

行业聚焦

为增产“掌灯” 为增收“触电”——“追光者”助力广西火龙果热销全国

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

夜幕降临，广西壮族自治区数十万亩火龙果种植基地里紫红色、暖黄色的灯光陆续亮起。这不仅是一场灯光秀，更是为了“唤醒”休眠的火龙果，使其提前开花、结果。

“平均每天补光5—6个小时。”龙州县嘉信农业科技有限公司（下称“嘉信农业”）相关负责人莫小绿表示，补光后的火龙果产期可提前15天以上，从每年的12批果次增长到15批果次，增产效果明显。

最初火龙果主要消费区是广东、广西、海南及香港、澳门等南方地区。近些年，得益于生鲜电商的蓬勃发展，北上广深、湖南、浙江、重庆、东北四省区对火龙果需求越来越大。火龙果因肉质细嫩、味道甜润、口感爽脆，已成为无数消费者的“心头好”。

作为原产于国外的高端水果，火龙果正在实现国产化蜕变，这种市场需求的变化也在呼唤生产端和销售端做出相应的变革。

品种迭代适应远距离运输

火龙果原产于危地马拉、古巴等国，后传入越南、泰国及中国，全球规模生产的国家仅20多个。中国火龙果产量位居世界第二，仅次于越南。

当前广西种植的火龙果面积为34万亩，年产量约46万吨，约占全国种植面积的三分之一。广西火龙果开始种植于上世纪90年代末，由于品种不良，早期的火龙果品种果实偏小、口感较差且容易腐烂，常温保鲜期一般不超过5天。经过品种不断迭代，才培育出现在个头较大、风味口感好、耐贮藏的品种。

“广西种植的火龙果品种经过了三次迭代：第一代品种是风味口感差的红皮白肉品种，第二代是需要人工授粉的红皮红心品种，第三代是现在的免授粉、大果、高甜度红皮红肉品种。”广西农业科学院园艺研究所火龙果研究室主任梁桂东表示，当前，在广西种植的火龙果，主要品种有金都一号、桂红龙1号、玫红、无刺红等。

与早期品种相比，当前在广西种植的火龙果品种具有不需人工授粉、外观好、甜度高、耐贮藏等优势。在种植过程中，需要注意适种密度、合理施肥、培养健壮结果枝、预防控制溃瘍病以及科学补光调节延长产果期等。



种植基地中负责控制仿太阳夜间催花补光技术灯泡的师傅，被称为火龙果“追光者”。 马斌 摄

“做火龙果早期品种的时候，由于保鲜期短，需要尽可能地缩短从采摘到消费者手中的时间，销售范围受限。”长期从事火龙果销售的商家陈英豪表示，最新的品种具有甜度高、耐贮藏等特点，非常合适电商渠道销售。自4年前入驻拼多多以来，陈英豪已成长为该平台头部商家之一。

这些年，南宁火龙果由零星种植发展为产业化生产，火龙果品种逐步更新培优，应用分选冷链等设施，现代化、标准化生产快速发展成熟。

追光灯加持产量高口感甜

广西地处云贵高原东南边缘，兼具亚热带和热带季风气候，日照足、降水多、温差大，是名副其实的水果大省。国家统计局数据显示，2021年，广西水果总产量超过3121万吨，领先于山东、河南、陕西、广东等水果大省，排名第一。柑橘、芒果、柿子、火龙果、百香果、荔枝、龙眼等的产业规模在全国均属前列，各类果树品种资源近250种，约占全国果树种类的70%。其中，品质优良的“南宁火龙果”还获得了国家地理标志农产品认证。

