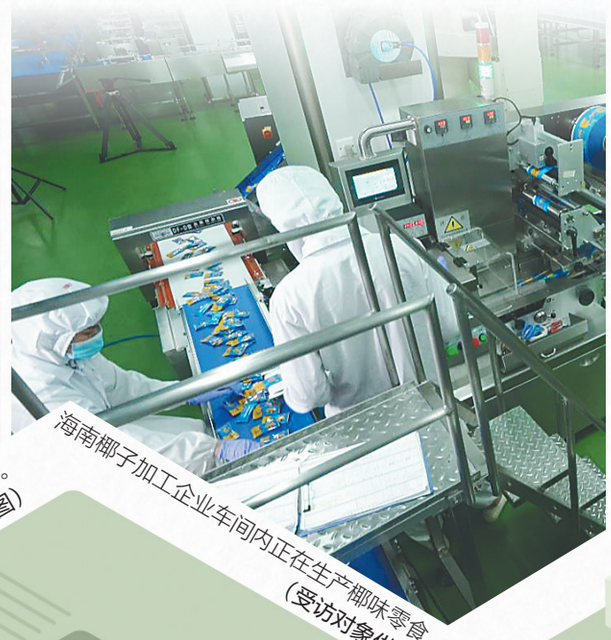
海南日报
2022年3月16日 星期三

用生椰乳调配的椰乳咖啡。（受访对象供图）

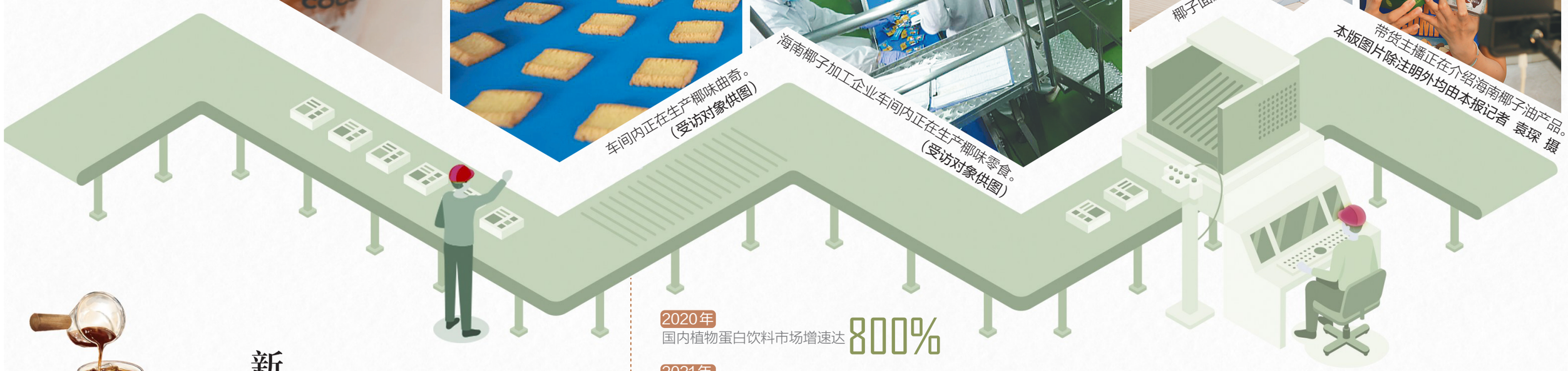
车间内正在生产椰味曲奇。（受访对象供图）


海南椰子加工企业车间内正在生产椰味零食。（受访对象供图）

椰子面膜。

带货主播正在介绍海南椰子油产品。

本版图片除注明外均由本报记者 袁琛 摄



椰元素在饮品界流行起来

2020年
国内植物蛋白饮料市场增速达800%

2021年
椰子饮品成为国内饮品界的健康和潮流选择

2022年
中国饮品行业产品报告显示
在取样的40个茶饮品牌中
有37个品牌上新了椰子元素产品

『椰』炼新味道

新口味、新市场、新优势，海南椰子探索产业新风口

■本报记者 李佳飞

海南椰子产品又上新了。

近日，许多海南人注意到，微博和微信朋友圈出现了一组特别的海报：海南椰子品牌春光食品连发26条“郑重声明”，宣布新品椰汁面世。其机智、幽默的文案，让人们对这个有26年历史的海南椰子老品牌感到耳目一新。

实际上，不止春光食品，在这一波椰子饮品营销“出圈”前，海南椰子产业已有了新风向——紧跟年轻群体消费需求的生椰饮品走俏市场，椰子油、椰子口红、椰子面膜、椰壳活性炭等健康、时尚产品亦不断推陈出新。

