



收购价创近年新高
优选品种、标准化种植、分级销售，

海南菠萝出圈

■ 本报记者 傅人意



3月17日，在临高县临城镇多蓬下村的100亩菠萝地里，来自湖北鄂州的采购商刘应坤顶着烈日来收购“金钻”凤梨。“近段时间我们天天被追着要货，发货单一经线上发布，湖北市场终端就已经卖完了！”刘应坤感慨道，今年海南的高品质凤梨迎来了好行情。

海南是中国种植菠萝的优势产区。目前全省共种植菠萝约25万亩，主要分布在万宁、琼海、海口、文昌、定安、昌江、澄迈、临高等市县。海南的菠萝品种中，除了传统的“巴厘”菠萝，还有近年引进的“金钻”“甜蜜蜜”等凤梨新品种，总产量常年稳定在50万吨，产值超过15亿元。

连日来，海南日报记者采访了解到，今年海南菠萝销售行情较好、供不应求，其中“巴厘”菠萝的收购价为2元/斤，“金钻”“甜蜜蜜”等凤梨新品种收购价达到5元/斤至6元/斤，均创近年新高。好行情将给海南菠萝产业带来什么新机遇？又将给海南热带特色高效农业的发展带来哪些新启示？

↓3月17日，临高县凤梨种植基地，工人在采收凤梨。
图片均由本报记者 袁琛 摄



海南菠萝行情走俏

上过薇娅直播间，“C位出圈”成“网红”水果

“菠萝采摘已经有一周的时间，村里主要种植‘金钻’凤梨，我们每天早上7点到地里干活，晚上6点收工，有时还要加班哩！菠萝卖得好，我们多劳多得，一天能挣200元！”3月17日上午，16名工人带着草帽正在多蓬下村的菠萝种植基地里忙着采摘，村民周琼燕边干活边告诉海南日报记者。

而在主要种植“巴厘”菠萝的万宁市龙滚镇，今年的行情同样看涨。“今年的上市价格创历年新高，好的菠萝卖到3元/斤，农民增收了！”龙滚镇多格村党支部书记曾才说。

不仅销售红火，海南菠萝的销售渠道也愈发多元化。“这几天，很多来自全国的采购商都驻扎在澄迈县，3月份的货现在已经订完了，收购价基本在5元/斤到6元/斤。”澄迈县凤梨产业协会秘书长王恒介绍，近年来，澄迈凤梨品质不断提升，销售市场也从江浙沪一带逐渐扩大，在华北、西南、西北地区的新市场，以及永辉超市、家乐福等一些大型超市都占据了一席之地。

此外，协会种植的1万亩凤梨，还与天猫、京东等线上平台合作，许多电商公司驻扎在当地订货。“去年，‘网红’主播薇娅直播带货凤梨时也和我们订货，直播一个礼拜订货8万箱，每箱5斤至10斤，海南凤梨‘C位出圈’，成了名副其实的‘网红’水果。”王恒说。

生产菠萝的“天赋型选手”

在分级销售、品牌营销、标准化种植等“后天努力”下，产业日趋成熟

海南菠萝缘何广受消费者青睐？

“海南是中国种植菠萝的优势产区，产出的菠萝品质优良。”海南省农业农村厅总农艺师黄正恩介绍，最适宜菠萝生长的平均温度为24℃到27℃，极端温度不能低于5℃，日照时数一般要达到8000到1万小时，生长的土壤PH值（酸碱度）要在5.0到5.5之间，海南的条件非常适合种植菠萝。

他指出，在当地多家龙头企业的带动下，海南菠萝在分级销售、冷链运输、品牌营销、标准化种植方面都日趋成熟，成为海南热带特色水果中的优秀代表。

3月17日，在临高县的海南天地人生态农业股份有限公司（以下简称天地人公司）分拣基地里，工人正对菠萝进行“体检”分级。不同重量的菠萝顺着6个分拣带分级传送，工人再进行分别打包。

