



各类椰子加工食品。



椰子护肤品等。

“椰饮”爆火，椰子产品持续扩容
椰子老赛道开启新较量

海南椰企如何抓住机遇 抢占新市场？

今年夏天，椰子水从以前的加工边角料跃身一变成成为抢手货，身价暴涨4000%，让椰子再次受到社会各界的关注。

椰子并不是新的赛道，但当下椰子赛道开启了新的较量。随着生椰拿铁、生椰汁、椰子水等饮品的爆火，椰元素不再局限于椰子汁、椰子糖、椰子粉这“老三样”，而是以现制茶饮、烘焙、鲜食等产品形式出现在餐桌。近两年，“椰子家族”持续扩容，除了在咖啡和茶饮品牌涌现出的新品，椰汁、椰子水等包装产品也不断上新。天眼查显示，截至2023年6月，涉及“椰子、椰奶或椰乳”的企业超6500家，不少新兴品牌也获得不同轮次的投资。

数据显示，2022年我国椰子加工业产值达264.8亿元，随着消费者对绿色健康食品更加青睐，预计未来五年，我国椰子产品贸易量将继续保持10%—20%的年平均增长率，商品市场规模有望达到350亿元，椰子产业的前景仍十分广阔。南国都市报记者 易帆/文 郑光平/图



椰汁饮品。

更鲜更天然

椰子企业抢滩健康市场

近日，位于文城镇的椰海食品加工厂内，椰子糖生产线正忙碌着，在生产线上熬糖、浇筑、冷却、包装等工序全自动完成，工人在生产线的末端将包装好的糖果运往分装生产线打包分装。冬季正是椰子糖的销售旺季，该食品厂一天能生产约6万斤椰子糖，大部分销往岛外市场。

“姜汁、椰肉、蔗糖，除此之外再无其他。”在生产线的末端，该食品厂负责人符积江拿起一颗椰子糖自豪地介绍，正是在建厂30余年以来坚持严选新鲜椰肉古法制糖，椰海食品厂生产的椰子糖积累了一波老客，让企业坚持至今。今年60余岁的符积江是文昌本地人，自小便对椰子有着浓厚的感情，1987年创办椰海食品厂后一直主打“天然健康”的海南地道椰子风味，传统椰子糖、椰子粉深受游客的喜爱。

除了坚持古法外，对于“更鲜更天然”椰子滋味的追求，海南椰子企业有了新的诠释。近年来，海南传统椰汁生产企业春光食品一众新品亮相市场，继2022年推出春光椰汁、春光一口鲜气0糖椰汁以及“每日鲜椰”“每日椰青”后。今年3月份还推出了春光椰子水。新上市的椰子水的销量在逐步上升，今年8月份单月最高销量超8万件，约150万瓶。

为了还原椰汁的鲜甜滋味，春光引进瑞典的灭菌设备 injection，它所搭载的 VTIS 技术可在4.1秒瞬时完成灭菌，能够最大程度保持产品的营养成分和新鲜口感。“VTIS超瞬时灭菌技术还可用于制作浓稠度、脂肪含量更高的椰乳、椰浆等产品，这让春光食品获得了更多B端餐饮品牌的青睐和合作。”海南春光食品有限公司副总经理何启旺说，企业对椰子产业未来的发展抱有很大的信心。

“椰子家族”扩容

海南椰子企业如何抓住机遇？

经过几十年的发展，海南椰子产业已形成完整的产业链。据统计，全省现有注册椰子加工企业约1422家，覆盖椰子肉、椰子水、椰衣纤维和椰壳加工等，年总产值约200亿元。在海南，一颗椰子从椰衣、椰壳、椰子水到椰肉全都能进行加工，可达到“零浪费”，而且对于椰子的加工利用还在持续研发。

12月10日，在中国热科院椰子所综合实验室内，科研人员将经过特调的椰子奶油打发、裱花，观察它的稳定性。“椰子奶油具有0式脂肪酸，更健康，它应用在烘焙行业市场十分广阔。”中国热科院椰子所副研究员唐敏介绍，中国热科院还与企业合作，研发椰子酒、脂肪含量更低的椰子汁饮品等新产品。

中国热带农业科学院椰子所副研究员弓淑芳认为，海南省椰子产业发展历程分为四个发展阶段，2019年至今正是椰子产业的产品革新期，在这一阶段国内物流体系的完善使得椰子的运输半径大大增加，各地椰子市场被打开，同时椰子的食用价值也被进一步拓展，椰子产品正在迅速革新，以满足大众消费市场需要。根据天猫新产品创新中心数据显示，2020年，以椰子汁为代表的植物蛋白饮料市场增长率高达800%。在整个饮料市场中，增长贡献率为15.5%，是饮料市场增长的高速引擎。

椰子产业巨大的发展潜力之下，海南企业也感到不小的压力。“我们的品牌比较老化，在年轻人更为喜欢的网络营销、时尚包装的设计上缺乏人才，显得力不从心。”符积江谈到，品牌缺乏活力难以抢占新市场，当前老食品厂正面临市场难扩的尴尬局面。

有业内人士认为，当前椰子汁市场竞争激烈，国内市场对椰基产品的需求从原本的椰浆调配饮料到更愿意接受“鲜榨”“生椰”饮品，而海南大部分企业缺乏品牌建设的相关知识，在挖掘传统文化、讲好品牌故事方面经验不足，认为只要自身本领过硬，生产出好的产品就行，忽视了品牌建设与管理。

加之海南椰子加工企业长期以来缺乏统一的规划指导，除少数上规模企业外，大部分企业是家庭作坊式工厂，存在散、乱、小的问题。自主研发能力较弱，产品长期无更新换代，结构不合理，附加值低。

依托优势资源

打造椰子国际大宗商品交易中心

事实上，近年来乘着海南自贸港建设的东风，海南椰子企业正积极与国际“抱团”，加大科技研发力量。

春光食品在推出春光椰汁以及春光椰子水之后，由于市场需求的增加，在本地椰青供应不足的情况下，加大进口了东南亚的椰子作为椰子水的生产原料，以满足生产需求。海南星光活性炭有限公司通过以优质椰子壳为原料，经过一系列的加工做成具备高价值的活性炭，公司还不断加大科技研发力量，创新探索把椰子的功效成分应用在护肤领域，生产椰子的护肤品、洗面奶、水乳、霜等。

针对海南椰子企业原材料和消费市场“两头在外”的短板，弓淑芳建议加强与“一带一路”共建国家的经济技术交流合作，争取在椰子良种培育、栽培技术、加工利用等领域深入合作，突破椰子贸易壁垒。鼓励企业走出去，到东南亚、非洲、拉丁美洲发展椰子种植基地和椰子初级加工基地，为国内加工业提出原料保障。

有业内人士认为，在椰子的进口供应链上海南的优势依然比较突出，比如自贸港的政策优势、区域品牌优势、传统产业基础优势等，加上当下椰基饮品产业布局的变化会将有一定的窗口期，海南的企业可以充分利用当地的优势和产业变革窗口期，抓紧时间强化品牌优势，形成规模优势。由于海南省内椰子加工企业普遍规模较小，亟需政府部门通过政策等手段引导企业做大做强，形成区域优势特色产业。

据了解，12月12日，在2023中国（海南）国际椰子产业论坛现场，海南航天城国际贸易有限公司、中国热带农业科学院椰子研究所、水发上善集团有限公司、海南爱也文旅发展有限公司签署战略合作协议，共同打造椰子国际大宗商品交易中心。该中心将依托海南独特的地理位置和丰富的椰子资源，成为国际椰子产业交易平台。