



海|客|谈

今天,请您品这一口“海南鲜”

□欧英才

如果让你选一样最喜欢的海南好味,你会想到什么?是一口皮薄肉嫩的文昌鸡?是一串水灵灵的陵水荔枝?还是一杯唇齿回甘的海南雨林大叶茶?“一千个人眼中有一千个哈姆雷特”,一千个人眼里或许有一千种海南好味。

千般好味,如今有一个共同的名字:“海南鲜品”。近年来,海南不断健全农业品牌培育体系,精心培育打造的省级农产品区域全品类公用品牌——“海南鲜品”初见成效。

如今,越来越多琼岛风情特色农产品,以优质的产品和服务,被纳入“海南鲜品”的名录,为消费者提供更多元的选择。

读懂这口“鲜”

“什么是‘海南鲜品’?”初闻此名,不少人都会发出这样的疑问。

2022年9月,海南正式启动“海南鲜品”区域公用品牌的创建。“海南鲜品”聚焦农业全品类、全区域、全产业链,进一步推动省、市县、乡镇三级农产品公用品牌融合发展,实现产业链布局、品牌标识、管理机制、品控标准、市场形象的“五统一”。

具体来看,像我们熟知的桥头地瓜、陵水荔枝、乐东蜜瓜、三亚芒果等优质农产品品牌均属于“海南鲜品”。去年以来,我省相继公布了第一批“海南鲜品”品牌目录授权企业30家;创建省级“海南鲜品”农业品牌示范基地10个;42个区域公用品牌被纳入2023年海南省农业品牌目录。

“海南鲜品”四个字内容大有乾坤。

这是一张丰饶的“物产名片”——

“海南”二字,赋予了品牌的地域特性。海南拥有得天独厚的资源优势。作为我国唯一热带岛屿省份,海南海洋面积约200万平方公里,拥有1944公里海岸线,海洋资源丰富。而放眼陆地,作为我国热带水果和冬季瓜菜的优势产区,近年来海南热带水果、蔬菜面积和产量总体呈平稳上升趋势,不断丰富全国人民“果盘子”“菜篮子”。

三亚莲雾、大坡胡椒、永兴黄皮、琼海油茶、兴隆咖啡、保亭波罗蜜、东方火龙果、乐东香蕉、儋州粽子、儋州鸡……翻开“海南鲜品”品类名录,名优产品迭出,地上跑的、水里游的、土里种的,都组成了“海南鲜品”大家庭。

这是一张优选的“品质名片”——

以“鲜”字打造品牌,足以见得“鲜”的分量。白切鸡、白灼虾、白斩羊……海南人善于用最新鲜的食材、质朴的烹饪方式,无限放大食物的美味。因此,这也让海南人有一张“挑剔”的嘴,对于鲜味的追求格外执着。“鲜”字的背后,也体现了“海南鲜品”从源头把控品质,彰显海南甄选优质食材的用心。

这口“鲜”,还流传于文人墨客的笔端,大文豪苏轼就曾为其代言。苏轼被贬海南儋州时,“食蚝而美”,在《食蚝》一文中介绍了煮生蚝和烤生蚝这两种烹饪方法,还曾“叮嘱”儿子,别将海南有生蚝这件事说出去,“恐北方君子闻之,争欲为东坡所为,求谪海南,分我此美也”。对海南椰子,他还盛赞“天教日饮欲全丝,美酒生林不待仪”。

做好“鲜”文章

品牌是农业高质量发展的“助推器”。2005年中央一号文件首次提出“农产品品牌”,强调“整合特色农产品品牌,支持做大做强名牌产品”。近年来,省农业农村厅专门成立了农业品牌建设领导小组,印发系列文件,加强对农业品牌的培育、创建和推广。今年海南省政府工作报告提出:“做强以‘海南鲜品’为统领的品牌体系。”

海南,为什么要做好“海南鲜品”这篇品牌文章?实际上,“海南鲜品”连接的不仅仅是一颗颗果蔬、一道道生鲜,背后托起的是产业与民生,一头托起农企与种植户,一头托起老百姓的餐桌。