研发新产品、开辟新市场，海南做大、做强椰子产业，或许正迎来天时、地利、人和。

1 椰子产品还是传统味道？

No！生椰口味悄然走红，混搭咖啡、可可颇受欢迎

生椰拿铁、生椰斑兰、生椰椰冻……喜欢喝奶茶的海口市民吴晓筱注意到，近年来，在城市各类奶茶店、咖啡店，椰子元素越来越常见，其中生椰口味新品深受年轻消费者欢迎。

一份来自行业分析的《2022中国饮品行业产品报告》显示：在取样的40个茶饮品牌中，统计水果使用具体情况，椰子的使用频次占据首位。40个统计品牌中，有37个推出了椰子元素产品。

往前追溯，2020年8月，茶饮品牌喜茶上线生打椰系列饮品。根据《喜茶2020年度报告》，生打椰椰奶冻进入当年喜茶新品销量第五名。这也让整个茶饮行业看到了椰子的广泛应用前景，此后诸多品牌陆续用上了椰子原料。

2021年3月，瑞幸咖啡正式推广新品生椰拿铁，没想到上市1个月便卖了1000万杯，成为当季爆款饮品。

不过，让很多人没想到的是，生椰系列饮品成“网红”爆款的背后，有一家海南本土椰子深加工企业——文昌南椰多年的默默坚持和努力。

“70后”吴启星是文昌南椰的第二代创业者。为推出创新产品，他申请注册了文昌南椰的子品牌海南椰萃。生椰乳便是海南椰萃研发的第一个新品。

“海南文昌是远近闻名的椰子之乡，我想改变人们对海南椰子产品的传统印象，让人们品尝到真正新鲜生椰的味道，基于我们有20多年深耕椰子产业的经验，也基于我国冷链运输系统的完善，所以提出了一个大胆的构想。”吴启星说，生椰乳由不同月龄的椰子水、椰肉拼配生榨而成，再利用冷冻锁鲜技术贮存，可以最大限度保留椰子的营养和“天然生味”的口感。

2017年，海南椰萃曾在三亚投资100万元开了一家测试门店，上架了招牌生椰乳，以及椰乳咖啡、可可椰乳等新式饮品，店里其他饮品制作需要用到的纯净水也全部换成椰子水。店内产品标价在20元至30元之间，明显高于市场一般饮品的价格，但消费者反馈却非常好。

“有年轻的母亲买给孩子喝，也有健身的年轻人一下子买好多瓶。”海南椰萃工作人员为此感到惊喜。

经过两年的门店测试，吴启星正式将生椰乳样品送给各企业，并于2019年4月，携海南椰萃品牌亮相Hotelex上海国际酒店及餐饮业博览会，得到多方认可。此后，国内各大饮品品牌相继推出生椰系列产品，海南椰元素迈向全国。

说起椰乳与咖啡的结合，也与海南的文化历史颇有渊源。

受南洋返琼华侨的生活习惯影响，咖啡消费在海南一直有大众市场。但由于海南咖啡豆的咖啡因含量高达2%–4.5%，比普通咖啡豆平均1%的咖啡因含量更高，加上特有的烘焙方式，制成的咖啡常需加入牛奶或炼乳来调和苦味。而椰子同样含有脂肪与蛋白质，吴启星想到用生椰乳代替牛奶，与咖啡结合。这一想法不仅开创了文昌南椰的新品类，也带动了椰子饮品的更新迭代。

此外，源于海南文昌的椰子油品牌三禾椰娘，近年来也不断推陈出新，在月饼、粽子等传统美食中加入椰元素，收获了一众粉丝，产品常常供不应求。

2 “老字号”不懂现代营销？

No！“种草”文案迅速走红，老牌企业成互联网弄潮儿

尽管围绕椰子开发出了这么多新品，不少人对海南椰子产品的印象，还是椰子糖、椰子汁、椰子粉“老三样”。有人说，缺乏营销理念和手段，是海南椰子企业的短板。

果真如此吗？实不尽然。春光食品26条声明一发布，大家忽然发现，原来海南椰子不仅产品卖得好，在互联网圈层的营销也可以让人眼前一亮。

例如，网上传言春光食品要产椰汁，声明回应：“自信点，把传言去掉。”

有网友质疑椰汁兑水，声明则直接回应：“确实兑了一些水，兑的椰子水。”

有人说春光椰汁是炒出来的，声明就承诺：“是鲜榨出来的，不是炒出来的，不信你来工厂看。”

面对“别人做了30多年椰汁，你们会不会有点晚”的质疑，声明则幽默回答：“好喝的椰汁，早喝晚喝都好喝。”

……

这波营销文案，既有创意，又戳中网友的“嗨点”，还有对工厂生产原料、生产规模、生产线等品牌细节的自信植入，赢得了一波年轻受众的好感。

营销海报一出，社交平台上网友纷纷带话题讨论，短短一天时间里，阅读次数7717.3万次，讨论次数2.7万次。

决定在椰汁这条传统“赛道”上推出新品，春光食品做了些功课。“我们针对年轻消费者进行了大量的市场调研，发现很多人对健康饮品十分渴望，所以，抓住饮品健康化这一趋势，我们重点研发了减糖和‘0糖’产品。”海南春光食品有限公司董事长助理严欣表示。

