



客户端:青岛观 客户端:观海新闻

# 青岛日报 聚焦

主编 杨海振 美编 李飞 审读 王岩 排版 张春梅

## 3000家农产品企业在青展“特色”抢“订单”

万余个品牌农产品亮相第二十届农交会,集中展示“三农”发展成果,搭建起农业贸易交流平台

□青岛日报/观海新闻记者 张晋

### 一场展示“三农”发展成果的盛会

四方风物,美不胜收。

在中铁青岛世界博览城12万平方米的展示空间内,来自各地的特色农产品琳琅满目,各省市优中选优,亮出“拳头”农产品展示、贸易。各展区内,人来人往,供求双方洽谈火热,以期达成合作意向。

作为主办省,本届农交会山东省参展企业近700家,产品涵盖了粮油、瓜果、蔬菜、茶叶、水产品、畜禽产品等6大类近2000个品种,参展企业数量、产品种类、展位面积等均创历年之最。山东省在本届农交会上,精心布置了大气、现代的“山东展馆”,分为“省级综合展区”和“16市品牌农产品展区”两大板块。综合展区内,“国信1号”“深蓝1号”等大国重器,显示出山东作为农业大省的担当作为;16市展区中,青岛水产品、枣庄石榴、寿光蔬菜、沾化大枣等农产品,让人流连忘返。

黑龙江地处世界三大黑土带之一的东北平原腹地,是全国最重要的商品粮基地和粮食战略后备基地。在黑龙江省展区内,“绿色龙江 黑土优品”的主题引人注目。本届农交会上,450款“黑土优品”集中亮相,包括富锦大米、海伦大豆、东宁黑木耳、燕窝岛黑猪等知名农产品,以“黑土优品”为地域品牌整体推出。“黑土优品”是黑龙江省打造的省级优质农业品牌,突出“寒地黑土、绿色生态”的地域农产品特点,推动当地优质农产品“抱团”闯市场。

作为南方省份的代表,广东省展区以“湾区品质 全球共享”为主题,展示了丰富的当地特色农产品,既包括潮汕的凤凰单枞、新会陈皮等传统名农产品,又包括“年鱼”“年菜”等新兴的预制菜品,受到参展观众的追捧。“今年上半年,广东口岸出口预制菜160.5亿元,增长10.3%。”展区工作人员的介绍,成功引起了采购商的注意,双方交换了联系方式以进一步沟通。

在陕西省展区,眉县猕猴桃、洛川苹果等地标农产品引得人们驻足品鉴。陕西52家省级以上农业龙头企业,携苹果、茶叶、猕猴桃、乳制品、食用菌、蔬菜、中药材、畜禽肉类等八大产业链的200余种特色农产品参展。其中,外形饱满、味道可口的眉县猕猴桃受到采购商的青睐。展区工作人员告诉记者,时下,眉县猕猴桃品牌价值达161.37亿元。之所以能够在市场中“脱颖而出”,依靠的是当地产业特色鲜明的“一县一业”格局,走出了一条稳粮增收的产业富民之路。

前来参加农交会的涉农主体,基本上都是当地的知名企业,拥有当地特色农产品。他们对参加农交会,抱有各自的期待。

宁夏枸杞全国闻名。宁夏盛坤农业科技有限公司负责人张先生告诉记者,企业在宁夏回族自治区同心县拥有7500亩生产基地,主要业务为零农残枸杞种植。此次参加农交会,他抱着很大目标,一方面,希望能借此机会成功开拓山东市场,另一方面,对“签几个大单”也充满期待。

四川雅安茶厂是藏茶制作企业,至今已有477年的制茶历史。“这次农交会给我们所有的厂家提供了非常好的展示推介平台,希望今后这样的机会越来越多。”公司总经理杨春梅说。

