

“四维协同”推进茂名“广货”通达天下

梁译升

“广货行天下”是广东在新发展阶段构建新发展格局、推动高质量发展的关键战略,其核心是推动产业链、供应链与价值链在全球范围内实现深度融合与高能级跃升。茂名地处粤港澳大湾区、北部湾城市群与海南自贸港三大国家战略交汇处,既是粤西重要的工业基地与农业大市,更肩负着联动陆海、衔接东西的战略支点使命。融入这一全省战略,茂名必须立足区位优势与产业双重优势,找准定位、凸显特色、主动作为,以产业升级、枢纽建设、生态赋能、市场策略“四维协同”,构建“好货有通路、通路带产业、产业优生态、生态促市场”的良性发展格局,将资源禀赋转化为“广货行天下”的核心竞争力,为“广东制造”增添更鲜明的“茂名色彩”。

一、产业价值升维:从传统输出到品牌引领,解决“有什么好货”的问题

产业是“行天下”的根基。“广货行天下”的核心在于从单一的产品贸易向“品牌、技术、标准、文化”系统性输出的战略升级。2025年,茂名农业和石油化工总产值分别突破1200亿元、1800亿元,要立足石化与农业两大比较优势,做强具有辨识度与竞争力的特色“广货”矩阵。一方面,推动特色农业迈向“标准化、品牌化、国际化”。围绕“五棵树一条鱼一菓菜”,系统构建“生产标准、质量追溯、品牌授权、营销推广”四位一体的现代化产业体系。健全可追溯食品安全控制体

系,强化农残、添加剂等自检自控,建设出口备案基地及国际GAP认证果园渔场,推动“茂名标准”成为国际通行证。大力发展荔枝、龙眼、沉香、化橘红、罗非鱼、预制菜的精深加工,重点突破NFC果汁、冻干食品、即食菜品、保健提取物等高附加值产品。加快化橘红、龙眼、沉香等药食同源大健康产业开发,培育新的出口增长极。聚力打造“茂名荔枝”世界级消费品牌,带动其他本地特色品类整体升值。加快建立从原料、工艺到风味的团体标准或地方标准,积极对接法国AOC等认证,推动“荔枝木烧鸭”“脆肉罗非鱼”等“茂名味道”从容“出海”。另一方面,推动石油化工业迈向“高端化、智能化、绿色化”。依托东华能源、茂名石化升级改造等重大项目,聚力突破丙烯腈、 α -烯烃、高端聚烯烃等关键材料,向下游延伸至高性能复合材料、专用化学品、氢能装备等高附加值领域。积极对接大湾区汽车、家电、电子信息等产业集群,加快从“大宗原料供应”向“定制化材料解决方案”转型。以深化省级中小企业数字化转型城市试点工作为契机,推动石化企业开展“5G+工业互联网”全连接工厂、数字孪生、智能控制等场景应用,同时依托茂名石化产业园,打造“工业互联网+安全生产”省级示范平台。加快建设国家级绿色化工与新材料示范基地,推行清洁生产,构建“资源—产品—再生资源”循环经济体系。组建政产学研用创新联合体,攻

关高端合成材料、精细化工等关键领域,力争在细分赛道形成技术引领力与标准定义权,为“广东制造”贡献更多“茂名材料”“茂名方案”。

二、枢纽功能升维:从地理节点到流量枢纽,解决“怎么运出去”的问题

区位是“行天下”的动脉。要充分发挥茂名“海陆空”一体化交通网络优势,持续修好路、通好港、连好网,才能更有效嵌入与粤港澳大湾区、北部湾城市群与海南自贸港的联动发展格局,为“广货”出海锻造更强劲的枢纽引力。一要打造区域性多式联运枢纽。加快推进茂名港博贺新港区30万吨级码头、疏港铁路及高速公路连接线建设,实现“公铁水”无缝衔接。加密至粤港澳大湾区核心港口及越南、马来西亚等RCEP主要港口的直航航线,将茂名港建设成为服务粤西、辐射大西南、对接东盟的区域性集装箱枢纽港和大宗商品集散中心。二要构建制度型开放前沿平台。全力申建综合保税区或保税物流中心(B型),争取水果、冰鲜水产品、肉类等进境指定监管场地资质。依托广东自贸试验区对接与制度创新,打造成本更低、效率更高的跨境贸易服务体系。三要发展“枢纽+”产业生态。聚焦临港片区,精准招引落地一批绿色能源、海工装备、海洋生物医药等优质产业项目,以港口流量撬动产业增量。依托国家骨干

