

「散落」品质农货「聚作」海垦好物

海垦供应链公司聚合「田间」到「云端」供销链路



消费者在海垦好物摊位前选购。
本版图片除署名外均由海南日报全媒体记者 袁琛 摄

■ 海南日报全媒体记者 邓钰

“这款椰子水不加糖，很适合健身后补充电解质。”日前，海口市市民王佳在海垦集团线上商城下单了一箱“海垦”椰子水，第二天下午快递就送到了家门口。

打开线上商城，琳琅满目的海垦好物映入眼帘，母山咖啡、昌农胡椒、“好舒福”乳胶枕还有“海垦玉”甜糯玉米等200余款海垦好物，实现“一站式”购买。

这在过去，并不容易。长期以来，缺乏统一的供销渠道，是海垦农产品面对市场时绕不过的堵点——消费者想买不知道去哪买，生产企业各卖各的，品牌诸多却难以形成合力。

如今，无论在“海垦线上商城”，还是京东、抖音、淘宝、小红书等平台的海垦店铺，消费者下单后，后台系统自动抓取订单、智能分配仓库、24小时内分拣出库，“缩短”了海南优质农货与消费者之间的距离。

变化背后，是海垦企业打通农产品数字供应链“最后一公里”的持续努力。

困局！渠道散落 海垦好品牌难聚声势

多年来，海南农垦各大企业推出了咖啡、茶叶、胡椒、热带水果等多品类优质产品，打造了“好舒福”“母山”“海岛福蛋”等一众品牌。品牌不少，却各守一方，消费者难以形成“买海垦产品，上统一平台”的购买习惯。

“尽管品质极佳，但缺乏统一的供销渠道与系统化品牌运营，未形成品牌聚合效应，难以在市场上形成声势。”海垦集团相关负责人道出了无奈，品牌多而散，形不成合力，不仅成本居高不下，“海垦”出品的整体认知也始终难以建立。

散落的不仅是品牌认知，更是实实在在的销售通路。过去，每个品牌背后，得对应各自的销售渠道。假设，一家外部企业想同步采购茶叶、和牛、鸡蛋等一批海南农垦特色农产品，要分别对接多家二级生产企业，处理多套报价体系。

比前端散乱更隐蔽的难题，藏在后端。各生产企业遍布全省，分别对接不同的物流商，光凭单家企业的业务量，缺乏议价空间，物流成本居高不下。

这正是海垦农产品过去面临的长期困局——前端生产主体分散，后端销售渠道散

破局！数智赋能 重塑农产品供销链路

无论是品牌建设三年行动的开展，还是海垦供应链公司的成立，两个动作指向同一个目标：把分散的资源 and 品牌聚起来，形成面向市场的统一出口。

海垦好物上架电商平台，并非简单地把产品展示在数字货架，而是要打通从采摘、包装、物流到库存管理等全套供销链路。

海垦供应链公司开局的第一步，就是搭建“海垦云仓”——一个从生产溯源到市场流通全过程，集订单管控、库存协同、物流追踪、数据研判于一体的营销数字化平台。

这套系统不仅建实体仓库，还通过数字化手段，把分散在全省各地的产地仓、销地仓、一件代发点等供应体系和后端销售网络串联起来，形成完整的农业供销生态。

“海垦种养基地遍布全省，如果全集中在统一仓库再发货，不仅物流成本高，而且难以保障生鲜产品质量。”海垦供应链公司相关负责人说。

“海垦云仓”平台前端对接生产企业库存，后端对接海垦微信线上商城、自主开发的“琼州市集”电子商城、京东、抖音、小红书等主流平台的销售渠道。订单进来后，系统自动抓取、按仓库拆分、就近分发货点，物流信息实时回传，打通从“田间”到“云端”的供销链条。

技术不难，难的是思维模式的转变。在建设初期，海垦供应链公司的团队一家一家上门拜访生产企业，了解企业农产品情况，逐条梳理每一款产品数据——条码、规格、保质期、价格区间、一件代发价、批采价、生产周期，逐一核对。