自2003年起,农交会已成功举办十九届。随着农交会的发展,公众对它的期待也是与日俱增。时下,农交会已成为一场全面展示“三农”发展成果的盛会,一个促进农业贸易交流、畅通城乡循环、活跃市场消费的重要平台。

### 一个产销直接“对话”的平台

生产主体在此获取信息、了解需求,经销主体在此找到产品、发现市场。可以看出,农交会已成为反映市场需求的“晴雨表”和指导农业生产的“风向标”。

本届农交会将持续加力产销衔接力度。广泛邀约大型农产品批发市场、农产品加工企业、商超物流企业、电商平台、零售连锁企业、餐饮企业等市场主体到会洽谈采购,预计有近2万名采购商和专业观众观展采购。同时,农交会还通过官方网站、微信小程序等发布供货和采购信息,提前开展供需对接,现场组织点对点对接会,进一步提升专业化购销水平。

年年“如约而至”,年年“收获满满”。

“现场,我们见到了青岛的合作客户家家悦超市,并进行了详细的洽谈。今年,我们比往年增加了30%的供应量,供应的产品主要是徐香猕猴桃、翠香猕猴桃。双方合作进一步深入。”陕西齐峰果业有限公司销售总监齐哲向记者介绍当日获得的“大单”。

把握机遇、充分准备、主动作为,“东道主”青岛成功吸引了业内人士的目光。青岛市“一综两特”(青岛综合展区和上合、西海岸新区两个特色展区)展区,共有159家农业企业、248种优质特色农产品参展,参展种类、数量均创历史之最,全面展示青岛市中国名牌农产品、中国驰名商标产品、山东省知名农产品、青岛市知名农产品、“三品一标”认证农产品等现代农业高质量发展成果,吸引

“三农”稳,全局稳;农业兴,百业兴。

11月9日上午,第二十届中国国际农产品交易会在青岛开幕,同时举办首届“强农论坛”。

中国国际农产品交易会(以下简称“农交会”)是经党中央、国务院批准,农业农村部主办的大型农业行业盛会,已成功举办十九届,在宣传“三农”政策、展示农业农村发展成就、活跃农产品流通、促进农业贸易合作等方面发挥了重要作用,是我国最具权威性、最有国际影响力的综合性农业盛会。

农产品交易,一端连着地头,一端连着需求。作为我国农业行业一年一度的大事,农交会这个全国性的农业“大平台”“大市场”,不仅为涉农主体创品牌、建渠道、促合作提供了重要平台,更为农业提质增效凝聚了共识,为全面实施乡村振兴战略汇聚了力量。

本届农交会吸引来自18个国家和地区的近3000家企业参展,万余个品牌农产品亮相农交会,其间,各地农业农村部门、有关行业协会和企业等举办30余场品牌推介,开展新品发布、品鉴体验等活动。

了采购商和观众等纷纷关注。

在青岛展区,不时可以看到,青岛参展商热情邀约全国各地采购商到企业或产地直接考察的场景。对于青岛本地展商来说,这是一次难得的开拓全国市场的机会。“从开幕到现在两个多小时的时间里,我已经与采购商达成了千余斤草莓西红柿的合作意向。还有一些来自上海、北京等地的采购商,约定好这两天去基地实地探访。”青岛农恩蔬菜专业合作社负责人罗萌向记者介绍,农交会这一平台在促农产品产销衔接方面“威力强大”。

与此同时,农交会也成为中国农业对外开放的一扇窗口,被越来越多外国展商所选择。

“中国的市场非常大。我们将伊朗特色农产品推广到中国市场,为企业带来了很好的收入。”在国际展区,伊朗艾娃藏红花生产公司展位负责人、伊朗小伙飞迪亚已经可以用流利的汉语与客商交流。他所在企业的产品已经进入中国市场十年时间,今年有意开拓青岛市场,“参展不仅能够推广我们的品牌,同时也是对我们国家的一种宣传,让更多的中国朋友了解伊朗。”