冷链物流基地,加快建设覆盖东盟水果进口、本地农产品出口的专业化、智能化冷链物流园区,形成“全球采购—茂名集散—全国分拨”的冷链供应链核心节点,真正把港口优势转化为发展胜势。

三、赋能生态升维:从政策扶持到系统赋能,解决“需要什么支持”的问题

环境是“行天下”的保障。当前企业出海面临“渠道、服务、要素”三大瓶颈,唯有超越零散化、部门化的政策扶持思维,系统构建“市场可及、服务集成、要素充沛、创新可持续”的开放型赋能生态,方能让企业从“单打独斗闯天下”转向“协同共进行天下”。一方面,要构建“三张网”,破解出海瓶颈。织密营销网络,支持龙头企业出海,日韩、欧美等重点市场布局“海外仓+展示体验中心”,推广“前展后仓、展贸一体”模式,降低渠道建设成本。市级层面建立年度境内外重点展会目录,系统性组织企业参与广交会、中国—东盟博览会等重点展会,并针对性开拓“一带一路”新兴市场专项展会。建强服务网络,整合商务、海关、税务、金融、法律等专业力量,组建实体化运作的“茂名出海服务顾问团”,为企业提供RCEP规则应用、汇率避险、国际认证、知识产权维权等全链条专业服务。在茂名港或重点加工区设立农产品出口“绿色通道”,推动设立粤西进出口农产品检验检疫公共服务平台,聚焦如

沉香出口消杀处理周期长等特色产业“出海梗阻”精准破题,实现“就近报检、快速放行”,让企业少跑腿、货物流转快。升级数字网络,推动外贸企业规模化接入阿里巴巴国际站、全球贸易通等主流跨境电商平台,鼓励发展独立站、社交电商、直播带货等新业态,打造“茂名优品”线上出海专区。另一方面,要实施“三大工程”,夯实基础支撑。实施“品牌培育”工程,系统规划“茂名制造”区域品牌形象,建立品牌使用与管理标准,每年遴选支持一批企业开展国际商标注册和品牌推广。实施“人才汇聚”工程,如联合广东石油化工学院、茂名职业技术学院开设跨境电商、国际贸易“订单班”,培育涉外商务应用型人才。同时实施“企业家海外视野拓展计划”,组织赴外贸发达地区学习,完善人才公寓、子女教育等配套,吸引和留住涉外专业人才。实施“环境优化”工程,深化通关便利化改革,落实退税、信保等政策。探索设立“广货行天下”茂名行动专项基金,对企业开拓市场、取得认证、建设海外仓等给予精准支持,以真金白银提振企业出海信心。

四、市场策略升维:从泛化出口到精准锚定,解决“好货卖给谁”的问题

市场是“行天下”的航向。只有差异化供给,才能让每一类好货都能找到最适配的远方。因此,必须跳出“四面出击”的传统外贸思维,转向“重

点突破、分层供给、价值适配”的精准市场战略。一是主攻海外新兴市场。紧抓RCEP机遇,推动荔枝、龙眼、化橘红、罗非鱼及预制菜等特色农产品走向东盟等“一带一路”市场。利用中国(茂名)跨境电子商务综合试验区平台,创新“跨境电商+海外仓+品牌体验”模式,推动特色农产品及精细化工产品等高附加值产品,实现从“拼价格”到“提价值”的根本转变。二是深耕粤港澳大湾区市场。抢抓“1小时高铁交通圈”的交通红利,将茂名建设为大湾区可靠的“优质农产品直供基地”“产业协同配套区”“生态康养目的地”。如,对标大湾区中高端消费需求,建设一批高标准、可追溯、短链化的农产品直供基地;在绿色化工、氢能、新材料等领域,主动对接大湾区研发设计资源,构建“湾区研发—茂名转化—全球市场”的创新协作范式;积极输出滨海旅游、温泉康养、森林研学等生态服务产品,让“好心茂名”成为大湾区居民“微度假”首选目的地。三是开拓国内下沉市场。推动建材、日化、塑料制品等适销工业品及荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品,进行针对性规格优化与成本适配,如,开发“县域专供”“电商爆款”等定制化产品线。依托县域商业体系,高效物流网络与直播电商新业态,系统化渗透粤西、大西南乃至全国同类市场,以更多“茂名好货”服务全国市场。

