公用品牌，海南雨林大叶茶以非常系统、非常完善的产业链形式呈现在茶行业里面。无论从质量还是品控上，海南雨林大叶茶都以更高标准进入市场，拥有了更大的公信力。”周玉景说，有了公用品牌的助力，企业自身品牌也可以得到更好发展。

各类农产品在品牌的助力下品种培优、品质提升。文昌鸡、琼中绿橙等品牌耳熟能详，“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的矩阵助力多而散、小而弱的海

南农业品牌改变“单打独斗”的局面。

海南省农业农村厅副厅长孙法军表示，未来海南省要继续强化农产品品牌意识，公用品牌由政府推动，企业品牌和产品品牌由企业推动、政府支持，多方合力共同推进农产品品牌化发展。

科技强农促优质

冬交会上，各类农作物的新品种展示着科技赋能农业发展的力量，先进的农业生产设备和技术改变了农业生产的传统模样。

在科技强农馆的一家企业展区内，几台亮黄色的机器人引起了观众的兴趣。廷捷农业机器人（海南）有限公司市场营销总监张丹梅介绍，这是公司历经7年研发的新能源无人驾驶植保机器人，今年正式开始商用，可用于荔枝园、火龙果园、芒果园等的植保作业。

“机器打药比人工打药效率更高，效果更稳定，最重要的是省药。”张丹梅说，机器打药的

成本比起人工打药可以节省30%。

数智赋能，助力农业强国。在科技强农馆的中国铁塔展台，一块巨大的电子屏显示着与其合作市县耕地、河流等的实时监控状态。中国铁塔股份有限公司产品总监胡威说，中国铁塔充分发挥遍布全国的210万座铁塔的优势，变“通信塔”为“数字塔”，通过“铁塔+大数据+AI+边缘计算”，为农业等40多个行业赋能。目前，全国已有超过21万座“数字塔”，其中78%服务于农业农村领域，为农业产量预估、病虫害防治等的综合研判提供重要数据支撑，助力乡村振兴。

生态惠农展气质

本届冬交会，绿色有机农产品受到消费者的格外喜爱与追捧。

青海展馆里，“打造绿色有机农产品输出地”的标语十分醒目。以羊粪为肥料种植出来的枸杞、纯天然牛羊肉等一系列青海绿色农产品吸

引着众多观展者。

“我们这次带来了青稞、枸杞等六大类80余种产品，其中80%都是绿色有机食品。”青海展馆相关负责人赵志平说，“青海的生态环境得天独厚，我们产品的种植方式绿色有机。”

优良的生态环境成为了农产品的加分项，来自海南白沙黎族自治县的五里路有机茶园同样采用绿色种植方式。海南五里路有机茶业有限公司总经理王见君告诉记者，15年来茶园坚持不打一滴农药，茶园的环境越来越原生态。

“达到生态有机的环境是要牺牲一定产量的，但是茶叶的质量提升了，

售价提升了，农民收益也提升了。”王见君说，普通茶叶一般卖100元到200元一斤，而五里路的茶叶已经卖到1500元至2000元一斤。

通过15年的发展，五里路茶园由原来的5个农户、22亩发展到如今209个农户、618亩，周边农户不仅在茶园种茶，还吃上了旅游饭。

“我们做了15年有机农业，在这个过程中茶园生态环境越来越好，游客也越来越多。”王见君说，很多游客慕名而来，茶园走上了农旅融合发展道路。今年1月至11月，五里路接待游客量达到6.5万人次。



12月14日，观众在观看海南琼中展台展示的各类热带水果。新华社记者 郭程 摄

全域兴趣电商铺就“花”样致富路

不同的品种、各异的花期、不一样的花苞大小……正所谓各花入各眼，“非标准化”的鲜花买卖被称为“浪漫但脆弱的交易”。尤其对于产值超过1100亿元的云南花卉产业来说，如何实现标准化的“产-供-销”，关乎行业的高质量发展成色。而以抖音电商为代表的全域兴趣电商新模式，为这些问题提供了一种“解”。

