

聚“蕉”行动启示录

炎炎七月，淘宝网团购平台聚划算里最热门的话题当数“聚蕉行动”了。这场为海南香蕉解急的“聚蕉行动”，以“网上预售、线下提取”方式进行，短短十余天内席卷了杭州、北京、上海等 9 大城市，创下了 14.5 万网民团购 520 吨海南香蕉的惊人数字。

将网络草根力量汇集起来的“聚蕉行动”，不但成为中国网络公益团购的一个成功案例，也为海南农产品营销开拓渠道提出了新思考。

海南香蕉引发的一场公益团购

文 \ 海南日报记者 高虹



淘宝聚划算发起 8 城联动“聚蕉行动”公益团购活动。

“刚才已经很顺利地将蕉领到了，三挂大香蕉，装在箱子里，真的很重。好在爸爸跟我一起去的，有车可以装。不管是因为它便宜才买的还是为了帮助别人，总算是尽了自己的一份心。”7 月 23 日晚 8 时 10 分，武汉网友“鹤龄豆豆”在微博里上传了这条信息。几天前，她参加了淘宝聚划算发起的“聚蕉行动”公益团购，为解海南“蕉急”献上了自己的一份爱心。

7 月 8 日、15 日，由海南香蕉引发的两波大型公益团购分别在杭州和北京、上海等 9 大城市启动，得到了广大网民的积极响应，创下了 14.5 万网民团购 520 吨海南香蕉的惊人数字。有人说，“公益团购”以一种创新的公益互动模式，在虚拟网络电子商务平台上，焕发出强大的爱的凝聚力。

一场爱心团购
汇集 14 万草根力量解海南“蕉急”

由于气候的原因，今年海南第一批香蕉上市时间推后了两个月，导致海南“冬蕉”、“春蕉”叠加上市；再加上前两年香蕉市场行情较好，许多蕉农都加大投入种香蕉，直接导致香蕉市场供大于求。据省农业厅的数据，今年全岛种植香蕉面积约 87 万亩，香蕉产量约 190 万吨，约 40 多万吨香蕉在 7 月集中上市待售。

就在海南“蕉急”成为一个社会热词之时，一场“聚蕉行动”正在迅速发起。

“6 月底，我们从新浪微博上知道海南‘蕉急’的消息后，就和海南方面取得联系，同时拿出两套‘聚蕉行动’方案。”淘宝聚划算平台总监阎利珉回忆，“从有这个想法，到找合作方联华华商集团、海南实地调研、页面上线，我们只用了 4 个工作日。7 月 4 日，最终方案确定，我们开始在海南下单订货。”

与以往的“网上预售、线下配送”方式不同，“聚蕉行动”以“网上预售、线下提取”的方式进行：购买香蕉券的网友凭二维码到指定的杭州 10 个联华超市去提货，团购的香蕉不仅可以自己吃，还可以转发短信让朋友去提货。同时，此次团购所涉及到的各种成本全部公布于众。

7 月 8 日上午 10 时，聚划算平台启动第一波“聚蕉行动”：第 1 分钟，团出 867 份；第 10 分钟，6000 份；第 20 分钟迅速上升到 9000 份……30 分钟不到，1.3 万份、75 吨海南香蕉已经团购一空。聚划算迅速向联华海南采购点追加 100 吨香蕉订单，紧急上线开团。截至当晚 9 时，共有 30116 名网友团出了 175 吨海南香蕉。

此时，一股爱心购买海南香蕉的热潮也在网络上兴起，各地网民纷纷为自己的城市投票，希望加入“聚蕉行动”的行列。随后北京、上海、广州、深圳、成都、武汉、长沙、宁波等 8 城市也集体加入，淘宝网、联华、嗨淘网等多家媒体及 84 家超市携手掀起更大一波爱心团购。

7 月 15 日，“聚蕉行动”第二波公益团购在 8 城市启动。截至 7 月 18 日上午 8 时活动结束，总共有 114971 名网友参加第二轮“聚蕉行动”。据淘宝统计，至第二波活动结束后，来自全国各地的 14.5 万名网友参加了“聚蕉行动”，团购的香蕉总吨数达到 520 吨。