不仅要收集，更要同步建设仓储标

准。某种程度而言，储存方式直接影响农产品的品质和发货效率。海垦供应链公司根据不同品类特性建立了差异化的仓储方案——标品茶叶采用常温管理，鸡蛋和牛肉等冻品纳入冷链管控，热带水果等非标品则针对其保鲜期短、规格不一的特点，逐步完善分拣和包装流程。

品牌聚合，从多而散到强而响。一年下来，“海垦云仓”平台已整合垦区内47家核心生产企业，累计上线SKU（最小存货单位）255个，覆盖热带鲜果、畜禽水产、粮油副食、休闲食品、乳胶产品、“海南鲜品”六大品类。

系统搭起来了，效果逐步显现。物流成本的变化最为直观。“海垦云仓”建设后，海垦供应链公司以全海垦业务量为“筹码”，统一与各大物流企业谈判，极大降低运输成本。“以一箱24瓶装的椰子汁为例，发往省外物流成本降幅超过七成。”该公司相关业务负责人介绍，快递包裹和胶带还统一印制“海垦云仓”标识，实现了品牌视觉的规范统一，品牌曝光度随之提升。

物流时效也大幅提升。海垦供应链公司构建了结合大宗集采、B端大客户供货以及C端一件代发的三位一体的保供配送体系，所有订单24小时内分拣出库，海南省内次日达、全国3至5日达已成常态。

更多变化悄然发生。一年以来，海垦供应链公司与各二级企业合力培养电商专员，从田头看品控，到云端追订单，电商运营的意识 and 技能一步步在海南农垦营销队伍中落地生根。

新局！联农带农

海南好农货抱团出圈

“过去，我们自己跑市场、跟物流，成本高、效率低，现在只需专注产品质量和产品开发，剩下的事交给平台。”海南南繁种业集团有限公司销售部部长陈棋杰感慨道，该集团去年与海垦供应链公司携手，上线南繁大米、玉米近30款产品。有了稳定的供应链，“海垦玉”甜糯玉米等“爆款”频频出圈，南繁好品种成为了市场好产品。

如今，这条供销链条的边界，正从海南农垦持续向外延伸。

2025年12月，省农业农村厅正式授权海垦供应链公司作为“海南鲜品”品牌管理平台企业，承担品牌市场化运营。

海垦供应链公司以“重服务、重资源、轻资产”为定位，从品牌管理、渠道建设、供应链支撑和营销服务四方面发力，推动“海南鲜品”向“高端走、线上走、海外走”的战略目标迈进。

“我们增设鲜品运营部，并将农产品供销链路建设经验‘移植’到‘海南鲜品’产品销售中。”海垦供应链公司相关负责人透露，目前，“海南鲜品”各电商店铺已完成上线，并接入“海垦云仓”平台，陆续向市场推广。

据统计，今年上半年，海垦供应链共销售海垦和“海南鲜品”产品1364.2万元，其中线上电商平台719.1万元、线下集中供应645.1万元。

这条供销链路，还让人们看到了更多联农带农的可能性。

“宝宝们，这款鲜食玉米甜度达到了18度，口感好、营养高，都是现摘现发。”今年3月2日，“海垦云仓”抖音直播间里，主播剥开一个新鲜的玉米，摘下一粒玉米放在测糖仪上，向屏幕前的观众展示。

当时，我省海南鲜食玉米集中上市，却遭遇出岛物流紧张和省外产区集中上市的双重挤压。

“采摘后，鲜食玉米的黄金销售期是72小时。我们发挥全供应链优势，联动产业链上下游，力争第一时间让玉米从田间到达舌尖。”海垦供应链公司相关负责人介绍，2月28日，该公司成立电商突击分队第一时间对接东方市供销社，并协同海南农垦广坝农场公司和京东物流组成联合工作组，依托自有抖音直播间，以岛内电商直播形式紧急销售。开播当晚四个半小时卖出5000单、3.2万斤，冲上抖音电商全国生鲜榜第6名。

