

从“土特产”到“世界名荔” 区域公用品牌激活茂名“荔”量百亿产业链

文/ 茂名晚报记者 宁钰燕 通讯员许红



茂名荔枝季，荔枝甜香弥漫。高州曹江镇厂房里，一颗颗饱满圆润的荔枝经流水线分拣，装入印有“茂名荔枝”LOGO的包装箱中，等待着装车发往目的地上海。高州小蜂嗡嗡农业科技发展有限公司总经理吴玉婷感慨：“如今有了区域公用品牌赋能，果农不愁卖，愁的是如何把品质做到更好、价值更高。”这番话既是对品牌价值的认同，也折射出茂名荔枝从“地方特产”向“世界名荔”蜕变的历程。



▲2025年茂名荔枝嘉年华活动现场。
茂名日报社全媒体记者 吴昊 摄



◀高州小蜂嗡嗡
农业科技发展有限公司
总经理吴玉婷接受
记者采访。



◀主播现场直
播带货。

政企协同 激活品牌价值动能

“品牌效应实实在在。每到荔枝季，客户都指定要茂名的荔枝。”吴玉婷的企业作为首批被授权企业，三年间营业额从几百万跃升至3000万，印证了品牌赋能的强劲势能。政府搭建框架，企业创新激活品牌势能，实现从产品溢价到产业升级的跃迁。

技术创新上，企业各显身手。如小蜂嗡嗡公司与农科院等机构合作，引入智能分选设备，通过克重、颜色、瑕疵等指标精准分级荔枝，并采用低温压差预冷技术锁鲜，确保果品新鲜如初；高州市盛日农业科技有限公司则通过“人工+设备”双重筛选、老树改良、智慧农业等手段加强品控与品质提升。“桂味、仙进奉等品种单价提高了50%，果农的积极性大大提高。”该公司负责人朱华表示，企业还以鲜果速冻技术实现反季节销售，让“一季鲜”变“四季香”。

市场开拓上，携手释放品牌价值。政府依托“12221”市场体系，以会兴荔，2020—2024年连续5年在茂名召开“中国荔枝龙眼产业大会”，联合企业将品牌推介会开到成都、北京等城市，让品牌上飞机、高铁、地标建筑等流量高地。借助“十万电商买荔枝大赛”等活动扩大影响力，东方甄选等顶流直播间3小时卖出20万单，让茂名荔枝从区域性特产变“网红单品”。截至5月25日，2025年茂名全市荔枝定制销售金额约1.4亿元。文化赋能方面，深挖荔枝文化底蕴，打造“520我爱荔”文化IP，推出文创产品，开发以四大古荔园为核心的荔枝“农旅文创一体化”旅游带，年吸引游客超2000万人次，成为文旅融合的典范。

国际市场也在加速突破。2024年茂名海关监管出口荔枝3058.3吨，货值达7150.4万元，茂名荔枝历经16年后重返日本市场。此外还实现水果原浆、荔枝罐头等水果深加工产品出口，出口市场涵盖北美洲、亚洲等20多个国家和地区。依托RCEP广东高州荔枝龙眼国际采购中心和“国字号”特色水果技贸评议基地，打破特色水果贸易技术壁垒，有效解决企业“出口难”问题，促进荔枝“地方特产”向“全球共享”转变。这种“政府护航+企业冲锋”的出海模式，真正实现从“中国荔枝”到“世界名荔”的跨越。

品牌效应 注入乡村振兴“活水源”

品牌建设最终落脚点是让农民共享发展红利，标准化种植与品牌溢价直接带动果农增收。“2023年成效明显，产品单价提升50%，营收同比增长了60%。”朱华说道。实际上，茂名荔枝已从2019年起连续四年实现量价齐升，产量从43.82万吨增加到62.09万吨，鲜果销售收入从51.29亿元提高到88.5亿元，全产业链总产值达120亿元，平均溢价率超20%。国家级及省级荔枝现代农业产业园内的农民年人均可支配收入23757元，高于当地农户收入平均水平20.5%，“小荔枝”成为“致富果”。

品牌建设倒逼着产业升级，实现从“粗放生产”到“绿色发展”。全市推广绿色防控技术体系，联合企业建成7个“五化”智慧果园示范基地，荔枝产业走上生态可持续之路。正如吴玉婷所言：“品牌认证体系倒逼品质管控升级，我们从田间绿色生产到智能分拣保鲜，千万级设备投入看似增加短期成本，实则通过市场信任累积实现品牌溢价的长效转化。”

产业集聚效应也日益显著。目前茂名建成国家级及省级荔枝现代农业产业园5个，形成完整的荔枝加工产业集群，集聚加工企业500余家，年加工鲜果能力突破5万吨，培育精深加工产品30余个。入选2022年“粤字号”农业品牌示范基地认定名单荔枝基地10家，构成“雁阵格局”。“公用品牌让中小企业不需要重复建设，有了官方背书，我们能快速打开渠道。”朱华感慨道。

站在新起点上，“茂名荔枝”区域公用品牌建设正谋划新突破：强化地标品牌效应，推动更多企业标准化生产优质地标产品；打造地标品牌示范基地，培育龙头企业，建设地理标志产品展馆（驿站），扩大品牌宣传；依托特色水果技贸评议基地，破解技术性贸易壁垒，扩大国际影响力。“注册一件商标，带动一个产业，富裕一方百姓。”茂名农业农村事务中心相关负责人表示，将持续推进品牌战略，让茂名荔枝香飘世界，助力乡村振兴迈向新高度。

从0到1 打破“有产品无品牌”困局

茂名荔枝种植历史悠久，拥有“面积最广、产量最大、品种最全、品质最优”的先天优势，却长期受困于“有产品无品牌”的短板。破题之策始于2019年启动的“品牌强荔”行动。2020年5月20日，“茂名荔枝”区域公用品牌LOGO正式发布，标志着茂名荔枝品牌化实现从0到1的突破。市政府成立荔枝产业高质量发展领导小组，明确了“优结构、强冷链、促加工、拓市场、创品牌”的发展思路，通过编制《“茂名荔枝”区域品牌发展规划》，出台《茂名市荔枝产业提升行动方案（2022—2025）》等政策，构建起“政府主导、部门协同、企业参与”的联动机制。

品牌建设，法治先行。茂名先后注册“茂名荔枝”文字及图形等国家地理标志证明商标，完成荔枝福娃IP形象、宣传口号等著作权登记，构建起全方位知识产权保护体系。配套出台《“茂名荔枝及图”地理标志证明商标使用管理办法》等制度，规范授权、使用标准，确保品牌声誉与品质统一。2024年，85家企业获得授权，700万件包装上印有“茂名荔枝”LOGO的荔枝销往全国，品牌标识成为品质的“信任状”。

为强化标准化建设，茂名还制定《茂名荔枝标准果园管理技术规范》《茂名（白糖罂、桂味、妃子笑）荔枝电商销售标准》等21项地方及行业标准，推动种植、加工、流通全链条标准化。同步加强技术培训，引导果农规范使用农药化肥，完成7.19万亩品种改良和21.54万亩低产园改造，建成15个标准果园及306个田头小站，配套冷藏保鲜设施将保鲜期延长2—3天，破解“一日色变”难题。同时建立溯源体系，强化全流程质量监管，以标准化筑牢品牌口碑根基。