这口“鲜”,关乎农企发展。

对于许多中小规模的农业企业来说,“抱团”发展往往能取得事半功倍的效果。“借助‘海南鲜品’品牌,将增加合作社荔枝知名度,扩宽销售渠道,提高附加值。”去年,海口金绿果水果产销专业合作社入选了“海南鲜品”农业品牌示范基地,在合作社副理事长徐德冠看来,有了公用品牌的助力,合作社农产品可以卖得更好。

农产品生产小打小闹很难成气候,只有推行规模化品牌化生产,才能不断提升产品竞争力。“海南鲜品”要做的,就是让散在各地的海南好物“攥起拳头”,以“区域公用品牌+企业品牌+产品品牌”的矩阵,改变传统品牌“散、乱、小”和“单打独斗”的局面,形成发展合力,给市场主体和广大消费者形成一个清晰、明确的关于海南区域公用品牌的认知。

这口“鲜”,关乎老百姓对美好生活的追求。

民以食为天,食以安为先。近年来,人们越来越注重食品的安全性,“吃得健康”等理念深入人心。

建立农产品区域公用品牌,有利于各农业生产经营者按照统一的标准进行生产管理、分拣包装,进而统一销售,以统一的标准质量实现对消费者的承诺,确保老百姓“舌尖上的安全”。据悉,海南已完成21个农业地方标准编制及火龙果、莲雾等十大农产品区域公用品牌团体标准制定,对生产种植、产品质量、储存运输、防伪、追溯等进行全过程规范。

这口“鲜”,关乎产业“含金量”与海南形象。

品牌强农,是提升农业竞争力的必然选择。海南自贸港拥有广大的农村、农业和农民,热带特色高效农业是自贸港四大主导产业之一。抓好农业品牌建设,擦亮“热带特色”,才能让自贸港建设成果更好地惠及广大农村农民,更好地推进农业农村现代化。

此外,“海南鲜品”不仅仅是一个农产品品牌,也涉及海南经济、文化、生态文明等多方面的展示。擦亮这块金字招牌,能发出更多元的海南声音,有效提升海南对外形象的影响力和辐射力。

讲好“鲜”故事

互联网时代,万物皆可成“IP”。放眼全国,不少兄弟省市也在积极发力,打造省级区域公用品牌。

山东打响“好客山东 好品山东”品牌,宣讲山东品牌故事,传播山东文化;河南持续打造“豫农优品”品牌矩阵,帮助更多优质特色农产品“走出去”;甘肃积极培育建设“甘肃”省级农产品区域公用品牌,前不久火爆的天水麻辣烫,背后也有“甘肃”优质农产品的关键支撑。

当前,与多个区域公用品牌相比,“海南鲜品”品牌大众认知度还较低。在这场激烈的“品牌PK”赛中,如何讲好品牌故事,助力“海南鲜品”做大做强,推动更多海南农产品“出圈”?

用品质说话。消费者选择品牌农产品,看中的是品质有保障。因此,想要推动消费者对“海南鲜品”品牌的认同,首先是强品质,要严把农产品质量安全关,坚持质量为先。

用“窗口”说话。“内强素质”很重要,“外塑形象”也很重要。没有传播力和影响力,品牌效应就难以真正形成。优质的海南农产品需要创新传播方式,拓宽推广渠道,还要有会讲故事的人卖力“吆喝”。

为进一步提升海南农业品牌市场号召力、竞争力和影响力,从今天起,海南日报报业集团重磅推出《海南鲜品·品鲜南海》全媒体系列报道,带你一起寻味“琼”字号农产品。

我们将握好笔头、端好镜头,发挥旗下各媒体传播优势,聚焦海南各地在培育和发展农业品牌上的探索、亮点、成效,注重创新创意创作,多维探索“破圈”传播之道,挖掘品牌文化内涵,全面、立体、生动聚焦海南以品牌建设推动农业高质量发展的实践路径,让海南乡村振兴更加具体可感。

品牌的打造非一日之功,需要经过长时间的培育呵护和社会实践的淘洗检验。我们期待,有越来越多的人加入其中,一起讲好“海南鲜品”的故事,分享专属于“海南味道”的诚意、暖意和情意。



扫码看海南鲜品

陵水文罗镇五一村的荔枝种植基地,农户采收荔枝(海南日报记者王程龙摄)

澄迈山口青柚基地,工作人员采摘青柚果(海南日报记者陈元才摄)