近年来，广西自治区政府大力扶持各地水果产业发展，已形成一批具有地方特色、规模化的水果生产和加工基

地。与陈英豪合作的火龙果基地有上百家，嘉信农业便是其中之一。

当前，嘉信农业在龙州县拥有2个火龙果种植基地，品种是金都一号，面积超过5000亩，每年产出约2700万斤火龙果。

现代农业技术早已应用到基地中。水肥一体化设施让施肥用药更加便捷，动动手指即可实现自由掌握；道路硬化，车辆畅行无阻，果商直接来到田间地头；上有遮阳网，下有防草布，灯光线路纵横其间，防晒、保湿、补光一应俱全……

种植基地中有一群人被称为火龙果“追光者”，他们就是负责控制仿太阳夜间催花补光技术灯泡的师傅。

为了调节火龙果挂果期，嘉信农业种植基地配备了约55万只仿太阳夜间催花补光技术灯泡。莫小绿介绍，有了这些灯，即便在自然光照不足的情况下，火龙果植株也能开花挂果。每天根据日照时间、温度等因素，从晚上6点半开灯，一直亮到晚上12点或次日清晨6点。通过安装补光灯，火龙果甜度变得更高，每年能多结2至3批果，总产量大幅提高。

电商助力带动农户增收

像陈英豪这样的一批批商家，同样也是火龙果的“追光者”，他们通过新型电商平台这一束光，让火龙果走出广西，

去往全国各地消费者手中。

陈英豪从2014年开始从事水果电商行业，零零散散卖一些火龙果，始终无法形成规模，直到2018年遇到了电商平台。

“当时身边很多朋友都开始做线上生意，我也加入其中，正好抓住了新型电商平台的流量红利，迅速成长为头部商家之一。”陈英豪表示，他在拼多多开设了6个店铺，去年一年通过线上销售的火龙果数量超过100万斤，金额超过2000万元。

他在南宁拥有一个700—800平方米的仓库，拥有打包工人20人、客服10人。每天的发货量在5000单，销售旺季能达到8000单。

优秀的品质、周到的服务赢得了客户青睐，店铺回购率达到30%。消费者对于商品的评价积极，例如“很新鲜个头很大，给朋友发了链接，吃完还会光顾”“收到没有磕碰损坏，果子很大个，吃起来汁水饱满，很清甜”“皮特别薄，轻轻地就撕下来啦，一点点都不浪费”。

像陈英豪、莫小绿这样的本地商家如今也成为了果农的“光”，助力当地农户增收。

土地流转到基地手中，农户一方面可以获得土地流转的租金，另一方面选择在基地务工，可以获得薪金。嘉信农业种植基地常年需要雇用当地300多名农民工作。比如，在火龙果成熟之后，基地需要采摘、分拣、给果实套上网套、装进塑料周转箱等。

今年39岁的陆庆连是嘉信农业种植基地的工人之一，家就住在基地附近。以前她在南宁打工，收入不稳定，为了方便照顾家里的老人、小孩，几年前回到家里。陆庆连平时会帮家里干点农活，一到火龙果基地忙碌的时候，她就会去给基地打工，“一天的工钱是100块，一个月能做到十几天，一年能挣约2万块钱，多少能贴补一些家用。”

据了解，像嘉信农业这样的种植基地在广西还有很多。

“广西因为挨着东南亚，是我国最大的水果进口省区之一。”拼多多“农云行动”专项小组负责人表示，因为看到广西生鲜的体量大，本地商家却相对不足，发展空间很大，小组成员一个月内已第二次到南宁调研培训，“这次主要瞄准以前未在平台运营的做当地生鲜的新农商，我们希望帮助广西培育更多扎根本地的新鲜血液。”

下一步，珍宝岛乡将不断提高特色产业质量，积极做好品牌推广工作，拓宽农产品销售市场，探索建立助农增收长效机制，政府、市场、社会协同发力，持续推进产业发展再上新台阶。

云南地形复杂多变，农产品品种多，长期以来的痛点是物流成本较高，当地既懂电商又懂农业的复合型新农人严重缺乏。“农云行动”启动以来，专项小组已先后深入云南鲜花、蓝莓和土豆产业带展开专项培训，目的是在2023年与云南商家共同努力，推出更多的网红高品质农产品。

