



第十八届中国农交会 第二十届西部农交会

特别报道



“品”行天下：农交会系列品牌发布活动举行

■“巴味渝珍”亮相，系全国首个省级层面、全品类农产品区域公用品牌
■包括巫山脆李在内的全国10个农产品获得农产品地理标志证书

本报讯（记者 王翔 彭瑜 赵伟平）发挥品牌引领作用，对于推动农业特色产业良性发展，进一步巩固脱贫攻坚成果、有效衔接乡村振兴，至关重要。11月28日，第十八届中国农交会暨第二十届西部农交会上，举行了重庆市农产品区域公用品牌“巴味渝珍”运营推广发布会、全国农产品地理标志品牌推介会、中国农垦品牌发布及目录推广等系列品牌推介活动。

重庆市农产品区域公用品牌“巴味渝珍”发布

巫山脆李、奉节脐橙、永川秀芽、荣昌猪、江津花椒……这些知名的重庆农产品都拥有一个共同品牌“巴味渝珍”。

11月28日，第十八届中国农交会暨第二十届西部农交会举办了重庆市农产品区域公用品牌“巴味渝珍”运营推广发布会，标志着全国首个省级层面、全品类农产品区域公用品牌正式面向社会发布。

“巴味渝珍”农产品区域公用品牌是我市从2017年起开始打造的，

与重庆已申请、使用和建设的单产业区域公用品牌、企业品牌、产品品牌之间构成互相支撑和背书的金字塔型品牌结构，最终形成以市级农产品区域公用品牌“巴味渝珍”为龙头、区县级农产品区域公用品牌为支撑、国家级和市级农业龙头企业产品品牌为主体的重庆农产品品牌体系。

截至2020年10月，全市共有238家企业的499个产品获得“巴味渝珍”授权。

有关人士称，此次“巴味渝珍”集全市优质农产品资源，以整体形象亮相全国市场，将成为代表重庆的一张新名片，有助于让更多的重庆农产品品牌叫响巴渝大地，走向全国乃至世界。

市农业农村委有关负责人表示，只有符合标准的产品及品牌才能进入“巴味渝珍”大家庭。

全国10个农产品获地理标志证书

28日，第六届全国农产品地理标志品牌推介会在悦来国际会议中心举行，包括重庆巫山脆李在内的全国10个农产品获得农产品地理



11月28日，重庆国际博览中心，全国农业企业品牌推介活动现场。记者 龙帆 摄/视觉重庆

标志证书。

农业农村部相关负责人说，地理标志农产品具有独特地域、独特生产方式、独特品质和独特历史文化，是有故事的产品、有乡愁的产

业。下一步，要重点聚焦聚力推动产品特色化、生产标准化、身份标识化、全程数字化，推动地理标志农产品更高水平发展。

近年来，重庆坚持成熟一批、发

展一批、培育一批、挖掘一批的发展思路，有计划有步骤开展农产品标志登记工作，登记保护数量不断增长，品类不断丰富。

目前，全市有效期内“三品一标”产品总数6442个。其中，地理标志农产品有62个，年产量974.8万吨。

推介会上，阳澄湖大闸蟹、黄山毛峰、遂川狗牯脑茶、烟台大花生、迴峰蜜柑、张北莜麦、罗北五味子、海丰油占米、巫山脆李、澄迈无核荔枝等10个农产品获得农产品地理标志证书。

略阳乌鸡、杞县大蒜、柯坪恰玛古、潜江龙虾、兰溪杨梅、奉节脐橙、平和白芽奇兰、工布江达藏猪等一批来自全国各地的地标农产品，也在推介会上亮相。

中国农垦品牌发布及目录推广活动举行

28日上午，以“品牌强垦 共迎小康”为主题的中国农垦品牌发布及目录推广活动在重庆国际博览中心举行。活动公布了《中国农垦品牌目录（第二批）》名单。

该名单主要面向非集团化垦

区，并对集团化垦区开展补充申报和动态管理。经资格审查、专家评审、公示备案等环节，共收录了105个品牌，其中垦区（集团）公共品牌2个、企业品牌42个、产品品牌61个。