### 一次推动“品牌农业”发展的实践

农产品交易,是农民在丰收后实现“落袋为安”的主要推动力。关键在于提升农产品的价值,根本在于做好“土特产”文章,以产业兴农。

与会人士表示,新时代新征程全面推进乡村振兴,加快建设农业强国,对乡村产业振兴赋予了新的功能定位,提出了新的更高要求。要清醒看到,对标新的使命要求、对照世界先进水平,乡村产业发展还有较大差距,品类全而不优,品牌多而不亮,产业大而不强的问题仍未根本解决。必须把产业振兴摆在突出位置,落细落小“土特产”的要求,强龙头、普链条、兴业态、促品牌,构建优势特色鲜明、产品品质优良、产业链条完整、综合效益突出的现代乡村产业体系。

一方水土养一方人,一方水土产一方物。各地要在“土”字上谋出路,在“特”字上求不同,在“产”字上下功夫,才能走出各具特色的现代农业发展之路,为保障国家粮食安全和重要农产品稳定安全供给作出积极贡献。

“联合国粮农组织数据显示,全球20%的品牌获得80%的市场份额,全球已经进入品牌经济时代。”中国品牌建设促进会理事长刘平均利用数据证明,品牌对于产品价值的重要性。

看到了品牌的价值,中国致力于推动农业品牌建设。农业农村部市场与信息化司司长唐珂介绍,近年来,我国深入实施品牌强农战略,从培育数量看,全国省级农业农村部门重点培育农产品区域公共品牌3000个,从品牌效益看,省级重点培育的区域公共品牌平均溢价率超过17%。

“我国创造了源远流长灿烂辉煌的农耕文明,这是中国农业品牌最独特的基因,对于土特产而言,自然条件造就了其独特的风味和产品特质,而人文环境造就了其独特的情感体验和品牌文化,用文化嫁接品牌是实现市场突围的有效方式,也是实现品牌溢价的关键。”在唐珂看来,农业品牌打造要深入研究中华文明中华文化的起源和特色,树立精益求精、追求完美的工匠精神,构建品牌核心价值,用心讲好品牌故事,传递出品牌的历史脉络、品质特征、人文气质和价值内涵,能够引发情感共鸣,推进农业品牌与艺术创意结合,推动跨界联合,实现品牌包装设计和营销全面升级,提升农业品牌感召力。

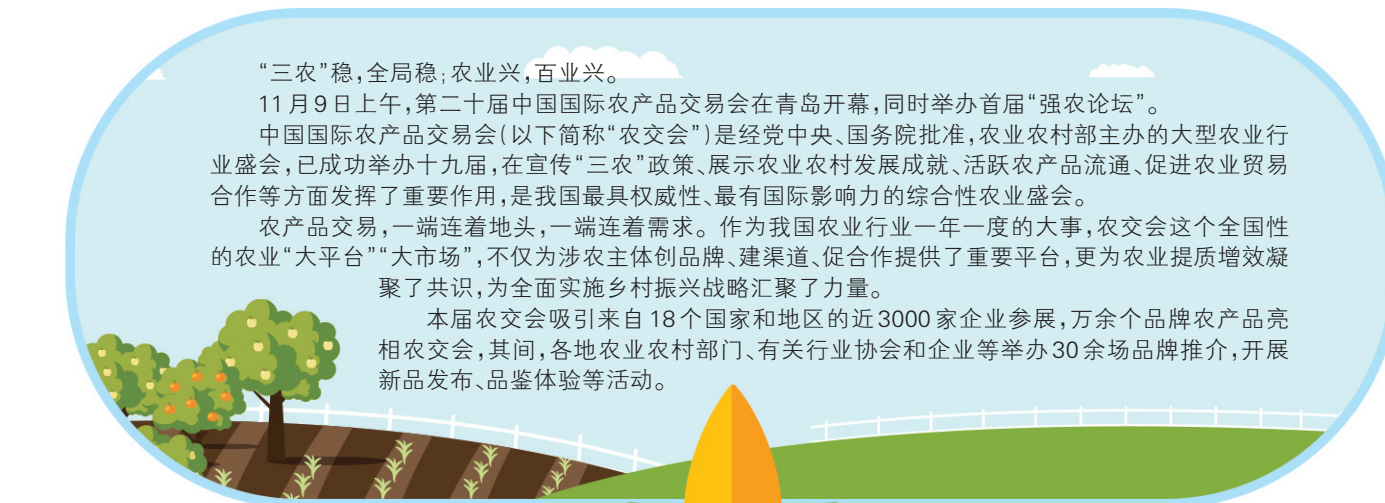
值得一提的是,本届农交会,记者观察到一些企业已经在品牌农业方面作出了许多积极探索。