为助力云南土豆的高质量“数实融合”，“农云行动”还将保持“零佣金”的基础上，投入优势资源包，强化对优势农产品的补贴，并为农产带商家对接仓储、冷链等专用农货物流体系，提供全链路的农产品上行基础设施服务。

云南地形复杂多变，农产品品种多，长期以来的痛点是物流成本较高，当地既懂电商又懂农业的复合型新农人严重缺乏。“农云行动”启动以来，专项小组已先后深入云南鲜花、蓝莓和土豆产业带展开专项培训，目的是在2023年与云南商家共同努力，推出更多的网红高品质农产品。

据悉，“农云行动”2月启动以来，工作人员已在云南、山东、福建、河北、湖北、广西等近10个地区调研和落地专场培训，近两千个全新的线下成规模涉农供应链正在分批上平台开店运营，助力当地农产品高速上行。

业界动态

《2023年电商发展报告》发布——农产品网络零售增势好 行业格局持续震荡

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

近日，国内领先的行业互联网大数据公司星图数据发布了《2023年电商发展报告》（以下简称《报告》）。

《报告》显示，这三年，电商行业风起云涌，直播电商、即时零售、社区团购等新兴电商业态在疫情防控期间强势崛起，平台更迭轮转速度加快，电商格局持续震荡。当前，行业形成多元化渠道竞争格局，对电商平台的运营、服务能力提出更高要求。

从宏观环境看，2022年，消费对国民经济拉动作用明显减弱。国家统计局数据显示，2022年消费对经济增长的贡献率为32.8%，同比下降近25个百分点。2022年全年社会零售总额同比下降0.2%，实物商品网络零售同比增长6.2%，占比进一步提升至28.4%。其中农产品网络销售是亮点，商务部数据显示，2022年全国农产品网络零售额5313.8亿元，同比增长9.2%，增速较2021年提升6.4个百分点。

过去三年的疫情加速了国内电商业态变化。根据《报告》，综合电商GMV（商品交易总额）依旧拥有76%的份额，但新业态力量崛起之势不可小觑，直播

电商GMV已有20%的市场份额，即时零售占比3%，社区团购占比2%。主要互联网上市公司市值下跌，拼多多强势同比上涨40%。天猫、京东GMV增长受阻，天猫占49%市场份额，京东占比26%排第二，拼多多占比24%已非常逼近京东且保持较快增速。

《报告》显示，在直播电商中，抖音市场份额将近快手、点淘两者之和，优势持续扩大。抖音平台2022年GMV占比47%；快手平台2022年GMV占比27%；点淘平台2022年GMV占比23%。2022年即时零售GMV超3500亿元，在用户增量、线下零售的渗透率仍具有广阔成长空间；平台方面，美团闪购销售额排第一，饿了么、京东到家紧随其后。

《报告》预测，未来消费者将继续重视预算及性价比，消费行为更为务实理性。而消费渠道从主流综合电商平台继续向直播电商、即时零售等新兴平台扩散，多元化渠道加剧平台间竞争，对电商平台的运营、服务能力提出更高要求。针对直播业态，监管层或将加大监管力度并强化平台方的责任，推动直播电商合规化发展。

地方实践

河北保定市徐水区 昔日的“西红柿之乡”又回来了

□□ 刘柯旋 农民日报·中国农网记者 孙维福

进入4月，河北省保定市徐水区高林村镇各处西红柿种植园生机满目，忙碌依然。在该镇麒麟店村温室大棚里，一棵棵西红柿秧高过头顶，红嘟嘟的柿果挂满枝间，菜农忙着采摘装箱，运往120公里外的北京市场。

大棚外，“农业科技示范基地”标牌高大醒目，西红柿知识橱窗、游客休闲长廊、棚间观光步道科技范、乡情味十足。园主董利民热情引导众游客进棚采摘，“每天下一千斤，水果西红柿15元一斤，春节卖到20元一斤，很抢手。”伴随不时鸣响的手机提示音，他一边回复订货、采摘信息，一边将园中场景拍摄下来，发到短视频平台。