“我们种植的菠萝90%都是‘金钻’凤梨，对不同的果品进行分级销售，能满足不同消费市场的需求，实现精准营销。”海南天地人生态农业股份有限公司副总裁赵军表示。

对今年海南菠萝“C位出圈”的原因，赵军分析，一是时机好，去年的冷冬气候，让今年的菠萝整体上市时间推迟10天到半个月，正赶上每年3月至5月的国内水果市场空白期。海南菠萝作为口感佳又开胃的应季品种，上市遇到了好时机；二是市场好，当前我国构建经济“双循环”新格局，国内市场消费升级，国产优质水果优势凸显，海南菠萝满足了市场需求，广受采购商和消费者青睐；三是品质好，在省内多家龙头企业、农业产业化联合体的发力下，海南菠萝逐渐向规模化、产业化的方向健康发展，在品质、产量和销售上都可圈可点。

产业迎升级机遇

补短板、提品质、树品牌，期待更多产品“出圈”

今年海南菠萝丰产又丰收，但也有业内人士看到，海南菠萝的品种结构仍较为单一、老化，成为影响海南菠萝产业升级的主要因素。

据悉，在海南种植的25万亩菠萝中，凤梨新品种的种植面积约有5万亩至6万亩，传统品种“巴厘”菠萝占比更大。新旧品种之间价格存在一定差距。

“不同的菠萝品种适合不同的消费群体，‘巴厘’菠萝相对平价一些，且海南农民更熟悉，管理技术掌握较好、管理成本较低。凤梨新品种价格更高，在口感、外形上表现更佳，但种植技术门槛高，前期成本投入大。”中国热带农业科学院科技信息研究所产业经济研究室主任金琰说。

那么，海南菠萝该如何克服短板实现产业升级？金琰建议，要迎合鲜食及加工这两个市场的不同需求，一是要以企业、合作社等为主导，加大优质菠萝种苗及其种植技术的推广力度；二是要专项培育高端、适宜加工、耐储运的新品种；三是要规范种植技术，提升果品质量，支持有机菠萝等高端果品生产。

“海南的高品质凤梨市场空间还很大，公司今后会扩大凤梨的种植规模，坚守高品质生产，同时要积极补齐产业短板。”赵军表示，天地人公司正在和海南大学、中国热带农业科学院等院校、科研单位合作，将在种苗、土壤、植保等环节开展技术联合攻关，解决菠萝耐储性差的问题，降低坏果率。

海南菠萝今年的销售热，对海南发展热带特色高效农业有一定启示意义。“如何进一步坚持生态优先、绿色发展、品牌引领、产业升级的思路，以推进农业供给侧结构性改革为主线，促进数量导向转向质量导向，是打造热带特色高效农业的重要内涵。”黄正恩表示，我省将以品种调优、品质提升、品牌引领为重点，立足海南热带特色高效农业资源优势，优化农业产业结构，促进农业生产向标准化、产业化、品牌化转变。

另据海南日报记者了解，我省将加大对农产品公共品牌的打造，未来几年，将打造30个农产品公共品牌，海南菠萝将纳入其中。

（本报临城3月18日电）

名词解释

菠萝和凤梨傻傻分不清楚？
都是同一种水果的不同名称，凤梨一般特指无眼菠萝这类品种，果肉无内刺。

融媒·延伸

扫一扫看动画

海南菠萝火了



扫一扫看视频

果园欢歌



扫一扫看H5产品

一个菠萝的自我修养



深读

海南日报
融媒工作室

总策划：曹健 韩潮光

罗建力 齐松梅

执行总监：许世立

主编：孙婧

版面设计：张昕

检校：叶健升 陈伊蕾

动画文案：韩静

动画制作：王莹

动画配音：吴育瑛

H5文案：许世立

H5摄像：袁琛

H5制作：杨薇

视频文案：孙婧

视频拍摄：袁琛

视频剪辑：吴文惠

视频配音：唐咪咪

值班主任：董纯进 主编：刘笑非 美编：孙发强

拼多多成中国用户规模最大的电商平台

用户数7.88亿，黄峥辞任董事长投身前沿科技研究

用户规模接近8亿大关 用户数行业第一

财报显示，截至2020年底，拼多多多年活跃买家数达7.884亿，较上一年底的5.852亿同比增长35%。平台四季度新增5710万活跃买家，去年累计新增活跃买家规模超2亿。