从服务农垦到服务全省，从企业自建到区域公用品牌运营，海垦供应链公司用一年时间蹚出了一条可复制的农产品供应链建设路径，迈出海南农产品从“种得好”走向“卖得好”的关键一跃。（本报三亚7月23日电）

琼滇垦区企业共促产业提质

本报讯（海南日报全媒体记者邓钰）7月20日，云南省现代农业发展（云南农垦）集团有限公司赴海口到访海南省农垦投资控股集团有限公司，双方围绕产业协同、深化改革等议题开展调研座谈。

座谈会上，双方一致认为，天下农垦是一家，海南农垦与云南农垦产业相近、协同度高、互补性强，希望双方强强联手，发挥各自资源、产业和市场优势，在天然橡胶、南繁种业与花卉产业、保供稳价、农产品产销体系、农村产权交易平台等领域深化合作。双方将在原有合作基础上，充分利用海南自贸港政策红利，有效整合优势资源，推进农业产业“走出去”。

此次调研座谈进一步增进了两垦区企业间的了解与互信，为后续务实合作明确了方向。双方将以此次交流为契机，建立健全常态化沟通协作机制，推动合作事项落地见效，携手为农业强国建设和国家战略物资安全保障贡献农垦力量。

科企党建联建 推动木薯特色产业发展

本报讯（海南日报全媒体记者邓钰 通讯员陆春燕 杨晶喆）7月21日，海南南繁种业集团有限公司与中国热科院品种资源研究所木薯研究中心在三亚设立党建共建联系点，将通过建立长期稳定的基层党组织联动机制，以党建引领凝聚产学研协同发展合力，加快科研成果向现实生产力转化，做强木薯特色产业。

当天，双方举行座谈会，一致认为当前木薯市场持续拓宽、市场需求稳步增长，在新品种试验示范、科研成果推广、人才联合培养等领域合作潜力巨大。

双方将依托党建联建协作机制，聚焦产业发展痛点难点，在人才共育、技术共研、成果共享上持续发力，稳步提升海南木薯良种化种植水平，紧扣海南农垦“一场一品”产业布局，聚力打造优质木薯特色品牌，并依托双方平台与资源优势积极开拓国际市场，切实以党建联建的组织协同推动木薯产业提质增效。

海垦旅游集团 推出多元暑期产品矩阵

本报讯（海南日报全媒体记者邓钰）近日，海南农垦旅游集团有限公司统筹多地文旅资源，推出涵盖红色研学、生态康养、亲子体验、体育休闲等内容的暑期产品矩阵，活动将持续至8月31日。

在儋州莲花山文化景区，游客可沉浸式感受自然生态与民俗文化交融的独特魅力，景区同步优化文化体验场景，将茶文化体验融入游览动线，满足市民游客避暑休闲、文化采风等多元需求；定安万嘉果热带植物园主打轻量化休闲体验，开放割胶、农事采摘等互动项目，成为海口周边亲子研学、班级实践的热门选择；位于海口市区的鸿运大酒店发挥区位优势，重点承接家庭聚会、家庭出游等住宿需求，配套宴席服务完善消费链条；三亚美亚四季酒店则聚焦滨海度假市场，推出亲子主题住宿产品，联动集团内部高尔夫、温泉等资源，为游客提供一站式度假方案。

据悉，本次暑期产品覆盖不同客群需求，针对学生群体、家庭客群及企事业单位推出差异化服务，通过资源整合与场景创新，进一步释放海南本土文旅资源潜力，为暑期文旅市场注入新活力。

海垦红茶跻身“国字号”名特优新产品

本报讯（海南日报全媒体记者邓钰 通讯员黄海琦）近日，农业农村部农产品质量安全中心正式发布2026年第一批全国名特优新农产品名录，全国共有636个优质农产品获此认定。其中，由海南省农垦投资控股集团有限公司申报的“海垦红茶”成功入选，成为海南特色农业又一张“国字号”名片。