高林村镇曾是有名的“西红柿之乡”，20世纪八九十年代，百姓们就开始种大棚。近些年，由于旧式棚室结构老化，西红柿品种和技术更新慢，市场竞争力降低，发展萎缩。2021年，在北京办企业的董利民返乡创业，租下村旁闲置的旧棚址。

他找来山东寿光市的专业师傅，新

建8座高效日光温室大棚，自动卷帘机、水肥一体滴灌、温湿度控制系统入棚。为解决粮菜争地矛盾，又引进高秧新优品种，向空间要产量。两米多高的秧上，从低到高能结11至12穗果，次第成熟，采收期可到6月底。

“产量高，颜值高、口感好，一个棚的收益抵过去两棚！”麒麟店村民刘俊红是位种菜老把式，来园里帮忙一年多，感触很深，“原来一棵秧高不过人，结四五穗果，4月底拉秧，亩产1.2万斤。大水漫灌，烧煤增温，在棚里猫腰干一整天活儿，次日早起还要拉着西红柿去市场卖。现在一亩棚产1.8万斤，客户主动来地头收购，采摘游客每天好几拨。”

农超对接，网上订货，借助手机、电商平台，小柿果赢得高人气。附近群众赶来学习新型棚室、新品繁育、现代营销技能，董利民的大棚成了“农技课堂”。去年8月，他还牵头成立徐水区西红柿种植协会，以“协会+基地+农户”模式传技术、育品牌，推进农旅融合，拓宽农民增收致富渠道。目前，该镇高品质西红柿面积已逾千亩，昔日的“西红柿之乡”名声再度兴盛起来。

浙江杭州市西湖区 “党建+直播”赋能电商企业发展

□□ 曹义

近年来，随着直播电商行业逐渐成熟，浙江省杭州市西湖区积极发挥党建引领作用，实施“红色领航 电商赋能”行动，通过“党建+直播”形式加快电商企业发展步伐，聚力打造电商直播发展生态链。

古荡街道楼宇商圈党委以每个月主题党日活动为契机，组织开展两新企业交流会等活动，推动辖区电商企业集智谋发展、携手奔富路。今年以来，楼宇商圈党委先后开展“数金汇”企业沙龙、现场会10余场，为电商企业“把脉”，推动党建引领电商企业创新发展。

根据电商企业实际，古荡街道楼宇商圈党委建立“益享+清单”，通过两新

支书论坛、直播带货培训等多样化载体，以头雁带群雁，抢占直播风口，打造网红经济新高地。去年9月，格家网络签约了“电商直播带货推广”项目。在两新支书论坛上，格家网络党支部书记侯春艳分享了“电商+直播+创业”的发展新模式，并与小微电商企业展开深入交流。

依托楼宇商圈精细化网格管理机制，由楼宇“红小二”、群团志愿者等结对成立“益企服务团”，在常态化走访中及时掌握企业需求。同时，企业还可以在“企服通”App上随时寻求帮助。此外，商圈党委结合电商大促节点，推出“红色护航618”“双11备战沙龙”等特色服务，助推电商行业持续发展。截至目前，“益企服务团”和“企服通”App累计为企业解决实际问题100余件。



近年来，新疆维吾尔自治区喀什地区麦盖提县把产业兴旺作为推进乡村振兴的主要抓手，抢抓“互联网+”发展机遇，围绕“树品牌、固模式、夯基础、提质效”的总体思路，大力发展电商产业，以产业振兴促进群众稳定增收。图为麦盖提县电子商务公共服务中心工作人员通过直播平台销售核桃。