现场还发布了《中国农垦品牌发展报告（2020）》。报告认为，“要实现品牌强农，就要把品牌建设贯穿农业全产业链，使之成为助推农业转型升级、提质增效的重要支撑和持久动力。”

报告全面总结了一年来中国农垦品牌发展平台建设取得的进展，及各垦区在推进品牌强农、引领现代农业、助力脱贫攻坚、保障有效供给、创新宣传和营销模式等方面的成效。

同时，活动还发布了《中国农垦标识管理办法（试行）》及相关实施细则，与会嘉宾围绕农业品牌打造、农业渠道建设作了主题演讲和高峰对话。

据悉，展会期间农垦展区还将举办两场产品推介专场活动，进一步向采购商和市民宣传展示农垦产品，扩大中国农垦品牌影响力，提升中国农垦产品竞争力。

前来逛展会采购的市民络绎不绝

土货够“土”新品够“潮” 加工农产品各有绝招

农交会·观察

□本报记者 左黎韵

11月28日，第十八届中国农交会暨第二十届西部农交会进入第二天。恰逢周末，前来逛展会、备年货的市民络绎不绝。

重庆日报记者注意到，展会现场除了琳琅满目的农产品“鲜货”，还有大批加工农产品，深受市民及各大家采购商追捧。和往年相比，今年农交会上展销的加工农产品，明显呈现出“土特产打情怀牌，新产品潮起来”的特点，进一步提升了农产品的附加值。

老产品老工艺

古法酱油、古法红糖……“儿时味道”受欢迎

“你这酱油是老方法做的吧？香味与众不同，我小时候经常闻到。在涪陵展台，彭婆婆菜公司总经理彭荣贵刚打开一瓶古法制作的榨菜酱油，立刻引来市民驻足询问。

一般的酱油都是黄豆煮熟发酵后经流水线生产而成，而彭婆婆公司的这款酱油却是以腌制榨菜浸渍出的盐水为原料，通过传统工艺手工熬制而成，整个过程不制曲、不发酵、不需要一粒粮食，是有名的涪陵特产。

展台前一顾客告诉记者，现在加工农产品五花八门，“可我就是喜欢购买那些拥有‘儿时味道’的老产品。”

古法酱油、古法红糖、古法辣椒酱……在农交会展厅，不难发现许多土特产都打起了情怀牌，让老手艺焕发新活力，以“回忆杀”作为产品卖点。

“这几年，我们辣椒酱的市场越做越大，可制作工艺还是老法子——碾坪本地小米辣剁碎、调味、入坛，再密封半年以上，整个过程均为纯手工制作。虽然人力投入高，但尝过的顾客都说这是正宗的‘碾坪味道’。”来自巫山县碾坪镇福益美农业公司的唐永珍说。

今年农交会，唐永珍一共带来了5000余瓶辣椒酱，目前已卖出3000多瓶，还接到一个10万元的大单。



十一月二十八日，农交会现场，物美价廉的瓜子等土货销量巨大。特约摄影 钟志兵 摄/视觉重庆



▲11月28日，农交会现场，包括水果在内，各种农产品的包装越来越精美。记者 郑宇 摄/视觉重庆



▲11月28日，农交会现场，重庆本地“土味”十足的农产品备受欢迎。记者 郑宇 摄/视觉重庆

老产品新工艺

同是柠檬片，颜色更鲜艳 营养更丰富

农产品加工是农业、工业和服务业的融合，既要营销“土味”，某些方面也要注重新产品的研发与工艺革新，促进精深加工，提升农产品产业链的含金量。

“这款罗汉果茶膏是用6个罗汉果浓缩提取而成，可以泡水，也可直接含服，非常方便。”在广西壮族自治区展台，身穿壮族民族服装的工作人员拿出一块黑褐色、形似方糖的产品卖力吆喝。