这波椰子饮品营销收获成效，背后也有“天时”的推动。如今，以“95后”“00后”为代表的“Z世代”消费者正式步入社会，健康、品质消费成为市场主旋律。“天然”“营养”“健康”正成为各类饮品的主要卖点，植物蛋白饮料因而颇受欢迎。

有数据显示，2020年，国内植物蛋白饮料市场增速高达800%，远超其他饮料品类。在喜茶、瑞幸等茶饮品牌的推动下，椰子饮品在2021年成为饮品界的健康和潮流选择。

除了推出椰汁新品之外，春光食品还将椰元素融入零食产品中，研发出椰子脆片、椰子曲奇、椰子棒棒糖等多款椰味零食。

在不断开发新口味的同时，开网店、邀请“网红”直播带货、紧跟“国潮”风开发“海南范”周边文创产品、大量开办线下品牌店并入驻机场、市区的免税店……春光食品在线上线下的多元营销方式，吸引了不少年轻人的关注。

3 原材料靠进口没有发展优势？

No！自贸港政策叠加RCEP，吹起全产业链发展东风

位于文昌市龙楼镇的春光食品椰汁工厂，今年春节以来一直处于忙碌状态。一批自国外进口的先进生产设备陆续试投产运行。

椰子素来是海南的一张特色文化名片，在海南已有2000多年的种植历史，种植面积占全国椰子种植面积的99%，年产椰子2.6亿个。尽管如此，国内椰子市场需求巨大，近90%的椰子产品原料仍然依靠进口。

既然原材料基本都靠进口，是否意味着海南发展椰子产业不具优势？

海南春光食品有限公司董事长黄春光不这么认为。他透露，得益于今年生效的《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP），东南亚国家的椰子相关制品被纳入免关税范畴，国内包括春光食品在内的很多椰子加工企业，都直接在东南亚国家租地，种植椰子直供国内。

随着海南自贸港建设加快推进，海南发展壮大椰子产业还多了政策优势——不少椰子加工企业享受到了“零关税”政策的红利。

“看，这套进口的灭菌设备，可在0.1秒内瞬时达到灭菌温度，远远领先于国内大多数厂家灭菌需要75秒的时效，最大程度保持产品的营养成分和新鲜口感。”黄春光指着椰汁工厂的一套设备介绍道，这套价值4280万元的进口设备，被减免了税费398万元。

从生产原料到生产设备的免关税福利，让海南椰子加工企业充满了干劲。

黄春光说，此次春光食品以文昌为工厂基地，投资数亿元建设椰汁生产线，有了更好的生产设备，从原料到加工成成品仅需1小时，最大程度保留椰汁本真的味道。

此外，海南椰子产业具备全产业链发展优势，已是业内共识。用吴启星的话说，就是“一颗椰子来到文昌，一点渣都不会浪费”。譬如椰肉和椰子水用于生产生椰乳，椰壳被用来做椰雕工艺品或制作成活性炭，椰棕则被用于制作床垫。全产业链开发，无形中为企业节约了许多成本。

另一重不容忽视的优势是，海南文昌是著名的椰子之乡。“这里有独特的生态景观和深厚的椰子文化，人们爱惜椰子，也最懂椰子，所以这里有椰子品牌成长的文化土壤。”黄春光说。

就在毗邻文昌东郊椰林的清澜大桥桥头，有一座以展示海南椰雕文化为主的展览馆，可以让人集中感受文昌的椰乡文化。展览馆内，陈设了各类精美的椰雕工艺品，还有琳琅满目的椰子类产品，例如椰子油、椰味食品、椰壳活性炭，还有用椰子制作的各类化妆品和护肤品，例如椰子口红、面膜、精华乳等。

“海南有深厚的椰乡文化，更有建设自贸港的便利条件，吸引椰子产业集聚，也将是椰乡文化影响力的一部分。”海南椰雕文化展览馆负责人王娟表示。

当然，光有技术、政策、产业聚集和文化的优势还不够，想要真正做大做强海南椰子产业，还需要更多创新的产品和现代发展理念。

“百花齐放才是真正的春天。”中国热带农业科学院椰子研究所助理研究员张玉锋表示，在海南自贸港“零关税”政策下，海南椰子企业既要充分发挥优势，也要进一步整合东南亚海外资源，以全球优质热带农产品为原辅料，做大做强食品加工业、食品零售和服务业、“旅游+”产业，实现三产融合创新发展。

（本报文城3月15日电）

海南椰子产业已具备全产业链发展优势

（资料图）

融媒·延伸

扫一扫看H5海报
椰子正青春

扫一扫看视频
浑身是宝的它

深读 海南日报融媒工作室
总策划：曹健 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：王振文 陈旭辉
H5文案：许世立
H5摄像：袁琛
H5制作：杨千懿
视频文案：孙婧
视频拍摄：袁琛
视频剪辑：李玮竞
视频配音：唐咪咪