农民日报·中国农网记者 侯雅洁 摄

□□ 农民日报·中国农网记者 刘伟林

近日，黑龙江省虎林市珍宝岛乡政府的工作人员忙碌且兴奋，他们开发的“我在宝岛有亩田”助农微信小程序上线当天就成交1.5万元，“爆单”了。

珍宝岛乡位于黑龙江省东部边境线上，与俄罗斯隔乌苏里江相望。珍宝岛乡域内森林资源丰富，生态环境优越，珍宝岛湿地是国家级自然保护区，荟萃了大森林、大草原、大界江、大冰雪、大湿地等特色旅游景观。因为这里独特的地理位置和自然资源，生产出的农产品、山产品品质优良，

电商助农

“农云行动”助力云南土豆产业带高速上行

□□ 农民日报·中国农网记者 欧阳靖雯

在云南省西部的德宏景颇族傣族自治州盈江县，喜马拉雅山延伸的横断山脉之西南端，4月正是寻甸土豆上新的季节。站在山间，远处蓝天白云似是触手可得，近处新鲜出土的红皮土豆个头大、表皮红，接下来的几个月农户们都会在地里忙碌，装袋的土豆将成吨运到附近的电商仓库，发往全国各地消费者手中。

近日，拼多多“农云行动”专项小组走进云南昆明等地，来到原产地和仓库实地调研，为当地土豆商家提供一对一定向运营指导，详细介绍蔬菜类目的电商和直播运营策略，并为新老商家提供流量、资源位和运营策略支持。

解答电商店主如何做增量的困惑

云南土豆分为红皮黄心和黄皮白心两个大类，独特的高原季气候和红色土壤孕育的土豆皮薄、个大、口感好，淀粉含量高，因此吃起来味道非常香。因全年可供应新鲜土豆，云南土豆已占据拼多多土豆线上

销售的半壁江山。

“土豆既可以作为蔬菜也可以作为主食，我们通过后台数据分析发现线上土豆的销售还有很大增量空间，这也是‘农云行动’走进云南土豆产业带的原因。”“农云行动”专项小组负责人表示。

寻甸是云南土豆种植的主要产区之一。王海云是土生土长的寻甸人，原先是做装修生意的，因为熟悉产地，有供应链优势，王海云在拼多多开店“云南良品农铺”，从土豆开始卖，当年迅速冲上平台土豆销售榜单第一，半年销售额700万元。王海云介绍，寻甸土豆从6月上市后，一直能持续到9月，除此之外，盈江、大理、文山、曲靖等地均产土豆，因此，现在消费者在电商平台上全年都可以找到新鲜云南土豆。

今年土豆价格相比前两年有所增长，“我认识的一个农户靠种土豆一年收入大概有10万元。”据王海云介绍，寻甸本地很多农户都是靠土豆生存，当地土豆露天种植，自从电商到来后几乎没有库存，早上从地里挖出来后下午便打包发货，十分便捷。“我们团队已经把这项事业作为长期事

业来发展，今年争取土豆销售额超过1000万元。”王海云说。

另外一家四年老店“季之果园”的负责人田应嵩也参加了“农云行动”的一对一培训，除了土豆之外，他还在平台上销售小黄姜、紫皮大蒜、番茄、玉米等多种云南特色蔬菜。他表示作为电商的老玩家，现在比较困惑的是如何做增量，对此，“农云行动”专项小组给出了有针对性的运营建议，“土豆是今年全年布局的重点，现在平台针对蔬菜生鲜推出了很多新的补贴政策和活动策略，比如百亿补贴多人团等，助推高品质农产品实现更多曝光。”

助力品质农货加速“数实融合”

“做生鲜一定要把好质量关，我们的思路是做品质和品牌，今年又在平台新注册了一家旗舰店。”拼多多商家“高原水果生鲜”负责人是湖南人，因为喜欢云南的天气来到这里做农产品电商，高峰期时他一天能卖出8000单土豆。

商家的想法与平台的发展方向不谋而合，“农云行动”专项小组负责人表示，近两