一种商业模式
以商业的思路，做公益的事情

“我们希望通过团购的形式把互联网上的草根力量汇集起来，以高效和最节约成本的方式，为蕉农做一些力所能及的事情，这也正是公益团购的核心魅力所在。”阎利珉说，这次草根公益模式，充分发挥网络平台的作用，借用线上和线下资源将处于困境的蕉农与愿意献爱心的消费者对接；同时，也为企业整合多方资源搭建平台，将现代电子商务与农业产业巧妙结合，提供了一种可操作、可推广的公益模式，即“以商业的思路，做公益的事情。”

海南日报记者在淘宝网上看到公示的各种成本：以一辆车 25 吨重的香蕉为例，采购价 1.4 元/公斤，加工费 9190 元（约 0.36 元/公斤）、运输费 21915 元（约 0.88 元/公斤）、包装费 12920 元（约 0.52 元/公斤）、仓储费 5361 元（约 0.22 元/公斤），到杭州商超最终成本约 3.36 元/斤，2.25—2.75 公斤香蕉约为 7.56—9.24 元。同时，超市还采取“买 1 把再赠 1 把香蕉”和赠券等方式；凡是使用支付

宝快捷支付的用户，还能在 8.8 元基础上再便宜 2 元。

“与淘宝网共同发起杭州香蕉团购，世纪联华预计要亏损 30 万元左右。”世纪联华超市热带水果采购部负责人陈瑞海算了一笔账：首先，从采摘到运至杭州，其间经历搬运、运输、卸载、加工等环节，纸箱、人工、运输等都需要成本，相比其他水果，香蕉的后续环节更为复杂，包括加工、催熟、脱色等；其次，本次“聚蕉行动”以成本价进行团购，并采取赠送等方式在销售价上实行了让利。

“一方面可以吃到新鲜的便宜的香蕉，另一方面可以尽自己的力量帮助蕉农又何尝不是双赢呢？”网友“左拥右小抱”在“淘叽歪”里留言道。在微博中，海南香蕉话题受到广泛关注，微博“海南蕉急”一些博主还介绍香蕉的吃法和美容用法。

如果说，“聚蕉行动”是以本地化方式进行公益团购的一次大胆尝试，那么这一团购模式给公益事业带来了新启迪。有关业内人士认为，“聚蕉行动”的爱心团模式是可复制，也可持续的，由此探索出了一条新型的爱心公益模式。

一个思考问题
团购平台能否常态化持续发展

“按这个速度，1 座城市加入‘聚蕉行动’，需要 3333 个小时解决海南蕉急；如果 10 座城市加入，需要 333 个小时；如果 20 座城市加入，只需要 167 个小时（7 天）；如果有 100 座城市加入，只需要 33 个小时就能解决海南蕉农的卖蕉难题。”阎利珉说。

数字代表着美好的心愿，但公益团购只是一次短暂的爱心汇集，将来能否演变成一种常态化、持续性的团购平台，则是更多人所关心的。省农业厅市场与经济信息处处长张健建议，“团购可发展成一种常态化的网上销售平台，进而将团购品种逐步扩大到多个海南瓜果菜品种，为海南瓜果菜营销探索出一条新路。”

其实，网络销售对于海南农业并不陌生，但更多的是种植户和运销户之间的供求订单，而非种植户和消费者的直接对接。对于网络团购，海南业界也出现许多不同的声音，他们认为有几大因素将制约团购模式发展，包括团购的规模、选择的品种、物流、线下配送等一系列配套问题。“农产品毕竟与工业产品不同，季节性强、保质期短、物流成本高、产品标准不一，操作起来有相当难度。”省商务厅服务业和服务贸易处处长李学锋认为。

对此，阎利珉给出了自己的答案：实现多赢才能让新模式可持续发展，淘宝近期推出的几次公益团购证明，参与各方都能尝到甜头，新模式才具有生存下去的可能。而具有地域特色的农产品，如新疆哈密瓜、海南芒果等水果等，往往有很大的议价空间，最能通过发掘产品文化底蕴、提升产品的附加值来扩大赢利空间。

不管未来海南农产品营销模式如何，此次将公益与团购结合的“聚蕉行动”不失为一种创新之举。有专家表示，产品折扣的方式并未打破惯有的团购规则，最终的公益目的却赋予活动更多社会价值，使活动获得更多关注，企业也赢得了良好的口碑，将来企业与团购营运商应该做更多结合电子商务形态的探索。



淘宝上团购海南香蕉的网页。