如市场此前普遍预期，拼多多于2020年底成为中国用户规模最大的电商平台。同期阿里巴巴年活跃买家数为7.79亿，京东为4.72亿。

月活跃用户数方面，2020年第四季度，拼多多APP平均月活跃用户数达7.199亿，单季净增7650万。去年下半年，拼多多月活跃用户数累计新增1.51亿。

拼多多用户规模和粘性的高速增长势头延续至2021年。据QuestMobile报告，今年春节期间，拼多多日活跃用户首次登顶行业第一，其间，拼多多人均单日使用时长同比增长25.9%，在日活跃用户过亿的APP中增速最快。

2020年，在用户大规模增长的情况下，拼多多活跃买家年度平均消费额增长至2115.2元，较上一年同比增长23%。

受益于用户规模和用户平均消费额的双双强劲增长，2020年，拼多多平台交易额攀升至16676亿元，较上一年同比增长66%。

国家统计局数据显示，2020年，全国网上零售额同比增速为10.9%。上述数据表明，拼多多在万亿元GMV的基础上，增速依旧相当于行业平均水平的6倍。

在近8亿用户的共同推动下，以“拼”为核心的新消费业态，正由中国消费市场传导至流通侧和供给侧，推动包括农产品分销、品牌建设等在内的传统模式发生变革，使得平价高质的商品，成为内需消费的主流，有效满足了中国最广大用户对于美好生活的需求。

拼多多CEO陈磊表示：“6年前，我们就看到，移动是必然趋势。因此，在全球主流消费互联网公司中，我们是唯一



3月17日，拼多多发布2020年第四季度及全年财报：

截至2020年底，拼多多年活跃买家数达7.884亿，超过阿里巴巴，成为中国用户规模最大的电商平台；

四季度，拼多多APP平均月活跃用户数达7.199亿，单季新增7650万；

截至2020年底，拼多多多年成交额(GMV)为16676亿元，同比增长66%；

四季度，拼多多营收增长146%至265.477亿元，全年营收增长97%至594.919亿元；

非通用会计准则下(Non-GAAP)，拼多多四季度归属于普通股股东的净亏损为1.845亿元，全年归属净亏损为29.65亿元，均较上一年同期大幅收窄。

同一天，拼多多董事长黄峥发布2021年度致股东信，宣布董事会已批准其辞任董事长，由联合创始人、现任CEO陈磊接替。黄峥表示，辞任董事长后，个人名下股票将继续锁定3年不出售。自己将结合个人兴趣，致力于食品科学和生命科学领域的研究，并着眼于拼多多未来的长远发展，“去摸一摸10年后路上的石头”。

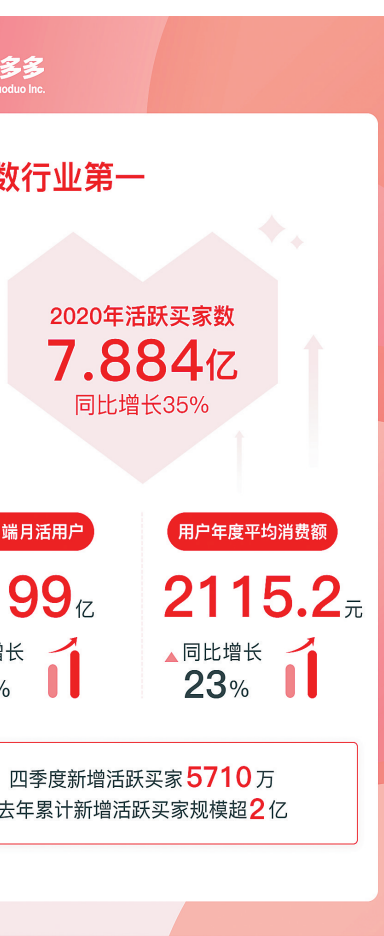
在线营销技术服务收入为189.22亿元，较上一年同比增长95%。2020年全年，拼多多在线营销技术服务收入为479.538亿元，较上一年同比增长79%。四季度，平台商品销售收入为53.578亿元。