(作者单位:中共茂名市委党校行政学教研室)

“广货行天下”体现了生产、流通与价值的重构

宋秀波

“广货行天下”不仅是广东省在2026年开年之际推出的一项促消费、拓市场的经济行动,更是一场深刻的政治经济学实践。它体现了在新时代背景下,政府如何通过制度创新、文化赋能和市场机制的协同作用,重构商品的生产关系、流通渠道与价值实现路径。

从“制造”到“智造”的跃迁体现了生产关系的重塑。生产是社会再生产过程的起点,而生产关系则决定了社会的性质与发展方向。“广货行天下”所依托的“广货”,其背后是广东作为“世界工厂”向“智造强省”转型的生产关系变革。例如,深圳的“土特产”已从传统的服装、珠宝升级为无人机、新能源汽车、3D打印机等高科技产品。比亚迪海外销量突破百万台,拓竹占据全球桌面级3D打印设备销量榜首、影石在全景相机市场独占鳌头,这些成就并非偶然,而是广东产业链高度协同、创新生态日益完善的必然结果。这种“一天找齐上下游,三天出样品”的供应链效率,正是新型生产关系的体现:资本、技术、人才在市场化机制下高效配置,形成了以创新为核心驱动力的生产模式。此外,“广货”的品质不再仅仅依赖个别企业的匠心,而是嵌入在整个区域产业生态之中。政府通过政策引导(如“十五五”规划建议中提出的“建设具有国际竞争力的现代化产业体系”),企业通过技术创新,劳动者通过技能提升,共同构成了一个动态演进的“广货”生产关系网络。

政府搭台与市场唱戏的辩证统一体现了流通领域的革命。流通是连接生产与消费的桥梁,其效率直接影响影响价值的实现。“广货行天下”行动的一个显著特征是“政府搭台、企业唱戏”,这体现了社会主义市场经济体制下政府与市场的有机统一。例如,中山市人民政府主办“中山百货进深圳”活动,促成30亿元签约;东莞市联合多部门发起“东莞超好逛”活动,实现4251万消费额;惠州市发放500万元文旅消费券,精准刺激消费场景。这些举措并非简单的行政干预,而是通过构建平台、优化环境、降低交易成本,为市场主体创造更有利的流通条件。而且,“广货行天下”充分利用了数字技术重构流通渠道。线上直播带货与线下展示同步发力,构建起“线下引流、线上转化”的流量聚合生态。抖音、快手、京东等电商平台成为“广货”出海的新通道,而“一国一策”的出海指引则帮助企业规避风险、提升效率。这种线上线下融合、国内国际联动的流通体系,极大地拓展了“广货”的市场边界,加速了商品向货币的“惊险一跃”。

从使用价值到文化符号的跃升体现了价值升华。商品是使用价值与价值的统一体。然而,在当代消

费社会中,商品的价值往往超越其物理属性,承载着文化、情感与身份认同。“广货行天下”深谙此道,致力于将“广货”从单纯的商品升华为文化符号和价值载体。推动“广货行天下”,就是要“讲好广货故事”、“解码广货价值”、“建构融通中西的叙事”。例如,通过挖掘佛山陶器、潮州功夫茶具中的岭南文化精髓,将传统工艺转化为现代设计语言;通过讲述企业家“敢为天下先”、工程师“匠心铸就卓越”的故事,赋予产品以人性温度与精神内涵;通过提炼“和而不同”、“精益求精”、“义利兼顾”等价值理念,构建具有普遍意义的“广货价值语体系”。这种文化赋能不仅提升了产品的附加值,更增强了消费者的认同感与忠诚度。当深圳的无人机、珠海的智能家电、茂名的化橘红不再仅仅是功能性产品,而是成为“中国智造”、“岭南文化”、“美好生活”的象征时,它们的价值实现便获得了更深层次的社会基础。这正是政治经济学中所说的“价值形式的演化”——从简单的物物交换,发展到以文化认同为支撑的全球价值网络。