好品质离不开硬支撑。近年来，海垦茶产业构建了全链条质量管控体系，不仅建立起完整的农产品质量安全追溯机制，通过ISO9001质量管理体系认证、绿色食品认证、中国良好农业规范（GAP）认证等多项权威资质，还搭建了“星空地网”一体化智慧监测系统，以大数据赋能施肥、采摘、病虫害防治等生产全流程，实现茶园管理的精准化、数字化。

与此同时，海南农垦茶企打造的茶业生态科技园已集初制加工、精深加工、科研创新、工业观光、休闲茶旅等功能于一体，持续延伸茶产业链条，推动一二三产深度融合。

海垦金江农场公司 榴莲进入丰收季

本报讯（海南日报全媒体记者邓钰）近日，保亭黎族苗族自治县加茂镇，海垦金江农场公司南茂片区茅丛山的榴莲园进入丰收季。漫山榴莲树挂果累累，吸引大批市民游客专程驱车前来采摘、品尝和购买，果园购销两旺，成为当地农旅融合新亮点。

茅丛山拥有热带气候、肥沃土壤和背风地形等优越自然条件，非常适合榴莲种植。目前种植有猫山王、金枕等多个品种。当地榴莲果肉饱满、出果率高、品质佳、口碑好，果实仅在园内即销售一空。

据了解，海垦金江农场公司已计划投入资金，在辖区打造榴莲种植示范基地，带动职工群众共同发展榴莲产业，推动特色农业提质增效。



海垦供应链公司接待客商。受访单位供图

首届海南罗布斯塔咖啡烘焙大赛琼中赛区开赛 海南罗布斯塔咖啡豆“烘”出新可能

■ 海南日报全媒体记者 邓钰

烘焙机上完成现场竞技。

“罗布斯塔豆从过去单一的日晒处理，发展到水洗、蜜处理、厌氧处理等多种方式，风味层次愈发丰富。”海南省咖啡行业协会秘书长符长明在现场表示，海南罗布斯塔在种植与加工领域已取得长足进步。本次赛事汇聚省内优秀烘焙师，以专业技艺诠释罗布斯塔的多元可能，既拓宽了其风味谱系，也为本土人才培养提供了实战舞台。

烘焙结束后，9名专业评委通过杯测，从干香、湿香、甜度、酸度、口感、平衡感等维度逐一打分，最终6名选手突围，晋级年度总决赛。

赛场之内热火朝天，赛场之外同

样座无虚席。同期举办的产业技能提升论坛，采用“室内讲座+庄园实践教学”模式，侧重种植与处理法知识共享。中国热科院香料饮料研究所专家详解“大丰一号”品种特性与高产栽培技术；海垦母山咖啡公司研发人员则分享了蜜处理、厌氧发酵等创新工艺在琼中的落地实践。

台下不仅有参赛选手，还有当地种植户、合作社负责人，大家边听边记，从病虫害防治到发酵温控，每一个细节都关乎下一季收成的品质。通过“产学研”紧密结合，论坛将前沿技术直送一线生产者，真正实现从种子到杯子的全链路赋能。

“我们希望借助赛事，挖掘‘大

丰一号’的更多可能性。”海垦母山咖啡公司相关负责人表示，通过选手的不同演绎，探索这一自有品种更丰富的风味呈现形式，是承办大赛的重要初衷。

而从更高维度看，这场赛事不止于选拔烘焙高手，更意在搭建一个从田间到杯中的全产业链交流平台——让种植者洞悉市场，让烘焙师读懂产地，让消费者重新认识海南豆。

从单一赛事到“赛、学、品”三位一体，本次大赛打破传统竞技模式，构建起技能比拼、知识提升、产品推广协同发力的生态体系，为琼中乃至海南咖啡产业注入了鲜活动能。

（本报琼中7月23日电）



咖啡烘焙结束后，评委在进行杯测。