只见他将茶膏放入玻璃水壶中，掺入热水，只几秒钟工夫，便泡出一壶热气腾腾的罗汉果茶，引得围观市民惊叹不已。记者了解到，

这一盒250克的罗汉果茶膏售价在280元至480元不等，和未加工的罗汉果相比，利润十分可观。

而在重庆市潼南展区，一款可泡水的柠檬冻干片也受到市民追捧。记者注意到，和商场里几块钱一袋的柠檬片相比，这款柠檬冻干片摸起来较为湿润，颜色也更为艳丽。

“这是我们采取真空冷冻干燥技术制作的柠檬片，与超市常见的运用烘干技术制作的干柠檬不同，它更好地保留了柠檬的营养成分。”展区相关负责人告诉记者。

老产品新包装

广西龙眼装进“壮族铜鼓”

与过去农交会上不少加工农产品相比，今年参展商在包装设计

上也下了一番功夫——广西龙眼的包装做成了壮族铜鼓形状，四川猕猴桃酒包装袋特意印上了熊猫的图案，河北牡丹籽油的包装瓶好似一朵含苞待放的牡丹花……

“以前农产品讲堆头，现在也要重外观设计。在展会逛了一圈，发现我们的产品还是有些差距。”在开州展台，今年第一次参加农交会的闫丽文感慨道。

这次，她带来了手工制作的椒麻牛肉、椒麻鸭肝等一批开州小吃，并用牛皮纸进行了简易包装，印上了卡通图案和商标。

“但这些还不够。包装需要契合时年轻人的审美和消费习惯，我们打算开发一些配置有发热包的自热产品，并在包装盒里配置手套等用品，让上班族吃起来更方便。”闫丽文告诉记者。

全国农产品批发市场创新发展研讨会暨中国农产品市场协会第四届第二次会员（理事）代表大会举行 农产品批发市场应加快数字化升级

农交会·论坛

本报讯（记者 陈维灯）11月28日，全国农产品批发市场创新发展研讨会暨中国农产品市场协会第四届第二次会员（理事）代表大会在重庆举行。与会专家学者、企业代表认为，此次新冠肺炎疫情对农产品流通行业来说，是“危机”也是“机遇”，农产品批发市场应加强现代化、智慧化、标准化、数字化建设，加快转型升级。

重庆双福农产品批发市场董事长卫永生表示，在智慧化体系建设方面，双福农产品批发市场将利用互联网、物联网、云计算等现代信息

技术，通过线上线下互动结合，把产业链的供应商、批发商、贸易商、消费者和利益相关方有机联系起来，以电子交易结算为核心打造“商流、物流、信息流、资金流”四流合一的智慧型农产品市场。

深圳市农产品集团股份有限公司副总裁沈骅表示，农产品批发市场是农产品流通的主渠道，是城市的核心功能设施。新冠肺炎疫情期间，农产品批发行业充分发挥了有效保障居民生活必需品供应的功能，成为农产品保供稳价、解决反噬的重要渠道，但疫情的暴发和反弹，也暴露了农产品批发市场当前存在的问题，特别是在“互联网+”时代，农产品批发市场的转型升级势在必行。

回大凉山卖特产年销售额逾5000万元

直播达人“石榴姐”原来是空姐



「石榴姐」在农交会上展示会理石榴。记者 左黎韵 摄/视觉重庆

农交会·人物

□本报记者 左黎韵

在农交会四川扶贫馆，记者发现了一位经历很有些特殊的“家乡农特产推介官”，一位来自四川大凉山的95后姑娘。她叫何爽，曾经是东航的空姐，后辞职返乡成为一名拼多多电商平台上的直播达人，此次参加农交会是为家乡的会理石榴代言。

何爽2017年8月从东航辞职，回到大凉山卖石榴，注册了会理创鲜农业开发有限公司并在拼多多平台开店运营。2019年，她累计为家乡销售石榴

800万斤，销售额超过3000万元。2020年，店铺日均订单量更远超去年，销售总额达到5000万元左右。

“电商给大山里的村民带来了新的机遇，在果园里直播卖水果更具有优势，能让城里人直接感受到果树的生长情况，更真实。”此次参加农交会，何爽希望让更多人了解大凉山农特产品，了解会理石榴的品质。

同时，她也发现了很多自己以前不太了解的重庆优质农特产品。

她说，“农交会是是个很好的平台，让各地的农特产品得到充分展示，参加农交会也能结识各地的新农人朋友，希望未来能与重庆的新农人有合作机会，利用新电商的红利将川渝农特产一起推广到全国。”