从全民参与到共享发展的实践体现了分配机制的创新。“广货行天下”不仅旨在扩大市场规模,更致力于构建一个全民参与、共享发展的分配机制。“广货行天下”注重“激发全民参与的热情”,推动形成“人人关心、人人支持、人人参与、人人受益”的局面。通过发放消费券、举办年货节、组织非遗巡游等方式,普通市民不仅是消费者,更是行动的参与者与受益者。同时,活动还注重带动中小企业、农户、手工艺人等群体融入产业链,如茂名的手信特辑、清远的食材年货节,都体现了对基层经济主体的扶持。“广货行天下”不仅关注物质财富的分配,更重视人力资本的积累与回报,试图通过制度创新实现更公平、更可持续的发展。

总之,“广货行天下”是一场集生产变革、流通创新、价值升华与分配优化于一体的系统性工程,既是刺激消费场景,也是对中国特色社会主义市场经济理论的创新实践。在全球化遭遇逆流、国内需求亟待提振的背景下,广东通过“广货行天下”探索出一条以内需为主导、以创新为驱动、以文化为纽带、以共享为目标的高质量发展路径。这条路径不仅有助于“广货”行稳致远,更为中国式现代化提供了宝贵的地方经验。未来,随着“十五五”规划的深入推进,“广货行天下”有望进一步深化生产关系的调整,完善流通体系的布局,丰富价值实现的形态,优化分配机制的设计,从而在更大的时空范围内释放其政治经济学意义。

(作者单位:中共茂名市委党校、市治理现代化研究中心)

“广货行天下”的战略布局与实践路径探析

李英杰

业发展。上述措施增强了市场主体间的信任与合作,巩固了本地产业生态的稳定性。

二、战略意义:超越商业的多重价值

在当前环境下,大力推动“广货行天下”具有深远的战略意义。

1、服务国家发展大局,体现地方责任担当

2025年中央经济工作会议将“坚持内需主导,建设强大国内市场”列入重点任务。茂名背靠庞大内需市场,推动“广货行天下”正是为了落实中央部署,畅通产销对接,将产业优势转化为市场胜势,为增强国内大循环内生动力作出贡献。从国际视野看,这也是积极参与国际循环、促进内外需协调发展的需要。茂名需要通过这一战略优化出口商品结构,提高自主品牌出口比重,推动外贸高质量发展,助力“广货”向全球价值链高端攀升。

2、驱动产业转型升级,实现发展质量跃升

“广货行天下”是对茂名产业发展的一次全面梳理和深度赋能。它促使企业提升产品质量、加强技术创新、塑造品牌价值,实现从“茂名制造”向“茂名智造”的跃升。具体能推动企业从四方面进行升级,一是推动技术创新,突破关键核心技术;二是推动质量提升,建立健全高标准质量体系;三是推动品牌建设,培育具有国际影响力的自主品牌;四是推动绿色发展,实现产业链全流程绿色化。

3、弘扬优秀地域文化,繁荣人文经济发展

“广货”承载着深厚的岭南文化底蕴。推动“广货行天下”,亦是传播茂名特色人文精神与工匠精神的必要过程。例如茂名创新推出“荔枝定制”模式,结合短视频平台开展农文旅推广,使“茂名荔枝”相关内容播放量超13亿次,充分展示文化元素通过创新营销和产业融合提升产品附加值和文化影响力的路径,最终提升产品附加值和文化影响力。“行天下”使这些文化元素得以传播,增强茂名文化软实力。同时,通过将文化元素融入产品设计、品牌建设,可以提升“广货”的文化附加值和市场竞争力,实现经济效益与文化传播的双赢。

三、实施路径:构建多元主体协同的推广网络

“广货行天下”的成功,有赖于一套由政府、企业、平台和媒体共同构建的高效运行机制。

1、政府强化引导与服务,企业发挥主体作用

政府主要扮演“平台搭建者”与“环境营造者”的角色。例如在“春季行动”中,政府通过落实“以

旧换新”政策提供补贴,家电产品补贴最高达15%,激发了消费热情。此外,政府还可以通过多种方式赋能企业,如搭建展销平台,组织企业参加广交会等国际性展会;提供信息服务,建立市场信息数据库;优化营商环境,深化“放管服”改革;加强基础设施建设,完善物流网络等。企业作为市场主体,需要主动适应市场,加大创新,提升质量,完善服务,真正把政策红利转化为市场优势。