近些年来，随着大家生活水平的提高，看花、赏花、买花、种花成为生活日常。而以90后、00后为主的消费群体，更愿意为新奇、稀有的鲜花品种买单，产生了更为细碎的“反向定制”需求。这种“定制”也意味着，他们所期待的每一束花都是不一样的，都需要带点“故事”，融汇外形之美、文化之美诠释生活之美。传统花店、自动售花机、包月送花上门、传统货架电商等销售方式，实质都是在产地与消费者增加了若干环节，既难以精准对接消费者的兴趣，也难以做到极致低价。

如何实现消费者与商家的双向匹配？拥有短视频、直播形式和智能推荐技术的兴趣电商无疑大有可为。具体来说，抖音电商直播间有如一个分层的漏斗，将五湖四海的人带到了鲜花面前，用视频、实时互动这样最直观的方式展现了花的魅力；有着不同审美的人，也经由算法分流到不同的直播间，找到自己的心头好。与此同时，线上屏幕不受线下场地制约，丰富的鲜花品种供给能够带来稳定的消费需求，也就打破了鲜花的周期性，从“几天的生意”逐渐变成了全年的生意，整个行业也随之繁荣，进一步带来仓储体系、物流体系的提升，实现全行业转型升级。

改革开放45年来，在社会主义市场经济的推动下，不仅仅是云南的鲜花，南通的家纺、清河的羊绒、佛山的家具、福鼎的白茶、宜兴的紫砂……许多极具特色的地方产业带在华夏大地浮现，让“中国制造”如野火般蔓延世界。

但随着内需市场逐步成为国内未来经济增长的重要推动力，消费升级的趋势已然来临。这些产业带内众多小微商家都需要提供补齐设计、品牌、营销等短板，才能提供高性能、个性化、高品质的商品。

在这样的背景下，企业的供应链和流通组织方式需要从“以生产制造为核心”调整为“以消费者需求为中心”。而基于兴趣、社群为基础的电商可以汇聚大量用户数据和使用反馈，



抖音电商产业带发展论坛在昆明举行

值得注意的是，只有有供应链能力的产业带商家，才能实现以销定产，在这一过程中，电商平台的支持也必不可少。基于此，抖音针对全国的产业集群，启动了“产业成长计划”“产地计划”“织造中国·产业带女装助力计划”等

企业可以据此判断开发新产品的销量和方向。商家由此实现以产定销转型为数据驱动、以销定产的生产模式，小单快反、柔性制造模式在全域兴趣电商模式的支撑下会变得越来越普遍。全域兴趣电商在为大小微商家创造商业机会、就业机会的同时，销售过程中面向消费者所产生的优质短视频和直播内容，对于平台的内容生态也大有裨益，可谓商业价值和社会价值的多赢。

规划，通过数字化营销能力提升、运营服务支持、打造专属活动体系与激励政策、落地区域地标扶持专项等政策扶持，持续降低小微商家的操作门槛，让每一条产销之路都能搭上科技的快车。

（文/王成）

海南国际商业航天发射中心首个竣工投产项目正式并网送电

中新网（符宇群 程楠）

海南国际商业航天发射中心首个竣工并投产的项目——海南国际商业航天发射中心110kV商业航天站（以下简称商业航天站）20日20时左右正式并网送电。

至此，海南国际商业航天发射中心正式具备设备全联调联试条件，完成“2023年年底发射场由土建阶段全面转入设备安装调试阶段”战略目标。

据悉，海南国际商业航天发射中心110kV商业航天站由中国电建集团海南电力设计研究院有限公司总包承建，建筑面积1870.96m²，高度17.9m，主要为发射场技术区、发射区以及一二期火箭厂房、测控大楼等14个厂房变电所供电。

作为航天发射的“粮草”，火箭飞天的动力之源，海南国际商业航

天发射中心110kV商业航天站自今年6月1日开建以来，受到社会各界的关注。此次仪式的成功举行，标志着海南国际商业航天发射中心供电系统具备动力保障条件，能为技术区、发射区以及火箭装配厂房、测控大楼等共计14个厂房提供安全、可靠、稳定的电源保障，将为海南商发打造国际一流、市场化运营的航天发射场系统注入强劲“电力”支撑，助力国家航天事业蓬勃发展。

商业航天站的如期竣工投产，代表着海南国际商业航天发射中心的建设正在按照年度计划稳步推进。海南国际商业航天发射有限公司董事长杨天梁表示，海南商发必将再接再厉，大力弘扬航天精神，全面推进商业航天发射场建设，确保实现明年一季度合练、6月份首发目标。