浙江鸿新生物科技有限公司展位前,包装上印着国潮卡通形象,寓意“事业顺”“学业顺”“万事顺”的三款不同口味的茶叶蛋产品,吸引了众多目光。企业展位负责人龚洪涛告诉记者,通过“深加工+细分+品牌”的打法,该产品如今已经成为茶叶蛋品类的全网销售冠军。

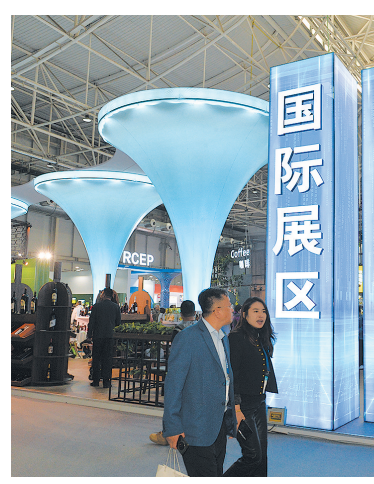
“我们做茶叶蛋,是瞄准了市场上这个类目的空缺,并结合企业所在地泰顺‘茶叶之乡’的资源禀赋,做出的茶叶深加工产品。”企业利用两年时间,与中国农科院茶叶研究所合作,研发出保质期长达一年的茶叶蛋产品,同步设计国潮形象,推出产品故事,打造“网红”产品。不内卷价格,通过差异化、品牌化发展赢得市场,理应是农产品发展的应有之义。

“青岛大力实施农业品牌发展战略,以产业育品牌,以质量树品牌,以开放塑品牌,以文化润品牌,全面创建中国农产品品牌知名城市。”本届农交会上,青岛打造农产品品牌的经验分享受到与会人员的关注。数据显示,青岛市涉农商标注册商标2.2万多个,“三品一标”农产品935个,市知名农产品品牌187个。“青岛农产品”区域公用品牌连续四年进入全国“十强”,“青岛农产品”品牌价值达613.8亿元,企业和产品附加值大幅增加,持续引领现代农业高质量发展。

值得一提的是,青岛大力培育直播电商、跨境电商等新业态,探索“青岛农产品”直通直销、团体消费等新模式,农产品网络销售额达到95.9亿元。发展“互联网+营销”“生鲜电商+冷链宅配”“中央厨房+食材冷链配送”等新业态新业态,开设4个地方特色农产品馆,打造出“胶味鲜”“即供”“云山大枣桃”等知名互联网品牌。全市农产品市场交易额突破千亿元大关,其中,农产品年出口432.7亿元,居全国城市之首。



■参会者在农交会上参观拍摄。  
新华社照片



■农交会国际展区。



①



④



②



⑤



③

图①:农交会展馆内人流如织。

图②:农交会吸引了众多国际展商参展。

图③:第二十届中国国际农产品交易会9日在青岛西海岸新区中铁青岛世界博览城开幕。

图④:山东展馆内青岛综合展区集中展示了本地的粮油果蔬等特色农产品。

图⑤:本届农交会举办首届强农论坛。图为论坛现场。

本版摄影 邢志峰(署名除外)