对此，拼多多创始人黄峥在致股东信中表示，疫情等原因加速了内部业务和管理的迭代。拼多多从一个纯轻资产的第三方平台，开始转“重”，新的业务在拼多多内萌芽并迅速成长，这催生、锻炼了新一代的管理者。“是时候逐步让更多的‘后浪’起来塑造属于他们的拼多多了”。在黄峥眼中，拼多多已从3年前“刚上小学的小孩”迅速成长为“正进入青春期的少年”。2018年上市时，黄峥

就曾在致股东信中表示，拼多多是一个公众机构，它为最大的用户创造价值而存在。它不应该是彰显个人能力的工具，也不应该有过多的个人色彩。“希望今天我退董事长会有助于这位‘少年’独立成人。”

四季度，拼多多在仓储、物流及农货源头进行新一轮重投入，但在强劲营收的带动下，该季经营仍基本达到盈亏平衡。非通用会计准则下，平台四季度归属于普通股股东的净亏损为1.845亿元，对比上一年同期为8.15亿元。全年归属于普通股股东的净亏损为29.65亿元，对比上一年同期为42.658亿元。

从营收构成看，拼多多依旧践行商家端“0佣金”和“0平台服务年费”的策



略。按照行业普遍现行标准，2020年，仅“0佣金”政策就帮助商家节省了超过800亿元的资金成本。

依托日益繁荣的生态体系，四季度，拼多多的现金流维持稳健增长。平台当季运营现金流为149.466亿元，全年实现运营现金流281.966亿元。截至2020年底，拼多多多持有现金及现金等价物及短期投资870亿元，对比2019年底为411亿元。

投身基础理论研究 探索科研“无人区”

2020年，在“双循环”新发展格局下，拼多多先后推出抗疫助农、助力外贸

企业转内销等系列举措，并与中国各制造业主产区深化合作。此外，平台还通过直接投资商家和用户的方式，刺激内需、提振消费，使得用户能够购买到性价比极高的各类品牌商品。

此外，作为中国最大的农产品上行平台，拼多多持续深入农业“最初一公里”，与国内外多个顶级科研机构 and 院士专家等科研团队展开深度合作，在科学种植、农业物联网、无人温室、智慧农业等领域持续投入，希望帮助农民增收，助力农业升级。

2020年，拼多多投入研发费用68.917亿元，较上一年同比增长78%。平台研发占营收比例达11.6%。

在农业科技的持续投入下，农产品及农副产品成为平台增长最快的品类。2020年，拼多多来自农(副)产品的成交额为2700亿元，规模同比翻倍，占全年成交额的16.2%，远高于行业3%左右的平均占比。

截至目前，有1200多万农业生产者通过拼多多对接全国的消费者，其中包括百万级脱贫群众。上海寻梦信息技术有限公司(拼多多)作为互联网企业代表，获评为“全国脱贫攻坚先进集体”。

在致股东信中，黄峥把目光投向了10年后。他认为，行业竞争的日益激烈，传统以规模和效率为主要导向的竞争有其不可规避的问题，必须在更底层、根本的问题上采取行动，在核心科技和其基础理论上寻找答案。

黄峥认为，要确保拼多多10年后的高速高质量发展，有些探索正当其时。作为创始人，黄峥希望结合自身兴趣，跳出“摸一摸10年后路上的石头”。

他在致股东信中举例展望了自己辞任董事长后将长期致力科研领域。比如，通过对农产品种植过程的方法的控制，探索对马铃薯、番薯、西红柿等的潜在有害重金属含量进行可靠有效的控制，同时对其可能有的、有益的微量元素进行可控的标准化提升等。

“成不了科学家，但也许有机会成为未来科学家的助理，那也是一件很幸福的事儿。”黄峥表示。