2、借力电商平台,拓展线上市场空间

各大电商平台是“广货”行天下的核心加速器。它们通过流量倾斜、资源扶持等方式,为中小企业提供了低成本、高效率触达全球市场的通道。具体而言,可通过以下方式助力“广货行天下”,一是设立“广货专区”,形成品牌集聚效应;二是利用大数据分析,提供精准市场洞察;三是创新营销方式,通过直播电商、社交电商等增强互动;四是提供一站式运营服务,降低中小企业电商门槛。同时,鼓励实体商业数字化转型,实现线上线下协同发展,拓展市场辐射范围。

3、发挥媒体融合优势,讲好广货品牌故事

媒体成为连接政府、市场与消费者的“核心连接器和放大器”。其赋能主要体现在:品牌传播,通过专题报道提升“广货”知名度;舆论引导,营造良好社会氛围;资源对接,促进产销对接;监督保障,倒逼企业提升水平。特别值得一提的是,广东媒体积极探索“媒体+电商”模式,通过内容电商、直播带货等方式直接参与“广货”推广。例如,广东广播电视台推出“广货优品”直播栏目,邀请企业家、行业专家、文化名人共同讲述“广货”故事,实现了品牌传播与销售转化的有机结合。

4、深化区域精准对接,促进协同联动发展

“广货行天下”战略亦是区域协同发展理念的深刻体现。区域协作是“广货行天下”的重要组成部分,正如广东深化与泛珠三角区域、粤港澳大湾区内兄弟省区的合作,共同开拓了国内市场;同时,利用对口支援协作机制,将“广货”推广与区域协调发展有机结合,实现互利共赢。又如茂名依托荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品,通过“产地直供+电商平台+冷链物流”体系,精准对接华北、华东及粤港澳大湾区市场,针对节日消费推出高端礼盒,面向日常民生供应平价精品,并与盒马、京东等平台共建供应链,实现从田间到餐桌的快速响应。这些模式值得推广到更广领域。

四、未来展望:从“行天下”到“赢天下”

“广货行天下”是一项需要长期坚持的系统工程。未来还须在多个关键领域深化部署。

1、坚持创新驱动,巩固领先地位

面对激烈的市场竞争和快速的技术迭代,“广货”必须持续加大研发投入,在智能化、绿色化、个性化方面始终走在行业前沿,巩固和扩大其领先地位。在技术创新方面,要聚焦人工智能、新材料、生物技术等前沿领域,突破一批关键核心技术,为“广货”升级提供核心技术支撑。在模式创新方面,要大力发展定制化生产、服务型制造等新模式,满足消费者个性化、多样化需求。在管理创新方面,要推动企业数字化转型,提高运营效率和市场响应速度。

2、深化全球市场融入,提升国际竞争力

在巩固国内市场的同时,利用跨境电商、海外仓等新模式,推动“广货”更深入融入全球产业链。具体要做好:一是优化国际市场布局,积极开拓“一带一路”沿线等新兴市场;二是完善国际营销网络,鼓励企业在海外设立研发中心、售后服务中心;三是培育国际知名品牌;四是推动标准国际化,提高“广货”在国际市场的话语权。更要善于利用粤港澳大湾区建设机遇,深化与港澳合作,借助其国际化优势共同开拓市场。

3、强化文化价值引领,塑造独特品牌内涵

未来,茂名应更深度挖掘岭南文化底蕴,以“广货品质”与“茂名年味”深度融合为切入点,将地方特色产业、非遗美食与新春民俗结合,打造如“茂名迎春花街·非遗美食潮玩节”等城市级盛会。文化引领还可从多维度推进,要将岭南文化元素融入产品设计,形成“广货美学”;要挖掘“广货”背后的文化故事和工匠精神;要通过文化体验馆、博物馆等载体,让消费者感受文化魅力;要利用文化节庆活动传播文化价值。特别要推动“广货”与茂名文旅产业融合,开发特色文创产品,建设工业旅游示范基地,实现“以文促商、以商传文”的良性循环。“广货行天下”战略是茂名市在新发展阶段把握战略机遇、全面提升区域核心竞争力的关键举措。依托其坚实的产业基础、高效协同的供应链网络以及持续优化的营商环境,茂名有望在“广货行天下”的征程中,培育解出更多在全国乃至全球市场具有影响力的知名品牌与优质产品,不仅为国内市场提供更多样、更高质量的供给,也为世界贡献中国制造、岭南文化的精彩样本。

(作者单位:中共茂名市委党校行政学教研室)