

南国观察



海南水果冻干产品。记者 王子遥 摄

腊月的海口新海港,冷链货车排起长队,一车车热带瓜果与文昌鸡礼盒即将奔赴全国多个省份;电商直播间里,生啃荔枝、西梅爆浆软糖等特色新品在镜头前轮番展示,订单量“节节攀升”;年货市集上,热带瓜果加工品被岛内外市民游客争相购买,传统年味在产品的创新表达中焕发新生。这个春节,海南年货不再是海岛专属的味觉记忆,而是借助特色、产业、创新三大密码,突破地理边界,成为全国人民阖家团圆的餐桌上与走亲访友的礼品中的“新宠”。

□南国都市报记者 王子遥/文



主播在2026海南网上年货节期间进行直播带货,推广海南年货。记者李昊摄

海南年货何以走南闯北

特色密码 地域与人文的“双轮驱动”

一场暖冬,让春节未至的海南已是春意盎然。而海南的年货物产,也追着新春的脚步,搭上了产业发展的快车,在新春到来之际与时间赛跑,去往全国千家万户当中。

海南年货的底气,源于无可替代的热带区位优势。这片被阳光与海洋滋养的土地,孕育出兼具地域唯一性与饮食普适性的特色年货,既守住了“海南味”的独特性,又打破了南北饮食差异的壁垒。

今年1月,依托2026海南直播电商嘉年华暨网上年货节,海南省商务厅、省农业农村厅携24家省内优质企业走进有着“电商之都”之称的杭州,与众多国内头部电商平台与直播机构座谈交流。在它们看来,海南年货“走南闯北”大有可为,原因有两方面:

一是地域特色强。与国内其他地区相比,坐落于祖国南疆的海南有着得天独厚的自然禀赋,低纬度的热带区位优势以及独特的海岛“基因”都为生长于此的产品赋予了稀缺性,如热带作物、特色瓜果、海产品等;

二是人文底蕴丰富。海南的诸多物产背后有着非常丰富的文化故事,以糟粕醋为例,在过去糟粕醋本是本地渔民出海时在船上吃海鲜的佐料,此后逐渐演变为当地小吃,已传承近500年历史;而文昌鸡、海南粉、红糖年糕等同样有着丰富的文化传承,能够集中展现海南富有魅力的独特历史文化。

在如今线上消费动能显著,消费者愈发倾向于产品有着“优质原产地”“绿色健康”“文化内涵”等标签的大背景,海南产品的这两个特质正是得以“出圈”的核心“密码”,使得海南产品符合当下国内消费趋势的变化的同时,还十分适合通过电商的形式进行内容化的推广,市场潜力巨大。

产业密码 产业提质与物流升级的“双向赋能”

如果说地域禀赋是海南年货的“基因”,那么自贸港建设带来的产业升级,则为海南年货突破地域限制插上了“翅膀”,让更多的“海南鲜”能够跨越山海,实现规模化的流通。

在过去,文昌鸡、热带水果等生鲜年货因运输损耗率高,难以走出海南。而现在,众多海南年货已经构建起“产地预冷—冷链运输—终端保鲜”的全链条体系。

在文昌市抱罗镇,大型养鸡企业已配备有自动化屠宰线与低温冷库,鲜鸡屠宰完成后立即使用-18°的冷链运输车辆全国发货,北上广深等部分地区则会直接配送航空件,在损耗率大幅下降的同时,让全国消费者都能在下单后3天左右的时间吃上地道鲜美的海南文昌鸡。“香港地区对食物的标准要求一直很高,而我们的鲜鸡此前已经完成了香港的备案注册申报,打开了文昌鸡在香港市场的销售渠道,每天新鲜屠宰供往香港。”海南苏小瑛文昌鸡相关负责人说道。

产品“走出去”的同时,品牌标准化建设则筑牢了“品质防线”。今年1月,海南全品类省级农产品区域公用品牌“海南鲜品”发布了首批凤梨、地瓜两项团体标准,对可溶性固形物、膳食纤维等核心指标作出明确规定,安全标准中地瓜设定31项、凤梨设定45项,部分指标严于国家标准。如今,“海南鲜品”品牌已授权110家企业使用,覆盖全产业链环节,破解了行业“各自为战,标准不一”的困局。

标准化带来的品质保障,也让海南年货在电商平台销售量愈发增加。海南省商务厅发布的数据显示,2025年,海南农产品网络零售额实现273.59亿元,同比增长12.87%;今年1月,海南农产品网络零售额达26.43亿元,继续保持稳定。

值得一提的是,海南还通过各类活动,持续推动产业发展与年货促销。今年1月,2026海南网上年货节直播电商选品展示会暨年货市集在海口举办,40家省内优质年货商参展,成为了集线上线下于一体的海南优质年货展示推广平台。在今年的海南省两会上,海南网上年货节也引起了代表委员们的广泛热议与讨论,积极为海南年货“做起来”“走出去”建言献策。

创新密码 产品创新与消费需求的“双向奔赴”

在消费升级的浪潮下,海南年货也在主动拥抱变化,通过产品创新、年轻化改造等方式迎合消费趋势,实现从“好物”到“潮品”的蜕变。

生啃荔枝、西梅爆浆软糖、榴莲乳酪麻薯、虎爪曲奇……仅去年一年,省内食品企业春光食品就推出了超过30款新产品,更符合当下更多年轻消费者的口味需求。今年春节期间,春光还推出金福礼、喜乐礼、团圆礼三款全新年货礼盒,相比以往的年货礼盒,新礼盒内的品类更加聚焦于新品,采取的轻量化设计也更加适合新春期间的走亲访友,互相问候。在新品与新礼盒的助推下,仅今年1月,春光食品在抖音平台的成交额就达到了9200万元以上,市场反馈良好。

海南蜜瓜瓜香果嫩广为人知,用香甜的蜜瓜加工制成的啤酒则更为让人好奇。在今年的海南网上年货节年货市集上,海南蜜乐农业开发有限公司刚上市的蜜瓜精酿啤酒成了不少采购年货的岛内外市民游客关注的焦点。“太好喝了,酒中带着瓜果香,我一定要买回去给亲友尝尝。”在活动现场,不少消费者直言。

消费场景的拓展让海南年货融入更多生活片段。如针对“年货外卖”“居家自制”的趋势,不少企业推出了半成品礼盒,切块文昌鸡、糟粕醋汤底、全套椰子鸡等预制食材,让消费者春节在家就能轻松做出海南风味大餐;在“热带水果”与“健康”等消费关键词愈发为消费者所接受的当下,一些海南企业还选择将二者结合,打造出冻干榴莲、冻干菠萝蜜、冻干火龙果等多款冻干产品,有着真实瓜果肉香的同时还健康营养,又方便携带,依托线上渠道,同样成为今年海南年货销售中的亮眼产品。

从“热带果园”到“全国餐桌”,从“酒香巷子深”到“漂洋过海来看你”,海南年货的“走南闯北”,是地域优势、产业升级与企业创新三者共同作用的结果。凭着这三大密码,海南年货奠定了特色根基,打通了流通壁垒,也激发了消费活力。随着海南自贸港建设的深入推进以及海南网上年货节的持续举办,海南年货还将以更优质的品质、更广阔的渠道以及更创新的形态,走进新春佳节团圆欢庆的万千家庭。